

# **PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS**

**(Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta)**



## **TUGAS AKHIR**

Disusun untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Mencapai derajat Ahli  
Madya Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

**oleh :**

**RIZKI NURWAHYU WIDODO**

**F3212061**

**Program Diploma III  
Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sebelas Maret Surakarta  
2015**

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Surakarta)**

Rizki Nurwahyu Widodo  
NIM F3212061

Di era modernisasi seperti saat ini, penggunaan produk weselpo dalam transaksi pengiriman uang sangat kurang diminati oleh masyarakat. Ini dikarenakan adanya kemudahan yang diberikan oleh bank-bank dalam bertransaksi keuangan melalui mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Oleh karena itu, PT. Pos Indonesia (Persero) harus bisa merancang strategi promosi yang tepat agar konsumen mau menggunakan jasa layanan produk weselpo.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan bauran promosi pada produk weselpo PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta. Ternyata produk weselpo hanya menyertakan dua variabel bauran promosi yang meliputi periklanan dan promosi penjualan. Media promosi melalui periklanan antara lain 1) media cetak, 2) brosur, 3) poster, 4) televisi, dan 5) internet. Sedangkan promosi penjualan meliputi 1) hadiah dan 2) promo. Hasil tersebut ternyata belum memenuhi teori bauran promosi yang terdiri dari: 1) periklanan, 2) promosi penjualan, 3) hubungan masyarakat, 4) penjualan pribadi, dan 5) pemasaran langsung.

Saran yang dapat diberikan untuk PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta hendaknya perusahaan dapat melakukan kegiatan lebih gencar lagi, menggunakan media-media promosi yang ada khususnya media elektronik, serta melakukan kegiatan *personal selling* di wilayah Surakarta.

Kata kunci : **bauran promosi**

## **ABSTRACT**

### **APPLICATION OF PRODUCT PROMOTION MIX WESELPOS (Case Study on PT. Pos Indonesia Surakarta)**

Rizki Nurwahyu Widodo  
NIM F3212061

*In the era of modernization such as this, the use of the product weselpo in remittance transactions so less attractive to the public. This is due to the convenience provided by banks in financial transactions through Automated Teller Machine (ATM). Therefore, PT. Pos Indonesia (Persero) should be able to design appropriate promotional strategies that consumers want to use the services of weselpo products.*

*The purpose of this study was to analyze the implementation of the promotion mix at product weselpo PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta. It turns weselpo products include only the two variables promotional mix includes advertising and sales promotion. Media promotion through advertising, among others, 1) print media, 2) brochure, 3) poster, 4) televisions, and 5) the Internet. While the sales promotion includes 1) prize and 2) promo. The results turned out to not meet the theory promotional mix consisting of: 1) advertising, 2) sales promotion, 3) public relations, 4) personal selling and 5) direct marketing.*

*Advice can be given to PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta company should be able to conduct more vigorous again, using a media campaign that is especially the electronic media, as well as personal selling activities in the area of Surakarta.*

*Keywords:* ***promotional mix***

## **HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Laporan Tugas Akhir dengan Judul :

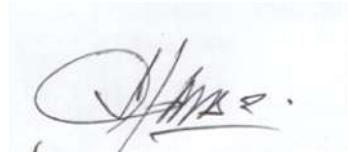
### **PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Surakarta)**

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan guna mencapai derajat Ahli Madya Program Studi III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Juni 2015

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



Drs. Suseno, M.M.

NIP. 195005101986031001

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Tugas akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran

Nama : Rizki Nurwahyu Widodo

NIM : F3212061

Judul Tugas Akhir :

## **PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK**

### **WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia**

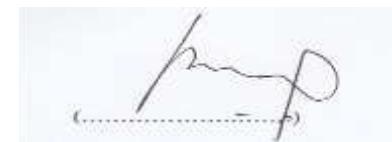
**Surakarta)**

Surakarta, Juni 2015

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Drs. Heru Purnomo M.M

NIP. 195701221986031003



Penguji

2. Drs. Suseno, M.M.

NIP. 195005101986031001



Pembimbing

## **SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret :

Nama : RIZKI NURWAHYU WIDODO  
NIM. : F3212061  
Program Studi : D III MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Tugas akhir : PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK  
WESELPOS (Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero)  
Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir Yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijasah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



## MOTTO

*Jalan yang sama sekali tak menyodorkan hambatan boleh jadi tak akan pernah membawa Anda ke mana pun. Maka, nikmatilah dan hadapilah setiap hambatan dalam hidup.*

(Unknown)

*Failing doesn't give you a reason to give up as long as you believe*

(Uzumaki Naruto)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

***Karya ini saya persembahkan untuk:***

1. Orang tua, Bapak Marnoto dan Ibu Sri Parwananingsih
2. Keluarga besar
3. Sahabat – sahabat saya
4. Wanita di luar sana yang kelak menjadi teman hidup  
saya
5. Universitas Sebelas Maret
6. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
7. Pembaca karya saya

## **KATA PENGANTAR**

Assalaamu' alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah hirobil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul “PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Surakarta)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini :

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitru, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Drs. Mohammad Amien Gunadi M.P. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran pada Program Diploma III FEB UNS.
3. Drs. Suseno, M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan segenap hati memberikan bimbingan, pengarahan, dukungan, motivasi serta meluangkan waktu untuk menerima konsultasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Pram Suryanadi, S.E, M.Si selaku Pembimbing Akademik.

5. Bapak Eddy Susanto selaku manajer bagian SDM PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta yang telah berkenan memberikan kesempatan ke pada penulis untuk melakukan magang kerja dan penelitian.
6. Bapak Marnoto dan Ibu Sri Parwananingsih, orang tua tercinta dan tersayang yang selalu memberikan dukungan moral serta moril.
7. Bagos, Bhaissar, Bernat, Gagah, Yusuf, Ammanda, Agung, Restu dan sahabat lainnya yang tidak disebutkan satu per satu.
8. Teman – teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2012.
9. Teman-teman Kos Amanah.
10. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis dalam pengembangan serta pengetahuan yang dimiliki. Semoga Tugas Akhir ini berguna untuk menambah pengetahuan bagi semua pihak khususnya penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa memberi pertolongan dan berkah yang berlimpah atas bimbingan dan bantuan semua pihak yang membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Surakarta, Juni 2015

Penulis

Rizki Nurwahyu Widodo

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Metode Penelitian.....	4
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	 7
A. Landasan Teori .....	7
1. Pengertian Promosi .....	7

2. Pengertian Bauran Promosi.....	7
<b>B. Metodologi Penelitian .....</b>	<b>14</b>
1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	14
2. Jenis dan Sumber Data.....	14
3. Sumber Data.....	14
4. Teknik dan Alat Pengumpulan.....	14
5. Analisis Data .....	15
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>16</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	16
B. Laporan Magang Kerja .....	30
C. Pembahasan.....	35
1. Periklanan.....	37
2. Promosi Penjualan.....	41
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>43</b>
A. Kesimpulan .....	43
B. Saran.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
III.1 Kegiatan Magang Bagian Pelayanan .....	33
III.2 Kegiatan Magang Bagian Pemasaran.....	34
III.3 Kegiatan Magang Bagian Antaran .....	35
III.4 Daftar Tarif Weselpo Domestik .....	36
III.5 Daftar Tarif Weselpo Internasional .....	37

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
III.1 Logo PT. Pos Indonesia (Persero).....	25
III.2 Struktur Organisasi PT. Pos Indoensia (Persero).....	27
III.3 Brosur Weselpo Instan.....	38
III.4 Poster Weselpo Instan .....	29
III.5 Cuplikan Iklan Weselpo .....	40
III.6 Launching Acara Luber Hadiah 2014 .....	42