

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA PT. NASMOCO  
BENGAWAN MOTOR SOLO BARU  
DI SUKOHARJO**



**Tugas akhir**

**Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat mencapai sebutan Ahli Madya  
Dibidang Manajemen Pemasaran**

**Oleh :**

**Ni Putu Kharisma Ayu Hapsari**

**F3210058**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2013**

## PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR SOLO BARU DI SUKOHARJO

### ABSTRAK

NI PUTU KHARISMA AYU HAPSARI  
F3210058

Sedang dilakukan penelitian tentang Perkembangan dunia bisnis dalam mencari dan mempertahankan konsumen yang ada serta mempertahankan produknya dengan menonjolkan keunggulan produk yang mereka punya. Persaingan juga dialami oleh perusahaan otomotif PT. Nasmoco Bengawan Motor Surakarta.

Bauran promosi merupakan sarana untuk mengkomunikasikan tujuan perusahaan dengan arah yang hendak ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut kepada para pihak yang mempunyai keputusan terhadap perusahaan. Maka jelas bahwa bauran promosi merupakan poin yang sangat penting untuk diterapkan oleh perusahaan jasa maupun non jasa agar tetap dapat bersaing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dari bauran promosi yang diterapkan pada PT. Nasmoco Bengawan Motor Solo Baru di Sukoharjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus pada obyek penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Nasmoco Bengawan Motor Solo Baru adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, pemasaran langsung, dan publisitas.

Kata kunci : promosi, bauran promosi

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul :

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA PT. NASMOCO BENGAWAN  
MOTOR SOLO BARU DI SUKOHARJO**

Surakarta, Juni 2013

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



**Drs. HERU PURNOMO, MM**

**NIP. 195701221986031003**

*commit to user*

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul :

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR  
SOLO BARU DI SUKOHARJO**

Telah Disahkan Oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Diploma Tiga Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Juni 2013

Tim Penguji Tugas Akhir

**Drs. Djoko Purwanto, MBA**

**NIP. 19590116 198503 1 004**

**Drs. HERU PURNOMO, MM**

**NIP. 19570122 198603 1 003**



Penguji



Pembimbing

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi, atas limpahan karunia dan anugerahNya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis mengambil judul :

*“PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR SOLO BARU DI SUKOHARJO”.*

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada program Diploma 3 Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan, hal ini disebabkan adanya keterbatasan dan kemampuan pada diri penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan laporan tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis tidak lepas dari keterlibatan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penyusunan tugas akhir ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Wisnu Untoro, Ms selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

*commit to user*

2. Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Heru Purnomo selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah berkenan membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Hendra Tjandrawan selaku kepala personalia PT. Nasmoco Sbangawan Motor Solo Baru dan Bapak Heru Dwijo serta Bapak Dono yang selalu mendampingi penulis dan berkenan memberikan informasi dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai koreksi Tugas Akhir. Harapan Penulis semoga Laporan Praktek kerja Lapangan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan Penulis pada khususnya.

Surakarta, Juni 2013

Penulis

**Ni Putu Kharisma**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Metode Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Pengertian Promosi .....	6
B. Bauran Promosi .....	7
1. Periklanan .....	9
2. Promosi Penjualan .....	10
3. Penjualan Perseorangan.....	12
4. Hubungan Masyarakat.....	13



5. Pemasaran Langsung .....	14
C. Tujuan Promosi .....	15
1. Modifikasi Tingkah Laku .....	15
2. Memberi Tahu .....	16
3. Membujuk .....	16
D. Kerangka Pemikiran .....	17
BAB III PEMBAHASAN .....	19
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	19
1. Sejarah .....	19
2. Struktur Organisasi .....	22
3. Kegiatan Perusahaan .....	29
B. Laporan Magang Kerja .....	31
C. Pembahasan Masalah .....	34
a. Periklanan .....	34
b. Promosi Penjualan .....	42
c. Penjualan Perseorangan .....	45
d. Pemasaran Langsung .....	47
e. Hubungan Masyarakat .....	47
BAB IV PENUTUP .....	51
A. KESIMPULAN .....	51
B. SARAN .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN	

*commit to user*



## DAFTAR GAMBAR

Gambar III. 1 Surat Kabar .....	34
Gambar III. 2 Brosur .....	35
Gambar III. 3 Poster .....	36
Gambar III. 4 Katalog .....	37
Gambar III. 5 Neon Box .....	40
Gambar III. 6 Potongan Harga (Diskon) .....	41
Gambar III. 7 Pameran .....	43
Gambar III. 8 Penjualan Unit Yang Dilakukan Oleh Sales .....	45
Gambar III. 9 Presentasi .....	47
Gambar III. 10 Event .....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Pelaksanaan Kegiatan Magang di PT. Nasmoco

Bengawan Motor Solo Baru .....	31
--------------------------------	----



## DAFTAR BAGAN

Bagan II. 1 Kerangka Pemikiran .....	17
Bagan III. 1 Struktur Organisasi .....	23



## PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR SOLO BARU DI SUKOHARJO

### ABSTRAK

NI PUTU KHARISMA AYU HAPSARI  
F3210058

Sedang dilakukan penelitian tentang Perkembangan dunia bisnis dalam mencari dan mempertahankan konsumen yang ada serta mempertahankan produknya dengan menonjolkan keunggulan produk yang mereka punya. Persaingan juga dialami oleh perusahaan otomotif PT. Nasmoco Bengawan Motor Surakarta.

Bauran promosi merupakan sarana untuk mengkomunikasikan tujuan perusahaan dengan arah yang hendak ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut kepada para pihak yang mempunyai keputusan terhadap perusahaan. Maka jelas bahwa bauran promosi merupakan poin yang sangat penting untuk diterapkan oleh perusahaan jasa maupun non jasa agar tetap dapat bersaing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dari bauran promosi yang diterapkan pada PT. Nasmoco Bengawan Motor Solo Baru di Sukoharjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus pada obyek penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Nasmoco Bengawan Motor Solo Baru adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, pemasaran langsung, dan publisitas.

Kata kunci : promosi, bauran promosi