

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PADA BANK JATENG
CABANG GEMOLONG SRAGEN**



Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar
Ahli Madya di Bidang Manajemen Pemasaran

Oleh :

Uud Harinda Putri

F3209106

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2013
commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul :

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PADA BANK JATENG
CABANG GEMOLONG SRAGEN**

Surakarta, Februari 2013

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Pram Suryanadi, S.E., M.Si.
NIP. 320800001

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul :

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PADA BANK JATENG
CABANG GEMOLONG SRAGEN**

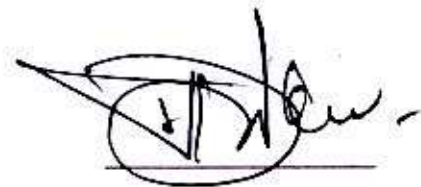
Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 22 Juni 2013

Tim Penguji Tugas Akhir

Drs. DjokoPurwanto, M.B.A

NIP. 0016015904



Pram Suryanadi, S.E., M.Si

NIP. 320800001



commit to user

MOTTO

“ Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar ”

(Al-Baqarah: 153)

“ Ketika waktu pagi tiba, jangan menunggu sampai sore. Hiduplah dalam batasan hari ini. Kerahkan seluruh semangat yang ada untuk menjadi lebih baik dihari ini “

(Aidh Al-Qarni)

“ Penyesalan adalah suatu kesia-siaan dalam kehidupan, lebih baik renungi dan perbaiki, niscaya akan ada jalan yang terbaik untuk hidup ini. “

(Penulis)

commit to user

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

- ❖ Ibu dan Bapak tercinta yang dengan tulus ikhlas memberikan dukungan moral maupun material kepadaku serta kasih sayang yang tidak dapat tergantikan
- ❖ Adikku tersayang Risna, yang selalu memberi semangat dan perhatiannya disaat suasana rumah benar-benar kacau
- ❖ Seseorang yang selalu memberikan semangatnya untukku
- ❖ Teman-teman Manajemen Pemasaran 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret yang sangata kusayangi
- ❖ Almamaterku tercinta, Universitas Sebelas Maret

commit to user

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Ridho dan Hidayah-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan Judul **Penerapan Strategi Promosi Pada Bank Jateng Cabang Gemolong Sragen** ini dapat diselesaikan dengan baik.

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.

Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan laporan Tugas Akhir ini:

1. Bapak Dr. Wisnu Untoro, M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Drs. Djoko Purwanto, M.B.A selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran pada Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi UNS.
3. Bapak Pram Suryanadi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Bapak Drs. Djoko Purwanto, M.B.A selaku Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan dukungan lahir dan batin.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret yang telah membekali ilmu pengetahuan.
6. Orang-orang yang sangat *osaya* sayangi, Bapak dan Ibu, yang telah

memberikan semangat dan dorongan baik material maupun spiritual yang selalu mendukung langkah penulis hingga terselesainya Tugas Akhir ini.

7. Bapak Djoko Sunitho selaku Kepala Cabang Bank Jateng Cabang Gemolong terdahulu, yang telah memberikan ijin, bantuan, dan pengaruh kepada penulis dalam melaksanakan penelitian untuk Tugas Akhir ini.
8. Seluruh staf dan karyawan Bank Jateng Cabang Gemolong yang telah memberikan bantuan dan kemudahan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan penulis.
9. Dan semua pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 10 Juni 2013

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
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	
A. Pengertian Pemasaran	7
B. Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
C. Pengertian Promosi	8

commit to user

D.	Promotion Mix	11
E.	Faktor-Faktor Promotion Mix	16
F.	Kerangka Pemikiran.....	19

BAB III PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Perusahaan	20
1.	Sejarah Berdirinya Perusahaan	20
2.	Tujuan Berdirinya Perusahaan	23
3.	Visi dan Misi Perusahaan	24
4.	Struktur Organisasi Perusahaan	25
5.	Deskripsi Jabatan	26
6.	Produk	30
B.	Laporan Magang Kerja	31
C.	Pembahasan.....	36

BAB IV PENUTUP

A.	KESIMPULAN	41
B.	SARAN	41

DAFTAR PUSTAKA	44
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Pemikiran.....	19
3.1	Struktur Organisasi	23



commit to user

DAFTAR LAMPIRAN

Logo Bank Jateng cabang Gemolong Sragen	46
Contoh Brosur Bank Jateng Cabang Gemolong	47
Contoh Produk Tabungan Bank Jateng Cabang Gemolong	48
Nilai Magang Kerja.....	50
Surat Pernyataan.....	51



ABSTRAK**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PADA BANK JATENG
CABANG GEMOLONG SRAGEN****Uud Harinda Putri****F3209106**

Penelitian ini dilakukan di Bank Jateng cabang Gemolong Sragen yang bertempat di Jalan Sukowati No.8 Gemolong. Sragen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan oleh Bank Jateng cabang Gemolong Sragen untuk upaya apa saja untuk memaksimalkan strategi tersebut.

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah wawancara, studi pustaka dan observasi. Sedangkan data yang dipakai adalah data primer dan sekunder. Teknik pembahasan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu menggambarkan keadaan beserta data-data sebenarnya yang ada di lapangan dan mengolah serta menjelaskan data tersebut sehingga data itu menjadi informasi yang mudah dipahami.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa Bank Jateng cabang Gemolong Sragen menggunakan strategi promosi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas yang bertujuan untuk menarik nasabah agar mau menggunakan produk dan layanan dari Bank Jateng cabang Gemolong Sragen.

Kata kunci : Promosi, Periklanan, *Personal Selling*, Promosi Penjualan, Publisitas

ABSTRACT**IMPLEMENTATION OF PROMOTION STRATEGY ON BANK JATENG
BRANCH OF GEMOLONG SRAGEN****Uud Harinda Putri****F3209106**

This study conducted in Bank Jateng Branch of Gemolong Sragen located in 8th Sukowati Street Gemolong, Sragen. The purposes of this study were to determine the promotion strategy used by Bank Jateng Branch of Gemolong Sragen and to determine the attempt to maximize the strategy.

The methods used in this research were interviews, literature study, and observation. While the data used is primary and secondary data. The discussion technique in this study used descriptive analysis method, which describes state along with the actual data in the field, process, and explain so the data become information that is easily understood.

From the research that has been done can be concluded that the Bank Jateng Branch of Gemolong Sragen use promotional strategies includes of advertising, personal selling, sales promotion, and publicity that aimed to attract customers to use the products and services of Bank Jateng branch of Gemolong Sragen.

Keywords: Promotion, Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity