

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENGHADAPI PANDEMI
GLOBAL *CORONA VIRUS DISEASE* (COVID-19) PADA PT. PENERBIT
ERLANGGA SURAKARTA**



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Sebutan Ahli Madya
Manajemen Bisnis**

Oleh:

SYARIFAH ASYAUL BAITY

NIM F3517047

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS

SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS SEBELAS MARET

2020

ABSTRAK**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENGHADAPI PANDEMI
GLOBAL *CORONA VIRUS DISEASE* (COVID-19) PADA PT. PENERBIT
ERLANGGA SURAKARTA****SYARIFAH ASYAUL BAITY****F3517047**

Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena dampak dari adanya pandemi global *corona virus disease* (COVID-19), sehingga pemerintah menetapkan kebijakan *physical distancing*. Persaingan bisnis merupakan hal yang umumnya terjadi pada dunia bisnis. Namun, dengan mewabahnya COVID-19 di Indonesia menyebabkan semakin kuatnya usaha perusahaan untuk mempertahankan perusahaannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel bauran promosi yang diterapkan pada PT. Penerbit Erlangga Surakarta dalam menghadapi pandemi global COVID-19. PT. Penerbit Erlangga merupakan cabang dari perusahaan penerbitan yang kegiatan utamanya adalah pemasaran produk. Metode penelitian yang diterapkan menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara kepada pihak terkait, observasi langsung di lapangan, serta studi pustaka. Data yang diperoleh kemudian dianalisa secara deskriptif, yaitu metode pembahasan yang digunakan untuk mendapatkan gambaran seluruh gambaran obyek yang diteliti dan dengan pengamatan seluruh aspek yang ada di PT. Penerbit Erlangga Surakarta.

Dari hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan variable bauran promosi yang diterapkan pada PT. Penerbit Erlangga Surakarta adalah periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung.

Berdasarkan hasil dari penelitian, peneliti memberikan saran untuk ada baiknya untuk mengembangkan *platform mobile* berupa aplikasi yang digunakan untuk transaksi *online*, menambah media periklanan berupa media luar ruang yang bersifat analog maupun digital. Selain itu, ada baiknya perusahaan memberikan bonus pulsa sebagai promosi penjualan.

Kata kunci: bauran promosi, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan langsung

ABSTRACT***APPLICATION OF PROMOTION MIX IN DEALING WITH THE GLOBAL
PANDEMIC CORONA VIRUS DISEASE (COVID-19) IN PT. PENERBIT
ERLANGGA SURAKARTA*****SYARIFAH ASYAUL BAITY****F3517047**

Indonesia became one of the countries affected by the global pandemic, corona virus disease (COVID-19), so the government established a physical distancing policy. Business competition is a common thing in the business world. However, the outbreak of COVID-19 in Indonesia led to the strength of the company's efforts to maintain the company.

The purpose of this study was to determine the promotion mix variable applied at PT. Penerbit Erlangga Surakarta. PT. Penerbit Erlangga Surakarta is a branch of a publishing company whose main activity is marketing. The research method applied uses data collection techniques with interviews with related parties, direct observation in the field, and literature study. The data obtained were then analyzed descriptively, which is the discussion method used to get a picture of the whole picture of the object under study and by observation all aspects in PT. Penerbit Erlangga Surakarta.

From the results of the study it can be concluded that the promotion mix variable applied to PT. Penerbit Erlangga Surakarta are advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct selling.

Based on the results of the study, researchers provide suggestions for developing a mobile platform that provides applications used for online transactions, adding advertising media such as outdoor advertising. In addition, company can provide bonus credit as a sales promotion.

Keywords: *promotional mix, advertising, personal selling, sales promotion, public relation, direct marketing*

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul:

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENGHADAPI PANDEMI
GLOBAL *CORONA VIRUS DISEASE* (COVID-19) PADA PT. PENERBIT
ERLANGGA SURAKARTA**



Surakarta,

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Drs. Djoko Purwanto M.BA

NIP. 195901161985031004

HALAMAN PENGESAHAN**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENGHADAPI PANDEMI
GLOBAL CORONA VIRUS DISEASE (COVID-19) PADA PT. PENERBIT
ERLANGGA SURAKARTA**

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis

Sekolah Vokasi

Universitas Sebelas Maret

Pada Hari : Senin

Tanggal : 27 Juli 2020

Disusun Oleh:

SYARIFAH ASYAUL BAITY

F3517047

Panitia Ujian Tugas Akhir

Nama

Tanda Tangan

1. Penguji 1

Adnan Effendi, SE, M.Sc
NIP. 1984013120170201



2. Penguji 2

Drs. Djoko Purwanto M.BA
NIP. 195901161985031004



Mengetahui,

Direktur
Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.
NIP. 196909241994021001

Kepala Program Studi
D3 Manajemen Bisnis



Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si
NIP. 19740112200012200

HALAMAN MOTTO

“I choose to collect memories instead of things” – Elena Lenon

“Do good and good will come to you” – Unknown

“Belajar hidup minimalis di tengah orang-orang yang hidupnya maksimalis” –

Adjie Santosoputro



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk:

Bapak dan Ibu tercinta;

Kakakku Bahtiar tersayang;

Dimas Restu yang selalu ada memberikan dukungan dan semangat;

Diamita Prima Reksa Putri yang selalu membantu *self healing*;

Keluarga Program Studi D3 Manajemen Bisnis 2017;

Almamater kebanggan Universitas Sebelas Maret



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas kehendak serta rahmat dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENGHADAPI PANDEMI GLOBAL CORONA VIRUS DISEASE (COVID-19) PADA PT. PENERBIT ERLANGGA SURAKARTA”** dengan baik. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi syarat untuk gelar Ahli Madya Manajemen Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret.

Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini tentu menemui banyak kendala, hambatan, dan tantangan yang semua dapat dilalui penulis dengan dukungan-dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Drs. Santoso Tri Hananto, M.Si., Ak selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret.
2. Ibu Yeni Fajariyanti S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Diploma 3 (D3) Manajemen Bisnis.
3. Bapak Adnan Effendi S.E., M.Sc. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa studi penulis dan telah menjadi dosen terbaik selama perkuliahan.
4. Bapak Drs. Djoko Purwanto M.BA selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberi nasihat, arah, dan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang sangat berharga selama masa studi penulis.

6. Ibu Mery Kurnia selaku pembimbing selama magang kerja yang telah memberi ilmu selama magang.
7. PT. Penerbit Erlangga Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk belajar.
8. Seluruh teman-teman Manajemen Bisnis 2017 yang telah kebersamai melalui masa studi dengan penuh semangat dan tanggung jawab.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap segala kekurangan dalam penelitian ini dapat dianggap sebagai bagian dari proses pengamatan ilmiah.

Surakarta, Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	4
D. MANFAAT PENELITIAN.....	5
E. METODE PENELITIAN.....	5
F. SISTEMATIKA PENELITIAN.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. PEMASARAN	8
B. BAURAN PEMASARAN (<i>MARKETING MIX</i>).....	9
C. PROMOSI.....	12
D. BAURAN PROMOSI (<i>PROMOTION MIX</i>)	16
E. KERANGKA PEMIKIRAN	25
BAB III PEMBAHASAN	26
A. GAMBARAN UMUM.....	26
B. LAPORAN MAGANG	36
C. PEMBAHASAN MASALAH	37
BAB IV PENUTUP	45

A. KESIMPULAN	45
B. SARAN	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Data Sales PT. Penerbit Erlangga Surakarta.....	40
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Logo Penerbit Erlangga.....	27
Gambar III.2 Logo Esis.....	27
Gambar III.3 Logo Erlangga for Kids.....	28
Gambar III.4 Logo Esensi.....	28
Gambar III.5 Logo Emir	28
Gambar III.6 Logo Erlangga Online	29
Gambar III.7 Struktur Organisasi.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Monitoring Magang Kerja

Lampiran 2. Penilaian Magang Kerja

Lampiran 3. Dokumentasi Magang Kerja

