



## RINGKASAN

EKA BUDIANTI. Kegiatan Promosi Pemasaran di PT. Sun Star Motor Surabaya. *Marketing Promotion Activities at PT. Sun Star Motor Surabaya*. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI

Persaingan yang terjadi antara perusahaan satu dengan yang lainnya semakin ketat untuk menarik minat para konsumen dalam membeli produk mereka. Berbagai macam taktik atau cara promosipun dilakukan perusahaan untuk membentuk *image* baik perusahaan dimata masyarakat, untuk mempersuasi masyarakat supaya menggunakan produk-produk dari perusahaan mereka ataupun jasa yang diberikan. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan digerakkan oleh empat elemen dasar yang lebih dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran promosi (*promotion mix*) dikenal mempunyai empat Teknik promosi untuk melakukan pemasaran yaitu iklan, personal selling, publikasi, dan *exhibition*.

Tujuan Laporan Akhir ini adalah bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi pemasaran di PT. SUN STAR MOTOR di Surabaya dalam menarik klien dan meningkatkan kepuasan klien. Pengumpulan data untuk penulisan Laporan Akhir ini dilakukan di PT. SUN STAR MOTOR Surabaya yang beralamat di Jalan Ngagel No. 83-85, Krombe, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Waktu pengumpulan data dilakukan selama 40 hari terhitung dari tanggal 17 Juni 2019 sampai dengan 01 Agustus 2019. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Proses komunikasi pemasaran diwujudkan dengan aktivitas komunikasi pemasaran yang berisi unsur-unsur komunikasi untuk mencapai pemahaman produk dan jasa perusahaan yang ditawarkan kepada klien/konsumen dan mengetahui promosi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu orang-orang yang berada di divisi promosi di PT. SUN STAR MOTOR harus memiliki kemampuan yang baik dalam proses komunikasi pemasaran sehingga bisa menyelesaikan permasalahan yang terjadi antara klien dengan perusahaan.

Kendala dan hambatan yang ditemui divisi promosi PT. SUN STAR MOTOR di Surabaya dibagi menjadi dua yaitu hambatan teknis dan hambatan non teknis. Dengan menggunakan analisis S.W.O.T (*strong, weakness, opportunity, threat*) hambatan lebih mudah untuk diperbaiki dan menyusun strategi promosi ke depan agar hambatan tersebut tidak ada lagi.

Kata-kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Promosi, PT. Sun Star Motor Surabaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang menggunakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies