

# **STRATEGI BAURAN PROMOSI PT. TARU MARTANI**

Laporan Tugas Akhir

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Ahli Madya Diploma 3

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh

Dian Andriyani

2116035

Kepada

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

## **Lembar Persetujuan**

STRATEGI BAURAN PROMOSI PT. TARU MARTANI

Laporan Tugas Akhir  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Ahli Madya Diploma 3  
Program Studi Manajemen

yang diajukan oleh

Dian Andriyani

2116035

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dra. Retno Hartati, M. B. A

Tanggal: 22-01-2024

## **Kata Pengantar**

Assalamualaium Wr. Wb

Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan laporan magang dengan judul “Strategi Bauran Promosi PT. Taru Martani”. Penulisan Tugas Akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Ahli Madya Manajemen.

Dalam penulisan laporan magang ini banyak pihak yang telah membantu, membimbing, dan mendukung dalam proses penyelesaian penulisan laporan magang. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kemudahan, kekuatan, dan kelancaran serta memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya Bapak Suyatno dan Ibu Suyati yang telah memberikan doa maupun dukungan dari awal kuliah sampai penyusunan tugas akhir ini.
3. Dra. Retno Hartati, M. B. A sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran serta mengarahkan dalam penulisan laporan tugas akhir hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

5. Slamet, S.E. selaku pengarah magang di PT. Taru Martani, serta semua karyawan dan karyawan PT. Taru Martani yang sudah berkenan membimbing dan memberikan pengarahannya selama saya magang di PT. Taru Martani.
6. Untuk teman-teman saya yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi selama proses penyelesaian laporan tugas akhir ini.
7. Untuk keluarga saya yang telah memberikan semangat, dukungan, saran, dan motivasi selama saya magang dan menyelesaikan penulisan laporan magang ini.
8. Terakhir, saya ucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang mampu bertahan dan berjuang sejauh ini. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta mampu menikmati setiap proses dalam penyelesaian tugas akhir ini.

## MOTTO

“ Semakin kamu ikhlas, maka kamu akan semakin tenang, belajarlh untuk berlapang dada karena tidak semua yang kita inginkan itu terbaik menurut Allah. Sesulit apapun keadaanmu, ajarilah hatimu agar selalu bisa menerima semua keadaan tanpa membenci. ”

- Ali bin Abi Thalib -

“ Ingatlah impianmu dan perjuangkan untuk itu. Kamu harus tahu apa yang kamu inginkan dari kehidupan. Hanya ada satu hal yang membuat impianmu menjadi mustahil yaitu ketakutan akan kegagalan. ”

- Paulo Coelho -

## DAFTAR ISI

Judul .....	1
Lembar Persetujuan.....	i
Kata Pengantar .....	ii
MOTTO .....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Pemasaran .....	5
B. <i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	6
1. <i>Segmenting</i> .....	6
2. <i>Targeting</i> .....	7
3. <i>Positioning</i> .....	8
C. Bauran Pemasaran.....	8
D. Pengertian Promosi .....	10
E. Bauran Promosi.....	10
1. Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	11
2. Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) .....	12
3. Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ).....	12
4. Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	13

5. Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) .....	14
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK MAGANG.....	15
1. Sejarah Perusahaan.....	15
2. Logo Perusahaan .....	17
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	17
a. Visi PT. Taru Martani. ....	17
b. Misi PT. Taru Martani.....	18
4. Struktur Organisasi. ....	18
5. Produk yang Ditawarkan.....	20
6. Wilayah pemasaran .....	20
7. Personalia PT. Taru Martani .....	21
8. Pelaksanaan Praktik Magang. ....	21
BAB IV PEMBAHASAN.....	26
1. <i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	26
2. Bauran Promosi yang digunakan oleh PT. Taru Martani.....	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
A. Kesimpulan .....	37
B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA .....	40

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Personalia PT. Taru Martani .....	21
Tabel 2 Kegiatan Magang .....	22



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan .....	17
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT. Taru Martani.....	18
Gambar 3. 3 Peta Distribusi PT. Taru Martani .....	20
Gambar 4. 1 Website.....	29
Gambar 4. 2 Instagram dan Tik Tok .....	29
Gambar 4. 3 Spanduk.....	30
Gambar 4. 4 Tester/Sampel TIS.....	33
Gambar 4. 5 Spanduk untuk UMKM.....	36