

## ABSTRAKSI

Judul : PELAKSANAAN STRATEGI PROMOSI PADA HARIAN UMUM SUARA MERDEKA SEMARANG  
Nama : Ratih Widi Setyowati  
N I M : D0G007023  
Program Study : D 3 Pemasaran

---

PT. Suara Merdeka Press Semarang merupakan salah satu perusahaan yang terkait dengan penerbitan dan periklanan. Dalam usaha meningkatkan penjualan, perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran secara tepat agar produk-produk dari PT. Suara Merdeka Press Semarang lebih dikenal dan dinikmati oleh seluruh masyarakat. Oleh karena itu untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan maka perusahaan harus menyusun langkah-langkah melakukan strategi promosi guna meningkatkan penjualan, yaitu melalui *periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan serta hambatan-hambatan yang dihadapi dan cara mengatasinya dalam kegiatan promosi yang dilakukan PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam menerapkan kebijakan strategi promosi. Tipe penulisan Tugas Akhir ini bersifat deskriptif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam observasi merupakan pengamatan terhadap aktivitas yang dilakukan untuk karyawan Suara Merdeka dalam melaksanakan kegiatan promosi. Wawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden. Dalam hal ini dilakukan tanya jawab secara langsung pada pihak perusahaan yaitu kepada Pimpinan PT. Suara Merdeka Press Semarang yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Sedangkan untuk studi pustaka, dilakukan untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam melakukan strategi promosi menggunakan strategi yang menarik karena pada strategi ini perusahaan menciptakan permintaan konsumen yang dilakukan secara langsung melalui pembelian. Banyak faktor yang dilakukan oleh PT. Suara Merdeka Press Semarang dalam menerapkan strategi promosi, salah satunya adalah melalui kebijakan *promotional mix*, antara lain melalui *periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas*. Sedangkan hambatan atau kendala yang terjadi pada perusahaan, antara lain pesaing, tata letak pemasangan iklan, harga pemasangan iklan, konsumen sudah berlangganan koran lain, serta hambatan dengan pihak sponsor lain. Sedangkan cara untuk mengatasi hambatan tersebut dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan servis kepada pelanggan, meningkatkan promosi, memperbaiki atau mengembangkan tampilan produk dengan melakukan diversifikasi produk.

Berdasarkan analisa penulis, kesimpulan yang bisa diambil perusahaan dapat meningkatkan penjualan terhadap jumlah produk yang dihasilkan, dengan cara memperluas saluran promosi melalui kegiatan *periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas*. Maka diharapkan perusahaan dapat mempertahankan posisi di pasar surat kabar di Semarang. Dengan demikian pelanggan akan selalu membeli surat kabar yang dihasilkan PT. Suara Merdeka Press Semarang.

Semarang, 12 Mei 2010  
Telah disetujui oleh

Sari Listyorini, S.Sos M.AB  
NIP. 19780605.200312.2003