



**IMPLEMENTASI PROGRAM SALES PROMOTIONS PT. BANK
RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk KANTOR CABANG JAKARTA
TANJUNG PRIOK DALAM MEMPROMOSIKAN TABUNGAN
SIMPEDES BRI TAHUN 2014**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

OSVALDO VALKAO PLATINI BORORING
44309120036

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

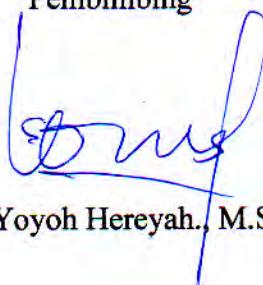
Judul : **IMPLEMENTASI PROGRAM SALES PROMOTIONS
PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK.,
KANTOR CABANG JAKARTA TANJUNG PRIOK
DALAM MEMPROMOSIKAN TABUNGAN
SIMPEDES BRI TAHUN 2014**

Nama : Osvaldo Valkao Platini Bororing
NIM : 44309120036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Januari 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Yoyoh Herayah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PROGRAM SALES PROMOTIONS
PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK.,
KANTOR CABANG JAKARTA TANJUNG PRIOK
DALAM MEMPROMOSIKAN TABUNGAN
SIMPEDES BRI TAHUN 2014**

Nama : Osvaldo Valkao Platini Bororing

NIM : 44309120036

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

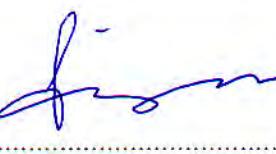
Jakarta, Januari 2015

Ketua Sidang,
A. Rahman., M.Si



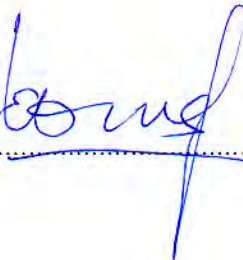
(.....)

Pengaji Ahli,
Berliani Ardha., M.Si



(.....)

Pembimbing,
Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PROGRAM SALES PROMOTIONS
PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK.,
KANTOR CABANG JAKARTA TANJUNG PRIOK
DALAM MEMPROMOSIKAN TABUNGAN
SIMPEDES BRI TAHUN 2014**

Nama : Osvaldo Valkao Platini Bororing
NIM : 44309120036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Januari 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

**Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing
Communications**

(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Implementasi Program Sales Promotions PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jakarta Tanjung Priok Dalam Mempromosikan Tabungan Simpedes BRI Tahun 2014**”.

Tujuan penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan bagi penulis sendiri merupakan kemampuan dalam memadukan pengetahuan dan keterampilan dan bertujuan untuk pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya. Penulis meneliti tentang bagaimana implementasi program *sales promotions* dalam mempromosikan tabungan Simpedes BRI. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini oleh karena begitu besar potensi *sales promotions* yang apabila ditatakerjakan denganbaik, baik dari segi perencanaan program dan implementasinya sehingga memperoleh hasil maksimal bagi perusahaan. Hasilnya dapat dirasakan manfaatnya bagi pemasar sendiri dan juga bagi pelanggan. Faktor-faktor berkembangnya kegiatan promosi penjualan memberikan gambaran tentang pentingnya pelaksanaan program promosi yang diintegrasikan lewat metode komunikasi pemasaran terpadu.

Selama menjalani proses penulisan, tentunya peneliti tidak lepas dari kendala dan hambatan. Namun berkat bantuan berbagai pihak, menjadikan peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak

akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si selaku Ketua Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan sebagai pembimbing skripsi bagi penulis yang selalu memberikan masukan dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid., M.Si selaku dosen pengajar yang membimbing penulis dalam pelaksanaan penulisan riset ilmiah untuk matakuliah riset periklanan sampai pada penyusunan proposal penelitian.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Samsudin selaku bagian Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang membantu penulis dalam proses melengkapi persyaratan sidang skripsi dan penyelesaian skripsi.
5. Bapak Sujarwo selaku Asisten Manajer Bisnis Mikro di Bank BRI Cabang Jakarta Tanjung Priok yang telah memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan dan telah bersedia menjadi salahsatu narasumber bagi pencarian informasi yang diperlukan untuk penelitian ini.
6. Bapak Momon Suharto selaku Kepala Unit Bank BRI yang telah bersedia diwawancara guna mendapatkan informasi untuk penulisan skripsi.
7. Bapak Dhani selaku *Sales Person* Bisnis Mikro yang telah bersedia diwawancara guna mendapatkan informasi untuk penulisan skripsi.

8. Bapak Amirullah selaku *Customer Service* Bank BRI yang telah bersedia diwawancara guna mendapatkan informasi untuk penulisan skripsi.
9. Ibu Sri Murniati salah satu nasabah bank BRI yang telah bersedia diwawancara guna mendapatkan informasi untuk penulisan skripsi.
10. Ibu Nurhayati salah satu nasabah bank BRI yang telah bersedia diwawancara guna mendapatkan informasi untuk penulisan skripsi.
11. Ibu saya tercinta, Frieda Meiske Somba, dan adik Aditio Bororing dan mertua bapak Pdt. Royke Rumagit dan Ibu Tjahyani Rumagit yang selalu mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi.
12. Istri saya tercinta Rendy Charlotte Rumagit yang selalu member masukan dan dorongan demi terselesaiannya skripsi ini.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Karya ilmiah yang penulis susun lewat penulisan skripsi ini kiranya membawa manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi dan komunikasi pemasaran dengan strategi promosi khususnya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis, para akademis lainnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 11 Januari 2014

Penulis

Osvaldo Valkao Platini Bororing

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar isi	ix
Daftar tabel	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Identifikasi Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
A. Manfaat teoritis/akademis	9
B. Manfaat praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran.....	10
A. <i>Market</i>	10
B. Pemasaran	11
C. Fungsi Pemasaran	13
2.2. Pemasaran Jasa	14
2.3. Pemasaran Relasional.....	15
2.4. Bauran Pemasaran	17
2.5. Bauran Pemasaran Jasa	18
2.6. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	19
2.7. Promosi.....	22
2.7.1. Manfaat Promosi	23
2.7.2. Tujuan Promosi	23
2.7.3. Bauran Promosi	26
2.8. Promosi Penjualan (<i>sales promotions</i>)	27
2.8.1. Alasan berkembangnya promosi penjualan.....	28
2.8.2. Tujuan promosi penjualan	29
2.8.3. Karakteristik promosi penjualan	31
2.8.4. Promosi Konsumen	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma.....	32
3.2. Tipe Penelitian.....	33
3.3. Metode Penelitian.....	34

3.4. Subyek Penelitian	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	37
3.6. Teknik Analisa Data.....	39
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum obyek penelitian.....	46
4.1.1. Sejarah singkat Bank Rakyat Indonesia (BRI).....	46
4.1.2. Visi dan Misi perusahaan	48
4.1.3. Bidang usaha perusahaan	48
4.2. Hasil Penelitian.....	50
4.2.1. Jaringan kerja BRI Kantor Cabang Jakarta Tanjung Priok	51
4.2.2. Produk simpanan bank BRI.....	55
4.2.3. Pemasaran simpanan tabungan BRI.....	57
4.2.4. Promosi dan implementasi <i>sales promotions</i> Tabungan Simpedes BRI.....	64
4.2.5. Karakteristik promosi penjualan dalam promosi tabungan Simpedes.....	74
4.3. Pembahasan	75
4.3.1. Kegiatan pemasaran bank BRI Cabang Jakarta Tanjung Priok	76
4.3.2. Pemasaran personal dan non-personal	80
4.3.3. Implementasi program promosi.....	83

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	89
5.2. Saran	90
5.2.1. Saran akademis.....	90
5.2.2. Saran praktis	91

Daftar Pustaka Lampiran

DAFTAR TABEL

4.2. Waktu dan Tempat Wawancara	51
4.2.3. Profil Demografi	59

