

## **ABSTRACT**

Promotion Mix Analysis on Graha Batik Cempaka Laweyan Surakarta

**Kurniaji Triono**

12/332577/SV/01292

Promotion mix consists of advertising, personal selling, selling promotion and publicity. Every variable from the promotion mix has its own way or method in every event, and also the media used for promotion.

The purpose of this research is to know any promotion mix used by Graha Batik Cempaka Laweyan. Graha Batik Cempaka Laweyan is one of a batik industry with a traditional batik method and rely on Indonesian ancient pattern.

The method used in this research is descriptive study, this study focused on the question of “who, when, what, where and how” of the case studied. Whereas, the method to get the data was by interviewing the management of Graha Batik Cempaka Laweyan.

Based on the result of observation and interview that have been done by the writer, it could be concluded that the promotion mix variable used by Graha Batik Cempaka Laweyan is advertising with 3 kind of media used that is electronic advertisement, printed advertisement and outdoor advertisement. Personal selling which has been conducted is by the salesperson interacted directly with the customer in accordance with the SOP which has been established by Graha Batik Cempaka Laweyan. There are few types of selling promotion which is conducted by Graha Batik Cempaka Laweyan, including holding an event which intended for promotion, joining an exhibition in mall and shopping voucher gift for the customer. Publicity activity which is conducted by Graha Batik Cempaka Laweyan is by holding active workshops in some schools and institutes, and provide learning facilities for batik creating.

Suggestion that can be given by the writer is to be consistent doing the promotion which has been done in order to be known more by the public, however adjusted to the current company necessities and situation

Key Word : Advertising, Personal Selling, Selling Promotion, Publicity,

Customers

## INTISARI

Analisis Bauran Promosi Pada Graha Batik Cempaka Laweyan Surakarta

**Kurniaji Triono**

12/332577/SV/01292

Bauran promosi terdiri dari periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Setiap variabel dari bauran promosi tersebut memiliki cara atau metode tersendiri dalam setiap kegiatannya juga media yang digunakan untuk promosi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Graha Batik Cempaka Laweyan. Graha Batik Cempaka Laweyan merupakan industri batik dengan metode batik asli tradisional dan mengandalkan motif-motif kuno Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif, studi ini akan memfokuskan pada pertanyaan siapa, kapan, apa, dimana, dan bagaimana pada kasus yang diteliti. Sedangkan cara untuk mendapatkan datanya dengan cara wawancara langsung dengan pihak manajemen dari Graha Batik Cempaka Laweyan.

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan wawancara yang sudah penulis lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bauran promosi yang digunakan oleh Graha Batik Cempaka Laweyan adalah periklanan dengan 3 jenis media yang digunakan yaitu, media iklan elektronik, media iklan cetak, dan media iklan luar ruang. *Personal selling* yang dilakukan adalah dengan cara pramuniaga berinteraksi langsung dengan pelanggannya sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan oleh Graha Batik Cempaka Laweyan. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Graha Batik Cempaka Laweyan ada beberapa macam diantaranya dengan mengadakan event yang bertujuan untuk promosi, mengikuti pameran di mall, dan pemberian voucher belanja. Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh Graha Batik Cempaka Laweyan diantaranya dengan mengadakan seminar aktif di beberapa sekolah dan juga instansi, dan menyediakan fasilitas belajar membuat batik.

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah dengan tetap konsisten melakukan promosi yang sudah dilakukan agar semakin dikenal di masyarakat namun tetap harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan perusahaan saat itu.

Kata Kunci : Periklanan, Personal Selling, Promosi Penjualan, Publisitas, Pelanggan