



## INTISARI

Nuryanto. 2015. Strategi Promosi Pada PT Danarekxa Sekuritas Cabang Yogyakarta. Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya Jurusan Manajemen Program Diploma Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. Dosen Pembimbing Fitri Damayanti Berutu, S.E., S.S., M.Sc.

Bauran pemasaran merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan yang cukup penting. Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas, pasar modal juga memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, sehingga banyak industri atau perusahaan yang menggunakan institusi atau lembaga pasar modal sebagai media untuk menyerap investasi dan memperkuat posisi keuangan. PT Danarekxa Sekuritas yaitu salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang pasar modal dan pasar uang, yang meliputi kegiatan sebagai perusahaan pembiayaan dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pasar modal, seperti perantara pedagang efek, penjamin emisi efek, pengelolaan investasi, reksa dana dan sebagainya. Masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana strategi promosi yang diterapkan dalam menarik minat nasabah untuk berinvestasi di PT Danarekxa Sekuritas cabang Yogyakarta.

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan mengenai bauran promosi dan strategi promosi yang digunakan menurut teori dengan aplikasinya di PT Danarekxa Sekuritas cabang Yogyakarta yang meliputi iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan penjualan langsung (*direct selling*). Tujuan Utama Promosi dan Aplikasi di PT Danarekxa Sekuritas cabang Yogyakarta. Faktor-faktor yang mempengaruhi bauran promosi dan aktivitas di PT Danarekxa Sekuritas cabang Yogyakarta yang dapat dianalisis atau dilihat dari faktor anggaran yang tersedia, karakteristik produk, karakteristik pasar, faktor pelanggan, faktor pesaing dan tahap daur hidup produk.

Kata Kunci : bauran promosi, iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, penjualan langsung



## **ABSTRACT**

*Nuryanto. 2015. Promotion Strategy in PT Danareksa Securities Yogyakarta Branch. Final report is structured to meet the requirements of earned Expert Associate Diploma Programme Management Department of Economics and Business Vocational School of Gadjah Mada University. Tutor Fitri Damayanti Berutu, S.E., S.S., M.Sc.*

*Marketing mix is part of the marketing activities that have an important role. In the era of globalization and free trade, capital market also plays an important role in economic growth, so many industries or companies that use capital market institution or institutions as a medium to absorb investments and strengthen its financial position. PT Danareksa Securities is one of the companies that have activities in the field of capital market and money market, which includes activities as finance companies and other activities associated with the capital market, such as brokerage, underwriting, investment management, mutual funds and so on. The problem to be researched in this study is about how the promotion strategies are applied in attracting customers to invest in PT Danareksa Securities Yogyakarta branch.*

*Based on the research can be concluded about the promotional mix and promotion strategies used by the theory with its application in PT Danareksa Yogyakarta branch which includes advertising, sales promotion, public relations, personal selling and direct selling. Main Goal Promotion and Application at PT Danareksa Securities Yogyakarta branch. Factors that influence the promotion mix and activity at PT Danareksa Yogyakarta branch which can be analyzed or viewed from the available budget factors, product characteristics, market characteristics, customer factors, factors of competitors and stage of the product lifecycle.*

*Keywords: promotion mix, advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct selling*