

## **ABSTRAK**

Perkembangan dunia usaha dewasa ini maka menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara beberapa pelaku usaha baik yang bergerak di bidang penjualan barang maupun jasa. Dalam penulisan laporan tugas akhir ini, penulis membahas mengenai tinjauan pelaksanaan bauran promosi pada PT Cordoba Internasional. Maksud dan tujuan pada perusahaan Cordoba yang bergerak dibidang percetakan dan pemasaran Al-Qur'an adalah untuk mengumpulkan data, mengelola data dan menganalisis strategi pemasaran dari kantor yang telah dilakukan oleh PT Cordoba Internasional. Berdasarkan bauran promosi, ada lima kegiatan bauran promosi yang diterapkan pada PT Cordoba Internasional sampe saat ini dengan 1. Advertising (periklanan) 2. Sales Promotion (Promosi Langsung) . 3. Personal Selling (Penjualan Perseorangan) 4. Public Relation (Hubungan Masyarakat) 5. Direct Marketing (Penjualan Langsung) Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. dan melakukan observasi lapangan pada PT Cordoba Internasional.

Hasil dari analisa ini adalah masih adanya kendala kegiatan pada bauran promosi khususnya Advertising (Periklanan) berupa radio dan koran, sehingga solusi yang bisa dilakukan adalah dengan adanya program baru yang dapat digunakan dalam menjalankan aktivitas bauran promosi sehingga memberikan pengetahuan terhadap produk yang ada pada PT Cordona Internasional

Kata Kunci : Bauran Promosi, Periklanan

## ABSTRACT

The development of the business world then raises a very tight competition among several good businessmen who are engaged in the sale of good or service. Then the author discusses about the review of the implementation of the promotion mix in PT. Cordoba Internasional in this final paper. Goals and purposes on Cordoba's companies engages in the printing and marketing of the Qur'an is to collect data, manage data and analyze the marketing strategy of the Office is under taken by PT. Cordoba Internasional. Based on the promotional mix, there are five activities in promotional mix applied on PT. Cordoba Internasional. The five activities are 1. Advertising 2. Sales Promotion 3. Personal Selling 4. Public Relation 5. Direct Marketing. The author uses descriptive methods, and conduct field observation on PT. Cordoba Internasional. The results of this analysis is the presence of constraints on activity promotion mix in particular Advertising in the form of radio and newspapers, so the solution is a new program that can be used in the exercise of the activity of the promotional mix thus providing knowledge against the products in PT. Cordoba Internasional.

Keywords: Promotional Mix, Advertising

