

ABSTRAK

MERY IDAWATIE, Penerapan Bauran Promosi Pada PT. Djarum Emas Unggul Palembang Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Teh Botol Sugus, di bawah bimbingan Ibu Esty Naruliza, SE., MP dan Bapak Drs. Andreas Sarjono, MM..

Setiap barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia atau konsumen. Agar barang atau jasa tersebut sampai ke tangan konsumen pada saat yang tepat dibutuhkan kegiatan pemasaran seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju membuat para produsen bersaing ketat untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu produsen teh botol yang ada di Palembang adalah PT. Djarum Emas Unggul, yang diberi merek teh botol Sugus. Sebagai suatu perusahaan, tentu saja berusaha memperoleh laba dimana laba tersebut ditentukan oleh tingkat volume penjualan yang dapat dicapai. Semakin besar volume penjualan maka semakin besar pula laba yang akan diperoleh demikian pula sebaliknya.

Dalam aktivitasnya PT. Djarum Emas Unggul Palembang menghadapi masalah, yaitu adanya kecenderungan menurunnya volume penjualan teh botol Sugus selama 5 (lima) tahun dan bila hal ini dibiarkan terus, maka perusahaan akan mengalami hambatan dalam menjaga kelangsungan hidupnya dan akhirnya dapat menyebabkan kebangkrutan.

Dalam skripsi ini meneliti masalah pemasaran yang dikhususkan pada kegiatan bauran promosi yang dilaksanakan oleh PT. Djarum Emas Unggul Palembang. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa penyebab utama menurunnya volume penjualan teh botol Sugus adalah karena kurangnya kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan adalah sebatas personal selling yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada tanpa adanya usaha untuk memperluas pasar sedangkan bauran promosi yang lainnya belum dijalankan. Selanjutnya dari kesimpulan tersebut disarankan : hendaknya perusahaan dapat memasang iklan melalui siaran radio dan koran, hendaknya semua bauran promosi dilakukan walaupun kebijaksanaan ini tidak bisa dilaksanakan sepenuhnya, menerapkan program komisi bagi tenaga penjual yang menjual teh botol dalam jumlah besar, hendaknya perusahaan melakukan pendekatan yang intensif terhadap penyalur teh botol Sugus, dan juga hendaknya perusahaan lebih sensitif dalam mengantisipasi keadaan pasar serta keinginan konsumen.