

HERU PURNOMO (04303-100)

STRATEGI PROMOSI PT. MITRA RACKINDO PERKASA GEMILANG DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK TOPIX OFFICE FURNITURE PERIODE 2008

81 halaman; 22 lampiran; 26 bibliografi (1982-2007)

ABSTRAKSI

TOPIX Office Furniture merupakan salah satu produk furniture yang diproduksi oleh PT. Mitra Rackindo Perkasa Gemilang. Banyaknya produk baru furniture yang memiliki berbagai karakteristik produk yang sama membuat masyarakat dihadapkan dengan banyak pilihan. Iklim persaingan yang ketat dibisnis furniture memang memberikan berbagai pilihan bagi para calon konsumennya. Setiap perusahaan berlomba-lomba menarik perhatian para konsumennya agar mau menggunakan produknya. Saat ini kebutuhan akan interior kantor khususnya furniture bagi masyarakat memang belum tinggi, tetapi setiap perusahaan melakukan promosi yang sangat gencar untuk menarik pelanggan. Dalam meningkatkan penjualan direngah ketatnya persaingan diperlukan strategi promosi. Hal ini yang melatar belakangi penulisan skripsi ini.

Teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah teori dari Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo yang terdapat dalam bukunya Pengantar Bisnis Modern, dimana didalam buku tersebut digambarkan bahwa bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat-alat promosi yang lain yang semuanya dirancang untuk mencapai program penjualan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dengan nara sumber serta menggunakan data-data yang diperoleh dari objek penelitian.

Dari hasil penelitian menunjukan bahwa PT. Mitra Rackindo Perkasa Gemilang melihat serta memadukan secara keseluruhan dari tahapan-tahapan pada proses strategi promosi dan lebih menentukan lagi yaitu unsure bauran promosi yang ada untuk meningkatkan penjualan produk TOPIX Office Furniture. Kesimpulan yang muncul dari penelitian ini yaitu, PT. Mitra Rackindo Perkasa Gemilang dalam meningkatkan penjualan produk TOPIX melalui advertising, personal selling, sales promotion dan publisitas. PT. Mitra Rackindo Perkasa Gemilang juga menggunakan strategi B2B. Sebagai produk yang sudah dianggap lama TOPIX diharapkan dapat melakukan strategi promosi yang lebih efektif lagi dalam meningkatkan penjualan.