



MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu
Komunikasi Program Studi Ilmu
Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communications*
Mayhaji Wijayanti
44315120063

Implementasi Program Empu Sebagai Upaya Bauran Komunikasi Pemasaran Dept. Cargo
PT Sriwijaya Air Meningkatkan Penggunaan Jasa Cargo Dimasa Pandemi.

Jumlah Halaman : 5 Bab 70 Hal + Lampiran
Bibliografi : 22 Buku + 20 Jurnal + 4 Sumber Lain

ABSTRAK

PT Sriwijaya Air saat ini tengah mencari strategi yang tepat guna menghadapi dampak dari pandemi virus corona. Salah satu strateginya dengan mengembangkan penjualan Cargo (Program Empu). Masalah yang ada Sriwijaya Air dalam upaya mengembangkan bisnis Cargo antara lain Pesaing-pesaing terdahulu yang lebih start lama, sehingga menang pengalaman. Untuk memenangkan persaingan tersebut maka Sriwijaya Air berupaya melakukan bauran komunikasi pemasaran yang tepat sehingga mampu bersaing dengan pesaingnya

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik Pengumpulan data yaitu data primer dan sekunder, dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis menggunakan analisis kualitatif dengan tiga tahap yaitu memperhatikan dan mengumpulkan data-data, menyusun data berdasarkan teori, melakukan penelitian dengan teknik penjadohan pola.

Hasil penelitian implementasi program EMPU dilakukan dengan beberapa tahap yaitu perencanaan dan pelaksanaan. Faktor penghambat dan pendukung implementasi program EMPU terdiri dari faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern biaya yang dikeluarkan cukup banyak dan masih kurangnya SDM yang berdedicate untuk penanganan EMPU. Faktor ekstern kebutuhan pelanggan seperti tidak semua distrik/station yang memiliki banyak barang, faktor dari pihak ketiga, harga pesaing yang masih dibawah standart.

Kata Kunci : Program EMPU, Komunikasi Pemasaran, PT Sriwijaya Air, Cargo.



MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu
Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communications*
Mayhaji Wijayanti
44315120063

Implementation Of The Empu Program As An Effort For The Marketing Communication Mix Of The Dept. PT Sriwijaya Air Cargo Increases The Use Of Cargo Services During Pandemi.

Number of Pages : 5 Chapters 70 Pages + Appendix
Bibliography : 22 Books + 20 Journals + 4 Other Sources

ABSTRACT

PT Sriwijaya Air is currently looking for the right strategy to deal with the impact of the corona virus pandemic. One of the strategies is to develop cargo sales (Empu Program). Problems that exist with Sriwijaya Air in an effort to develop the Cargo business include the Previous competitors who started longer, thus winning experience. To win the competition, Sriwijaya Air strives to make the right marketing communication mix so that it can compete with its competitors

The type of research used in this research is descriptive qualitative research method with a case study approach. Data collection techniques are primary data and secondary data, using interviews and documentation. The analysis uses qualitative analysis with three stages, namely paying attention and collecting data, compiling data based on theory, conducting research with pattern matching techniques.

The results of the research on the implementation of the EMPU program were carried out in several stages, namely planning and implementation. The inhibiting and supporting factors for the implementation of the EMPU program consist of internal factors and external factors. Internal factors, the costs incurred are quite a lot and there is still a lack of dedicated human resources for handling EMPU. External factors of customer needs such as not all districts / stations that have a lot of goods, factors from third parties, competitor prices that are still below standard.

Keyword : Implementation EMPU Program, Communication Mix, PT Sriwijaya Air, Cargo.