

ABTRAKSI

Nama : Amira Tri Hanin
NIM : D0G005305
Program Studi : D-III Pemasaran
Judul : PromOtional Mix Pada PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus

PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus merupakan perusahaan produsen makanan ringan atau makanan camilan di Kota Kudus, yang seklaigus menjadi makanan khas di Kota Kudus. Jenang, itulah nama makanan yang di produksi oleh PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus yang sudah berumur hamper satu abad, oleh karena itu diharapkan sudah mempunyai banyak problema dengan metode penyelesaiannya sehingga dapat eksis sampai sekarang khususnya di bidang penjualan. PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus selalu berupaya terus-menerus mengembangkan jaringan pemasarannya dengna aktif dalam melakukan kegiatan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pormosi yang dilakukan oleh PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus seperti: kegiatan promosi, sasaran yang dituju, serta tujuan promosi dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif, sedangkan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi pustaka.

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan mencakup semua kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus adalah personal selling, periklanan, publisitas, dan promosi penjualan. Media yang digunakan yaitu media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media lini bawah. Sasaran yang dituju oleh perusahaan meliputi pelanggan yang sudah ada, pelanggan potensial, serta pelanggan kompetitor. Adapun tujuan dilakukannya promosi yaitu untuk memberitahu, membujuk, mengingatkan, dan modifikasi tingkah laku. Faktor-faktor yang mempengaruhi *promotional mix* adalah jumlah dana, dan sifat pasar. Sedangkan faktor yang menentukan *promotional mix* yaitu faktor pelanggan, anggaran, dan bauran pemasaran. PT. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus melakukan *promotional mix* perusahaan mengalami hambatan, tetapi perusahaan mempunyai solusi pada setiap hambatannya.

Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini adalah alangkah baiknya perusahaan meningkatkan penjualan yang selama ini sudah digelutinya dengan memperhatikan media promosi yang terkait. Serta senantiasa melakukan inovasi dan kreasi pada aktivitas *promotional mix*nya. Dengan meningkatnya volume penjualan secara berkesinambungan akan berpengaruh pada kesejahteraan karyawannya.