



RINGKASAN

ZIDAN ZAENAL ARIFIN. Strategi Promosi dalam Pemasaran GasKita di PT Pertamina Gas Negara Area Bogor (Promotion Strategy in Marketing GasKita at PT Pertamina Gas Bogor Area). Dibimbing oleh AHMAD AULIA ARSYAD.

PT Pertamina Gas Negara merupakan perusahaan transmisi dan distribusi gas bumi terbesar di Indonesia yang memegang peranan penting dalam penyediaan gas bumi domestik. PT Pertamina Gas Negara terus mengintegrasikan mata rantai bisnis gas bumi dari hulu ke hilir untuk melayani masyarakat. Salah satu program PT Pertamina Gas Negara yang sedang berlangsung yaitu GasKita. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan kesejahteraan pembangunan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah.

Laporan Akhir ini bertujuan untuk menjelaskan strategi promosi dan peran divisi *sales* dalam pemasaran GasKita di PT Pertamina Gas Negara Area Bogor serta menjelaskan hambatan dan solusi dalam menghadapi strategi promosi tersebut. Metode yang dilakukan dengan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh pada Laporan Akhir ini berdasarkan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT Pertamina Gas Negara Area Bogor yang berlokasi di Jl. M.A Salmun No.41, RT.02/RW.02, Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16124. Waktu pelaksanaan dilakukan selama dua bulan terhitung sejak 01 Februari 2022 sampai dengan 01 April 2022 yang dilaksanakan lima hari kerja dalam seminggu setiap hari senin sampai jumat mulai dari pukul 08.00-16.00 WIB di bagian divisi *sales*.

Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan ketika komunikator melakukan kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa yang dimilikinya. Komunikasi pemasaran biasanya dilakukan untuk membujuk calon konsumen agar membeli produk yang ditawarkan, maka dari itu komunikasi pemasaran bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada khalayak luas. Komunikasi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk memasarkan produk biasanya melalui suatu kegiatan yaitu promosi

Promosi digunakan PT Pertamina Gas Negara Area Bogor dalam memasarkan produk GasKita. PT Pertamina Gas Negara Area Bogor menggunakan strategi promosi agar dapat meningkatkan penjualan produknya. Promosi tidak terlepas dari peran penting divisi *sales*. Divisi *sales* dalam mempromosikan produk GasKita menggunakan tiga strategi promosi yaitu melalui periklanan, *personal selling* dan *sales promotion*. Divisi *sales* dalam menjalankan perannya sering kali menemukan hambatan. Hambatan tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap kelancaran promosi yang dilakukan, namun semua hambatan yang dihadapi dapat diatasi dengan mencari solusi yang tepat.

Kata kunci: divisi *sales*, komunikasi pemasaran, promosi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.