

INTISARI

Kegiatan laporan kerja lapangan ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi penerapan atau implementasi strategi Bauran Promosi (*Promotion Mix*) produk air minum dalam kemasan pada perusahaan PT Atlantic Biruraya di Surabaya. Dalam melakukan promosi, perusahaan menggunakan berbagai macam strategi promosi agar pelanggan tertarik dengan produk perusahaan.

Kegiatan laporan kerja lapangan ini dilakukan selama 316 jam dan peserta magang menjalankan peran sebagai *marketing team* yang membantu proses *digital marketing* dan *personal selling*. Dengan konsep *Marketing Mix Strategy* dan Manajemen Penjualan, maka peserta magang dapat melakukan evaluasi strategi Bauran Promosi (*Promotion Mix*) produk air minum dalam kemasan pada perusahaan PT Atlantic Biruraya.

Selama praktik kerja lapangan, ditemukan beberapa kendala dalam proses melakukan *promotion mix strategy*. Oleh karena itu, PT Atlantic Biruraya, khususnya *marketing team* perlu melakukan perbaikan agar *promotion* pada perusahaan semakin baik dan menarik pelanggan dan calon konsumen.

Kata Kunci : Manajemen Penjualan, STP (*Segmentation, Targeting, and Positioning*), *Promotion Mix Strategy*, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

This internship report activity is conducted to know and evaluate the implementation of Promotion Mix Strategy on bottled mineral water product of PT Atlantic Biruraya in Surabaya. In conducting promotional activities, the company using variety of promotional strategiesto attract customers with company's product.

This internship report activity was conducted for 316 hours and the participant performed the role asa marketing team that helps the process of digital marketing and personal selling. With concept of Marketing Mix Strategy and Sales Management, the participant can evaluate Promotion Mix Strategy on bottled mineral water product of PT Atlantic Biruraya.

During the internship, found some obstacles in the process of promotion mix strategy. Therefore, PT Atlantic Biruraya, especially marketing team still needs to make improvements to promote the company better and attract customers and potential customers.

Keywords : Sales Management, STP (Segmentation, Targeting, and Positioning), Promotion Mix Strategy, Marketin Communication