

JUDUL : PENERAPAN *MARKETING MIX* ROKOK DIPLOMAT MILD PADA
PT WISMILAK INTI MAKMUR DI SURABAYA

Nama : Christian Sutanto

Jurusan / Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Dra.ec. Indarini, M.M., CPM (Asia).

Pembimbing II : Christina R. Honantha, S.E., M.M., CPM (Asia).

ABSTRAK

PT Wismilak Inti Makmur merupakan salah satu perusahaan rokok yang terletak di Surabaya yang berdiri sejak tahun 1962. Salah satu produk dari PT Wismilak Inti Makmur adalah Diplomat Mild. Diplomat Mild merupakan produk yang diluncurkan pada tahun 2015 dan mengalami kegagalan dalam proses penjualannya. Kondisi ini terjadi dikarenakan adanya kesalahan pada *marketing mix strategy*, diantaranya yaitu kualitas produk yang citra rasanya hambar, *packaging* produk yang kurang menarik, dan minimnya promosi yang dilakukan. Pada tahun 2019, Diplomat Mild melakukan peluncuran ulang dengan penyempurnaan *marketing mix strategy* yang terdiri dari *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Peluncuran ulang produk ini diberikan nama Diplomat Mild *Reborn*. Produk Diplomat Mild *Reborn* melakukan perbaikan rasa, *packaging* dan promosi produk. Pada Laporan Kerja Lapangan Manajemen Pemasaran pada PT Wismilak Inti Makmur, peserta praktik kerja lapangan bekerja langsung dibawah *manager marketing secretary*. Peserta praktik kerja lapangan akan mengkaitkan pengalaman hasil kerja lapangan yang telah dilakukan selama 9minggu dengan teori manajemen pemasaran. Peserta praktik kerja lapangan menemukan bahwa perbaikan *marketing mix strategy* pada Diplomat Mild *Reborn* memberikan hasil positif yaitu adanya peningkatan *market share* serta tanggapan positif para responden terhadap rasa dan kemasan Diplomat Mild *Reborn*.

Kata kunci: bauran strategi pemasaran, proses pemasaran, desain komunikasi pemasaran

TITLE : *THE MARKETING MIX IMPLEMENTATION ON DIPLOMAT MILD
CIGARETTE IN PT WISMILAK INTI MAKMUR SURABAYA*

Name : Christian Sutanto

Dicipline / Study Programme: *Management*

Contributor I : Dra.ec. Indarini, M.M., CPM (Asia).

Contributor II : Christina R. Honantha, S.E., M.M., CPM (Asia).

ABSTRACT

PT Wismilak Inti Makmur is one of the cigarette companies located in Surabaya which was founded in 1962. One of the products from PT Wismilak Inti Makmur is the Diplomat Mild. Diplomat Mild is a product launched in 2015 and failed in the sales process. This condition occurs because of an error in the marketing mix strategy, including the quality of the product which is product taste, the product packaging is less attractive, and the lack of promotion carried out. In 2019, Mild Diplomat launched a re-launch by improving the marketing mix strategy consisting of product, price, place and promotion. The relaunch of this product is given the name of the Mild Reborn Diplomat. Diplomat Mild Reborn products do taste repairs, product packaging and promotions. In the Marketing Management Field Work Report at PT Wismilak Inti Makmur, participants in fieldwork work directly under the marketing secretary manager. Participants in field work practice will link the experience of field work that has been carried out for nine weeks with marketing management theory. The participants in the field work practice found the impact of improving marketing strategy for the Mild Reborn Diplomat has positive results, such as increasing market share and responding positively to the taste and packaging of Mild Reborn Diplomat.

Keywords: marketing mix strategy, marketing process, marketing communication design