



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

STRATEGI KOMUNIKASI SPG ROKOK LUCKY STRIKE MILD DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PT. BENTOEL INTERNASIONAL INVESTAMA PERWAKILAN BANDA ACEH

ABSTRACT

ABSTRAK

Strategi komunikasi memegang peranan penting bagi perusahaan. Strategi komunikasi sangat diperlukan untuk meningkatkan volume penjualan suatu produk dalam perusahaan. Strategi komunikasi sangat penting bagi penjual karena dari komunikasi ini akan muncul ketertarikan dari konsumen. Di Indonesia saat ini banyak beredar di pasaran merek-merek rokok baru yang memberikan dampak bagi perkembangan dunia bisnis, salah satunya adalah PT. Bentoel Internasional Investama yang baru saja mengeluarkan sebuah produk rokok baru yaitu Lucky Strike Mild. Dalam peluncuran produk baru tersebut tentu dibutuhkan strategi promosi dan penjualan yang efektif untuk memperkenalkan Lucky Strike Mild kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan SPG rokok Lucky Strike Mild dalam meningkatkan omzet penjualan PT. Bentoel Internasional Investama perwakilan Banda Aceh.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

Dari hasil analisis diperoleh gambaran yang jelas mengenai permasalahan dalam penelitian.

Bahwa dalam menjalankan strategi komunikasinya SPG rokok Lucky Strike Mild menggunakan teknik komunikasi persuasif saat mempromosikan rokok sudah efektif dan efisien dalam meningkatkan omzet penjualan perusahaan.

Berdasarkan dari hasil analisis didapati bahwa dalam memasarkan produk rokok Lucky Strike Mild para SPG menggunakan strategi komunikasi yang berbeda dalam cara penerapannya. Akan tetapi akan lebih baik apabila ditambahkan beberapa alternatif strategi komunikasi efektif lainnya agar omzet perusahaan terus meningkat tanpa mengalami penurunan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Omzet Penjualan.