

Abstrak

Perusahaan Telkomsel melalui GraPARI Telkomsel hadir sebagai wajah Telkomsel yang dikenal konsumen dan melalui GraPARI juga banyak dilakukan kegiatan bauran promosi perusahaan untuk memperkuat citra perusahaan, melakukan penjualan, dan aktivitas promosi lainnya. Dalam penulisan laporan tugas akhir ini membahas mengenai GraPARI Telkomsel dan aktivitas bauran promosinya, tujuan penulisannya untuk melihat apa saja bauran promosi yang dilakukan oleh GraPARI Telkomsel Jambi. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang didapatkan melalui observasi langsung pada saat berlangsungnya kegiatan magang menghasilkan bahwa GraPARI Telkomsel Jambi menggunakan seluruh aspek dari bauran promosi untuk kegiatan promosi perusahaannya. Selanjutnya GraPARI harus tetap mempertahankan strategi promosi yang sudah ada, dan juga meningkatkan atau menambah strategi promosi lainnya untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

Kata Kunci : Penjualan, Promosi, Strategi

Abstract

The Telkomsel company through GraPARI Telkomsel is present as the face of Telkomsel known to consumers and through GraPARI there are also many company promotional mix activities to strengthen the company's image, make sales, and other promotional activities. In writing this final project report, it discusses GraPARI Telkomsel and its promotional mix activities, the purpose of writing it is to see what promotional mixes are carried out by GraPARI Telkomsel Jambi. By using a qualitative descriptive analysis method obtained through direct observation during the internship activities, it was found that GraPARI Telkomsel Jambi used all the aspect of the promotional mix for its company's promotional activities. Furthermore, GraPARI must maintain its existing promotional strategies, and also improve or add other promotional strategies to increase company sales.

Keywords: Sale, Promotion, Strategies