

ABSTRAK

Bagian terpenting dari strategi pemasaran adalah adanya komunikasi pemasaran, yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan antara penjual dan pembeli yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta dapat mengarahkan pertukaran kepada semua pihak. Persaingan bisnis yang ketat membuat perusahaan tidak hanya fokus mempromosikan produk, tetapi juga penting untuk mengelola kualitas hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara melakukan observasi, wawancara dengan *key informan* serta studi dokumentasi. Divisi marketing support wilayah SUMBAGUT (sumatera bagian utara) adalah anak perusahaan yang bertanggung jawab kepada VP Komunikasi Pemasaran. Tugas dari Divisi *Marketing Support* PT PIM ini mengelola seluruh kegiatan promosi produk perusahaan yang berfokus pada peningkatan penjualan produk, berfokus pada peningkatan citra produk bukan pada peningkatan citra perusahaan. *Marketing Support* juga sebagai media komunikasi pemasaran yang edukatif dengan konten promosi yang bersifat soft selling, membangun database konsumen dan key opinion leader melalui media online. Kegiatan promosi produk yang lebih dominan dilakukan adalah pada aktivitas kegiatan Sosialisasi Program, Demplot, Sampel Uji Tanah, *Call Center* dan Pameran, karena kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang terhubung langsung dengan pelanggan. Faktor penghambat yang terdapat saat menjalankan strategi kurangnya tenaga ahli yang tidak memiliki keterampilan yang dibutuhkan oleh perusahaan dan adanya persaingan antara perusahaan dibawah BUMN dan perusahaan Swasta.

Kata Kunci: PT PIM, Divisi *Marketing Support*, SUMBAGUT, Citra Produk, Kegiatan Promosi Produk

ABSTRACT

The most important part of a marketing strategy is the existence of marketing communication, which is a communication activity carried out between sellers and buyers that can help in making decisions in the field of marketing and can direct exchanges to all parties. Fierce business competition makes companies not only focus on promoting products, but also important for managing the quality of relationships with customers. This study uses a qualitative method, the data criteria in qualitative research are definite data. Definite data is data that actually happens as it is. The data collection technique in this study was by conducting observations, interviews with key informants and documentation studies. The marketing support division of the SUMBAGUT region (northern Sumatra) is a subsidiary responsible for the VP of Marketing Communications. The task of the Marketing Support Division of PT PIM is to manage all company product promotion activities that have an effect on increasing product sales, focusing on improving product image rather than improving the company's image. Marketing Support is also an educational marketing communication medium with promotional content that is soft selling, building a consumer database and key opinion leaders through online media. The more dominant product promotion activities are in Program Socialization activities, Demonstration Plots, Soil Test Samples, Call Centers, and Exhibitions, because these activities are activities that are directly connected to customers. The inhibiting factors that exist when implementing the strategy are the lack of experts who do not have the skills needed by the company and the competition between companies under SOEs and private companies.

Keywords: PT PIM, Marketing Support Division, SUMBAGUT, Product Image, Product Promotion Activities