

ABSTRAK

Yudhistira Bagoes Nugroho. 37215320

Strategi Pemasaran Marketing Mix Produk Pelumas Industri Pada PT. Lobunta Kencana Raya Divisi Pelumas Pertamina.

LKP. Program Studi Manajemen Pemasaran, Program DIII Bisnis dan Kewirausahaan, Universitas Gunadarma, 2018

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Marketing Mix

(xiii + 22 + lampiran)

PT. Lobunta Kencana Raya adalah Suatu Badan Milik Swasta yang bergerak dalam bidang jasa Kontraktor, Pertambangan, Property, Grosir & Retail, Distributor Resmi Pelumas Pertamina, Stone Cruiser, Ban & Spare Part, Restoran. Penulis berkesempatan praktik kerja lapangan (PKL) ini dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran marketing mix pada produk Pelumas Industri Pertamina dan mengetahui keunggulan dan kelemahan dalam produk Pelumas Industri Pertamina.

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data menggunakan 2 (dua) metode yaitu metode observasi berupa aktifitas praktik kerja lapangan (PKL) dan metode wawancara secara langsung dengan menggunakan pertanyaan, serta studi pustaka sebagai bahan untuk melengkapi data-data dan pembahasan yang diperlukan.

Berdasarkan hasil praktik kerja lapangan (PKL) yang dilakukan penulis selama 1 (satu) bulan diketahui PT. Lobunta Kencana Raya Divisi Pelumas sudah menerapkan strategi bauran pemasaran. Strategi yang paling menonjol adalah produk, dengan menonjolkan keunggulan dari produk Pelumas Industri Pertamina. Beberapa keunggulan pada produk Pelumas Industri dimana pembuatan Pelumas Industri Pertamina menggunakan teknologi yang berstandar nasional dan internasional. Walaupun memiliki keunggulan pasti ada kelemahan pada produk Pelumas Industri yaitu masih banyak yang meragukan keunggulan dari Produk Pelumas Pertamina.

Daftar Pustaka (2003-2012)