

## **ABSTRAK**

### **BAURAN PEMASARAN PRODUK GULA PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA VII (PERSERO) BANDAR LAMPUNG**

**Oleh :**

**ELIS FATMAWATI**

PT. Perkebunan Nusantara VII (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara Indonesia di sektor Perkebunan. Perusahaan memanfaatkan sumber daya alam yang di miliki secara optimal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pada sektor perkebunan tebu yang berada di Distrik Bungamayang dan Distrik Cinta Manis menghasilkan produk gula untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal di Indonesia.

Masalah yang di hadapi perusahaan yaitu menghadapi persaingan perusahaan yang sejenis dengan produk gula sehingga berpengaruh pada volume penjualan. Adapun permasalahannya adalah “Apakah bauran pemasaran yang di terapkan oleh perusahaan sudah di laksanakan dengan baik?”

Tujuan dari laporan akhir ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran PT. Perkebunan Nusantara VII (Persero).

Dalam kegiatan pemasaran suatu perusahaan di butuhkan Bauran Pemasaran 7P yaitu : *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidance, dan Process*. Penerapan Bauran Pemasaran di setiap perusahaan sangatlah penting karena dapat meningkatkan volume pejualan dan menumbuhkembangkan perusahaan.

Dari hasil pembahasan bauran pemasaran produk gula pada PT. Perkebunan Nusantara VII (Persero) Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan bauran pemasaran belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik. PT. Perkebunan Nusantara VII (Persero) Bandar Lampung perlu meningkatkan promosi agar produk dapat dikenal masyarakat dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis produk gula.

Kata kunci : Bauran Pemasaran 7P