ABSTRAKSI

NAMA : BAGAS SETIAWAN
NIM : 16.1011338
JUDUL :"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA JASA FREIGHT FORWADING PT. SINAR MENTARI ABADI LOGISTIK."

Penelitian ini ditulis untuk mengetahui bagaimana PT. Sinar Mentari Ahadi Logistik menerapkan strategi pemasaran dibidang produk, promosi dan distribusi.

Metode analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami. Penyajian tugas akhir ini, dengan metode kualitatif yaitu dengan mancatat, mengolah, dan memaparkan secara tertulis promosi meliputi periklanan dan personal selling. Penyajian secara kualitatif, maka penulisan ini tidak menggunakan perhitungan dengan angka-angka dan memperjelas penggambaran dari peneliti.

Hasil pembahasan dapat diperoleh bahwa Freight Forwarder PT. Sinar Mentari Abadi Logistik bergerak dibidang jasa pelayanan ekspor dan impor dengan *product sea freight*, pengiriman baik dalam bentuk *containers, break bulk, flat racks, LCL and gateway consolidations, or import/export*.dengan berbagai pelayanan jasa angkatan laut, jasa pengiriman laut dari US kemana saja setiap jurusan, jasa pengiriman cargo konsumen melalui agen internasionalnya keseluruh dunia baik itu berupa *single shipments* atau *multiple shipments* bahkan untuk kebutuhan *project cargo*. juga menawarkan solusi terbaik untuk kebutuhan total transportasi anda. perusahaan dapat menangani *heavy, oversized, atau unconventional cargo* sehingga *cargo* tersebut sampai tepat pada waktunya dimana saja,jasa layanan khusus *custom broker*, dan Dalam hal *insurance*, Perusahaan juga mempertimbangakan faktor-faktor yang memperhatikan harga jual yaitu pesaing dan harga pasar *global area* dan juga memberikan potongan harga bagi para pelanggan atau *customer* tetap atau VIP yang membeli produk perusahaan berdasarkan jumlah pembelian perbulan. Perusahaan dalam menerapkan promosi dengan *Contact Service Promote* (promosi kontak service) dan *General Company Information*, dengan melalui pengiriman, Pembuatan kalender dan *grand prize* untuk menarik minat kepada para *customer* dan Frekuensi promosi. Untuk saluran distribusi daerah pemasaran utama di PT. Sinar Mentari Abadi Logistik tidak menentukan *area Market* per wilayah tetapi secara global daerah-daerah tersebut termasuk Jawa Timur adalah area market perusahaan. Dan Pemilihan Saluran Distribusi pemasaran daerah tersebut.

Kata Kunci : Promosi, Distribusi, dan Produk