

## ABSTRAK

Willy Sasmita (04120070086)

### **PENERAPAN SOSTAC PLANNING SYSTEM DALAM STRATEGI SALES PROMOTION KRIS HAND & BODY LOTION PREMIUM OLEH PT. SINAR ANTJOL**

(xv + 84 halaman: 13 gambar; 4 tabel; 29 lampiran)

Kata kunci: *Sales promotion, Kris Hand & Body Lotion Premium, SOSTAC*

Persaingan di bidang *marketing* timbul di berbagai aspek atau kategori. Salah satu kategori yang dimaksud adalah produk *Hand & Body Lotion*. PT. Sinar Antjol merupakan perusahaan yang memiliki produk di kategori *Hand & Body Lotion*. Produk tersebut adalah *Kris*. Dalam upaya untuk dapat mendapatkan *Top Brand* di kategori *Hand & Body Lotion*, PT. Sinar Antjol membuat produk *Kris* yaitu *Kris Premium*. Oleh karena itu dalam perencanaan peluncuran produk *Kris Premium*, PT. Sinar Antjol akan menetapkan strategi *sales promotion* dalam upaya mendapatkan konsumennya. Dalam penerapan menentukan strategi *sales promotion* pada *Kris Hand & Body Lotion Premium*, Penulis menggunakan *SOSTAC planning system*. *SOSTAC planning system* ini terbagi menjadi enam elemen, yaitu *Situation analysis, Objectives, Strategy, Tactic, Action, dan Control*. Dari penerapan *SOSTAC planning system* ini, PT. Sinar Antjol menentukan untuk menggunakan *sales promotion* yaitu *trade oriented promotion* dan *customer oriented promotion*. Bentuk-Bentuk *trade oriented promotion* adalah *contest & incentive* dan *buying allowances*, sedangkan bentuk *customer oriented promotion* adalah *specialties* dan *price reduction*. Taktik ini akan dilaksanakan di sepuluh kota di Indonesia dalam jangka waktu tujuh bulan, yaitu bulan Mei – November 2011. Dalam melakukan magang di PT. Sinar Antjol, Penulis dapat menyarankan agar PT. Sinar Antjol dapat menggunakan *sales promotion tools* lainnya seperti *sampling, purchase of materials* yang sesuai dengan kebutuhan sehingga tujuan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Referensi: 19 (1995-2011).

## ABSTRACT

Willy Sasmita (04120070086)

### **APPLICATION OF SOSTAC PLANNING SYSTEM IN SALES PROMOTION KRIS HAND & BODY LOTION PREMIUM STRATEGY BY PT. SINAR ANTJOL**

(Xv + 84 pages: 13 drawings, 4 tables, 29 appendixes)

Keywords: Sales promotion, Kris Hand & Body Lotion Premium, SOSTAC

Competition in market field arises in various aspects or categories. One of the categories is the product of Hand & Body Lotion. PT. Sinar Antjol is a company who has products in the category Hand & Body Lotion. The products are Kris. In an effort to be the Top Brand in category of Hand & Body Lotion, PT. Sinar Antjol launches Kris product named Kris Premium. Therefore, in the planning of Kris Premium product launch, PT. Sinar Antjol will establish sales promotion strategy in order to get customers. In application for determining sales promotion strategy on Kris Hand & Body Lotion Premium, Author will use SOSTAC planning system. SOSTAC planning system is divided into six elements: Situation analysis, Objectives, Strategy, Tactic, Action, and Control. Based on the application of SOSTAC planning system, PT. Sinar Antjol decides to use sales promotion of trade oriented promotion and customer oriented promotion. Forms of trade oriented promotion are contest & incentive and buying allowances, while the forms of customer oriented promotion are specialties and price reduction. These tactics will be held in ten cities in Indonesia within a period of seven months, from May to November 2011. In the internship at PT. Sinar Antjol, Author recommends PT. Sinar Antjol can use other sales promotion tools such as sampling, purchase of materials in accordance with the needs so that objectives can be achieved.

Reference: 19 (1995-2011).