

## **ABSTRACT**

*The success or failure of a company to expand its business, among others, through the capacity of the company to market the resulting product. The success of the step one is to menentuan appropriate promotional strategies, so the company has the power to promote the spearhead of a company. In connection with the above problems, the authors propose the following hypothesis" **PERFORMANCE REVIEW PROMOTION MIX BY SGM BUNDAPRESINUTRICV.MOMENTUMCIREBON**"Observations by the authors is to determine promotional strategies executed, as well as constraints experienced and how the solution will be taken to resolve the above problems. techniquethat the author isby observation and interview.Based on observations by the author CV. Momentum Cirebon promotional activities by means of the promotion mix consists of advertising (periklanan), personal selling(penjualan perorangan), sales promotion (promosi penjualan), direct marketing (pemasaran langsung) and publicity (publisitas). From the observations the authors found several problems experienced by CV. Momentum Cirebon, which consists of issues of Human Resources, Management of Operating Costs, as well as the diverse consumer and place of execution for the exhibition. In the face of these problems, the writer concludes that the CV. Momentum Cirebon HR training, reviewing operational and financial management to conduct a review of any place used as a platform to promote and implement standard operating procedures (SOP ) for the place - a place that will be used for promotion.*

## ABSTRAK

Keberhasilan atau tidaknya suatu perusahaan untuk mengembangkan usahanya antara lain melalui kemampuan perusahaan tersebut dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Langkah keberhasilan tersebut salah satunya adalah dengan menentukan strategi promosi yang tepat, sehingga perusahaan memiliki kekuatan dalam memajukan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Berkaitan dengan permasalahan di atas, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut **“TINJAUAN KINERJA BAURAN PROMOSI SGM BUNDA PRESINUTRI OLEH CV. MOMENTUM CIREBON”**

Observasi yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dijalankan, serta hambatan-hambatan yang dialami dan bagaimana solusi yang akan diambil dalam menyelesaikan permasalahan di atas. Teknik yang dilakukan penulis adalah dengan cara observasi dan wawancara.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis CV. Momentum Cirebon melakukan kegiatan promosi melalui alat bauran promosi yang terdiri dari periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan publisitas (*publicity*). Dari observasi penulis menemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh CV. Momentum Cirebon, yaitu terdiri dari permasalahan Sumber Daya Manusia, Pengelolaan Biaya Operasional, serta adanya konsumen yang beraneka ragam dan tempat pelaksanaan untuk pameran. Dalam menghadapi permasalahan ini di atas penulis berkesimpulan agar CV. Momentum Cirebon melakukan pelatihan SDM, mengkaji pengelolaan pembiayaan operasional dan melakukan peninjauan untuk setiap tempat yang dijadikan ajang promosi serta menerapkan standar operating prosedur (SOP) bagi tempat - tempat yang akan dipakai untuk promosi.