

# **BAURAN PEMASARAN HERBISIDA PADA PT SYNGENTA DAERAH LAMPUNG TENGAH**

**Oleh**

**Ahmad Syahrul Fauzi**

## **RINGKASAN**

PT Syngenta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang input pertanian berupa pestisida. Permasalahan terjadi ketika banyaknya produk pesaing membuat PT Syngenta mengalami penurunan penjualan. Penting bagi perusahaan untuk terus berupaya meningkatkan penjualan demi tujuan jangka panjang probabilitas dan kelangsungan bisnis. Laporan tugas akhir bertujuan untuk mendeskripsikan bauran pemasaran (4P) herbisida pada PT Syngenta daerah Lampung Tengah. Metode yang digunakan pada tugas akhir ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif pada penerapan taktik pemasaran perusahaan menggunakan metode bauran pemasaran (4P). Berdasarkan hasil dan pembahasan permasalahan yang dihadapi PT Syngenta adalah penurunan penjualan herbisida *Gramoxone* dikarenakan banyaknya pesaing yang mengharuskan PT Syngenta membuat strategi pemasaran yang baru untuk tercapainya omset penjualan. Strategi taktik pemasaran herbisida pada PT Syngenta menggunakan bauran pemasaran (4P) yaitu produk, harga, promosi, tempat. Produk yang diambil adalah herbisida *Gramoxone* dengan manfaat mempercepat pengendalian gulma dengan kisaran harga kios pertanian Rp 62.000 – Rp 1.065.000, PT Syngenta menyalurkan pestisida ke distributor, berdasarkan suatu perjanjian penyaluran produk ke retailer. PT Syngenta menggunakan berbagai promosi seperti *One Day Promo* (ODP), *Grower Meeting* (GM) dan *Expo* (Pameran).