

ABSTRAK

Analisis Penerapan Strategi Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Kalbe Farma Tbk. Kantor Cabang Kudus)**Oleh: Fakhrul Hidayat**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi hubungan masyarakat (*public relations*) dalam meningkatkan penjualan produk PT. Kalbe Farma Tbk Cabang Kudus. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Strategi *public relations* yang selama ini telah di implementasikan oleh PT Kalbe Farma cabang kudus untuk meningkatkan penjualan, yaitu *Advertisement* / Iklan, Presentasi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Langsung. Dari strategi yang diterapkan PT. Kalbe Farma Cabang kudus sudah dilakukan, tetapi pada kenyataanya penjualan produk perusahaan belum stabil dan masih mengalami penurunan. Proses komunikasi perlu dikelola dan dijaga dengan baik antara kantor pusat dengan cabang maupun sebaliknya.. *Marketing public relations* hendaknya lebih berkoordinasi kepada kantor cabang dalam melaksanakan kegiatan promosi, sehingga apa yang dibutuhkan kantor cabang pada saat kegiatan berlangsung dapat dipenuhi. Meskipun *marketing public relations* sebagai pihak perencana dan kantor cabang sebagai pihak pelaksana, *marketing public relations* juga harus mengawasi dan memantau dari awal sampai dengan akhir kegiatan.

Kata kunci: strategi, *marketing public relations*,