

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembiayaan (Studi Deskriptif Pada CV. Aditama Putra Mandiri, Bandung) dalam Meningkatkan tingkat penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran CV. Aditama Putra Mandiri dalam meningkatkan tingkat penjualan. Mulai dari mempelajari, mengembangkan, mengonsep dan mengeksekusi strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan CV. Aditama Putra Mandiri dalam meningkatkan tingkat penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dan data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan Direktur, Sekretaris/Admin, *Marketing Head, Marketing Officer, Credit Analyst, Sales Supervisor, Sales Collector, Stake Holder* dan *Konsumen* CV. Aditama Putra mandiri,. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara *detail* dan sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Aditama Putra Mandiri juga menerapkan *Promotion mix* dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasarannya. *promotion mix* melalui, periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, *Word of mouth, cross* dan *up selling* dianggap CV. Aditama Putra Mandiri cukup ampuh dalam menghadapi persaingan pasar saat ini. *Word of mouth* pemasaran melalui *stake holder* .Cara yang dilakukan adalah dengan langsung mendatangi *stake holder* baik pemilik perusahaan, pemilik kost atau penjaga kost untuk menawarkan kerja sama dengan cara menawarkan pembiayaan kredit elektronik dan meubel kepada bawahannya yang dia pimpin. Ini dirasakan paling efektif karena fasilitas kost yang cenderung standar, membuat penghuni kost merasa tidak nyaman, hal inilah yang menjadi alasan mengapa CV. Aditama Putra Mandiri menyasar kepada anak-anak kost, karena dinilai anak-anak kost yang umurnya masih belia lebih gampang terpengaruh oleh gaya hidup dan perkembangan teknologi. terbukti hampir 100% konsumen CV. Aditama Putra Mandiri adalah penghuni kost yang usianya masih muda. CV. Aditama Putra Mandiri Dalam perjalanan strategi komunikasi pemasarannya mengutamakan 3 hal yaitu: hubungan yang baik, kualitas produk dan mutu pelayanan. Tiga hal ini lah yang menjadi kunci sukses yang di pegang CV. Aditama Putra Mandiri dalam menjalankan aktifitas pemasarannya. Dalam meningkatkan tingkat penjualan. CV. Aditama Putra Mandiri mengandalkan *promotion mix, relationship marketing cross* dan *up selling*. Hal yang dilakukan oleh CV. Aditama Putra mandiri adalah mendengar aspirasi dan kebutuhan konsumennya, melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*), mendengarkan tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan produk yang diberikan dan menerapkan sistem keluhan dan saran.