

STRATEGI PROMOSI *FORTENZA 600FS* DI PT SYNGENTA CABANG LAMPUNG

Oleh

Diah Fitria Latiffah

RINGKASAN

Ulat grayak jagung *Spodoptera frugiperda* J.E. Smith merupakan serangga invasif yang telah menjadi hama pada tanaman jagung (*Zea mays*) di Indonesia. Serangan ulat grayak jagung yang terjadi pada setiap musim tanam jagung mendorong terciptanya produk dari PT Syngenta yaitu *Fortenza 600FS* yang merupakan insektisida sistemik berbentuk pekatan merah muda untuk mengendalikan hama pada tanaman jagung dengan bahan aktif siantraniliprol 600 g/l. Salah satu faktor yang sangat penting bagi PT Syngenta untuk penjualan, adalah menghadapi persaingan usaha yang sangat ketat, menuntut perusahaan mengenalkan produknya kepada konsumen, maka perlu dilakukannya promosi yang tepat. Promosi produk *Fortenza 600FS*, yaitu periklanan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan. Oleh karena itu pentingnya promosi bagi perusahaan menjadi Laporan Tugas Akhir ini berjudul “Strategi Promosi *FORTENZA 600FS* di PT Syngenta Cabang Lampung” bertujuan untuk (1) mendeskripsikan Produk *Fortenza 600FS* PT Syngenta cabang Lampung, (2) mendeskripsikan pelaksanaan promosi, Produk *Fortenza 600FS* PT Syngenta cabang Lampung. Metode analisis data yang digunakan untuk tugas akhir ini adalah metode deskriptif adalah yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran sebagai cara berkomunikasi dengan pasar menggunakan susunan bauran promosi. PT Syngenta cabang Lampung juga melakukan promosi untuk mencari pelanggan dan memperoleh laba. Promosi dilakukan secara giat dan tepat sasaran agar konsumen berminat untuk membeli dan menjadi pelanggan potensial perusahaan, dalam melakukan promosi PT Syngenta cabang Lampung memiliki

Diah Fitria Latiffah

beberapa cara yaitu sebagai berikut ; (a) Periklanan, (2) penjualan pribadi, (3) hubungan masyarakat, dan (4) promosi penjualan.

