

# **STRATEGI PROMOSI PENJUALAN KERIPIK PISANG KEPOK PADA CV PANCA MANUNGGAL ABADI, KEMILING, BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Windi Febriyan**

## **RINGKASAN**

CV Panca Manunggal Abadi adalah perusahaan manufaktur yang berdiri sejak Tahun 1986 bergerak di bidang pengolahan makanan yaitu berbagai macam produk olahan pisang kepok, pisang muli, dan Nangka. Promosi melalui sosial media berdampak positif dalam meningkatnya penjualan keripik pisang kepok. Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk: 1) menguraikan informasi konten promosi produk CV Panca Manunggal Abadi, 2) menganalisis jenis – jenis *platform* promosi penjualan CV Panca Manunggal Abadi, dan 3) menganalisis media promosi CV Panca Manunggal Abadi. Metode analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan strategi promosi terhadap penjualan produk keripik pisang kepok yaitu analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan bauran pemasaran. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1) informasi konten promosi produk menggunakan bauran pemasaran meliputi 4P yaitu *product, price, place, promotion* dan STP yaitu *segmentation, targeting, dan promotion* 2) *platform* promosi yang digunakan CV Panca Manunggal Abadi yaitu fokus terhadap penggunaan sosial media yaitu: *whatsapp, facebook, dan instagram*. Sosial media terutama *facebook* dan *instagram* memiliki fitur yang baik dan mudah dijangkau, 3) Kendala penerapan efektivitas media promosi CV Panca Manunggal Abadi yaitu promosi atau pengenalan produk melalui sosial media masih dibebankan kepada karyawan bagian pemasaran, karena belum memiliki admin khusus. Keberadaan admin khusus promosi secara *online* dengan tambahan pelatihan IT (*information technology*) dan konten promosi akan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan promosi secara efektif dan berkelanjutan.