

PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN
TOKO OLEH-OLEH *BANANA FOSTER*
LAMPUNG

¹ Hairunnisa Mayunique,² Ali Murtopo, ² Meyliana Astriyantika

¹ Mahasiswa Program Studi Perjalanan Wisata,² Dosen Program Studi Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Lampung Jalan Soekarno-Hatta Nomor 10 Rajabasa Bandar Lampung
Telp (0721) 703995, Fax (0721) 787309

ABSTRACT

Banana Foster Lampung is one of the food product companies under the auspices of PT Indonesia Villajaya which was established on April 17, 2017. Banana Foster Lampung is a type of speciality store that focuses on working on indonesian souvenirs, especially in Lampung. The data collection methods used in this report are observation, interviews, and documentation with qualitative descriptive analysis. The result of this writing is that Banana Foster Lampung products have 21 kinds of flavor variants and 7 kinds of product packaging. The price variation of Banana Foster Lampung products is calculated based on the Cost of Goods Sold (COGS) plus the profit received by the company. Banana Foster Lampung's marketing strategy utilizes several promotional strategies such as through digital, conventional, business to business, and media social promotion's. The place of Banana Foster Lampung Ryacudu is strategic because it is on the main road that is passed when heading to the tax on location road. The people or human resources that Banana Foster Lampung has are qualified because employees who work at Banana Foster Lampung have to go through several stages to work at Banana Foster Lampung. Banana Foster Lampung's physical evidence overall visuals of the store have an attractive shop appearance because it uses Lampung's signature gravity at one of its outlets and is dominated by the Banana Foster Lampung logo colors and namely yellow and black. The variety of products by Banana Foster Lampung is an important thing to do so that Banana Foster Lampung products are not inferior to competitors' products. Banana Foster Lampung is expected to add product variants, packaging, and product sizes.

Keywords: Marketing Mix, Lampung Gift Shop, Banana Foster

ABSTRAK

Banana Foster Lampung merupakan salah satu perusahaan produk makanan dibawah naungan PT Indonesia Villajaya yang berdiri sejak 17 April 2017. *Banana Foster* Lampung adalah salah satu jenis retail khusus (*speciality store*) yang fokus menggarap oleh-oleh nusantara khususnya di Lampung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam laporan ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penulisan ini adalah produk *Banana Foster* Lampung memiliki 21 macam varian rasa dan 7 macam *packaging* produk yang ditawarkan. Variasi harga dari produk *Banana Foster* Lampung dihitung berdasarkan Harga Pokok Penjualan (HPP) ditambah dengan keuntungan yang diterima perusahaan per produk nya. Strategi pemasaran *Banana Foster* Lampung memanfaatkan beberapa strategi promosi seperti melalui media digital, konvensional, *business to business*, dan promo. Tempat *Banana Foster* Lampung cabang Ryacudu strategis karena berada di jalan utama yang dilalui ketika menuju jalan *tax on location*. Orang atau sumber daya manusia yang *Banana Foster* Lampung miliki berkualitas karena karyawan yang bekerja di *Banana Foster* Lampung harus menjalani beberapa tahapan untuk bekerja di *Banana Foster* Lampung. Fasilitas fisik *Banana Foster* Lampung dari segi visual keseluruhan toko memiliki tampilan toko yang menarik karena menggunakan *gravity* khas Lampung pada salah satu *outlet*nya serta di dominasi dengan warna logo *Banana Foster* Lampung yaitu kuning dan hitam. Variasi produk yang dijual *Banana Foster* Lampung adalah hal penting untuk dilakukan agar produk *Banana Foster* Lampung tidak kalah bersaing dengan produk pesaing. *Banana Foster* Lampung diharapkan dapat menambah varian produk, *packaging*, serta ukuran produknya.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Toko Oleh-Oleh Lampung, *Banana Foster*