

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM
MEMASARKAN PRODUK ABON ROA CHAN'S DI
KOTA MANADO**

TUGAS AKHIR

Oleh

MILENIO RICHLI ELIA TARORE

NIM : 18052026



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
TAHUN 2022**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PERSETUJUAN PENGESAHAN	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Rumusan Masalah	2
1.5 Tujuan dan Manfaat	3
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 4
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	4
2.1.2 Promosi	6
2.1.3 Strategi Promosi	9
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	10

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	11
3.1 Media Promosi	11
3.2 Visualisasi Karya	14
 BAB IV PENUTUP	 16
4.1 Kesimpulan	16
4.2 Saran.....	16
 DAFTAR PUSTAKA.....	 17
LAMPIRAN.....	18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis mengharuskan setiap pelaku usaha untuk terus berinovasi demi keberlangsungan dan perkembangan bisnis mereka, oleh karena itu strategi promosi perlu diterapkan untuk menunjang perkembangan tersebut. Untuk membuat para konsumen dapat mengenal dengan baik atas produk yang ditawarkan, maka pelaksanaan strategi promosi harus dilakukan pada waktu dan tempat yang tepat. Kegiatan yang diambil dalam pelaksanaan strategi promosi yaitu membuat media iklan, melakukan penjualan tatap muka (*personal selling*) dan menggunakan internet sebagai sarana promosi.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi promosi menggunakan dua sarana yaitu secara langsung (*offline*) dan internet (*online*). Produk yang dipilih untuk dipromosikan yaitu produk makanan sambal roa. Sambal roa adalah makanan khas daerah Kota Manado yang bahan dasarnya adalah ikan roa yang disuwir kemudian dihaluskan dan disangrai bersama bumbu khas. Tidak bisa dipungkiri kalau sambal roa sudah terkenal bahkan di seluruh penjuru Indonesia, oleh karena itu tentu juga tidak sedikit pengusaha yang menjual produk yang serupa, namun dengan penerapan strategi yang variatif atau bermacam-macam.

Sesuai dengan pernyataan di atas maka penulis pun mengangkat **“Penerapan Strategi Promosi dalam Memasarkan Produk Abon Roa di Kota Manado”** sebagai judul dari tugas akhir.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kesadaran akan produk atau *brand awareness* yang masih kurang.
2. Menentukan langkah-langkah pemasaran produk.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan atau target pasar yang ditentukan untuk penjualan produk yaitu :

1. Mahasiswa atau mereka yang tinggal merantau di indekos.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang ditemui adalah :

1. Apa pola yang digunakan dalam memasarkan produk ?
2. Bagaimana cara melaksanakan strategi dengan pola yang sudah ditentukan?

1.5 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disimpulkan, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah :

- A. Memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan produk.
- B. Meningkatkan *brand awareness* terhadap produk yang dipasarkan.

2. Manfaat

Tugas akhir ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi mereka yang ingin berkecimpung di dunia usaha dengan produk yang kreatif dan mampu bersaing secara sehat.