

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PRODUK SISTEM PENYEDIAAN AIR MINUM (SPAM) (STUDY KASUS PADA PERUMDA AIR MINUM WAY RILAU KOTA BANDAR LAMPUNG)

Oleh

TESSA PUTRI PRAMIDA

Strategi promosi ialah sarana komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumen, dengan tujuan menyampaikan informasi tentang suatu produk menggunakan bauran promosi seperti media periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), Hubungan masyarakat (*public relation*), penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan langsung (*direct marketing*). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui media promosi dan mengetahui strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan PERUMDA Air Minum Way Rilau melalui analisis SWOT. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi yang telah digunakan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Way Rilau Kota Bandar Lampung ialah menggunakan media sosial yaitu instagram dan Facebook, media cetak berupa brosur dan banner dan media elektronik. PERUMDA Air Minum Way Rilau berada pada Kuadran Ke-1 yaitu strategi S-O menggunakan strategi agresif karena dapat dilihat dari hasil analisis penelitian bahwa PERUMDA Air Minum Way Rilau menghadapi kekuatan dan peluang yang besar, sehingga PERUMDA Air Minum Way rilau harus mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada untuk dapat meningkatkan penjualan

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi, Volume Penjualan, Analisis SWOT.**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF PROMOTIONAL STRATEGIES TO INCREASE SALES IN SISTEM PENYEDIAAN AIR MINUM (SPAM) (CASE STUDY ON PERUMDA AIR MINUM WAY RILAU, BANDAR LAMPUNG CITY)**

**By**

**TESSA PUTRI PRAMIDA**

*Promotion strategy is a means of communication carried out by the company to consumers, with the aim of conveying information about a product using a promotional mix such as advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct marketing. This study has the aim of knowing the promotional media and knowing the right promotion strategy in increasing sales at the PERUMDA Air Minum Way Rilau through SWOT analysis. This type of research is descriptive qualitative. The results showed that the promotional media that had been used by the PERUMDA Air Minum Way Rilau were using social media, namely Instagram and Facebook, print media in the form of brochures and banners and electronic media. PERUMDA Air Minum Way Rilau is in Quadrant 1, namely the S-O strategy using an aggressive strategy because it can be seen from the results of research analysis that PERUMDA Air Minum Way Rilau faces great strengths and opportunities, so PERUMDA Air Minum Way Rilau must optimize the strengths and opportunities that exist to increase sales.*

**Keywords: Promotion Strategy, Promotional Mix, Sales Volume, SWOT Analysis.**