

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis dan mengevaluasi strategi promosi dalam konteks pemasaran dengan merujuk pada teori-teori yang diajukan oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong. Fokus penelitian adalah pada bauran promosi (promotion mix) terutama elemen-elemen promosi yang digunakan oleh PT. Braga Texchem Industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan brosur dan video iklan untuk menarik calon pelanggan dan menekankan harga produk yang terjangkau sebagai daya tarik utama. Perusahaan mengakui kekurangan dalam bidang hubungan masyarakat, namun berkomitmen untuk meningkatkannya di masa depan. Strategi pemasaran personal melibatkan interaksi tatap muka dengan pelanggan melalui tim penjualan yang terlatih. Selain itu, perusahaan menghadapi hambatan dalam pembuatan konten iklan dan perlu mencari individu yang berkompeten dalam bidang ini. Temuan penelitian ini memberikan wawasan bagi PT. Braga Texchem Industri dalam upaya mereka untuk meningkatkan promosi produk dan layanan mereka, serta mengidentifikasi area di mana perusahaan dapat mengembangkan strategi mereka. Ini penting untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif di masa depan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Kotler dan Armstrong, PT. Braga Texchem Industri

ABSTRACT

This research analyzes and evaluates promotional strategies in a marketing context by referring to the theories proposed by Philip Kotler and Gary Armstrong. The focus of the research is on the promotion mix, especially the promotional elements used by PT. Braga Texchem Industri. The research results show that companies use brochures and advertising videos to attract potential customers and emphasize affordable product prices as the main attraction. The company recognizes shortcomings in the area of public relations, but is committed to improving them in the future. Personal marketing strategies involve face-to-face interactions with customers through a trained sales team. In addition, companies face obstacles in the creation of expert advertising content and need to look for individuals who are competent in this field. The findings of this research provide insight for PT. Braga Texchem Industri in their efforts to improve the promotion of their products and services, as well as identifying areas where the company can develop their strategy. This is important for achieving more effective marketing goals in the future.

Keywords: *Promotion Strategy, Kotler and Armstrong, PT Braga Texchem Industri*