

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh TB Tanggo Bangunan Bukit Lama dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di industri bahan bangunan Kota Palembang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TB Tanggo Bangunan telah menerapkan strategi promosi yang mencakup periklanan melalui *Google Blog* dan spanduk, promosi penjualan dengan diskon pembelian besar, penjualan personal melalui pendekatan langsung kepada pelanggan, serta hubungan masyarakat melalui keterlibatan dalam kegiatan sosial. Namun, efektivitas promosi belum optimal, terlihat dari penurunan penjualan pada tahun 2024. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan utama TB Tanggo adalah hubungan baik dengan pelanggan dan pelayanan ramah, sedangkan kelemahannya mencakup belum maksimalnya penggunaan media digital. Strategi promosi perlu dikembangkan lebih lanjut dengan memanfaatkan media sosial, layanan pengiriman online, serta program loyalitas dan pelatihan karyawan. Kesimpulannya, strategi promosi yang lebih inovatif dan terintegrasi sangat diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar TB Tanggo Bangunan di tengah persaingan yang kompetitif.

Kata kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi, SWOT, TB Tanggo Bangunan

ABSTRACT

This study aims to analyze the promotional strategies implemented by TB Tango Bangunan Bukit Lama in facing increasingly fierce business competition in the building materials industry in Palembang City. The method used is a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research findings indicate that TB Tango Bangunan has implemented promotional strategies that include advertising through Google Blog and banners, sales promotions with large purchase discounts, personal sales through direct approaches to customers, and community relations through involvement in social activities. However, the effectiveness of these promotions has not been optimal, as evidenced by a decline in sales in 2024. The SWOT analysis indicates that TB Tango's main strengths are its good customer relationships and friendly service, while its weaknesses include the underutilization of digital media. Promotion strategies need to be further developed by leveraging social media, online delivery services, as well as loyalty programs and employee training. In conclusion, more innovative and integrated promotion strategies are essential to maintain and enhance TB Tango Bangunan's market position amid competitive competition.

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, SWOT, TB Tango Bangunan