

ABSTRACT

Promotion Strategy To increase sales at CV. MADINTA MADANI M2M Indonesian Fast Food BANGKALAN The research objective of this final assignment is to explain the promotional strategy activities to increase sales at CV. MADINTA MADANI M2M Indonesian Bangkalan Fast Food and provide solutions to develop promotions on CV companies. MADINTA MADANI M2M Indonesian Fast Food Bangkalan. The research method used to analyze the problems that exist in this study is to use a quantitative descriptive approach, presenting information collected from internal companies, analyzing the results of field observations, and in-depth interviews. The results achieved from the research show that the strategy that has been carried out by the CV. MADINTA MADANI M2M Indonesian Fats Food Bangkalan has been running well but not optimal. Problems related to promotional limitations due to lack of ideas in promotional strategies to increase sales. The conclusion from this research is how to increase sales and promotion strategies that are consistent both through the way brochures are distributed, the spread of online media promotions or sponsors of the right price range, and good service can increase the company's customer satisfaction.

Keywords: Promotion, Strategy

ABSTRAK

Strategi Promosi Untuk meningkatkan penjualan di CV. MADINTA MADANI M2M *Indonesian Fast Food* Bangkalan Tujuan Penelitian dari penulisan tugas akhir ini ialah untuk menjelaskan kegiatan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan di CV. MADINTA MADANI M2M *Indonesian Fast Food* Bangkalan dan memberikan solusi untuk mengembangkan promosi pada perusahaan CV. MADINTA MADANI M2M *Indonesian Fast Food* Bangkalan. Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, menyajikan informasi data yang terkumpul dari pihak internal perusahaan, analisis hasil pengamatan lapangan, serta wawancara mendalam. Hasil yang dicapai dari penelitian menunjukkan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh pihak CV. MADINTA MADANI M2M *Indonesian Fats Food* Bangkalan sudah berjalan dengan baik tetapi belum optimal. Permasalahan yang terkait dengan keterbatasan promosi akibat kurangnya ide dalam strategi promosi guna meningkatkan penjualan. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bagaimana cara meningkatkan penjualan dan strategi promosi yang konsisten baik melalui cara penyebaran brosur, penyebaran promosi media online atau sponsor jangkauan harga yang tepat, dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan.

Kata kunci: *Promosi , Strategi*