



## LAPORAN AKHIR KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

### PENINGKATAN *BRAND AWARENESS* MELALUI STRATEGI PROMOSI DI *EVENT* PASAR KAGET PADA PT X

DEVIKALURISA RHAMADANTI  
 Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies



PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2020

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir Peningkatan *Brand Awareness* Melalui Strategi Promosi Di *Event* Pasar Kaget Pada PT X adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Bogor, Agustus 2020

Devika Nurlisa Rhamadanti  
J3J117247

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## RINGKASAN

DEVIKA NURLISA RHAMADANTI. Peningkatan *Brand Awareness* Melalui Strategi Promosi di *Event* Pasar Kaget Pada PT X. *Brand Awareness Enhancement through Promotion Strategies on Event Pasar Kaget at PT X*. Dibimbing oleh ANDAN HAMDANI

Pemasaran yaitu ujung tombak suatu bisnis dimana pemasaran adalah faktor penentu berhasil atau tidaknya suatu bisnis yang sedang di jalani, untuk memasuki pasar global diperlukan adanya strategi pemasaran yang modern adalah salah satu kunci keberhasilan suatu bisnis dan perusahaan yang berkembang dari masa ke masa. Pada PT X sebagai salah satu perusahaan pemasar di bidang pertanian yang sudah dikenal luas oleh masyarakat jabodetabek, system pemasaran yang dilakukan oleh PT X yaitu pemasaran melalui aplikasi pemesanan *online* dan pemasaran *offline* dengan mengadakan suatu event penjualan dan bekerja sama dengan market besar, HORECA (hotel, restaurant dan catering).

Tujuan dari penulisan kajian ini adalah untuk menganalisis proses *business model canvas* perusahaan kemudian menganalisis strategi promosi pada suatu *event* yang akan dilaksanakan. Adapun metode analisis yang digunakan pada kajian yaitu berupa data kualitatif dengan menganalisis setiap elemen *business model canvas* dan menggunakan strategi bauran promosi untuk meningkatkan *brand awareness*. Strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan menganalisis strategi strategi yang ada yaitu : *advertising, personal selling, sales promotion, public relation* dan *direct market*.

*Brand awareness* adalah mengukur sampai sejauh mana konsumen dapat mengenali dan menyadari tentang keberadaan suatu produk atau merek yang merupakan bagian dari salah satu produk tertentu, untuk dapat mengenali dan meyakini adanya produk dan merek ke konsumen dengan beberapa cara yaitu melalui *event* yang diselenggarakan dengan menambahkan sebuah informasi terkait produk dan merek yang di perkenalkan konsumen yang berada di area *event* tersebut, kemudian ada melalui sosial media berupa *facebook, instagram, dan ads* dimana untuk membuat masyarakat luas *aware* akan adanya produk dan merek PT X dengan diadakannya sosial media sangat membantu untuk memberikan informasi terkait *Brand Awareness* kepada khalayak orang banyak.

Hasil kajian ini dibuat dengan menganalisis strategi promosi untuk meningkatkan *brand awareness* menggunakan strategi yaitu : *advertising* yang didalamnya berisi periklanan melalui *online* dan *offline* terkait *event* yang diadakan dan *branding, personal selling* yang didalamnya berisi strategi terkait penjualan secara langsung menggunakan stand di *event* pasar kaget yang disediakan oleh *team, sales promotion* yang didalamnya berisi promosi - promosi yang bisa menumbuhkan jumlah dan loyalitas konsumen serta meningkatkan *brand awareness, public relation* dimana berisi membangun pengenalan merek dan pendekatan kepada konsumen melalui *event* pasar kaget PT X, yang terakhir adanya *direct marketing* yang berisi kegiatan pemasaran langsung berbentuk komunikasi yang baik, etika dan informasi terkait perusahaan dan produk yang dijual distand pada saat event berlangsung maupun melalui aplikasi pemesanan online.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Pemasaran, Strategi Promosi*





©Hak Cipta milik IPB, tahun 2020  
Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB*



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



# PENINGKATAN BRAND AWARENESS MELALUI STRATEGI PROMOSI DI EVENT PASAR KAGET PADA PT X

**DEVIKA NURLISA RHAMADANTI**



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Laporan Akhir  
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Ahli Madya pada  
Program Studi Manajemen Agribisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2020**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Pengantar pada ujian laporan akhir: Sanitarianing Anggraeni, S.P., M.M.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Judul Laporan Akhir : Peningkatan *Brand Awareness* Melalui Strategi Promosi di *Event* Pasar Kaget Pada PT X  
Nama : Devika Nurlisa Rhamadanti  
NIM : J3J117247

Disetujui oleh

Pembimbing

Pembimbing

: Andani Purandani SP, M.Si.



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

Diketahui oleh

Ketua Program Studi : Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si  
NIP. 196710241993022001

Dekan : Dr. Ir. Arief Darjanto, Dip.Ag.Ec., M.Ec  
NIP. 196106181986091001



Tanggal Ujian : Kamis, 6 Agustus 2020

Tanggal Lulus : 18 September 2020

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.