

RINGKASAN

Pemasaran merupakan salah satu fungsi penting dalam suatu organisasi, termasuk Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) adalah bauran komunikasi pemasaran. Bauran komunikasi pemasaran terdiri dari empat elemen, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal. Pada tahun 2023, PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) berpartisipasi dalam Pekan Promosi Cilacap Expo 2023. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk implementasi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis partisipasi PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) dalam Pekan Promosi Cilacap Expo 2023 sebagai bentuk implementasi bauran komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) dalam Pekan Promosi Cilacap Expo 2023 telah berhasil mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan dan produk-produknya kepada masyarakat luas. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa partisipasi PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) dalam Pekan Promosi Cilacap Expo 2023 merupakan bentuk implementasi bauran komunikasi pemasaran dan telah berhasil mengenalkan perusahaan pada publik khususnya masyarakat Cilacap.

Kata kunci: bauran komunikasi pemasaran, PT Cilacap Segara Artha (Perseroda), Pekan Promosi Cilacap Expo 2023

SUMMARY

Marketing is one of the important functions in an organization, including Regional-Owned Enterprises (BUMD). One of the marketing strategies that can be used by Regional-Owned Enterprises (BUMD) is the marketing communication mix. The marketing communication mix consists of four elements, namely advertising, sales promotion, public relations, and personal selling. In 2023, PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) participated in the Cilacap Expo 2023 Promotion Week. This activity is one form of implementation of the marketing communication mix carried out by the company. This research aims to analyze the participation of PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) in the Cilacap Expo 2023 Promotion Week as a form of implementation of the marketing communication mix. This research uses a qualitative research method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The results showed that the participation of PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) in the Cilacap Expo 2023 Promotion Week has successfully communicated information about the company and its products to the wider community. Based on the research results, it can be concluded that the participation of PT Cilacap Segara Artha (Perseroda) in the Cilacap Expo 2023 Promotion Week is a form of implementation of the marketing mix communication and has succeeded in introducing the company to the public, especially the people of Cilacap.

Keywords: marketing communication mix, PT Cilacap Segara Artha (Perseroda), Cilacap Expo 2023 Promotion Week