

## RINGKASAN

Industri pengolahan sabut kelapa adalah produk yang bahan baku utamanya dari buah kelapa yang sudah kering. Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan meningkat, salah satunya dengan merancang strategi pemasaran. Menurut Tull dan Kahl, strategi pemasaran adalah alat penting yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui pemilihan pasar yang tepat dan program pemasaran yang efektif untuk menjangkau sasaran.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi promosi pada PT Uba Uhud International desa jatisari, Kedungreja, Cilacap dalam meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.

Strategi produk yang diterapkan dan dilakukan oleh PT Uba Uhud International dibawah kepemimpinan Noor Fahmi berhasil menciptakan produk yang beragam untuk menjangkau konsumen semakin luas karena banyak produk yang ditawarkan untuk menarik konsumen lebih banyak guna meningkatkan penjualan. Dalam menetapkan harga PT Uba Uhud International terikat erat dengan bahan baku, tidak mengikuti harga pasaran. Proses distribusi atau pembelian produk bisa dilakukan dengan online ataupun offline dengan transaksi antara produsen pada konsumen. Untuk tempat produksi beralamat di Desa Jatisari, Kecamatan Kedungreja, Kabupaten Cilacap yang dekat dengan bahan baku dan tempat pemasaran berada di Purwokerto yang memiliki cakupan akses pemasaran lebih luas. Promosi yang dilakukan oleh PT Uba Uhud International melalui media sosial, penyebaran brosur dan pameran.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Penjualan, Industri, Sabut Kelapa**

## **SUMMARY**

*The coconut fiber processing industry primarily uses dried coconut fruit as its main raw material. A company hopes to increase sales, one of which is by designing a marketing strategy. According to Tull and Kahl, a marketing strategy is an essential tool planned to achieve the company's objectives by creating a sustainable competitive advantage through the selection of the right market and effective marketing programs to reach the target.*

*The purpose of this research is to understand the implementation of promotion strategies at PT Uba Uhud International in Jatisari Village, Kedungreja, Cilacap, in enhancing its product sales. This study employs field research with a qualitative approach and a descriptive method.*

*The product strategy implemented by PT Uba Uhud International under the leadership of Noor Fahmi has successfully created a diverse range of products to attract a broader customer base, as there are many products offered to draw more consumers and increase sales. In setting prices, PT Uba Uhud International is closely tied to raw material costs and does not follow market prices. The distribution or purchase of products can be conducted both online and offline, with transactions occurring directly between the producer and the consumer. The production facility is located in Jatisari Village, Kedungreja District, Cilacap Regency, which is close to the raw materials, while the marketing location is in Purwokerto, which offers a wider marketing reach. PT Uba Uhud International conducts promotions through social media, brochures, and exhibitions.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Sales, Industry, Coconut Fiber*