

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Suatu Studi pada Rumah Boneka Panda Cilacap)

Oleh:

Umi Latifah
Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh Ciamis
Email: Rendeu097@gmail.com

Abstrak

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Rumah Boneka Panda Cilacap dalam meningkatkan volume penjualan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Rumah Boneka Panda Cilacap dalam meningkatkan volume penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik Analisis yang penulis gunakan berupa pengumpulan data, reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan Rumah boneka panda melalui bauran promosi yang terdiri dari 5 bauran, diantaranya yaitu *Advertising* (periklanan), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Public Relation* (Hubungan Masyarakat), *Direct Marketing* (pemasaran langsung), *Personal Selling* (Penjualan secara pribadi). strategi promosi yang digunakan sangat efektif sehingga volume penjualan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Strategi promosi, Volume penjualan