

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Kota Blitar Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru” yang ditulis oleh Aprilia Khusnul Khotimah. NIM 12405173009, yang dibimbing oleh Bapak Mochammad Chobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya lembaga kursus dan pelatihan (LKP) yang menyelenggarakan program teknologi informasi dan digital marketing dengan waktu yang singkat dan biaya yang lebih rendah dengan materi yang lengkap di lingkup digital marketing dengan jaminan lulus berpenghasilan atau siap disalurkan kerja. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti yaitu: (1) Bagaimana strategi promosi Argia Academy Indonesia Kota Blitar dalam upaya peningkatan jumlah peserta didik baru? (2) Apa saja kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi promosi pada Argia Academy Indonesia (3) Bagaimana solusi terhadap kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi promosi pada Argia Academy Indonesia?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi Argia Academy Indonesia dalam upaya peningkatan jumlah peserta didik baru. (2) untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan strategi promosi pada Argia Academy Indonesia. (3) untuk mengetahui solusi terhadap kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi promosi pada Argia Academy Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi promosi yang diterapkan oleh Argia Academy Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru yaitu dengan menggabungkan 5 bauran promosi (*Promotion mix*) yaitu Periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan langsung (*direct marketing*), penjualan personal (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public relation*). (2) Kendala yang dihadapi Argia Academy Indonesia antara lain yaitu: mahal biaya promosi, kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya pengetahuan teknologi dan *digital marketing* yang diselenggarakan oleh Argia Academy Indonesia, dan adanya kompetitor. (3) Solusi Untuk mengatasi mahal biaya promosi yaitu dengan mencari sumber pendanaan yang lebih banyak, Sedangkan untuk mengatasi kurangnya pemahaman masyarakat maka perlu diadakannya seminar online gratis untuk masyarakat umum, untuk mengatasi adanya kompetitor maka yang dilakukan yaitu membuat iklan yang lebih bagus dan lebih menarik, dan lebih menajamkan kelebihan yang dimiliki.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Bauran Promosi

ABSTRACT

Thesis with the title “Argia Academy Indonesia Promotion Strategy in Blitar City in an Effort to Increase the Number of New Students” written by Aprilia Khusnul Khotimah. NIM 12405173009, which was supervised by Mr. Mochammad Chobir Sirad, M.Pd.I.

This research is motivated by the existence of a technology and digital marketing course and training institution with a short time and lower cost with complete materials in the digital marketing scope with guarantee income or ready to be channeled to work. Therefore, this study raises the problems formulated by the researchers are: (1) What is the promotion strategy of Argia Academy Indonesia in Blitar City in an effort to increase the number of new students? (2) What are the obstacles faced in implementing the promotion strategy at Argia Academy Indonesia? (3) What are the solutions to the obstacles faced in implementing the promotion strategy at Argia Academy Indonesia?. The objectives of this study are (1) To find out how the promotion strategy of Argia Academy Indonesia is in an effort to increase the number of new students. (2) To find out the obstacles in implementing the promotion strategy at Argia Academy Indonesia. (3) To find out the solutions to the obstacles faced in the implementation of the promotion strategy at Argia Academy Indonesia.

This study uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Sources of data obtained are primary and secondary data. The data collection techniques are using interviews, observation, and documentation. The analysis techniques are used data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of this study indicate that (1) The promotional strategy implemented by Argia Academy Indonesia in an effort to increase the number of new students is by combining 5 promotion mixes, namely Advertising sales promotion, direct marketing, personal selling, and public relation. (2) The obstacles faced by Argia Academy Indonesia include the high cost of promotion, the lack of public understanding of the importance of technology knowledge and digital marketing organized by Argia Academy Indonesia, and the presence of competitors. (3) Solutions to overcome the high cost of promotion, namely by looking for more funding sources, meanwhile, to overcome the lack of public understanding, it is necessary to hold free online seminars for the general public, to overcome the existence of competitors, what is done is to make better and more attractive advertisements, and further sharpen the advantages it has.

Keywords: Strategy, Promotion, Promotion Mix