

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Es Kelapa Muda Tropisco Desa Bago Kabupaten Tulungagung” yang di tulis oleh Afidah Badi’ Romdliatin, NIM 12405193194, Yang di bimbing Oleh Dr.Suminto, M.Pd.I.

Promosi memiliki peran penting dalam dunia bisnis untuk selalu mencari, memperoleh, dan mempertahankan pangsa pasarnya. Hal ini membuat pelaku usaha dituntut untuk saling mengatur strategi promosi agar produk yang di hasilkan dapat di minati oleh banyak konsumen. Maka dari itu penelitian ini mengangkat fokus penelitian yang di rumuskan oleh peneliti, yaitu : 1) Bagaimana strategi promosi iklan/*advertising* dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha es kelapa muda Tropisco. 2) Bagaimana strategi promosi penjualan/*sales promotion* dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha es kelapa muda Tropisco. 3) Bagaimana strategi promosi pemasaran langsung dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha es kelapa muda Tropisco. 4) Bagaimana strategi promosi pemasaran dari mulut ke mulut/*word of mouth* dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha es kelapa muda Tropisco.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Usaha es kelapa muda Tropisco melakukan strategi promosi Iklan/*advertising* dengan memperhatikan langkah-langkah dalam melakukan promosi iklan yaitu dengan menetapkan tujuan dan sasaran, menetapkan anggaran iklan, menetapkan pesan yang di sampaikan, serta media yang digunakan. 2) Usaha es kelapa muda tropisco dalam melakukan strategi promosi penjualan/*sales promotion* dengan cara memperhatikan langkah-langkah dalam melakukan strategi promosi penjualan yaitu dengan menentukan tujuan, menyeleksi alat-alat yang digunakan. 3) Usaha es kelapa muda Tropisco dalam melakukan strategi pemasaran langsung/*direct selling* yaitu dengan memperhatikan keputusan-keputusan penting dalam melaksanakan promosi yaitu dengan menentukan tujuan, menentukan target pasar, menentukan strategi penawaran.. 4) Usaha es kelapa muda Tropisco dalam melakukan strategi promosi pemasaran dari mulut ke mulut/*word of mouth* dengan memperhatikan metode dan media yang digunakan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Volume Penjualan, Usaha Es kelapa Muda.

ABSTRACT

The thesis with the title "Implementation of Promotional Strategies in Increasing Sales Volume in the Tropisco Young Coconut Ice Business, Bago Village, Tulungagung Regency" was written by Afidah Badi' Romdliatin, NIM 12405193194, supervised by Dr.Suminto, M.Pd.I.

Promotion has an important role in the business world to always seek, obtain and maintain its market share. This requires business actors to organize promotional strategies so that the products they produce can be of interest to many consumers. Therefore, this research raises the research focus formulated by the researcher, namely: 1) What is the advertising/advertising promotion strategy in increasing sales volume in the Tropisco young coconut ice business. 2) What is the sales promotion strategy for increasing sales volume in the Tropisco young coconut ice business. 3) What is the direct marketing promotion strategy for increasing sales volume in the Tropisco young coconut ice business. 4) What is the word of mouth marketing promotion strategy to increase sales volume in the Tropisco young coconut ice business.

This research uses a descriptive qualitative approach. Data collection from this research used observation, interviews and documentation methods. The data analysis technique used is data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this research show that: 1) Tropisco's young coconut ice business carries out advertising/advertising promotion strategies by paying attention to the steps in carrying out advertising promotions, namely by setting goals and targets, setting an advertising budget, determining the message conveyed, and the media used. 2) Tropicalo's young coconut ice business carries out a sales promotion/sales promotion strategy by paying attention to the steps in carrying out a sales promotion strategy, namely determining objectives, selecting the tools used, compiling a promotional program, conducting preliminary testing, implementing the program, and output results. 3) Tropisco's young coconut ice business in carrying out direct marketing/direct sales strategies, namely by paying attention to important decisions in carrying out promotions, namely by determining goals, determining market targets, determining offering strategies. 4) Tropisco's young coconut ice business in carrying out promotional strategies Word of mouth marketing by paying attention to the methods and media used, namely by determining WOM speakers, topics used, tools and consumer participation, as well as monitoring WOM promotional campaigns.

Keywords: Promotion Strategy, Sales Volume, Young coconut ice business.