

“STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI HOUSE OF SMITH BANJARMASIN”

Hamzah¹, Risa Dwi Ayuni², M. Agus Humaidi³

¹⁾²⁾³⁾FISIP, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, Kalimantan Selatan
Email:hmzhamr408@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu 1. Untuk mengetahui strategi promosi apa digunakan oleh House Of Smith Banjarmasin. 2. Untuk mengetahui promosi apa yang paling efektif yang sudah dilakukan oleh House Of Smith Banjarmasin. 3. Untuk mengetahui media promosi apa saja yang digunakan oleh House Of Smith Banjarmasin.

Metode penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi kepada 5 informan. Analisis data menggunakan dengan pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh House Of Smith Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan yaitu melalui kegiatan Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Public Relation dan Merchandise yang meliputi pembuatan banner, menggunakan media sosial instagram, diskon produk, penawaran promo secara langsung ke pelanggan, berkolaborasi dengan perusahaan lain yang ada di Banjarmasin dan pemberian merchandise secara gratis. Sedangkan media yang di gunakan di penelitian ini ialah ada 3 yaitu Media Luar Ruang, Media Online dan Merchandise. Dan menurut House Of Smith Banjarmasin sampai saat ini promosi yang paling efektif yaitu menggunakan Sales Promotion yaitu dalam bentuk diskon produk.

Kata kunci: Strategi, Strategi Promosi, House Of Smith Banjarmasin, Staff

ABSTRACT

The purposes of this study are 1. To find out what promotion strategy is used by House Of Smith Banjarmasin. 2. To find out what the most effective promotions have been done by House Of Smith Banjarmasin. 3. To find out what promotional media are used by House Of Smith Banjarmasin.

The research method uses a qualitative approach with a qualitative descriptive type of research. Data were collected by means of observation, interviews and documentation to 5 informants. Data analysis uses data collection, data processing, data presentation and drawing conclusions.

The results show that the promotional strategy carried out by House Of Smith Banjarmasin in increasing sales is through Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Public Relations and Merchandise activities which include making banners, using Instagram social media, product discounts, promo offers directly to customers. , collaborating with other companies in Banjarmasin and providing free merchandise. While the media used in this study are 3, namely Outdoor Media, Online Media and Merchandise. And according to the House Of Smith Banjarmasin until now the most effective promotion is using Sales Promotion, namely in the form of product discounts.

Keywords: Strategy, Promotion Strategy, House Of Smith Banjarmasin, Staff

- Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2). (Fungsi dan tujuan promosi)
- Ngalimin, I. G., Tumbuan, W. J., & Mandagie, Y. (2019). Strategi Relationship Marketing Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1). (Pengumpulan data)
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Victoria Saputra, V. (2020). *Perancangan Promosi Brand" Demi Bumi"* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2)
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.