

ABSTRAK

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam manajemen pemasaran, karena promosi merupakan kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk berkomunikasi dengan konsumen. Promosi adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual atau perantara.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa hubungan Promosi terhadap Tujuan Penjualan adalah sebesar 85,80% atau dapat dikatakan pula, bahwa varians yang terjadi pada variabel Tujuan Penjualan (Y) 85,80% ditentukan oleh varians yang terjadi pada variabel Promosi (X). Sisanya, sebesar 14,20% ditentukan oleh faktor – faktor lain diluar penelitian, seperti penjualan, pemasaran dan lain – lain.

Hambatan – hambatan yang dihadapi Laundry Kuy Bandung dalam pelaksanaan promosi untuk meningkatkan penjualan. Keterbatasan pemilihan media social atau pesan periklanan, sehingga pesan periklanan tersebut tidak maksimal sampai ke konsumen. Kegiatan promosi online tidak dijalankan secara maksimal, sehingga penjualan tidak bisa mencapai target.

Dengan adanya hambatan – hambatan tersebut penelitian memberikan saran, Laundry Kuy Bandung hendaknya merekrut sumber daya manusia yang memahami atau yang memiliki keahlian dibidang teknologi informasi untuk mendukung pelaksanaan promosi melalui web atau online. Perusahaan hendaknya melakukan riset mengenai promosi dan metode perusahaan akan terus berkembang. Perusahaan hendaknya melakukan strategi promosi baik online maupun offline.

Kata kunci : Promosi

ABSTARCK

Promotion is one of the important activities in marketing management, because promotion is a company activity in its effort to communicate with consumers. Promotion is the desire to offer incentives within a certain period to encourage the wishes of potential customers, sellers or intermediaries.

Based on the data obtained from the results of research, that relationship of the promotion on Sales Objective is equal to 85,80% or it can be said also, that the variance that occurs in the variable of Sales Destination (Y) 85,80% is determined by the variance that occurs in the Promotion variable (X). The rest, at 14,20% is determined by other factors outside of research, such as sales, marketing and others.

The obstacles facing Laundry Kuy Bandung in the implementation of promotions to increase sales. Limitation of social media selection or advertising messages, so that advertising messages are not up to the consumer. Online promotion activities are not run optimally, so sales cannot reach the target.

Given these obstacles, the researchers advise, Laundry Kuy Bandung should recruit human resources who understand or who have expertise in the field of information technology to support the implementation of promotions through the web or online. Companies should conduct research on promotions and sales methods so that the service offered can be maximized, profits can be achieved and the company will continue to grow. Companies should conduct promotional strategies both online and offline.

Keyword = Promotion

ABSTRAK

Promosi merupakeun salah sahiji anu penting dina manajemen pemasaran, kusabab promosimerupakeun kegiatan perusahaan dina usahana kanggo ngakomunikasikeun ka konsumen. Promosi nyaeta kabonyong mangnawarkeun insentip dina waktos tertentu kanggo ngadorong kahoyong ti calon konsumen, nu ngical atawa perantarana.

Dumasar data anu ditampa ti kenging pananglutikan yen atawa hubungan promosi ka tujuan nyaeta sagede 85% atawa tiasa disebutkeun deui lumangsung dina variabel tujuan penjualan (Y) 85,80% dieindekkeun ku anu lumangsung variabel promosi (X). Sesana, sagede 14,20% dieindekkeun ku faktor-faktor sanes diluar pananglutikan, sepertos penjualan, pemasaran serta sanes.

Wagelan anu lakonan ku Laundry Kuy Bandung, dina ngalaksanakeun promosi kanggo ningkatkeun kaleun. Kakurangan pemilihan media social atawa warta periklanan numana warta periklanan eta teu maksimal dugi ke konsumen. Kegiatan promosi online henteu dijalankan nepika maksimal. Kumargi icaleuna henteu dugi ka target.

Kusebab ayanan wagelan – wagelan, peneliti masihkeun saran Laundry Kuy Bandung kedahna ngarekrut asal tanangi jalmi anu nyurtian. Atawa anu ngabogaan kacahlian dina widang teknologi informasi kanggo pelaksanaan promosi ngaliwatan rambat atawa online. Perusahaan hadean ngalakukeun riset ngeunaan promosi serta padika penjualan supados jasa anu ditawarkeun kasa maksimal, keuntungan tiasa kahontal serta perusahaan teras ngembang pausahaan hadean ngalakukeun strategi promosi boh online atawa offline

Kerap Konci = Promosis