

ABSTRAK

UMKM yang baru menjajaki dunia *fashion* lokal yaitu *Industry Creative Youthhvr*t yang berada di Majalaya, menjual berbagai jenis pakaian dari atasan hingga celana dan aksesoris dengan bahan baku yang cukup berkualitas digunakan oleh pelaku *fashion* di Kota Bandung, bauran pemasaran yang diterapkan memfokuskan kepada konten promosi dengan format foto maupun video pada media *Instagram* adapun bauran yang dilakukan dengan berfokus pada mutu produk yang tentunya akan menentukan harga jual bagi masyarakat, produk yang mendapat grafik penurunan penjualan terletak pada penjualan *merchandise* baju.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran umum pada *Indusrt*y *Creative Youthhvr*t, untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan bauran promosi dan volume penjualan yang dilakukan oleh *Industry Creative Youthhvr*t, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap volume penjualan pada *Industry Creative Youthhvr*t, untuk mengetahui bagaimana hambatan dan upaya yang dilakukan oleh *Industry Creative Youthhvr*t. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 responden dengan menyebarkan angket.

Berdasarkan hasil penelitian nilai koefisien determinasi nilai koefisien determinasi Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan sebesar 84,6% pengaruhnya, sedangkan sisanya sebesar 15,4% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel eksternal yang tidak diteliti pada variabel internal penelitian yaitu seperti *Brand Image*, *Service Quality*, *Store Atmosphere*, Minat Beli dan Kualitas Produk.

Hambatan yang dihadapi oleh *Industry Creative Youthhvr*t yaitu pengetahuan anggota dalam menerapkan promosi dalam media sosial, satu sama lain tidak ada yang dapat berbagi pengetahuan dan memerlukan bimbingan dari pihak luar.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi oleh *Industry Creative Youthhvr*t yaitu mengupayakan dengan menganalisa kebutuhan selera gaya hidup masyarakat dan melihat bagaimana brand lokal lainnya yang telah memiliki nama dan citra baik masyarakat, serta menyiapkan biaya pembelajaran promosi digital agar dapat mengembangkan usahanya.

Saran untuk *Industry Creative Youthhvr*t memahami selera masyarakat terlebih dahulu sebelum melakukan produksi sehingga resiko kerugian dapat diminimalisir sebelumnya dan menganalisa harga pesaing dan kualitas, sehingga mereka dapat meningkatkan keunggulan yang dimiliki.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Volume Penjualan