

Abstrak

Analisis Program *Promotion Mix* Perlengkapan Electronic Dan Furniture Dalam Meningkatkan Penjualan Di Spectra Fif Group Pekanbaru

Aulia Rahim
119110192

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini berkembang dengan cepat. Sejalan dengan hal tersebut maka dunia industri ikut berkembang semakin luas, kompleks, dan bervariasi. Bauran promosi merupakan salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan sebuah produk. Strategi komunikasi pemasaran merupakan konsep yang telah dirancang perusahaan untuk memasarkan produknya dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Salah satu perusahaan yang menggunakan konsep strategi pemasaran adalah PT. SPEKTRA FIF Group Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan hambatan komunikasi pemasaran program promotion mix di PT SPEKTRA FIF Pekanbaru. Dari sudut metode yang di pakai, maka penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, dengan alat pengumpul sumber data yaitu data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan, wawancara serta dokumentasi. Teknik Analisa data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, display data, dan verifikasi dan penegasan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut: Strategi promosi komunikasi yang digunakan diantaranya adalah dengan periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan tatap muka, dan hubungan masyarakat. Semua bauran promosi ini dijalankan oleh perusahaan dan efektif dalam meningkatkan penjualan. Namun ada beberapa hambatan-hambatan yang di hadapi perusahaan dalam mempromosikan yaitu dari faktor internal sumber daya manusia dan anggaran pada media elektronik. Kemudian faktor eksternal adalah persaingan antara *leasing* dan selera konsumen yang dapat berubah-ubah sewaktu-waktu.

Kata kunci : Komunikasi, Pemasaran, Bauran Promosi

Abstract

Analysis of Promotion Program Mix Electronic And Furniture Supplies In Increasing Sales In Spectra Fif Group Pekanbaru

Aulia Rahim
119110192

Competition in the era of globalization currently developing quickly. Line with it industry participate developing wider, complex, and varies. Promotional mix is one of the marketing strategies to increase the number of sales of a product. Marketing communication strategy is a concept that the company has designed to market its products with the aim of increasing sales. One company that uses the concept of marketing strategy is PT. SPEKTRA FIF Group Pekanbaru. This study aims to determine the strategies and barriers to marketing marketing promotion mix programs at PT SPEKTRA FIF Pekanbaru. From the perspective of the method used, this study includes qualitative research, with data source collection tools namely primary and secondary data, data collection techniques by observing, interviewing and documenting. Data analysis techniques use data collection, data reduction, data display, and verification and confirmation of conclusions. The technique of checking the validity of the data using triangulation. Based on the research that has been done, the following results are obtained: The communication promotion strategies used include advertising, direct marketing, sales promotion, face-to-face sales, and public relations. All this promotion mix is run by the company and effective in increasing sales. However, there are some obstacles faced by the company in promoting, namely from internal factors of human resources and budget on electronic media. Then external factors are the competition between leasing and consumer tastes that can change at any time.

Keywords : *Communication, marketing, promotion mix*