

RINGKASAN EKSEKUTIF

PENERAPAN *PROMOTION MIX* PADA TOKO RAJA WANGI PARFUM

MEILINDA CECILIA

NPM: 1641078

Tujuan dari melakukan kerja praktek ini adalah untuk memperkenalkan produk Raja Wangi Parfum kepada orang yang lebih banyak dan membantu meningkatkan penjualan dari usaha ini. Raja Wangi Parfum terletak di Komplek Mutiara Point blok A no.5, Tiban. Usaha dari Raja Wangi ini adalah menjual produk pewangi dan pelicin pakaian yang menyediakan berbagai varian pilihan aroma dengan harga yang sangat terjangkau yaitu mulai dengan Rp 15.000. Permasalahan utama dari Raja Wangi Parfum adalah kurangnya promosi yang dilakukan dalam kegiatan usahanya.

Peneliti merumuskan permasalahan yang ada dengan menjalankan observasi dan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha sebelum merancang sistem perancangan promosi. Sistem promosi sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk dan membantu meningkatkan penjualan. Sistem perancangan yang akan dilakukan adalah berupa *promotion mix* atau bauran promosi. *Promotion mix* terdiri dari 5 (lima) elemen yang terdiri dari *advertising*, *sales promotion*, *direct marketing*, *public relations* dan *personal selling*. Proses pelaksanaan kerja praktek ini berlangsung mulai dari 10 September sampai dengan 31 Desember 2019 secara keseluruhan.

Penelitian ini melakukan *promotion mix* yang sesuai dengan kondisi usaha saat ini dalam 2 (dua) metode. *Promotion mix* yang pertama yaitu dalam bentuk *advertising* dengan membagikan brosur kepada orang lingkungan sekitar terkhususnya orang yang tidak menggunakan sosial media seperti ibu-ibu dan membuat sebuah akun sosial media *instagram* dengan tujuan lebih efektif untuk mempromosikan produk ini kepada orang banyak dan dapat melakukan pemesanan melalui *online* yang dapat menghemat waktu pelanggan. Metode kedua yaitu dalam bentuk *sales promotion* dengan memberikan sistem “Beli Banyak Diskon Banyak” dimana memberikan potongan harga dan jasa pengantara gratis dengan minimal pembelian dimana biasanya dengan melakukan sistem diskon akan lebih menarik perhatian orang untuk ingin mencoba suatu produk.

Kata Kunci: *advertising*, *sales promotion*, *direct marketing*, *public relations*, *personal selling*.