

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

MENERAPKAN *PROMOTION MIX* DI NASI KARI OWEN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN CARA *SALES PROMOTION*

KELVIN
NPM: 1641120

ABSTRAK

Studi ini dibuat dan diterapkan untuk mengeksekusi permasalahan yang terdapat pada Nasi Kari Owen untuk mencapai tingkat penjualan lebih tinggi terhitung dari periode waktu yang lalu dari 1 Oktober 2019 hingga 31 Desember 2019. Berdasarkan penelitian ini, kami lebih memikirkan bagaimana cara yang baik untuk mempromosikan produk yang sedang di jual.

Untuk menjaga agar bisnis ini tetap berjalan dan bertahan dari persaingan, kita membutuhkan keterampilan serta pengalaman pemasaran yang baik. Dengan memiliki keterampilan dan pengalaman pemasaran tersebut, kita dapat mengomunikasikan produk kami dan memberikan mereka gambaran tentang mengapa mereka harus membeli produk yang sedang kita jual. Dan *Marketing Mix* itu sendiri memiliki 5 strategi yang biasa lebih dikenal sebagai *personal selling*, *sales promotion*, *advertising*, *public relation*, *direct marketing*.

Dan agar hasil studi ini membuahkan hasil, penulis mengunjungi lokasi untuk mengamati serta menganalisis lokasi. Penulis juga mewawancarai pemilik untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang masalah atau hambatan yang terjadi selama berjualan. Setelah analisa selesai, penulis pun mendapatkan kesimpulan, cara apa saja yang dapat digunakan untuk promosi serta membantu meningkatkan *profit* mereka, dan menjaga konsumen mereka agar tetap loyal.

Kata kunci: Nasi Kari Owen, *Marketing Mix*