

IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI OPTIK MEKAR

Muhamad Ridho

Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

ABSTRAK

Strategi promosi merupakan tindakan terencana dengan ragam elemen promosi sebagai alat untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan mengingatkan pelanggan untuk membeli barang merek tersebut guna memenuhi tujuan peningkatan penjualan. Optik Mekar adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang optik alat kesehatan atau alat bantu baca (Kacamata), berdiri sejak tahun 1995. Optik Mekar membuat kegiatan promosinya secara terencana antara lain yaitu untuk mempengaruhi pelanggan dengan menggunakan media promosi yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh Optik Mekar serta dampak promosi yang dilakukan oleh Optik Mekar. Metode Pengumpulan data yang digunakan penulis ialah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh Optik Mekar adalah *interactive media* dan publikasi serta dampak dari strategi promosi tersebut adalah meningkatkan penjualan di Optik Mekar

Kata Kunci : Strategi Promosi, Optik, Interactive Media, Publikasi