

ABSTRACT

PROMOTION STRATEGY OF JAJERO APPAREL

(Descriptive Study on Promotion Strategy of Jajero Apparel In Order to Attract Consumer Interest In Bandung City)

Written by :

Eka Renaldo

NIM.41815044

This research is under the guidance of :

Tine A Wulandari, S.Sos., M.I.Kom

Order to of this research to was find out and describe the promotion strategy of Jajero Apparel in order to attract consumer interest in Bandung City. The sub-focus used are promotional objectives, promotion planning, promotional objectives, and promotional media.

Research using qualitative approach with descriptive research method. Data collection technique using in-depth interview, non-participant observation, documentation and library studies. Research informant was chosen with snowball technique. Validity of the data were improve persistence, triangulation, and peer discussions. Data analysis techniques was conducted with data reduction phases, data collection, data presentation and with drawing conclusions.

he results showed that advertising through social media Instagram and line and sales promotion also through Instagram and line conducted by social media admin is a discount price, sports equipment bonus, and guess quiz The scores were done using social media namely Instagram and line, while public relations Jajero Apparel had been doing sponsorship and endorsements in 2017. Sponsorship done with PSSI West Java and endorsements with Arema players, these three points in order to attract the interest of buying consumers in the city of Bandung.

Conclusion of the research promotion strategy Jajero Apparel in order to attract interest buy Kosumen in the city of Bandung is done by promoting the product by providing some bonuses and discount prices. The target of Jajero Apparel promotion is students, because of the many high school and university tournament in Bandung. So that the media promotion using Instagram and Line, because of the widely used by teenagers in the city of Bandung.

Advice from research that Jajero apparel should increase the promotion through the website in order to be official, open a booth at the official event and also have to be re-enabled public relation role then performance in establishing a more lively cooperation.

Keywords: promotion strategy, Advertising, sales promotion, and public relations

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI JAJERO APPAREL

(Studi Deskriptif Mengenai Strategi Promosi Jajero Apparel Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bandung)

Oleh :

Eka Renaldo

NIM.41815044

Di bawah bimbingan :

Tine A Wulandari, S.Sos., M.I.Kom

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi Promosi *Jajero Apparel* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bandung. Adapun sub fokus yang digunakan adalah *advertising*, *sales promotion*, dan humas.

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dokumentasi dan studi pustaka. Informan penelitian dipilih dengan teknik snowball. Uji keabsahan data yaitu meningkatkan ketekunan, triangulasi, dan diskusi teman sejawat. Teknik analisa data dilakukan dengan tahapan reduksi data, pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *advertising* melalui media sosial *Instagram* dan *line* dan *sales promotion* juga melalui *Instagram* dan *line* yang dilakukan oleh admin media sosial yaitu berupa pemberian diskon harga, bonus perlengkapan olahraga, dan kuis tebak skor yang dilakukan menggunakan media sosial yaitu *Instagram* dan *line*, sementara humas jajero apparel sempat melakukan sponsorship dan endorsement pada tahun 2017. Sponsorship yang dilakukan dengan PSSI Jawa Barat dan endorsement dengan pemain Arema, ketiga hal tersebut gunanya untuk menarik minat beli konsumen di kota Bandung.

Kesimpulan dari penelitian Strategi Promosi Jajero Apparel Dalam Menarik Minat Beli Kosumen di Kota Bandung dilakukan dengan cara mempromosikan produk dengan memberikan beberapa bonus dan diskon harga. Sasaran promosi Jajero Apparel adalah pelajar/mahasiswa, dikarenakan banyak nya tournament antar SMA dan Universitas di Kota Bandung. Sehingga media promosi menggunakan *Instagram* dan *Line*, karena yang banyak digunakan oleh remaja di Kota Bandung.

Saran dari peneliti bahwa *jajero apparel* harus meningkatkan lagi promosi melalui website agar bersifat resmi, membuka booth pada event resmi dan juga harus diaktifkan kembali peran humas maka kinerja dalam membangun kerjasama lebih hidup.

Kata kunci: Strategi Promosi, *Advertising*, *sales promotion*, dan humas

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Promosi adalah kegiatan bidang *marketing* dan merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi segala sesuatu yang menyangkut barang maupun jasa yang diberikan untuk konsumen, segala kegiatan bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menarik minat beli konsumen di kota Bandung..

Menurut Iyan pemilik sekaligus pendiri, Jajero Apparel sudah berdiri sejak 1998 sampai sekarang, *jajero apparel* pada mulanya hanya menjual perlengkapan olahraga namun dengan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat memaksa mereka harus mulai berfikir kedepan, perlahan tapi pasti jajero apparel

mulai membeli mesin printing dan mesin pres guna mengikuti selera konsumen.

Banyak nya apparel olahraga di Indonesia bahkan di Jawa Barat memaksa jajero apparel harus berfikir kreatif, yaitu dengan menjalankan strategi promosi di media sosial karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial untuk sekedar ingin mengetahui informasi yang sedang beredar.

1.2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latarbelakang masalah. Peneliti membuat suatu rumusan masalah untuk penelitian yaitu rumusan masalah makro dan juga mikro sebagai berikut:

1.2.1. Rumusan Masalah makro

Berdasarkan latarbelakang masalah, serta masalah yang akan di teliti maka peneliti mengangkat rumusan masalah makro yaitu : **“Bagaimana Strategi Promosi Jajero Apparel Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bandung”**

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud penelitian adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan Strategi Promosi Jajero Apparel Dalam Menarik minat beli konsumen di kota Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui *Advertising, Sales Promotion, dan Humas Jajero Apparel*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi upaya pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya, dan memperluas wawasan yang berhubungan dengan bidang Strategi Promosi khususnya yaitu mengenai Strategi Promosi Strategi Promosi Jajero Apparel Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bandung.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian bagi kegunaan praktis, dibagi menjadi tiga yaitu: Bagi peneliti, Bagi Akademik, dan Bagi Jajero Apparel.

2. Kerangka Pemikiran

“Dalam menjual produk atau memasarkan produk sangat dibutuhkan strategi promosi yang efektif. Agar promosi yang dilakukan itu efektif maka diharuskan sebuah perusahaan melakukan *Advertising, personal selling*, promosi penjualan, hubungan dengan masyarakat”.

3. Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

3.2. Informan Penelitian

3.2.1. Teknik Penentuan Informan

Teknik Snowball Sampling merupakan teknik penentuan sampel yang awalnya berjumlah kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang sampel, tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sampel sebelumnya.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari

penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

3.3.1. WAWANCARA MENDALAM

Wawancara mendalam yaitu tentang bagaimana mengumpulkan data atau informasi secara langsung tatap muka dengan informan yang maksudnya yaitu mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang akan diteliti.

3.3.2. OBSERVASI NON-PARTISIPAN

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya bisa bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang didapatkan melalui observasi. Data tersebut dikumpulkan dan seiring dengan bantuan berbagai alat yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas

3.3.3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi. Dokumentasi diambil atas sepengetahuan dari informan dan juga yang berwenang.

3.3.4. Studi Pustaka

Ada tiga kriteria terhadap teori yang digunakan sebagai landasan dalam penulisan yaitu:

- a. Relevansi, berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

- b. Kemutakhiran, berarti pembaharuan teori atau referensi yang digunakan.
- c. Keaslian, terkait dengan keaslian sumber, maksudnya yaitu supaya penulis menggunakan sumber aslinya.

3.3.5. Internet Searching

Internet searching dilakukan dengan cara yaitu berupa pencarian artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian yaitu mengenai strategi promosi. Selain itu media-media yang digunakan oleh Badan Promosi *Jajero Apparel* untuk mempromosikan Produk *Jajero Apparel* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kota Bandung.

3.4. Uji Keabsahan Data

Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono dilakukan dengan:

- a. Peningkatan ketekunan dalam penelitian
- b. Triangulasi,
- c. Diskusi dengan teman sejawat,

3.5. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang dilakukan dalam penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, dengan demikian diperlukan teknik atau langkah-langkah untuk menganalisa data-data yang sudah diperoleh.

Teknik ini adalah untuk menjelaskan dan juga menemukan teori baru dari hasil penelitian yang telah diteliti.

4. Hasil dan Pembahasan

Dalam melakukan promosi untuk menarik minat beli konsumen di kota Bandung, *Jajero Apparel* menetapkan beberapa perencanaan guna mencapai tujuan.

1. *Advertising* yang dilakukan oleh Admin media sosial *Jajero Apparel* melalui *Instagram* dan *Line*. Kedua media tersebut terbilang efektif untuk menarik minat beli konsumen di kota Bandung yang kebanyakan orangnya menggunakan media sosial tersebut.
2. *Sales Promotion* yang digunakan oleh Admin media sosial *Jajero Apparel* menggunakan *Instagram* dan *Line* pun sangat efektif karena dengan melakukan hal tersebut dapat menarik minat beli konsumen di kota Bandung, tawaran yang menarik seperti diskon dan bonus perlengkapan olahraga lainnya menimbulkan ketertarikan kepada calon konsumen.
3. Humas yang dilakukan oleh *Jajero Apparel* pernah melakukan *sponsorship* dan *endorsement*. bekerjasama dengan PSSI Jawa Barat dan juga *endorsement* kepada pemain Arema Malang.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1.

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah peneliti bahas mengenai “Strategi Promosi *Jajero Apparel* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di kota Bandung), dengan demikian peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Advertising* yang dilakukan yaitu menentukan target promosi, menentukan media yang digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai promosi yang dilakukan oleh *Jajero Apparel*, dan melakukan kuis tebak skor di *instagram* maupun di *line* yang digunakan untuk menyebarkan keberadaan *Jajero Apparel*.
2. *Sales Promotion* yang dijalankan yaitu berupa promosi dengan memberikan bonus-bonus tertentu, seperti memberi diskon pelajar dan juga memberi perlengkapan latihan team yaitu rompi, bola, dan kaos kaki dengan melakukan hal tersebut maka para calon konsumen tertarik untuk membeli jersey di *Jajero Apparel*.
3. **Humas** yang berada di *Jajero Apparel* peran nya belum terlalu dibutuhkan, selain memang karena *Jajero Apparel* belum melembaga mereka lebih terfokus pada pengenalan kepada para calon konsumen keberadaan *Jajero Apparel* agar banyak diketahui oleh para calon konsumen.

5.2.

Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna ataupun manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab penutup peneliti mengemukakan saran-saran sesuai

dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Ada juga saran yang peneliti telah berikan adalah sebagai berikut:

5.2.1. Saran Untuk Jajero Apparel

Ada juga saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti harus memahami objek apa yang akan di teliti, tidak boleh sembarangan melakukan penelitian tanpa memahami secara lebih mendalam mengenai objek yang akan diteliti.
2. Perlu lebih diperluas lagi dalam melakukan promosi seperti membuka stand di acara pertandingan resmi futsal, basket, volly dan lain sebagainya. Seperti contohnya di futsal sering diadakannya turnamen antar pelajar yang diselenggarakan oleh pocari dan hydro dan Jajero Apparel seharusnya kerjasama agar bisa membuka stand dan diperlihatkan kepada setiap team sekolah yang mendaftarkan di turnamen bergengsi antar pelajar ini.
3. Humas harus diaktifkan karena dengan adanya humas maka kinerja dalam membangun kerjasama lebih hidup dan Jajero Apparel akan dipandang mewah oleh para calon konsumen.
4. Dalam melakukan promosi Jajero Apparel harus menambah lagi media yang di gunakan seperti membuat web Jajero Apparel gunanya untuk melihat promosi yang dilakukan oleh Jajero Apparel dan juga melihat produk yang di buat oleh Jajero Apparel dan perlengkapan lainnya.

5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Ada juga saran-saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti harus memahami objek apa yang akan di teliti, tidak boleh sembarangan melakukan penelitian tanpa memahami secara lebih mendalam mengenai objek yang akan diteliti.
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang objek yang sama, diharapkan agar membaca referensi-referensi terlebih dahulu agar tidak membingungkan.
3. Selalu berperilaku ramah, santun dan menghargai semua orang yang ada di Jajero Apparel saat penelitian sedang dilakukan agar kelancaran penelitian tetap terjaga dengan baik.
4. Bila melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dilapangan selalu meminta izin dan kesediaan informan atau pihak yang berwenang dahulu agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan dan kurang nyaman saat kegiatan penelitian berlangsung.