

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang strategi promosi pada PT Yakult Indonesia Persada. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan pengamatan secara langsung, untuk mendapatkan data. Hasil pengamatan yang diperoleh dari PT Yakult Indonesia Persada Cabang Surabaya II menggunakan bauran promosi sebagai strategi promosinya, meliputi *advertising*, *sales promosi*, *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*. Kegiatan tersebut menghasilkan kenaikan penjualan selama tiga bulan terakhir. Penulis memiliki saran agar menambahkan kegiatan iklan seperti spanduk yang dapat ditempatkan di area strategis supaya penjualan bisa lebih meningkat lagi dalam jangka waktu yang panjang.

Kata kunci : strategi, promosi, aktivitas penjualan.

ABSTRACT

This Study aims to provide information about promotional strategies at PT Yakult Indonesia Persada. This research uses qualitative descriptive research by doing direct observation, to get data. The result of observation obtained from PT Yakult Indonesia Persada Surabaya II Branch uses promotion mix as its promotion strategy, including advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing. These activities resulted in sales increase over the past three months. The authors have suggestions for adding ad activities such as banners that can be placed in the strategic area so that sales can increase over a long period of time.

Keyword : strategy, promotion, sales activity