

ABSTRAK

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran dan dikenal sebagai unsur dari bauran pemasaran. Promosi merupakan salah satu alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali manfaat dari suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran.

Bauran promosi merupakan gabungan dari alat-alat promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan serta memberikan informasi yang mengarahkan konsumen untuk terbujuk melakukan pembelian. Kegiatan Bauran Promosi terdiri dari 5(Lima) alat – alat promosi yaitu Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public relations, dan Direct marketing.

Tujuan dari bauran promosi ini adalah untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan dan memperoleh keuntungan. Mengetahui hambatan – hambatan, dan mampu menemukan solusi untuk setiap hambatan yang ada dalam pelaksanaan bauran promosinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan cara interview, observasi, dan teknik studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran promosi pada MncTravel meliputi *periklanan* melalui media cetak papan reklame/banner, media televisi, media sosial, *sales promotion*, dan *personal selling*.

Kata kunci : Bauran Promosi

ABSTRACT

The promotion is part of the marketing activities and is known as the elements of the marketing mix. Promotion is one of the tools of communication in marketing activities that play a role in informing, persuading, and bear in mind the benefits of a product so as to encourage consumers to buy such products. The main goal of the promotion is to inform, influence and persuade, and remind target customers on the company and the marketing mix.

Promotional mix is a combination of the promotional tools that are designed to achieve the objectives as well as provide information that directs consumers to talked into making a purchase. The activity of Promotion Mix consists of 5 (five) tool – promotional tools, namely Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public relations, and Direct marketing.

The purpose of the promotion mix is to boost sales growth and profit. Knowing the barriers – barriers, and being able to find solutions to any obstacles existing in the implementation of the promotion mix. The methods used in this research is descriptive method. Data collection techniques using how interview, observation, and study techniques literatul.

Research results show that implementation of the promotional mix on MncTravel include advertising through print media billboards/banners, television media, social media, sales promotion, and personal selling.

Keyword : *Marketing mox*