

INTISARI

Kegiatan *car free day* dijadikan sebagai lahan untuk memasarkan produk pakaian anak oleh para pedagang. Pedagang menerapkan promosi penjualan untuk menarik keinginan konsumen melakukan pembelian. Konsumen yang dijadikan target pasar merupakan ibu-ibu sebagai *buyer* yang akan membeli produk mereka. Penelitian ini berfokus untuk meneliti jenis promosi penjualan yang diterapkan oleh pedagang. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui *focus group discussion* (FGD) dan data sekunder yang diperoleh dari katalog penjual. Landasan teori promosi penjualan yang digunakan berdasar pada teori dari Duncan meliputi dimensi kupon, penurunan harga, hadiah, dan sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penjual produk telah menerapkan keempat jenis penjualan yang meliputi kupon, penurunan harga, hadiah, dan sampel.

Kata Kunci : Promosi Penjualan

ABSTRACT

Car free day activities are used as land to market children's clothing products by seller. Seller apply sales promotions to attract consumers to make purchases. Consumers who are targeted in the market are mothers as buyers who will buy their product. This research focuses on examining the types of sales promotions applied by seller. Researchers used descriptive qualitative research methods. The data used are primary data obtained through focus group discussions (FGD) and secondary data obtained from seller catalogs. The basis of the sales promotion theory used based on Duncan's theory includes the dimensions of coupons, price reductions, premium, and samples. The results of this study indicate that product sellers have implemented all four types of sales which include coupons, price reductions, gifts and samples.

Keyword : Sales Promotion