

PENINGKATAN PENJUALAN DENGAN MEDIA ONLINE DAN OFFLINE BAGI PERUSAHAAN EZ DENIM TOTE BAG

Liliana Dewi¹ Wilibrodus Alfredo²

Universitas Ciputra

Email : ¹Ldewi@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Eksplorasi Strategi Promosi Bagi Perusahaan Ez Denim Totebag” dilakukan dengan metode kualitatif terhadap 8 narasumber yang terdiri dari konsumen, kompetitor, dan ahli marketing di bidang fesyen. Data dikumpulkan dengan wawancara terhadap 8 narasumber. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Hasil dari penelitian ini adalah perusahaan masih kurang dalam strategi promosi yang telah dilakukan. Perusahaan Ez Denim Totebag perlu untuk mencoba berbagai media promosi seperti media sosial, website, endorsement, bazaar, dan radio.

Kata kunci: *Eksplorasi, Fesyen, dan Strategi promosi.*

ABSTRACT

This study used a qualitative method. Eight people, consumers, competitors, and marketing experts in fashion field, became the key informants of the study. Semi-structured interviews were used as a data collection technique. This study found the company lacked promotion strategies. This study recommends Ez Denim Totebag needs to try various promotional media such as social media, website, endorsement, bazaar, and radio in order to extend their sales.

Keywords: *Exploration, Fashion, and Promotion Strategy*

PENDAHULUAN

Sektor industri fesyen merupakan salah satu subsektor dalam industri kreatif yang memberikan kontribusi terbesar kedua setelah kuliner dalam nilai tambah