

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh Toko Berlian *Furniture* dalam memasarkan produknya, dengan fokus pada bauran promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan menjadi strategi yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan, melalui pemberian diskon pada peluncuran produk baru dan momen tertentu, serta pemberian hadiah langsung untuk pembelian dalam jumlah besar. Efektivitas strategi ini semakin diperkuat dengan adanya penjualan pribadi yang memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan konsumen, baik secara langsung di toko maupun melalui media sosial. Sementara itu, strategi periklanan melalui spanduk dan Instagram belum berjalan maksimal karena keterbatasan pemanfaatan fitur digital serta kurangnya pelatihan karyawan. Diperlukan pengembangan kapasitas digital marketing dan perencanaan promosi terpadu untuk meningkatkan daya saing serta efektivitas pemasaran secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Sosial, Instagram, Bauran Promosi.