

# **STRATEGI PROMOSI SEBAGAI ALAT KEMAJUAN USAHA DALAM MENGHADAPI PESAINGAN PADA STUDIO MUSIK RATU DI CINERE**

**CITRA RAMADHANI, EDY NURSANTA, SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Salah satu faktor yang sangat penting bagi usaha yang bergerak dalam bidang jasa yaitu studio musik Ratu adalah pendapatan sewa studio dengan melihat hasil sewa yang dicapai oleh studio tersebut. Suatu usaha dikatakan dalam kondisi baik apabila usaha tersebut dapat mencapai pendapatan yang maksimal. Dan sebaliknya, suatu usaha dikatakan kurang baik jika pendapatan yang dihasilkan kurang maksimal. Dengan demikian akan diketahui kelebihan dan kekurangan dari pendapatan. Hasil sewa tersebut dapat dipengaruhi oleh banyak faktor dan salah satunya yaitu penggunaan strategi promosi yang tepat. Studio musik Ratu harus benar-benar selektif dalam memilih strategi promosi tersebut, karena dengan strategi promosi yang tepat jasa yang ditawarkan oleh studio musik Ratu dapat dikenal dengan baik oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan usaha sejenis dari studio lainnya. Dalam Penulisan Ilmiah ini, penulis mencoba untuk menjelaskan Strategi promosi yang dilakukan oleh studio musik Ratu dalam menghadapi persaingan. Tujuan dan rumusan penelitian ilmiah ini untuk dapat melihat gambaran bagaimana pentingnya melakukan strategi dalam menghadapi persaingan. Dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi pesaing yang sejenis studio musik Ratu berusaha untuk menghadapi dengan strategi promosi. Berdasarkan pembahasan strategi yang dijalankan oleh studio musik Ratu sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier.