

ABSTRAK

HS *Silver* 800-925 merupakan sebuah perusahaan perak yang berlokasi di kawasan wisata Kotagede Yogyakarta. HS *Silver* 800-925 memiliki sebuah program yang dikenal dengan *workshop* HS *Silver* 800-925. Program ini cukup menarik para wisatawan untuk berkunjung di HS *Silver* 800-925. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *integrated marketing communication* yang digunakan HS *Silver* 800-925 untuk meningkatkan penjualannya. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *integrated marketing communication* HS *Silver* 800-925 untuk meningkatkan penjualan di tahun 2014 dilakukan melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi. Pelaksanaan promosi yang dilakukan antara lain dengan periklanan melalui media cetak seperti brosur, liflet, catalog, juga baliho, periklanan dengan media internet seperti *website* dan media sosial. Penjualan perseorangan dengan membagikan brosur ke pengunjung obyek wisata bekerja sama dengan *travel agent*. Promosi penjualan dilakukan dengan memberikan voucher diskon, mengikuti pameran kerajinan dan paket *workshop*. Pemasaran langsung melalui Info media telepon dan media *online* seperti *email*, *facebook* dan *twitter @hs_hssilver*. Hubungan masyarakat melalui pertemuan yang dilakukan dengan para mitra kerja dan pelaku pariwisata setiap sebulan sekali untuk mengetahui perkembangan konsumen. Setelah melalui perencanaan dan pelaksanaan, HS *Silver* 800-925 melakukan evaluasi untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan membahas bagaimana solusi untuk kedepannya. Melalui proses ini pada bagian *marketing* HS *Silver* 800-925 terlihat bahwa perusahaan dapat mengintegrasikan komunikasi pemasarannya sehingga terjadi peningkatan penjualan tiap tahunnya.

Kata Kunci : *IMC*, HS *Silver* 800-925, Meningkatkan Penjualan

ABSTRACT

HS 800-925 Silver is a silver company located in the tourist area of Yogyakarta Kotagede. HS Silver 800-925 has a program known as the workshop HS Silver 800-925. The program is quite interesting for tourists to visit in HS Silver 800-925. This study aims to determine the integrated marketing communication strategies used HS Silver 800-925 to increase sales. The method used is qualitative research. Data was obtained through interviews, observation and literature study. The results showed that the strategy of integrated marketing communication HS Silver 800-925 to increase sales in 2014 carried through the process of planning, implementation and evaluation. , Implementation of the campaign carried out among others by advertising through print media such as brochures, leaflets, catalogs, as well as billboards, advertising media such as the internet and social media websites. Individual sales by distributing flyers to visitors of tourism in collaboration with travel agents. Sales promotion is done by giving a discount voucher, following craft fairs and workshop package. Info direct marketing via telephone media and online media such as email, facebook and twitterhs_hssilver. Community relations through meetings held with the partners and stakeholders in tourism once a month to know the progress of the consumer. After going through the planning and implementation, HS Silver 800-925 conduct an evaluation to determine the obstacles encountered and discuss how the solutions for the future. Through this process on the marketing of HS Silver 800-925 shows that the company can integrate its marketing communications so that an increase in sales each year.

Key Words : IMC, HS Silver 800-925, Increase in Sales