

ABSTRAK

Zega, Berkat Harapan Jaya. 2025. Analisis Peran Promosi *Online* Dalam Meningkatkan Penjualan di AJ3 *Playground* Kota Gunungsitoli. Skripsi. Pembimbing: Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran promosi *online* dalam meningkatkan penjualan di AJ3 *Playground* Kota Gunungsitoli. AJ3 *Playground* merupakan tempat wisata rekreasi dan wahana bermain anak-anak, yang menyediakan fasilitas kolam renang orang dewasa dan anak-anak, *room* permainan untuk anak kecil, aula pertemuan dan kantin. Kemajuan Internet dan media sosial sebagai media promosi yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk menunjang kegiatan bisnis menjadi latar belakang penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada 6 orang informan yaitu pemilik usaha, karyawan dan konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peran promosi *online* masih belum signifikan dalam meningkatkan penjualan AJ3 *Playground*. Kampanye promosi *online* yang dilakukan belum konsisten dan kurang aktif sehingga belum berdampak positif pada peningkatan penjualan.. Hasil ini menunjukkan bahwa sistem promosi yang diterapkan suatu perusahaan sangat penting dan menentukan berhasil tidaknya promosi yang dilakukan.

Kata Kunci: Promosi *Online*, Peningkatan Penjualan, AJ3 *Playground*

ABSTRACT

Zega, Berkat Harapan Jaya. 2025. *Analysis of the Role of Online Promotion in Increasing Sales at AJ3 Playground in Gunungsitoli City*. Mini Thesis. Supervisor: Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M

The purpose of this study is to determine the role of online promotions in increasing sales at AJ3 Playground in Gunungsitoli City. AJ3 Playground is a recreational tourist attraction and children's play area, which provides adult and children's swimming pools, a playroom for young children, a meeting hall, and a canteen. The advancement of the Internet and social media as promotional media, which are currently widely used by business people to support business activities, is the background of this study. This study uses a qualitative approach with observation, interview, and documentation methods. Interviews were conducted with 6 informants, namely business owners, employees, and consumers. The findings of this study indicate that the role of online promotions is still not significant in increasing sales at AJ3 Playground. The online promotional campaigns carried out are not consistent and not active enough so that they have not had a positive impact on increasing sales. These results indicate that the promotional system implemented by a company is very important and determines the success or failure of the promotion carried out.

Keywords: *Online Promotion, Increased Sales, AJ3 Playground*