

Abstrak

Sekarang ini sudah banyak perusahaan besar cepat saji di Indonesia yaitu di antaranya KFC, McDonalds, A&W dan Pizza Hut. Tetapi persaingan yang terjadi memiliki ruangnya tersendiri, yang paling terlihat oleh masyarakat adalah persaingan yang terjadi antara restoran cepat saji KFC dan McDonalds. Persaingan yang dimulai dari persaingan mengenai harga, varian produk sampai keunggulan dari masing-masing produk yang mereka miliki. Kebutuhan masyarakat sekarang ini sangatlah beragam dan terkadang menuntut timbulnya sebuah inovasi yang unik. Karena persaingan dan kebutuhan tersebut, maka inovasi harus terus dicari oleh kedua perusahaan tersebut. Akhirnya KFC melakukan inovasi di restorannya yaitu dengan menghadirkan CD KFC ke dalam restorannya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh KFC untuk memasarkan CD nya yaitu, Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Special Event, Public Relation dan Direct Marketing. Kegiatan promosi tersebut dilakukan di seluruh store yang ada di Indonesia, termasuk KFC di store KFC Sukawangi. Berdasarkan hasil observasi tingkat penjualan CD KFC di store KFC Sukawangi untuk bulan Januari sampai bulan Juni 2011 cukup mengalami peningkatan dan terjadi sekali penurunan. secara umum penjualan CD setiap bulannya terus meningkat walaupun kenaikannya tidak begitu besar. Bila ditinjau dari upaya promosi CD KFC terhadap tingkat penjualan CD KFC di store KFC Sukawangi untuk bulan Januari sampai bulan Juni 2011 kurang memberikan dampak yang berarti, dilihat dari perhitungan statistik yang dilakukan memberikan hasil yaitu t hitung (2,071544) < t tabel (2,132) artinya upaya promosi memberikan kenaikan yang tidak signifikan atau kenaikan yang tidak begitu besar terhadap penjualan CD KFC Sukawangi. Kesimpulannya yaitu kegiatan promosi yang dilakukan sudah optimal tetapi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan CD KFC di store KFC Sukawangi.

Kata Kunci : Promosi, tingkat penjualan, upaya promosi