

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO KOSMETIK ZHAFIRA PELAIHARI

Mahdianor¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Muthia Harnida³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM17310508

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1119056501

³Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN 1105036601

Email: mahdianor07m@gmail.com

ABSTRAK

Mahdianor, 2021, Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dan mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman strategi pemasaran Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, objek penelitian ini adalah Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari, pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah Analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran perusahaan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari dari bauran pemasaran yang mencakup 7P yaitu produk, harga , promosi, tempat, orang, bukti fisik, dan proses, semua unsur tersebut berpengaruh untuk meningkatkan volume penjualan namun dari hasil penelitian promosi yang dilakukan oleh Showroom Amad Motor Martapura masih sedikit hanya menggunakan spanduk di depan perusahaan serta *personal selling*, dan *sales promotion* yang dirasa peneliti masih kurang efektif hal ini membuat perusahaan untuk melakukan penambahan promosi.(2) Analisis SWOT Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari lingkungan internal dari *Strength* (kekuatan) yaitu Mempunyai pelayanan yang bagus terhadap konsumen Memiliki jenis dan merk Kosmetik

yang lengkap, Fasilitas toko yang nyaman dan lengkap, Memiliki kualitas produk yang bagus serta halal, Lokasi tempat yang strategis. Sedangkan *Weakness* (kelemahan) Pemasaran produk yang belum maksimal, Promosi yang dilakukan masih sedikit, Beberapa produk yang sering kehabisan(3) Analisis SWOT Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari lingkungan eksternal dari *Opportunity* (peluang) Minat konsumen terhadap Kosmetik sangat besar apalagi kaum wanita, Pangsa pasar yang sangat luas, Peluang mengadakan promosi yang lebih luas, Harga Kosmetik yang terjangkau tapi berkualitas sehingga konsumen memilih berbelanja di toko ini. Sedangkan *Threat* (ancaman) yaitu Ada banyak pesaing kosmetik di area toko seperti alfamart dan toko lainnya yang sama disekitar Toko Kosmetik Zhafira Pelaihari, Menurunnya daya beli masyarakat terhadap pembelian akibat adanya pandemi covid 19 ini yang mengharuskan masyarakat untuk tidak keluar rumah, Harga Kosmetik dengan *competitor* yang sangat bersaing, Gencarnya promosi yang dilakukan pesaing apalagi secara online.

Kata kunci : Strategi pemasaran , Bauran pemasaran, SWOT

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2019. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Anwar, dkk. 2020. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kosmetik Halal(Studi Pada Dynasty Cosmetic Dan Princees Cosmestik Banjarmasin)*. Universitas Islam Kalimantan MAB
- Assauri, Sofjan. 2019. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Ilman Hidayah. 2016. Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Mampang Jaya Motor dengan Metode SWOT. *Skripsi*. Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer. Jakarta.
- Ma'arif , Samsul. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang. Skripsi*. Jurusan Ekonomi PembangunanFakultas Ekonomi Universitas NegeriSemarang.
- Sari ,Lisa Octavia.2020. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Toko Endah Grosir Jilbab Dan Gamis Ditinjau Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*.Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Sidik, Feni Mariaani.2018. Analisis Stategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualanditinjau dari EtikaBisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan.

Zebua, Ade Jermawinsyah. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Shopie Paris BC. Yenni KecamatanMuara Bulian*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi *Vol.18 No.2 Tahun 2018*