

# **ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN CV. ISTANA BUSANA MAWAR TAILOR BANJARMASIN**

Mario Haumahu<sup>1</sup>, Maskur<sup>2</sup>, Rina<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 19310662

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1118096201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1112067902

**Email: student.mario37@gmail.com**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang digunakan oleh CV Istana Busana Mawar Tailor Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang upaya promosi yang efektif dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan meningkatkan penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan manajemen CV Istana Busana Mawar Tailor, sementara data sekunder dikumpulkan dari literatur dan sumber-sumber yang relevan. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul terkait strategi promosi yang digunakan oleh perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Istana Busana Mawar Tailor Banjarmasin telah menerapkan berbagai strategi promosi yang beragam. Strategi promosi melalui media lokal telah membantu perusahaan dalam meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen potensial. Selain itu, penggunaan Strategi Promosi langsung juga terbukti efektif dalam mencapai target pasar dan meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci : Strategi Promosi dan Meningkatkan Penjualan.**

---

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the promotional strategies used by manajemen CV Istana Busana Mawar Tailor to increase sales of its products. This research was conducted to provide a better understanding of effective promotional efforts in influencing consumer behavior and increasing sales.

The research method used is descriptive qualitative research. Primary data was obtained through interviews with manajemen CV Istana Busana Mawar Tailor management, while secondary data was collected from relevant literature and sources. The data was then analyzed using content analysis techniques to identify the main themes that emerged related to the promotion strategy used by the company.

The results of the research show that manajemen CV Istana Busana Mawar Tailor has implemented various promotional strategies. The promotion strategy through local media has helped the company in increasing brand awareness and attracting the attention of potential consumers. In addition, the use of direct promotion strategies has also proven effective in reaching the target market and increasing sales.

**Keywords: Promotion Strategy and Increasing Sales.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, B. (2014). Irawan,(2005), Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, B. (2008). Manajemen Pemasaran Modern.(edisi 2). Yogyakarta. Liberty.
- Anggia, T. R., Kawet, L., & Ogi, I. (2015). Analisis pengaruh strategi promosi, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen surat kabar manado post. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87-96.
- Rangkuti, F. (2013). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 24.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87-96.
- Putri, A. R. H. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Pedagang Pisang Di Pasar Terong (Studi Kasus UD. Sinar Utama Pasar Terong Kota Makassar)= Marketing Strategies To Increase Business Sales Of Banana Traders In Terong Market (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Muhammad Amir dan Andi Abdul Razak Ishak (2019), Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Alfaria Trijava Tbk (Alfamart) Makassar, Stie Tri Dharma Nusantara, Makassar.
- Jamaluddin, M., & Fathor, A. S. (2021). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Usaha Aneka Kerupuk Di Desa Siwalan). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(3).