

**ANALISIS STRATEGI KEGIATAN PROMOSI DALAM USAHA
MENINGKATKAN KUANTITAS PELAYANAN PADA JASA MAKE UP
RINA AULIA MAKE UP WEDDING**

Khumayra Zahra¹, Husnurrofiq², Abdurrahim³

¹Program Studi Manajemen, 61201, FEKON, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 19310644

²Program Studi Manajemen, 61201, FEKON, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1105036201

³Program Studi Manajemen, 61201, FEKON, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1105088902
E-mail : khumayrazahra231@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu 1) untuk menganalisis Strategi Kegiatan Promosi Pada Jasa Makeup Rina Aulia Makeup Wedding Di Banjarmasin, (2) untuk menganalisis Kuantitas Pelayanan Pada Jasa Makeup Rina Aulia Makeup Wedding Di Banjarmasin. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan penelitian dari hasil observasi, teknik dokumentasi dan teknik wawancara langsung. Hasil penelitian yang di lakukan oleh penulis menunjukkan bahwa usaha ini mengalami peningkatan di setiap tahunnya dapat di lihat dari strategi pemasaran yang di lakukan oleh pemilik usaha seperti melalui berbagai macam media sosial di antara nya, Instagram, tiktok, dan juga facebook, dan di lakukan dari mulut ke mulut terutama konsumen yang sudah pernah memakai jasa Rina Aulia Make Up Wedding biasanya memberikan testimony.

Kata Kunci : Strategi, Kegiatan Promosi, Kuantitas Pelayanan

ABSTRACT

The research objectives are 1) to analyze the Promotional Activity Strategy for Rina Aulia Wedding Makeup Services in Banjarmasin, (2) to analyze the Quantity of Services for Rina Aulia Wedding Makeup Services in Banjarmasin. This research design is qualitative research and research based on observation results, documentation techniques and direct interview techniques. The results of research conducted by the author show that this business has increased every year, which can be seen from the marketing strategies carried out by business owners, such as through various types of social media, including Instagram, TikTok and also Facebook, and carried out from mouth to mouth. word of mouth, especially consumers who have used Rina Aulia Make Up Wedding services, usually provide testimonials.

Keywords: Strategy, Promotional Activities, Service Quantity

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdurrahman, & Herdiana, N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Alma, & Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Basrowi, S. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Buchori, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kannedi, Jhon E, Soemanagara, & R, D. (2009). *Marketing Communication*. Jakarta: BIP.
- Rangkuti, F. (2002). *Creative Effective Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia.
- Serdamayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

- Ariyanti, L., Samhudi, A., & Husnorrofiq. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru. *ePrints UNISKA*, 1-6.
- Atmaja, S., & Ruliana, P. (2017). STRATEGI PROMOSI HOTEL MELALUI WISATA SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN JASA. *Interkomunika*, 190.
- Haryanto, R. A. (2013). STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESTORAN MCDONALDâ€™S MANADO. *Jurnal EMBA*, 5.
- Huwaida, H., Rofi'i, & Imelda, S. (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Kecil Mia Lestari Banjarmasin*. Banjarmasin: Jurnal Intekna.
- Kanita, M. (2019). Strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan buku penerbit Erlangga di Kota Palangka Raya. *Digital Library IAIN Palangkaraya*.
- Munandi, F. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor. *umj.ac.id*, 1.
- Pamungkas, A. F., & Husnayetti. (n.d.).

- Pamungkas, A. F., & Husnayetti. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi (Studi Kasus Starbucks Palembang Karawaci). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis Volume, 2*.
- Resa. (2020). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Motor Honda Scoopy Pada Pt. Trio Motor Banjarmasin*. Banjarmasin: e-Prints UNISKA.
- Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Ecodemica, 3-5*.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *JSMB, 4*.
- Satriawan, R., & Satriawan, R. (2017). *Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan Pada Kangaroo Motor*. Bengkulu: e-Repository Perpustakaan IAIN Bengkulu.