

PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN EMINA COSMETICS PADA PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION BANJARMASIN

Zulfina Aulia Rahmi, Lamsah, Ervica Zamilah

1 Manajemen,61101,fakultas ekonomi, Universitas Islam Kalimantan(UNISKA)Muhammad Arsyad Al-Banjari, 18310767

2 Manajemen,61101,fakultas ekonomi, Universitas Islam Kalimantan(UNISKA)Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1125126201

3 Manajemen,61101,fakultas ekonomi, Universitas Islam Kalimantan(UNISKA)Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1130077601
Fakultas Ekonomi

E-mail: vinaaulia4dit@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Emina Cosmetics pada PT. Paragon Technology and Innovation Banjarmasin yang selama ini dan yang yang seharusnya. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif menggunakan wawancara mendalam yang kemudian di olah dalam bentuk narasi deskripsi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan sebanyak 15 orang karyawan Emina Cosmetics dan 10 orang konsumen tetap Emina Cosmetics pada PT. Paragon Technology and Innovation Banjarmasin pada tahun 2022. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian karyawan menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 6 orang yang terdiri dari 1 orang konsumen yang telah menggunakan Emina Cosmetics lebih dari satu tahun, 5 orang karyawan yang telah bekerja di perusahaan lebih dari satu tahun yang terdiri dari 1 orang SVP, 1 Orang Sales, 1 Orang marketing, dan 1 orang Promotor Emina Cosmetics pada PT. Paragon Technology and Innovation Banjarmasin. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa produk yang masih kurang terkenal dan terdengar asing bagi sebagian konsumen. Emina Cosmetics hanya menjual produk kosmetik seperti lipstik dan makeup dengan warna lebih terang tanpa memiliki varian warna yang lebih banyak seperti produk lain. Tempat penjualan atau pesaran Emina Cosmetics hanya pada toko kosmetik besar dan ada pada event-event atau acara tertentu saja sehingga kurang dekat dengan masyarakat. Harga yang Emina Cosmetics juga masih terbilang cukup mahal dibandingkan produk kosmetik lainnya sehingga kurang mampu dijangkau oleh sebagian besar masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh Emina Cosmetics masih kurang seperti tidak adanya spanduk/baleho atau flyer sera diskon atau promosi lainnya yang jarang diberikan. Perusahaan harus meningkatkan frekuensi iklan di stasiun radio dan mampergencar kegiatan promosi yang telah dilakukan agar jangkauan promosi yang g dicapai lebih luas sehingga informasi yang diterima akan lebih jelas sehingga volume penjualan dapat terus meningkat dan masyarakat dapat memperoleh informasi kecantikan yang spesifik tentang produk yang ditawarkan oleh PT. Paragon Technology and Innovation Banjarmasin dan tertanam image yang baik tentang merek Emina Cosmetics.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Penjualan, Emina Cosmetics

REFERENSI

Barata, Atep. D., 2001. Pelayanan Prima. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Moenir, H. A. S. 2012. Manajemen Pelayanan Mutu di Indonesia. Bumi Aksara: Jakarta

Kotler. Philip. 2011. Definisi Pelayanan. Jakarta: Salemba Medika

Purwanto. 2014. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D. Jakarta: Alfabeta.

- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Untuk Manajemen. Jakarta: Alfabeta.
- Supranto. 2014. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Swastha, Basu DH dan Irwan. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2013. Manajemen Jasa. Jogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2013. Strategi Pemasaran. Jogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2013. Marketing Research. Jogyakarta: Andi.
- Thoha Miftah. 2013. Kepemimpinan Manajemen. Rajawali: Jakarta
- .2013. Aspek-aspek Pokok Ilmu Administrasi Negara. Ghalia: Jakarta
- . 2013. Kepemimpinan dan Manajemen. Rajawali: Jakarta
- Rangkuti. F. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sardzoska. 2012. Organizational behavior in diversed work settings. Psychological thought, (1) 2, 121-136
- Sehwarat dan Narang. 2016. Production Management. Jakarta: Salemba
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D. Alfabeta: Jakarta.
- Suma'mur. 2009. Hiegiene Perusahaan dan Keselamatan Kerja. Jakarta: CV. Sagung Seto.
- Swastha. 2014. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta. 2016. Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan, BPFE-. Yogyakarta.