

ABSTRAK

Alvhina Maryadi, 2024 *“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Teh Ori Cabang Jl. Muh Kasim Di Kota Palopo”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo Dibimbing Oleh Akbar Sabani, S.E.I.,M.EI.

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Usaha Teh Ori Cabang Jl. Muh Kasim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Usaha Teh Ori Cabang Jl. Muh Kasim Di Kota Palopo dalam meningkatkan penjualannya.

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknis analisis data menggunakan analisis SWOT. Sumber data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan jumlah sampel 9 orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis swot yakni faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan (strength dan weaknesses) serta faktor eksternal seperti peluang dan ancaman (opportunities dan threats) dari lingkungan luar perusahaan. Analisis swot menjadi alat bantu yang digunakan untuk mengembangkan strategi berdasarkan lingkungan yang mempengaruhi perusahaan. Analisis ini dirancang untuk dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang usaha sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa analisis SWOT yang digunakan oleh Usaha Teh Ori Cabang Jl. Muh Kasim yaitu berdasarkan hasil analisis IFAS EFAS bahwa keadaan internal dan eksternal Usaha Teh Ori Cabang Jl.Muh Kasim Di Kota Palopo adalah berada pada kuadran I, hal ini menunjukkan bahwa Usaha Teh Ori Cabang Jl.Muh Kasim Di Kota Palopo berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan sehingga dapat meraih beberapa peluang yang ada, sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, dan meraih kemajuan secara maksimal. Pada posisi ini, agar dapat meningkatkan penjualan pada Usaha Teh Ori Cabang Jl.Muh Kasim Di Kota Palopo maka prioritas strategi adalah mempertahankan kualitas terhadap produk yang ditawarkan serta meningkatkan minat beli konsumen dengan memaksimalkan sosial media dan internet.

Kata Kunci : Peningkatan, Penjualan, Strategi Pemasaran, SWOT