

ABSTRAK

Zaenori. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Perusahaan NU Bodyshop Paiton Probolinggo.* Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid. Pembimbing (I) Moh. Rasidi, MM., Pembimbing (II) Muh. Hamzah, MM

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Meningkatkan Penjualan

NU Bodyshop merupakan salah satu perusahaan start up yang bergerak di bidang kosmetik di Pondok Kelor Paiton Probolinggo. Sebagai perusahaan *start up* yang memiliki banyak pesaing, NU Bodyshop mengalami banyak tantangan dan hambatan, sehingga penjualan produknya tidak ada peningkatan yang signifikan atau satgnan.

Dari permasalahan tersebut di atas menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk mengkaji lebih mendalam dalam bentuk karya ilmiah (Skripsi) dengan objek strategi pemasaran yang telah di terapkan pada NU Bodyshop Paiton Probolinggo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Pemasaran yang di terapkan NU Bodyshop Paiton Probolinggo dalam meningkatkan penjualan produknya. Untuk menjawab permasalahan tersebut digunakan pendekatan deskriptif kualitatif menggunakan analisis SWOT untuk memanfaatkan peluang, memaksimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman dengan teknik pengumpulan data melalui observasi , wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT tersebut, maka dapat diketahui bahwa NU Bodyshop Paiton Probolinggo sedang menjalankan Strategi SO (*Strenght-Opportunity*) yaitu strategi dimana perusahaan menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk menjalankan usahannya. Dengan demikian NU Bodyshop Paiton Probolinggo sebaiknya berkonsetrasi untuk mempertahankan kualitas produk, serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen untuk mendapatkan pelanggan yang lebih setia dan tetap kreatif melakukan inovasi produk serta menggunakan teknologi dengan efektif dalam melakukan promosi untuk memperluas jaringan pemasaran.