

ABSTRAK

Kevin Hardi Hasan, 3402200048. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Mengatasi Kesenjangan Penjualan Pada Produk *Queen Secret Coffee* (Studi pada PT. Amira Heksa Internasional, Bekasi)”. Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E.,M.M. (Pembimbing I) dan Mukhtar Abdul Kader, SE., MM. (Pembimbing II)

Persaingan dalam dunia usaha yang semakin berkembang menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu meningkatkan penjualan dan mencapai target yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran menjadi salah satu faktor penting dalam memperkenalkan produk, menjangkau konsumen, meningkatkan penjualan, serta mempertahankan keberlangsungan usaha. Namun, dalam pelaksanaannya perusahaan dapat mengalami kesenjangan antara target penjualan yang telah ditetapkan dengan realisasi penjualan yang dicapai.

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan PT. Amira Heksa Internasional pada produk herbal *Queen Secret Coffee* dalam mengatasi kesenjangan penjualan?; 2]. Bagaimana kesenjangan penjualan yang terjadi pada produk *Queen Secret Coffee*? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1]. Strategi pemasaran yang diterapkan PT. Amira Heksa Internasional pada produk herbal *Queen Secret Coffee* dalam mengatasi kesenjangan penjualan; 2]. Kesenjangan penjualan produk *Queen Secret Coffee*, meliputi besarnya kesenjangan, faktor penyebab, serta upaya perusahaan dalam mengatasinya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1]. Strategi pemasaran produk *Queen Secret Coffee* dilakukan melalui segmentasi pasar, promosi, pemanfaatan media sosial dan marketplace, pembuatan konten, *live streaming*, aktivitas penjualan, follow-up konsumen, serta perluasan calon konsumen; 2]. Produk *Queen Secret Coffee* mengalami kesenjangan antara target dan realisasi penjualan pada setiap tahun penelitian, dengan kesenjangan terbesar terjadi pada tahun 2024 sebesar 46.838 unit dari target 250.000 unit dan realisasi sebesar 203.162 unit atau mencapai 81,26% dari target; 3]. Kesenjangan penjualan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, antara lain efektivitas strategi pemasaran, kemampuan tenaga penjualan, koordinasi antarbagian, konsistensi promosi, persaingan produk sejenis, pertimbangan harga dan manfaat, daya beli konsumen, serta kurangnya pemahaman dan keraguan konsumen terhadap produk. Upaya yang dilakukan perusahaan meliputi evaluasi target dan realisasi penjualan, perluasan konsumen, peningkatan *follow-up*, perbaikan pelayanan, serta optimalisasi media sosial dan *marketplace*.

Diharapkan PT. Amira Heksa Internasional terus meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, khususnya melalui konsistensi promosi digital, edukasi konsumen, peningkatan efektivitas follow-up, perluasan target pasar, serta penguatan koordinasi antara bagian pemasaran dan penjualan agar kesenjangan penjualan dapat semakin diperkecil.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kesenjangan Penjualan, Target Penjualan, *Queen Secret Coffee*