

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi marketing mix HNI-HPAI dalam meningkatkan penjualan pada Business Center Medan 8, untuk mengetahui dampak strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan pada Business Center Medan 8 dan ntuk mengetahui apa saja kendala dalam penerapan marketing mix pada Business Center Medan 8. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian adalah strategi marketing mix dalam meningkatkan penjualan pada Business Center Medan 8 yaitu dari segi produk, Business Center menawarkan semua varian produk HNI mulai produk herbal, health food, kosmetik dan perawatan rumah dan fashion serta lifestyle islami. Dari segi harga, Business Center Medan 8 menetapkan dua harga yaitu harga agen/member dan harga konsumen biasa. Dari segi tempat/saluran distribusi pada Business Center Medan 8 dapatkan saluran distribusi pada Business Center Medan 8 sangat mudah untuk dijumpai supplier house, pemilihan lokasi di diarea keramaian tepatnya dekat dengan pajak, persediaan produk HNI di Business Center Medan 8 selalu tersedia, transportasi yang digunakan Business Center Medan 8 ialah Ekspedisi sendiri dan untuk pengiriman jauh menggunakan jasa kereta api, simpati dan jnt dan untuk cakupan logistik yaitu penyimpanan di Business Center Medan 8 ini disediakan tempat yang tidak terlalu besar tetapi muat untuk menyimpan barang HNI. Dari segi promosi yang dilakukan Business Center dengan sistem personal selling, home sharing, PCA (Pakai, Cerita, Ajak) dan sosial media. Strategi marketing mix yang dijalankan oleh Business center medan 8 sudah sesuai dengan ajaran syariat islam. Dampak strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan pada Business Center Medan 8 setiap periode-periode di mana strategi menghasilkan kenaikan yang cukup signifikan dalam penjualan produk. Namun, ada juga waktu-waktu ketika strategi marketing mix tidak memberikan hasil yang sama memuaskan. Terdapat bulan-bulan atau periode tertentu di mana Business Center Medan 8 mengalami penurunan dalam penjualan. Kendala yang dihadapi oleh Business Center Medan 8 adalah yang pertama kurangnya tenaga kerja untuk menangani pemasaran, kurang paham digital tidak dapat menerapkan promosi online secara optimal untuk menarik minta masyarakat lebih banyak dan harga kompetitif tidak bisa menurunkan harga jika tidak ada aturan pusat HNI.

Kata Kunci : Marketing Mix, HNI-HPAI, Penjualan