

## PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA DAGANG IKHSAN ELEKTRONIK GAYO LUES

Azmi Ramadansyah Putra  
Politeknik Unggul LP3M  
Kota Medan, Indonesia

[argayramadhan@gmail.com](mailto:argayramadhan@gmail.com)

### ABSTRAK

*Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentunya berdampak di bidang ekonomi, khususnya di bidang pemasaran. Dalam dunia pemasaran dari konvensional menjadi digital. Strategi pemasaran digital lebih prospektif karena calon pelanggan atau konsumen potensial dapat memperoleh segala informasi mengenai produk atau jasa dan dapat bertransaksi secara online, Rumusan Masalah didalam Penelitian ini adalah 1. Bagaimana Pemanfaatan E-Commerce Pada Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Usaha Dagang Ikhsan Elektronik di Gayo Lues. 2. Bagaimana Pengaruh Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran di Usaha Dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues. 3. Apa Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Usaha Dagang Ikhsan Elektronik di Gayo Lues. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif yaitu data yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam, mengembangkan teori, dan mendeskripsikan realitas, Jenis data dalam penelitian ini, terdiri dari data kualitatif, yaitu data berupa keterangan-keterangan yang bukan dalam bentuk angka, meliputi gambaran umum usaha dan struktur organisasi. Pendekatan Proses Dimana digitalisasi menjadi strategi pemasaran telah berjalan pada perusahaan.*

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Digital*

### I. PENDAHULUAN

Pemasaran digital merupakan strategi dalam menangani perlambatan penyampaian informasi kepada konsumen yang saat ini banyak dilakukan oleh perusahaan berkembang dan perusahaan maju, strategi ini suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh bagian pemasaran, baik pemasaran di dalam perusahaan maupun perorangan dengan tujuan untuk memasarkan suatu produk atau merek yang akan dijual, baik produk berupa barang maupun jasa. Digital marketing memanfaatkan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak dilakukan secara langsung namun memiliki efek yang sangat sangat besar pengaruhnya. Pemasaran digital adalah pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi digital seperti menggunakan media elektronik atau media yang berbasis internet. Pemasaran digital berbasis elektronik biasanya dapat dilakukan melalui iklan di televisi dan juga di radio, untuk pemasaran digital berbasis media internet biasanya dilakukan melalui e-commerce, media sosial dan juga melalui website..

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentunya berdampak di bidang ekonomi, khususnya di bidang pemasaran. Dalam dunia pemasaran dari konvensional menjadi digital. Strategi pemasaran digital lebih prospektif karena calon pelanggan atau konsumen potensial dapat memperoleh segala informasi mengenai produk atau jasa dan dapat bertransaksi secara online. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting dalam kegiatan bisnis, dalam perkembangannya kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara digital, salah satunya dengan menggunakan jejaring sosial.

Pemasaran secara digital memiliki kelebihan diantaranya dapat memudahkan perusahaan dalam memasarkan produknya dengan cakupan yang lebih luas. Pemasaran secara digital merupakan konsekuensi saat ini ketika memasuki era masyarakat industri 4.0. Era ini yang sedang hangat diperbincangkan di Indonesia dan mancanegara. Dengan kata lain, perkembangan teknologi menjadi

penggerak utama era ini. Dampak dari perubahan zaman ini juga mempengaruhi perubahan ekonomi dunia, terutama negara berkembang seperti Indonesia yang sedang bergerak menuju ekonomi digital yang diklaim mampu membawa kemakmuran yang berkelanjutan.

## II. STUDI LITERATUR

### Digital Marketing

Menurut Vieira (2019) "Pemasaran digital adalah penerapan internet dan teknologi digital terkait dalam hubungannya dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran." Artinya Digital Marketing adalah aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital yang berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal ini dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyusun komunikasi yang ditargetkan dan layanan online yang sesuai dengan sesuai dengan kebutuhan setiap individu.

### Strategi Pemasaran

Azhar Solihin (2022) menjelaskan bahwa strategi adalah suatu bentuk rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pass dan Lowes, menjelaskan Strategi adalah rencana dan tindakan yang terintegrasi untuk mengubah posisi pasarnya dengan meninggalkan segmen pasar tertentu (Market Segments) untuk berkonsentrasi pada segmen pasar lain yang memungkinkan perusahaan memiliki posisi bersaing yang lebih kuat.

## III. METODE

### Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Metode Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi atau pengamatan langsung sebagai metode pengumpulan data. Pertama, teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung. Kedua, teknik observasi juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang sebenarnya terjadi. Ketiga, pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional serta pengetahuan yang langsung diperoleh dengan data. Keempat, sering terjadi keraguan pada diri peneliti, jangan-jangan ada bias dalam data yang dikumpulkan. Kelima, teknik pengamatan memungkinkan peneliti mampu memahami situasi-situasi yang rumit. Keenam, dalam kasus-kasus tertentu dimana teknik komunikasi lainnya tidak memungkinkan pengamatan dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat.

#### 2. Wawancara

Wawancara mendalam adalah percakapan yang dilakukan untuk mendapatkan pendapat, persepsi, perasaan, pengetahuan, pengalaman inderawi dan informan mengenai masalah yang diteliti.

#### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data penelitian yang diterapkan dengan cara "peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, catatan harian dan sebagainya".

### Teknik Analisis Data

#### 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan langkah atau proses pemilihan, perumusan, penyederhanaan, pengabstrakan, transparansi data mentah yang muncul dari catatan-catatan lapangan dan menonjolkan hal-hal yang penting. sehingga lebih mudah untuk mengontrol atau mempertajam data yang diperoleh. Oleh karena itu, langkah yang dilakukan peneliti adalah merampingkan data dengan cara memilih data yang penting kemudian menyederhanakan dan mengabstraksikannya.

#### 2. Penyajian data (display data)

Penyajian data merupakan suatu proses pengorganisasian data sehingga mudah untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk uraian naratif dan dapat diselingi dengan gambar, skema, matriks, tabel, rumus, dan lain-lain. Hal ini disesuaikan dengan jenis data yang dikumpulkan dalam proses pengumpulan data, baik dari hasil observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

### 3. Penarikan kesimpulan (verifikasi)

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam proses analisis. Kesimpulan yang pada awalnya masih sangat tentatif, kabur, dan diragukan, kemudian dengan bertambahnya data menjadi lebih grounded. Kegiatan ini merupakan proses pengecekan dan pengujian kebenaran data yang telah terkumpul sehingga diperoleh kesimpulan akhir yang sesuai dengan fokus penelitian.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Pemasaran yang digunakan Usaha Dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat informasi mengenai strategi pemasaran Usaha dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues menggunakan bauran pemasaran 4P sebagai berikut:

#### 1. Product (produk)

Produk yang disediakan oleh Usaha dagang Ikhsan elektronik memiliki berbagai macam ukuran, mulai dari 1 kg - 50 kg dengan jenis Televisi, Sound, audio dan soundsistem mobil. Banyaknya variasi ukuran ini memudahkan konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhannya baik skala kecil maupun besar sehingga dapat menjangkau semua keinginan konsumen.

#### 2. Harga

Harga yang diterapkan oleh Usaha dagang Ikhsan elektronik Gayo Lues dalam setiap jenis dan varian memiliki perbedaan seperti bahan baku. Semua harga jual sudah tertera pada brosur yang tersedia sehingga konsumen lebih mudah memilih sesuai dengan yang dibutuhkan.

#### 3. Place (Tempat)

Lokasi pemilihan usaha dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues berada di jalan besar dan pesimpangan dengan padat penduduk sekaligus tempat tinggal pemilik usaha. Lokasi yang dipilih cukup strategis karena bertepatan dengan rumah tinggal berada di jalan utama sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.

#### 4. Promosi (promosi)

Promosi yang dilakukan oleh Usaha dagang Ikhsan elektronik Gayo Lues sudah bagus yaitu membuat spanduk yang membentang di depan tokonya sehingga setiap orang yang lewat akan melihat spanduk tersebut karna lokasinya berada di jalan lintas dan jalan utama.

### Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues

Pemasaran menggunakan internet sekarang ini sangat menguntungkan bagi perusahaan banyak sekali perusahaan dibelahan dunia ini menggunakan digitalisasi sebagai media dalam memperkenalkan bisnisnya kepada dunia luar, digital mencakup pengelolaan berbagai bentuk digital, seperti situs web perusahaan, aplikasi ponsel pintar, dan halaman perusahaan di media sosial. Dengan strategi ini dijalankan pada usaha dagang ikhsan elektronik Gayo lues berpengaruh terhadap peningkatan pasar atau mampu menambah jumlah pembeli dengan jumlah signifikan dibandingkan sebelum menggunakannya. Berikut ini media yang jalankan sebagai strategi pemasaran di usaha dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues:

#### 1. WhatsApp

Fungsi WhatsApp pada perusahaan selain dapat digunakan sebagai media promosi, juga dapat digunakan sebagai brand image suatu perusahaan atau bisnis. Namun pada saat ini Usaha Dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues belum menggunakan WhatsApp Bisnis/Perusahaan padahal WhatsApp dapat digunakan dalam mengelola pemasaran dengan baik untuk memiliki nilai tambah dalam pemasaran dimana whatsapp ini hampir semua orang menggunakannya pada masa sekarang ini, memasarkan produk dari media whatsapp mampu memberikan nilai lebih dalam transaksi penjualan dalam istilah pemasaran sebagai nilai jual (sale value). Desain, konten, dan juga grafis yang terdapat dalam whatsapp merupakan hal yang penting untuk dikelola.

WhatsApp digunakan untuk media promosi membagikan gambar-gambar produk atau brosur dibagikan kepada semua kontak yang ada di kontak HP yang menggunakan whatsapp. Setiap hari dilakukan promosi dengan whatsapp story selama 1 minggu dengan hasil yang mengesankan bahwa banyak pengguna whatsapp yang bertanya tentang produk yang dipasarkan.

#### 2. Pemasaran Media Sosial

Media sosial dapat menjadi alat pemasaran dan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan review informasi mengenai suatu produk atau jasa yang akan atau sedang dipasarkan

sehingga dapat menarik minat atau respon dari pelanggan dalam memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian. Pada usaha datang ikhsan elektronik diterapkan pemanfaatan media sosial untuk promosi media sebagai berikut:

a. Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi gambar yang kini telah berkembang menjadi alat pemasaran yang paling efektif dalam menjual produk. Keefektifan ini tidak terlepas dari gambar-gambar yang dibagikan melalui akun Instagram tersebut. Kekuatan visual dianggap lebih menarik untuk membawa konsumen konversi dibandingkan dengan cara lain.

Tahapan pemasaran melalui Instagram pada usaha dagang Ikhsan elektronik sebagai berikut:

b. Facebook

Facebook merupakan aplikasi gratis yang mengutamakan kemudahan dalam mengakses fitur-fiturnya, jika dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram atau Twitter. Selain itu, Facebook juga memungkinkan pengguna untuk mengambil foto secara online secara langsung dan pengunanya dapat terhubung dengan berbagai jaringan aplikasi jejaring sosial lainnya seperti Twitter, Instagram, dan lain-lain. Dengan adanya media sosial ini, dimanfaatkan sebagai media untuk membagikan gambar-gambar yang informatif kepada pengguna facebook lainnya serta mendistribusikan promo produk tertentu. Dengan memposting informasi pada akun Facebook, banyak konsumen yang mendapatkan manfaat dari aktivitas tersebut.

c. YouTube

YouTube merupakan salah satu aplikasi yang memberikan informasi dalam bentuk video. Dalam aplikasi YouTube ini, pengguna dapat mengunggah video apa saja dan sebanyak sebanyak apapun jika Anda sudah memiliki akun yang terdaftar. Video yang diunggah dapat dilihat oleh pengguna di seluruh di seluruh dunia.

Di Indonesia, jumlah total pengguna media sosial aktif adalah 160 juta atau 59% dari total populasi Indonesia. Seperti data di katadata.co.id pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa tahun ini pengguna internet di Indonesia pada rentang usia 16-64 tahun, menyebutkan media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube dengan menduduki peringkat pertama dengan persentase penggunaan mencapai 88%. media sosial yang paling sering diakses berikutnya adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook 82%, dan Instagram 79%.

Keuntungan menggunakan media ini adalah menonton beberapa video di YouTube, pengguna akan dengan cepat memahami tujuan dari video tersebut. Keuntungan selanjutnya, yaitu dapat memberikan informasi kepada orang di seluruh dunia melalui video yang diunggah.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut usaha dagang dimulai penggunaannya sebagai media untuk mempromosikan produk, memperkenalkan usaha apa saja yang dijual, memantau umpan balik, menyediakan layanan pelanggan dan membantu pelanggan menyebarkan berita tentang bisnis. Usaha dagang ikhsan elektronik Gayo lues masih belum menerapkan media ini untuk memasarkan produk, karena Iksan Elektronik Gayo lues masih relatif baru untuk menerapkan media ini untuk memasarkan produk-produk mereka. Sebenarnya memperhatikan timbal balik yang dihasilkan dan manfaat dari media YouTube ini sangat berguna bagi masyarakat umum dalam memahami produk yang akan dijual.

### **Pemanfaatan E-Commerce Pada Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Usaha Dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues**

Pada usaha dagang ikhsan elektronik belum menerapkan e-commerce sebagai media memasarkan produk alasan paling mendasar dari usaha dagang ini tidak menggunakan media sosial yaitu penggunaannya yang masih belum mahir dan harus menambah karyawan sebagai pelaksananya. Namun setelah dikenalkan media yang gratis yang gampang untuk di gunakan pemilik usaha ini baru memahami media sosial dapat membantu perusahaan untuk memperkenalkan usahanya kepada masyarakat luas dengan media yang ada dan gratis. Alasan selanjutnya tidak menggunakan media sosial untuk alat promosi karna memang pada dasarnya lokasi usaha dagang ini sangat strategis berdekatan dengan persimpangan dan lokasinya di jalan utama jadi masyarakat sekitar dapat mengetahui usaha dagang ini dengan mudah. Menyebarkan brosur kepada orang yang lewat juga sudah sangat efektif terhadap usaha dagang ini karna memang setiap hari ribuan orang lalu lalang didepan toko tempat usaha ini didirikan.

### **Bagaimana Pengaruh Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran di Usaha Dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues?**

Pengaruh digital marketing pada usaha ikhsan elektronik Gayo Lues dimanfaatkan sebagai

media pemasaran berefek positif walaupun perkembangannya tidak terlalu signifikan karena berada pada kabupaten yang lumayan jauh dari kota-kota besar sehingga media sosial tidak terlalu berefek bagus bagi masyarakat luar kota terhadap usaha dagang ini, namun bila dilihat dari penyebaran penduduk di lingkungan usaha ini beroperasi media sosial sangat efektif digunakan karena banyak masyarakat yang sudah memperkenalkan usahanya melalui media sosial walaupun masih menggunakan fitur yang gratisan.

Salah satu yang banyak digunakan di wilayah ini adalah media WhatsApp dan Facebook. Media ini saat digunakan banyak yang merespon positif tentang apa yang di share dan dibagikan, namun perkembangan selanjutnya harus betul-betul dipantau sehingga dapat memberikan hasil yang betul-betul akurat mengenai manfaat media sosial yang lebih efektif lagi.

#### **Apa Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Usaha Dagang Ikhsan Elektronik di Gayo Lues?**

Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada usaha dagang Ikhsan elektronik memiliki kelebihan dan kekurangan dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Kekurangan**

Kekurangan penerapan strategi marketing dengan digitalisasi pada perusahaan ini mengarah kepada ketidak mahiran dalam menggunakan setiap media sosial karena memang pegawainya juga tidak banyak dan pengelola langsung merupakan pemilik usaha sehingga belum bisa menggunakan digitalisasi sebagai media pemasaran dengan baik. Kekurangan selanjutnya adalah kurangnya pemahaman untuk manfaat yang dihasilkan oleh media sosial oleh pemelik sehingga menganggap masih lebih efektif menggunakan cara lama dalam memasarkan usaha, yaitu dengan cara hanya memasang spanduk dan membagikan brosur kepada orang yang lewat saja.

##### **2. Kelebihan**

Kelebihan penerapan digitalisasi pada perusahaan ini berada pada penambahan populasi yang mengenal usaha ini melalui media yang digunakan dimana masyarakat yang menggunakan media sosial merupakan pasar yang luas untuk usaha dagang pada zaman sekarang ini dan sudah banyak e-commerce bermunculan memasarkan produk sehingga sangat layak rasanya apabila digunakan untuk usaha dagang Ikhsan elektronik Gayo Lues. Kelebihan selanjutnya media sosial dapat menjangkau pasar yang luas bukan hanya sebatas lokal saja, pemasaran juga tidak perlu keluar daerah cukup dari tempat usaha didirikan saja sudah dapat menjangkau pasar yang banyak, inilah keuntungan yang didapatkan apabila pemasaran digital diterapkan pada perusahaan dagang Ikhsan elektronik.

### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

1. Perusahaan dagang Ikhsan elektronik belum menerapkan e-commerce sebagai media pemasaran didalam operasional perusahaan masih menggunakan cara pemasaran yang lama yaitu hanya menggunakan spanduk dan membagikan brosur.
2. Penerapan digital marketing pada perusahaan dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues hanya berpengaruh positif untuk masyarakat sekitar saja (masyarakat lokal) karena wilayah lokasi usaha ini dijalankan jauh dari kota-kota besar. Namun untuk penduduk local memiliki dampak yang bagus karena banyak masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai media bisnis.
3. Kelebihan dan kekurangan penerapan strategi pemasaran menggunakan digitalisasi berdampak kepada perluasan masyarakat yang mengetahui tentang usaha ini dan bisa memasarkan produknya kepada masyarakat luas cukup dari tempat usaha saja, namun kekurangannya masih belum memahami penggunaan media sosial dan manfaat yang dihasilkan oleh media sosial untuk usaha belum terlalu dipahami oleh pemilik sehingga digital marketing belum diterapkan secara efektif.

#### **Saran**

1. Saran dalam penelitian ini yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:
2. Bagi usaha dagang Ikhsan Elektronik Gayo Lues sebaiknya mempertimbangkan penggunaan digital marketing sebagai media pemasaran karena memiliki dampak yang sangat positif pada usaha, dan bisa menjangkau pasar luar daerah sehingga mampu memperluas lingkaran konsumen perusahaan.

### **REFERENSI**

- Azhar Solihin, S., Nugrahyani, D., Haris Fadhilah, M., Kunci, K., & Pemasaran, S. (2022). Shofwan Azhar ... Analisis Strategi Pemasaran... 259 *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Analisis Strategi Pemasaran pada Kerta Cafe dalam Upaya Memulihkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19*. 13(2).
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.137>
- Damnjanović Dina Lončarić Jasmina Dlačić, V. (2020). Teaching Case Study Digital Marketing Strategy Of Accor Hotels: Shaping The Future Of Hospitality. In *Tourism and Hospitality Management* (Vol. 26, Issue 1).
- Febrian, A., Annisa, C., & Hapsari, V. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Niat Sebagai Mediasi. In *Buletin Studi Ekonomi* (Vol. 24, Issue 2).
- Genting, P., & Berkah Jaya, U. (n.d.). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada. In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Gilang Permata, E., Rizki, M., Papilo, P., Mahabbah Zain, A., Teknik Industri, J., Sains dan Teknologi, F., Sultan Syarif Kasim Riau Jl Soebrantas No, U. H., & Baru, S. (2020). Analisa Strategi Pemasaran Lillah Hijab Dengan Metode BCG (Boston Consulting Group) dan Swot. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(2), 92–100.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur) (Vol. 15, Issue 1).
- Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Surakarta, U. (n.d.). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta.
- Hasanah, M., & Juliana, N. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1), 2716–2346. <https://doi.org/10.20527/kss>
- Hernawati Suryatman, T., Engkos Kosim, M., & Eko, G. S. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry Marketing Strategy Planning With Analysis Swot In Effort To Increase Sales Of Adidas Shoe At PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43–56.