ABSTRAK

Dalam dunia bisnis terdapat persaingan antar perusahaan sejenis untuk bersaing mendapatkan konsumen, khususnya dalam bisnis *fashion.* Elzatta memiliki beberapa pesaing yang menawarkan produk sejenis masing-masing produknya memiliki keunggulan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan oleh Elzatta serta untuk mengetahui strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan dimasa mendatang dengan menggunakan metode analisis SWOT, jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari Analisis SWOT yang didapatkan dari matriks SWOT menghasilkan strategi SO A1 ((S1 X O1) Membuat promosi berlibur bersama brand ambassador (Ben Kasyafani), Strategi A2 = (S2 X O1) Membuat kompetisi Hijab Outfit of The Day (HOOTD) melalui instagram, Strategi A3 = (S3 X O1) Membuat promosi untuk hari-hari besar Islam. Strategi WO menghasilkan Strategi B1 = (W1+W2 X O1) Memberikan promosi berupa voucher bagi pembelian di website dengan cara registrasi menggunakan e-mail pada website Elzatta, Strategi B2 = (W3 X O3) Membuat promosi dengan melakukan endorsment. Strategi ST menghasilkan Strategi C1 + (S1 X T1) Bekerjasama dengan jasa travel haji dan umroh, Strategi C2 = (S2 X T2) Membuat iklan untuk ditayangkan pada bioskop-bioskop, Strategi C3 = (S2 X T2) Membagikan voucher belanja melalui kuis pada sinetron yang disponsori. Strategi WT menghasilkan. Strategi D1 = (W1 X T3) Membuat konten lineblast di akun official Line, Strategi D2 = (W2 X T2) Promosi dengan menggunakan iklan pop up di youtube, Strategi D3 = (W3 X T3) Bekerjasama dengan Instagram untuk membuat iklan.

Kata Kunci: Elzatta, bauran promosi, analisis SWOT.