

ABSTRAK

Perusahaan kosmetik Kondisi perusahaan kosmetik di Indonesia relatif stabil dan berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan industri kecantikan secara global. Berikut adalah beberapa aspek terkait kondisi perusahaan kosmetik di Indonesia. Industri kosmetik di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan perawatan diri dan peningkatan daya beli. Persaingan di industri kosmetik Indonesia cukup ketat dengan banyaknya merek lokal dan internasional yang berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian konsumen. Hal ini mendorong perusahaan kosmetik untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. tujuan penelitian ini adalah memahami fenomena yang terjadi terhadap penurunan pendapatan penjualan PT Martha Tilaar Group pasca *COVID-19* di daerah bali agar segala keunggulan daerah bali bisa digunakan untuk dimanfaatkan sebagai peningkatan strategi penjualan PT Martha Tilaar Group menjadi lebih profit dan efektif. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey menggunakan pendekatan kuantitatif yang dikombinasikan dengan pendekatan kualitatif untuk lebih menggali data yang dibutuhkan. Lebih dikenal dengan metode penelitian kombinasi (*mixing methode*). Berdasarkan hasil yang didapatkan, harga memiliki skor rata-rata keseluruhan tertinggi yaitu 3,805. Produk memiliki skor rata-rata keseluruhan tertinggi kedua sebesar 3,78 dan Tempat memiliki skor rata-rata keseluruhan 3,705. Promosi memiliki skor rata-rata keseluruhan terendah yaitu 3,05. Dalam hal ini penulis dapat menyimpulkan saran untuk meningkatkan bauran Promosi dengan mengkonsentrasikan dalam bentuk *E-Commerce* Atau *Online Shop*. untuk membangun kesadaran masyarakat bali untuk membeli produk kecantikan melalui.

Kata kunci : bauran pemasaram 4P, analisa deskriptif,