

ABSTRAK

UD. AQILA merupakan industri kecil yang bergerak di bidang pembuatan perhiasan imitasi yang berada di desa Giri kecamatan kebomas gresik. Pembuatan perhiasan imitasi ini merupakan usaha turun-temurun, strategi yang diterapkan UD. AQILA untuk pemasaran produknya sudah bagus, akan tetapi pada awal tahun 2016 tepatnya dibulan januari-juni, UD. AQILA mengalami penurunan penjualan produknya, hal tersebut dapat disebabkan oleh munculnya beberapa pesaing diproduksi yang sama, untuk itu perusahaan dituntut untuk merencanakan strategi-strategi pemasaran yang lebih baik lagi.

Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal dapat dijadikan acuan utama untuk melakukan perbaikan strategi pemasaran. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT . Didalam analisis SWOT terdapat beberapa matrik yaitu matrik IFE & EFE, digunakan untuk mencari bobot skor, Matrik I-E, digunakan untuk mencari divisi sel perusahaan, dan Matrik SWOT untuk memformulasikan alternatif strategi. Penentuan bobot prioritas menggunakan AHP dengan bantuan Expert Choice 11. Untuk mengetahui alternatif strategi yang dihasilkan dari matrik SWOT.

Dari Penelitian yang dihasilkan, diperoleh bobot skor matrik IFE sebesar 2,269 sedangkan pada matrik EFE diperoleh bobot skor sebesar 2,266. Dari bobot skor yang telah diperoleh, perusahaan bisa melaksanakan strategi mempertahankan dan memelihara. Dari formulasi matrik SWOT didapatkan empat alternatif strategi yang akan ditentukan bobot prioritas menggunakan AHP. dari hasil running Expert Choice 11, strategi SO mendapat bobot tertinggi dengan skor 0,400, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. strategi SO diantaranya menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja, pemasok, buyers dan distributor dan memanfaatkan teknologi sebagai alat promosi guna memperluas pasar. Strategi SO diharapkan bisa meningkatkan penjualan perhiasan imitasi di UD. AQILA.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, AHP

ABSTRACT

UD.AQILA is a small industry which is manufacturing imitation jewelry in Giri village, Kebomas, Gresik. It is a generation to generation business. The marketing strategy that applied in this industry is good enough, but in the beginning of 2016, exactly in January until June. UD. AQILA got decreasing their product sale, it was caused by the appearance of several competitors, so this company is required to make better plan marketing strategies.

This study is conducted to examine the marketing strategy according to internal and external condition of the company. Analysis of internal and the external environment can be used as a primary reference to repair the marketing strategy. This study used SWOT analysis as the approach of this study. In SWOT analysis, there are several matrices, namely IFE and EFE matrix which is used to find the level of score, Matrix I-E which is used to find out the cell division of the company, and SWOT matrix to formulate alternative strategy. In determining priority level, the researcher used AHP with Expert Choice 11, and to know the result of alternative strategy by using SWOT matrix.

The result of this study showed that IFE matrix score level is 2,269, meanwhile the EFE matrix score level is 2,266. From the result of level score showed that the company can carry out the strategy to maintain and nurture. Then, from the SWOT matrix obtained four alternative strategies according to the priority level of AHP. From the calculation of Expert Choice 11, the result showed that SO strategy get highest level which is 0,400. The company can utilize the existing opportunities; those are maintaining good relations, suppliers, buyers, and distributors by utilizing technology as a market promotion to expand the promotion itself. It means SO strategy expected to improve imitation jewelry sales at UD. AQILA.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, AHP.