

ABSTRAK

Hikma Sofia, 180211100095. Formulasi Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Di Hp Mart Kota Sampang. Dibawah bimbingan Bapak A. Yahya Surya Winata, SE., M.Si.

Permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini berawal dari semakin menurunnya tingkat penjualan dampak dari pandemi covid-19. Kondisi ini kontradiktif, selama masa pandemi semua aktivitas dilakukan secara online. Seharusnya membutuhkan gadget seperti handphone untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Penelitian ini bermaksud untuk merancang formulasi strategi pemasaran melalui pendekatan analisis SWOT dan AHP. Hal tersebut dilakukan agar ditemukan strategi pemasaran yang dapat meningkat kembali. Penjualan toko Hp Mart. Narasumber penelitian ditentukan secara purposive sampling berkaitan dengan pengelolaan usaha Hp Mart. Hasil analisis SWOT diperoleh nilai IFAS sebesar 2 sedangkan nilai EFAS sebesar 1,02. Dengan demikian jika digambar dengan Diagram Analisis SWOT Hp Mart berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Hasil pemilihan strategi berdaya saing menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki yakni tempat yang strategis, banyak cabang Hp Mart, toko hp dan aksesoris hp yang lumayan lengkap, keamanan toko cukup baik, pelayanan yang baik kepada pelanggan, juga hubungan dengan distributor yang baik untuk meminimalisir daya beli masyarakat yang menurun.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Hp Mart, Analisis SWOT, AHP

ABSTRACT

Hikma Sofia, 180211100095. Marketing Strategy Formulation as an Effort to Increase Sales During the Pandemic Period at HP Mart Sampang City. Under the guidance of Mr. A. Yahya Surya Winata, SE., M.Sc.

The problems identified in this study began with the declining level of sales as a result of the COVID-19 pandemic. This condition is contradictory, during the pandemic all activities are carried out online. Should require gadgets such as mobile phones to support daily activities. This study intends to design a marketing strategy formulation through a SWOT and AHP analysis approach. This is done so that marketing strategies can be found that can increase sales of HP Mart stores. Research resource persons were determined by purposive sampling related to the management of the Hp Mart business. The results of the SWOT analysis obtained the IFAS value of 2 while the EFAS value of 1,02. Thus, if drawn using a SWOT Analysis Diagram, HP Mart is in a very profitable situation. The result of choosing a competitive strategy using the Analytical Hierarchy Process (AHP) is to utilize its strengths, namely a strategic location, many HP Mart branches, a fairly complete cellphone and cellphone accessories store, good store security, good service to customers, as well as relationships with customers. good distributors to minimize the declining purchasing power of the people.

Keywords: Marketing Strategy, HP Mart, SWOT Analysis, AHP