

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT DAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP)
PADA PERUSAHAAN KONVEKSI HAQUEERA.ID**

Raka Syauqi Putra

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi tingkat volume penjualan di Konveksi Haqueera.id. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat agar volume penjualan Konveksi Haqueera.id meningkat. Faktor internal meliputi kualitas produk, SDM yang kompeten, pelayanan, ketepatan waktu, respons pelanggan, riset dan pengembangan, fasilitas produksi, manajemen, layanan desain gratis, dan kemampuan produksi sesuai permintaan, dengan kekurangan pada mesin printing, pemanfaatan media sosial, diskon, penjualan eceran, tampilan produk, dan pendidikan SDM. Faktor eksternal mencakup cakupan pasar, pemasaran media sosial, produk kreatif, harga terjangkau, pengakuan internasional, persaingan, promosi online, bahan baku, dan persaingan SDM. Posisi perusahaan dalam matriks IE menunjukkan skor IFE = 3,01 dan EFE = 2,38, menempatkannya pada sel I (tumbuh dan berkembang). Analisis SWOT menunjukkan perusahaan berada pada Kuadran I (Strategi Agresif), yang mengindikasikan peluang melalui kekuatan internal. Berdasarkan perhitungan AHP, prioritas strategi pemasaran tertinggi adalah menciptakan sistem manajemen yang baik dengan bobot 13.9%, mencakup pembuatan SOP efektif, penjadwalan kerja tepat, edukasi terperinci, dan pembentukan tim produksi serta pemasaran yang baik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, SWOT, AHP

**MARKETING STRATEGY DESIGN USING SWOT ANALYSIS AND
ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) IN THE HAQUEERA.ID
CONVECTION COMPANY**

Raka Syauqi Putra

ABSTRACT

This research analyzes internal and external factors that influence the volume of sales in Haqueera.id Convection. The aim of this research is to create the right marketing strategy to increase the sales volume of Haqueera.id. Internal factors include product quality, competent HRM, service, timeliness, customer response, research and development, production facilities, management, free design services, and on-demand production capabilities, with shortcomings in printing machines, social media utilization, discounts, retail sales, product display, and HRM education. External factors include market coverage, Social Media marketing, creative products, affordable prices, international recognition, competition, online promotion, raw materials, and SDM competition. The company's position in the IE matrix shows the IFE score = 3.01 and EFE = 2.38, placing it on cell I (tumbuh dan berkembang). SWOT analysis shows that companies are on Quadrant I (Aggressive Strategy), which indicates opportunities through internal forces. Based on AHP calculations, the highest marketing strategy priority is to create a good management system with a weight of 13.9%, including effective SOP creation, proper work schedule, detailed education, and building a good production and marketing team.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT, AHP*