

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN XYZ KERAMIK BERBASIS BAURAN PEMASARAN (7P) MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP

Rendra Pratama Ramadhan

ABSTRAK

XYZ Keramik merupakan toko ritel yang bergerak di bidang penjualan keramik lantai. Toko ini belum memiliki strategi pemasaran yang optimal sehingga belakangan mengalami penurunan penjualan di tengah persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini membuat toko perlu strategi pemasaran yang lebih jelas agar tetap kompetitif dan penjualan dapat kembali meningkat. Penelitian ini bertujuan menggambarkan praktik pemasaran XYZ Keramik melalui bauran pemasaran 7P, kemudian menganalisis posisi usaha dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman eksternal menggunakan analisis SWOT (didukung matriks IFE dan EFE), serta menentukan strategi prioritas dengan metode AHP. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner kepada pihak internal maupun pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi internal cukup kuat, sedangkan kondisi eksternal berada pada tingkat sedang, sehingga strategi yang paling sesuai adalah strategi agresif, yaitu memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang paling diprioritaskan meliputi peningkatan kualitas layanan, peningkatan profesionalisme karyawan, serta pencantuman label harga pada setiap produk. Implikasi penelitian menekankan pentingnya membangun standar layanan yang konsisten, meningkatkan kemampuan SDM, serta penyediaan informasi harga yang jelas agar kepercayaan pelanggan meningkat, proses pembelian lebih cepat, dan pertumbuhan penjualan lebih stabil.

Kata kunci: Bauran Pemasaran 7P, SWOT, AHP.

MARKETING STRATEGY DESIGN OF XYZ KERAMIK BASED ON THE MARKETING MIX (7P) USING SWOT AND AHP METHODS

Rendra Pratama Ramadhan

ABSTRACT

XYZ Keramik is a retail store operating in the ceramic floor tile sector. The store currently lacks an optimal marketing strategy, leading to a decline in sales amid intense competition. This highlights the need for a clearer marketing strategy to remain competitive and restore sales growth. This study aims to describe XYZ Keramik's marketing practices using the 7P marketing mix, analyze the business position in terms of strengths, weaknesses, opportunities, and threats through SWOT analysis supported by IFE and EFE matrices, and determine priority strategies using the AHP method. Data were collected through interviews, observations, and questionnaires involving internal staff and customers. The results show that the internal condition is relatively strong, while the external environment is at a moderate level, making an aggressive strategy most suitable to maximize internal strengths and exploit external opportunities. The prioritized strategies include improving service quality, enhancing employee professionalism, and displaying price labels on each product. The implications of this study emphasize the importance of establishing consistent service standards, improving human resource capabilities, and providing clear price information in order to increase customer trust, accelerate the purchasing process, and support more stable sales growth.

Keywords: 7P marketing mix, SWOT, AHP.