

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE SWOT DAN AHP UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DI PT SIGMA UTAMA**

Abstrak

Silvia Alfiana

Agar dapat tetap bertahan dalam persaingan luar yang semakin tajam, perusahaan dituntut agar mampu menghadapi serta menangani masalah ini dengan memiliki strategi pemasaran yang tepat. Oleh sebab itu PT Sigma Utama ini dituntut agar mampu membuat strategi pemasaran yang paling tepat dengan cara mengidentifikasi kelemahan, kekuatan, peluang, serta ancaman agar dapat meningkatkan volume penjualan maka metode analisis yang paling tepat digunakan adalah metode SWOT untuk mengidentifikasi faktor dan AHP untuk penentuan faktor strategi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah dalam matriks IE posisi perusahaan berada pada sel I (tumbuh dan berkembang), dalam pemetaan diagram SWOT posisi perusahaan berada pada kuadran I (strategi agresif), bobot tertinggi pada alternatif strategi perusahaan adalah pada SO31 (meningkatkan teknologi produksi) mendapatkan bobot nilai sebesar 24 %. Adapun beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan sesuai dengan bobot alternatif tertinggi yaitu meningkatkan teknologi produksi adalah: mengganti atau menambahkan alat produksi dengan teknologi yang lebih canggih, merawat mesin secara berkala agar mesin selalu efektif ketika digunakan, memberi alat bantu pada mesin produksi agar kerja mesin lebih efektif, dan melengkapi peralatan produksi.

Kata Kunci:

Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, SWOT, AHP

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES USING THE SWOT AND AHP
METHODS TO INCREASE SALES VOLUMES IN
PT SIGMA UTAMA**

Abstract

Silvia Alfiana

In order to survive in increasingly fierce competition outside, companies are required to be able to deal with and deal with this problem by having the right marketing strategy. Therefore PT Sigma Utama is demanded to be able to create the most appropriate marketing strategy by identifying weaknesses, strengths, opportunities, and threats in order to increase sales volume, the most appropriate analytical method used is the SWOT method to identify factors and AHP for determining factors strategy. The results of this study are in the IE matrix the company's position is in cell I (growing and developing), in mapping the SWOT diagram the company's position is in quadrant I (aggressive strategy), the highest weight on alternative corporate strategies is on SO31 (improving production technology) get a weighting of 24%. The strategies that the company can do in accordance with the highest alternative weight, namely improving production technology are: replacing or adding production equipment with more sophisticated technology, maintaining the machine regularly so that the machine is always effective when used, giving tools to the production machine so that the work of the machine is more effective, and equips production equipment.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT, AHP