

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MARKETING MIX DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA NIKAYLA JEWELRY

Studi Kasus pada UMKM Nikayla Jewelry

Aris Handoyo¹, Andung Jati Nugroho²

¹.Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Teknologi Yogyakarta.

Email: harizsetiawan66@gmail.com¹ andungjnugroho@gmail.com²

ABSTRAK

Nikayla Jewelry merupakan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak pada produksi pembuatan cincin custom dengan berbagai model cincin dengan bahan dasarnya berupa emas, perak, platinum, dan palladium. Berdasarkan penelitian dan data yang ada pada Nikayla Jewelry pada bulan September s/d November 2021 penjualan masih di angka 200 - 300 cincin setiap bulannya, sedangkan Nikayla Jewelry memiliki target 400 cincin setiap bulannya. Sehingga dilihat dari data yang ada bisa dikatakan penjualan cincin belum stabil dan masih sangat jauh dengan target yang diharapkan oleh Nikayla Jewelry. Pada penelitian ini menggali apa yang dapat dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Nikayla Jewelry dengan cara SWOT. Kemudian setelah strategi dapat dihasilkan, maka pembeli dan penjual yang merupakan aspek utama pelaku pada Nikayla Jewelry diminta untuk memilih strategi apa yang mereka inginkan dengan cara AHP dengan menggunakan *software expert choice*. Dari hasil analisis yang dilakukan didapatkan strategi yang tepat yaitu strategi meningkatkan promosi dengan bobot penilaian responden 1 (bobot = 0.461), dan responden 2 (bobot = 0.246).

Kata Kunci : Nikayla Jewelry, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT), *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *Software Expert Choice*.

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS WITH MARKETING MIX IN AN EFFORT TO
INCREASE SALES VOLUME AT NIKAYLA JEWELRY
Case Study on MSME Nikayla Jewelry**

ABSTRACT

Nikayla Jewelry is a micro, small and medium enterprise (MSME) engaged in producing custom rings with various ring models with the basic materials of gold, silver, platinum, and palladium. Based on research and data from Nikayla Jewelry, from September to November 2021, sales are still at 200 - 300 rings per month, while Nikayla Jewelry has a target of 400 rings per month. So, judging from the available data, it can be said that ring sales have not been stable and are still very far from the target expected by Nikayla Jewelry. Then after the strategy can be generated, the buyers and sellers, being the aspect of main subjects in Nikayla Jewelry, are asked to choose what strategy they want using the AHP method using expert choice software. The analysis results found that the right strategy was a strategy to increase promotion with an assessment weight of respondent 1 (weight = 0.461) and respondent 2 (weight = 0.246).

Keywords: Nikayla Jewelry, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT), Analytical Hierarchy Process (AHP), Software Expert Choice.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex Conan & Boaz Ronen. 2009, Focused SWOT : Diagnosing critical Strengths and Weaknesses. *International Journal of Production Research*. Volume: 47. Issue: 20. hal: 5677–5689.
- Garima & Sonia, etc. 2015, Online Marketing : A SWOT Analysis. *The International Journal Of Business & Management*. Volume: 3. Issue: 7. Hal : 12-16.
- Inayati, Titik. "Perumusan Strategi Dengan Analisis Swot Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur)." (2018).
- Kusuma, Gusti Putu Eka, and Ni Luh Nurkariani. "SWOT Analysis as The Basis of The Marketing Mix in Increasing Income in PT. Elteha International Singaraja." *International Journal of Social Science and Business* 6.1 (2022).
- Nadya¹, Maulita, Yuanita Soewarno, and Lia Nirawati. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM GRIYA MANIK DI DESA PLUMBON JOMBANG."
- Permata, Ekie Gilang, et al. "Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot dan Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk Meningkatkan Volume Penjualan." *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi dan Industri (SNTIKI)*. Vol. 11. 2019.
- Prakoso, Anugerah Bimo, and Nugroho Negoro. "Analisa strategi pemasaran produk kosmetik wardah dengan pendekatan SWOT-AHP (Analytic Hierarchy Process)." *Jurnal Sains dan Seni ITS* 6.1 (2017): 62-67.
- Prastika, Mahfudl, and Arief Sadjiarto. "Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Menengah Di Industri Kreatif Sarang Lebah Salatiga." *Ecodunamika* 1.3 (2018).
- Pratama, Andika. "Analisis Strategi Pemasaran Jasa Percetakan dengan Menggunakan Metode SWOT dan Analytic Hierarchy Process." *JOURNAL OF INDUSTRIAL AND MANUFACTURE ENGINEERING* 4.1 (2020): 12-21.
- Rangkuti, Freddy. 2013, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sairo, Hesti, Harry J. Sumampouw, and Olivia Walangitan. "Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT. Sinar Purefoods Internasional Bitung." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 6.002 (2018).
- Sanyoto, Gathot Pujo, Rani Irma Handayani, and Euis Widanengsih. "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop Untuk Kebutuhan Operasional Dengan Metode AHP (Studi Kasus: Direktorat Pembinaan Kursus Dan Pelatihan Kemdikbud)." *Jurnal Pilar Nusa Mandiri* 13.2 (2017): 167-174.
- Wiid, M. C. Cant, and L. Holtzhausen. 2015, SWOT analysis in the small business sector of South Africa. *Journal in Corporate Ownership and Control*, volume: 13, Issue: 1. Hal: 446-453.
- Wijayanthi, Ida Ayu Trisna, and Desak Made Handewi Dyah. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Café Haagendazs Beachwalk Kuta." *Jurnal Stie Semarang* 13.1 (2021): 139-151.