

ABSTRAK

UKM Prime Store bergerak sebagai toko retail yang menjual berbagai oli dengan mengambil oli dari distributor oli yang sah, dengan mendistribusikannya ke berbagai bengkel sepeda motor dan ke para agen sebanyak mungkin agar dapat sampai kepada konsumen. Rencana strategi perlu digunakan dikarenakan penurunan permintaan pasar sebesar 20% di tahun 2019 ,dimana pada tahun 2018 dapat terjual 2000 dus setiap bulannya, namun di tahun 2019 hanya terjual 1600 dus setiap bulannya, di tahun 2020 terjadi kenaikan 10% di awal tahun menjadi 1700-1800 di bulan Januari - Juni 2020, lalu menurun lagi sampai dengan akhir tahun 2020. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk meningkatkan volume penjualan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, meningkatkan penjualan melalui brosur, iklan dan promosi. Metode yang digunakan adalah Metode SWOT, QSPM dan Metode 4P. Dari hasil strategi yang didapatkan 6 strategis yang dapat digunakan dari pengolahan data QSPM, diharapkan UKM dapat meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, dan meningkatkan penjualan melalui brosur, iklan dan promosi yang di buat UKM. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan maupun UKM yang terkena dampak pandemi untuk dapat bangkit dan meningkatkan penjualan produk mereka kembali.

Kata Kunci: COVID-19, EFE, IFE, KPI, MARKETING MIX 4P, QSPM, SWOT

ABSTRACT

UKM Prime Store operates as a retail store that sells various oils by taking oil from authorized oil distributors, by distributing it to various motorbike repair shops and to as many agents as possible so that it reaches consumers. The strategic plan needs to be used due to the decline in market demand by 20% in 2019, where in 2018 2000 boxes were sold per month, but in 2019 only 1600 boxes were sold per month, in 2020 there was an increase of 10% at the beginning of the year to 1700- 1800 in January - June 2020, then decreased again until the end of 2020. The purpose of this research is to increase sales volume by utilizing technological advances, increasing sales through brochures, advertisements and promotions. The methods used are the SWOT method, QSPM and the 4P method. From the strategic results obtained 6 strategies that can be used from QSPM data processing, it is hoped that SMEs can increase sales by taking advantage of technological advances, and increase sales through brochures, advertisements and promotions made by SMEs. This research is expected to help companies and SMEs affected by the pandemic to get up and increase the sales of their products again.

Keywords: COVID-19, EFE, IFE, KPI, MARKETING MIX 4P, QSPM, SWOT