

ABSTRAK

STRATEGI PENINGKATAN VOLUME JASA LAYANAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DIPERUSAHAAN RITEL ALFAMART CABANG KOTABUMI

Oleh

Haikal

Transaksi secara elektronik atau *digital payment* juga telah di implementasikan penggunaannya untuk transaksi harian di Alfamart cabang Kotabumi, dimana terjadi penurunan *volume* penjualan melalui *digital payment* di Alfamart Kotabumi pada tahun 2018. penggunaan analisis SWOT dapat digunakan untuk menganalisis faktor infrastruktur, faktor ekonomi dan pengembangan perusahaan retail dalam membantu pemasaran perusahaan retail. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perumusan strategi pemasaran untuk meningkatkan konsumen dari jasa layanan transaksi elektronik di perusahaan ritel Alfamart cabang Kotabumi yang disusun berdasarkan analisis SWOT.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Data yang digunakan didalam penelitian ini didapat dari kuisioner yang dijawab oleh para staff dan konsumen Alfamart Cabang Kotabumi Lampung. Hasil yang didapat dari penelitian ini ialah strategi dalam pemasaran Layanan transaksi elektronik Alfamart Kotabumi sebaiknya mengikuti alternatif strategi turn over.

Implikasi dari penelitian ini ialah pengelola Alfamart Kotabumi disarankan untuk meningkatkan value yang dimiliki layanan transaksi elektronik Alfamart Kotabumi agar pelanggan tidak beralih kepada produk substitusi, melakukan *Community Based Marketing* dan menambah titik layanan melalui pembukaan gerai atau toko baru.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

VOLUME INCREASE STRATEGY FOR ELECTRONIC TRANSACTION SERVICES AT THE ALFAMART RETAIL COMPANY KOTABUMI BRANCH

By

Haikal

Electronic transactions or digital payments have also been implemented for daily transactions in Alfamart Kotabumi branch, where there is a decrease in sales volume through digital payments at Alfamart Kotabumi in 2018. The use of SWOT analysis can be used to analyze infrastructure, economic factors and retail company development in help retail company marketing. The purpose of this study is to analyze the formulation of marketing strategies to increase consumers of electronic transaction services in the Alfamart Kotabumi branch retail company compiled based on a SWOT analysis.

This research was conducted using a descriptive qualitative approach and analyzed using SWOT analysis. The data used in this study were obtained from questionnaires answered by Alfamart staff and consumers in the Kotabumi Lampung branch. The results obtained from this study are the strategies in marketing Alfamart Kotabumi electronic transaction services should follow an alternative turn over strategy.

The implication of this research is that Alfamart Kotabumi managers are advised to increase the value of Alfamart Kotabumi electronic transaction services so that customers do not switch to substitute products, conduct Community Based Marketing and add service points through opening new outlets or stores.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT