

STRATEGI PEMASARAN MELALUI *E-COMMERCE*
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BENIH HORTIKULTURA
DI CV MULTI GLOBAL AGRINDO

Oleh :

Nur Rizka Dalilah Hariman

INTISARI

Tugas Akhir (TA) ini bertujuan untuk merumuskan strategi dan menyusun urutan prioritas strategi pemasaran melalui *e-commerce* Shopee untuk meningkatkan penjualan benih hortikultura di CV Multi Global Agrindo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juni 2023. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus pada responden tim *marketing* CV MGA dan *snowball sampling* pada responden konsumen Shopee benih hortikultura CV MGA. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisa IFAS-EFAS menunjukkan bahwa CV MGA berada pada kuadran 1, dimana kuadran tersebut berarti bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang yang ada. Analisa SWOT menghasilkan sebelas rumusan strategi pemasaran baru, selanjutnya pada analisa QSPM menghasilkan tiga rumusan strategi terbaik yaitu “Setelah mengirimkan produk, mengingatkan konsumen untuk memberi ulasan kepuasan pada akun Shopee CV MGA”, “Melakukan cek berulang terhadap transaksi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengurangi resiko kecurangan konsumen, utamanya pada pilihan metode pembayaran secara COD”, dan “melakukan promosi dengan memasang iklan berbayar di Shopee”.

Kata Kunci : *E-commerce*, Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM.