ABSTRAK

Nina Listiani. 2022. *Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Toko Handphone Aghnia Cell di Masa Pandemi Covid-19 Barito Kuala*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing Hariyanto, S.E., M.M.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Toko Handphone Aghnia Cell

Penelitian ini diangkat dari maraknya wabah covid-19 di Indonesia, yang menyebabkan beberapa pelaku usaha mengalami penurunan penjualan. Salah satunya usaha Toko Handphone. Penulis pun tertarik untuk melakukan penelitian terhadap salah satu Toko Handphone Aghnia Cell di Barito Kuala. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Handphone Aghnia Cell dengan menggunakan Analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian di mana penulis terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia. Adapun metode yang digunakan sebagai alat analisis untuk mengukur strategi pemasaran Toko Handphone Aghnia Cell, penulis menggunakan metode analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai tertimbang Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) adalah 3,58 yang mengidentifikasi bahwa posisi Toko Handphone Aghnia Cell memiliki posisi internal yang kuat, dan nilai tertimbang Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) adalah 2,54 yang mengidentifikasi bahwa posisi Toko Handphone Aghnia Cell harus mewaspadai dari ancaman tersebut, dan harus bisa memanfaatkan peluang yang dimiliki perusahaan.