

## ABSTRACT

### **FIXYA TRI M, OPTIMIZATION OF IT BUSSINES MANAGAMENT IN AN EFFORT TO IMPROVE SALES AND MARKETING STRATEGIES AT GENESIS PHONE CELL STORES USING THE MFEP METHOD (Multifactor Evaluation Process Method)**

*Decision support systems (DSS) provide recommendations to stakeholders in making decisions. Marketing in entrepreneurship carries out one of the main functions of management, namely Planning. Planning is taken to win the competition in mobile phone sales. An increase in the number of new items can be obtained by implementing various alternative marketing strategies. However, not all of the planned marketing strategies can be implemented in a certain period, for this reason an SPK approach is needed which is supported by several criteria, sub-criteria, so that it is expected to prevent stakeholders from determining subjective marketing strategies. Based on predetermined criteria, it is necessary to determine the weight of each criterion, generally there are several ways to determine the weight of the criteria. Analysis of decision support systems as one of the approaches used to obtain the weight of the degree of importance on the criteria for alternatives. Using sales strategy analysis can provide a clear picture of the product marketing strategy, after determining the weight value of the description then the weight value obtained is calculated by MFEP. The MFEP method as the MCDM method is a network construction concept, providing dependencies between DSS components, from criteria to sub-criteria, dependence from criteria on alternatives and vice versa. Starting with the determination of goals, criteria, sub-criteria, alternatives, the weight of the importance of each component, the weight of the criteria is written in a pairwise comparison matrix, resulting in a super matrix. The results of the study show that a decision support system can increase the objectivity of the process of determining the weight of criteria in decisions as shown by improving the marketing strategy at the Genesis Ponsel Store.*

**Keywords: SPK, MFEP, Sales Strategy.**

## ABSTRAK

### **FIXYA TRI M, OPTIMALISASI IT BUSSINES MANAGAMENT DALAM UPAYA MENINGKATKAN STRATEGI PENJUALAN DAN PEMASARAN PADA TOKO GENESIS PHONE CELL MENGGUNAKAN METODE MFEP (Metode Multifactor Evaluation Process)**

Sistem pendukung keputusan (SPK) memberikan rekomendasi kepada para pemangku kepentingan dalam membuat keputusan. Pemasaran dalam berwirausaha menjalankan salah satu fungsi utama manajemen yaitu Planning. Planning ditempuh untuk memenangkan persaingan di dalam penjualan handphone. Peningkatan jumlah barang baru dapat diperoleh dengan menerapkan berbagai strategi pemasaran sebagai alternatif. Namun strategi pemasaran yang direncanakan tidak semuanya dapat dilaksanakan pada satu periode tertentu, untuk itu diperlukan pendekatan SPK yang didukung oleh beberapa kriteria, sub-kriteria, sehingga diharapkan dapat menghindarkan para pemangku kepentingan dalam menentukan strategi pemasaran yang subyektif. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan perlu menentukan bobot pada masing-masing kriteria, umumnya terdapat beberapa cara untuk menentukan bobot kriteria. Analisis sistem penunjang keputusan sebagai salah satu pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan bobot derajat kepentingan pada kriteria terhadap alternatif. Dengan menggunakan analisis strategi penjualan dapat memberi gambaran yang jelas akan strategi pemasaran produk, setelah menentukan nilai bobot dari gambaran kemudian nilai bobot yang diperolehnya dihitung dengan MFEP. Metode MFEP sebagai metode MCDM yang merupakan konsep konstruksi jaringan, menyediakan ketergantungan antara komponen SPK, dari kriteria terhadap sub-kriteria, ketergantungan dari kriteria terhadap alternatif dan sebaliknya. Dimulai dengan penentuan tujuan, kriteria, sub-kriteria, alternatif, bobot kepentingan masing-masing komponen, bobot kriteria dituliskan dalam matriks perbandingan berpasangan, sehingga menghasilkan supermatrix. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dengan sistem penunjang keputusan dapat meningkatkan obyektifitas proses penentuan bobot kriteria dalam keputusan yang ditunjukkan melalui peningkatan strategi pemasaran pada Toko Genesis Ponsel.

**Kata Kunci: SPK, MFEP, Strategi Penjualan.**