

ABSTRAK

Persaingan antar perusahaan industri semakin ketat dan berkembang, sehingga menuntut setiap perusahaan untuk mengalami persaingan dan memiliki strategi untuk mencapai target pasar yang dapat terlihat lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor. Setiap produk memiliki masa hidup, dimana produk akan mengalami masa pengenalan hingga mengalami masa penurunan. Pada tahun 2022 terdapat 21 jenis produk yang mengalami potensi deadstock. Sehingga perlu dilakukan analisis siklus hidup produk terhadap produk yang memiliki penjualan tinggi dan menjadi salah satu produk unggulan untuk dilakukan strategi mempertahankan produk untuk tidak berakhir sama dengan ke 21 produk tersebut. Salah satu produk unggulan PT ABC adalah compact wallet. Kondisi penjualan compact wallet mengalami kenaikan sehingga perlu dilakukan pemilihan strategi pengembangan produk yang tepat untuk mempertahankan produk ini di pasar menggunakan metode product life cycle (PLC) serta melakukan pemilihan prioritas alternatif strategi dengan melihat kriteria – kriteria yang mempengaruhi strategi pengembangan produk compact wallet menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Hasil penelitian ini menunjukkan posisi compact wallet pada tahap pertumbuhan dan faktor yang paling mempengaruhi pemilihan strategi adalah preferensi konsumen. Adapun strategi yang menjadi prioritas adalah mengaktifkan kegiatan promosi dan iklan. Rekomendasi untuk strategi ini dapat dilakukan melalui media sosial, media elektronik seperti co – branding, endorsement, iklan melalui instagram, facebook, tiktok dan selling person

Kata kunci: AHP; Pemasaran; Pengembangan Produk; PLC