

## **ABSTRAK**

# **PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MERCEDES- BENZ DENGAN METODE SWOT DAN QSPM PADA PT MERCINDO AUTORAMA-MAMPANG**

Oleh

**Inzalia Putri**

**NIM : 1720008**

**(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)**

Salah satu sektor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah industri otomotif. Dengan adanya persaingan yang ketat, pasar otomotif mengalami fluktuasi yang signifikan. Salah satunya yang terjadi pada PT Mercindo Autorama yang berdiri sejak 1988. PT Mercindo Autorama mengalami fluktuasi yang signifikan selama tiga tahun kebelakang, yakni tahun 2021-2023. Oleh karena itu diperlukan analisis strategi pemasaran yang tepat, guna menjaga volume penjualan agar tetap stabil. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan analisis kuantitatif. Untuk pengambilan sampel dilakukan dengan metode kuesioner oleh para pakar menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan informasi menggunakan metode observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yakni matriks IFE, matriks EFE, matriks *grand strategy*, matriks SWOT dan QSPM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa matriks IFE dan EFE menghasilkan total skor -0,10 dan 0,20. Pada matriks *Grand Strategy* PT Mercindo Autorama – Mampang berada di posisi kuadran II, dimana perusahaan berada di posisi dengan pertumbuhan pasar yang cepat, strategi yang intensif. Titik posisi perusahaan disarankan menggunakan strategi *Aggressive Maintenance* atau pemeliharaan agresif. Pada analisis SWOT perusahaan menghasilkan dua strategi alternatif *Weakness – Opportunities (WO)*, yakni meningkatkan pemasaran pada

digital marketing dan menawarkan paket pembiayaan yang menarik. Lalu untuk hasil analisis QSPM strategi prioritas yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan adalah meningkatkan pemasaran pada digital marketing dengan nilai STAS 4,10. Sedangkan untuk strategi alternatif keduanya adalah menawarkan paket pembiayaan yang menarik dengan nilai STAS 3,47.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, SWOT, QSPM*