

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN MELALUI METODE SWOT DAN QSPM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MOBIL SUZUKI PADA PT CITRA ASRI BUANA – CIPUTAT

Oleh
Salsabila Oktariza
NIM: 1720058
(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

PT Citra Asri Buana merupakan dealer resmi Suzuki yang bergerak pada bidang penjualan mobil 3S (*Sales, Service, Spare parts*). Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang terkait dengan penurunan tingkat penjualan kendaraan dari periode 2021-2023. Penurunan penjualan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Berdasarkan hal tersebut, PT Citra Asri Buana - Ciputat membutuhkan usulan strategi pemasaran yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Dalam merumuskan strategi pemasaran, perusahaan perlu terlebih dahulu melakukan evaluasi terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui alternatif strategi yang paling memungkinkan menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik pengumpulan data wawancara dan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan berdasarkan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*) dan kuadran SWOT diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa PT Citra Asri Buana – Ciputat berada pada kuadran I dengan kondisi perusahaan yang memiliki kekuatan internal dan peluang yang pasar yang baik. Berdasarkan kondisi tersebut maka strategi utama perusahaan yaitu strategi agresif. Melalui hasil analisis QSPM menyatakan bahwa strategi terbaik yang dapat diimplementasikan perusahaan berdasarkan prioritasnya yaitu dengan meningkatkan aktivitas pemasaran produk.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, SWOT, QSPM