

ABSTRAK

STRATEGI PENJUALAN MOBIL DAIHATSU PADA PT ASTRIDO PRIMA MOBILINDO DAAN MOGOT

Oleh:

Fitria Nurcahyani

NIM: 1721010

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

PT Astrido Prima Mobilindo, menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dominasi pasar, di tengah kondisi pasar otomotif nasional yang sedang mengalami penurunan khususnya merek Daihatsu. Akibatnya penjualan unit kendaraan di Dealer Astrido Daihatsu Daan Mogot sering kali tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penjualan yang efektif bagi PT Astrido Prima Mobilindo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis faktor internal dan eksternal melalui Matriks IFAS dan EFAS, analisis SWOT, dan pemilihan strategi prioritas menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Data diperoleh melalui wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Berdasarkan hasil analisis SWOT, menunjukkan bahwa PT Astrido Prima Mobilindo berada pada kuadran I, yaitu mendukung penerapan strategi SO (*Strength–Opportunities*). Selanjutnya, hasil QSPM menunjukkan bahwa dari empat alternatif strategi yang diusulkan, strategi dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi adalah strategi peningkatan promosi *digital marketing* yang menjadi prioritas utama untuk diterapkan. Strategi ini dinilai paling relevan dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah perkembangan industri otomotif yang dinamis.

Kata kunci: Strategi Penjualan, SWOT, QSPM

