

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DENGAN METODE SWOT DAN QSPM PADA DEALER AUTO 2000 TEBET SUPOMO

Oleh

Safira Putri Nabila

NIM: 1718062

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Dealer Auto 2000 Tebet Supomo merupakan perusahaan yang bergerak dalam lini bisnis 3S (*Sales, Service dan Spare parts*). Berdasarkan data yang diperoleh, selama tahun 2021 perusahaan mengalami fluktuasi penjualan yang cukup signifikan. Terjadinya fluktuasi tersebut tentunya disebabkan oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Sebagai dealer resmi Toyota, aktivitas penjualan menjadi salah satu hal yang paling diperhatikan. Oleh karena itu, untuk menjaga kestabilan penjualan perlu adanya strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang paling tepat untuk diterapkan oleh perusahaan berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik pengumpulan data observasi, *forum group discussion*, wawancara, dan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan matriks IFAS dan EFAS menghasilkan total skor -0,10 dan 0,81. Pada analisis kuadran SWOT diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Auto 2000 Tebet Supomo berada pada kuadran III dengan kondisi perusahaan memiliki kelemahan internal namun di sisi lain terdapat peluang pasar yang baik. Berdasarkan kondisi tersebut maka strategi utama perusahaan yaitu *turn-around*. Lalu hasil analisis QSPM menyatakan bahwa strategi terbaik yang dapat diimplementasikan perusahaan berdasarkan prioritasnya yaitu dengan meningkatkan produktivitas SDM.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT, QSPM.