

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM PADA PT DHARMA PRECISION TOOLS

Oleh

Jessica Ulinna Rachel Silalahi

1722070

(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

Penurunan penjualan *wholesales* industri otomotif di Indonesia memberikan dampak terhadap perusahaan yang bergerak pada sektor pendukung industri otomotif, termasuk PT Dharma Precision Tools. Kondisi tersebut mengakibatkan penurunan kinerja penjualan sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi PT Dharma Precision Tools berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis kuantitatif. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks SWOT, Matriks Internal-Eksternal (IE), dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil analisis Matriks IE menunjukkan bahwa PT Dharma Precision Tools berada pada kuadran V (*Hold and Maintain*), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah penetrasi pasar dan/atau pengembangan produk. Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi prioritas yang dipilih “pengembangan produk ke sektor baru” dengan perolehan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi sebesar 4,988 sehingga menjadi strategi yang paling layak untuk direkomendasikan dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan kinerja penjualan PT Dharma Precision Tools.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, PESTEL, FIVE FORCES PORTER, IFE matriks. EFE Matriks, SWOT, QSPM,