

Analisis Strategi Penjualan dengan *Internal dan External Evaluation* melalui Kajian SWOT dan QSPM pada Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Narogong

Reishi Agusta Kencana Prima Putra (1717050)

Abstrak

Suzuki Dwiperkasa Mobiltama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kendaraan mobil baru dan layanan purna jual berupa *service* atau pemeliharaan, serta penjualan suku cadang orisinil bagi berbagai kendaraan mobil Suzuki. Berdasarkan kondisi saat ini, perusahaan telah mengalami penurunan tingkat penjualan kendaraan. Hal ini disebabkan oleh banyak hal salah satunya adalah tingginya intensitas persaingan dengan perusahaan lain di pasar. Oleh karena itu, diperlukan strategi penjualan yang tepat untuk dapat menyelesaikan permasalahan ini dengan evaluasi yang komprehensif mulai dari internal hingga eksternal lingkungan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alternatif strategi yang paling memungkinkan untuk dilakukan perusahaan sesuai dengan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis SWOT dan juga QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan matriks IFE dan EFE, total skornya adalah -0,41 dan 0,2. Hasil matriks *Grand Strategy* yaitu Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Narogong berada pada posisi kuadran II dengan strategi utama adalah strategi *turn around* atau *Weakness-Opportunity* (WO). Lalu hasil analisis QSPM menyatakan bahwa strategi terbaik berdasarkan prioritasnya yaitu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi.

Kata kunci: Faktor Internal, Faktor Eksternal, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks Grand Strategy, Matriks SWOT, QSPM.