

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN KENDARAAN MITSUBISHI
BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT SUN STAR MOTOR
BADUNG**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali**

OLEH :

PANDE PUTU GEDE WISMA DANA

NIM : 2115764012

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN KENDARAAN MITSUBISHI
BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT SUN STAR MOTOR
BADUNG**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali**

OLEH :

PANDE PUTU GEDE WISMA DANA

NIM : 2115764012

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Kendaraan Mitsubishi
Berdasarkan Analisis Swot pada PT. Sun Star Motor Badung.
2. Penulis :
 - a. Nama : Pande Putu Gede Wisma Dana
 - b. NIM : 2115764012
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional.

Badung, 15 Agustus 2022

Menyetujui :

Pembimbing I,



I Wayan Siwantara, SE.,M.M
NIP. 196503071992031002

Pembimbing II,



Putu Adriani Prayustika, SE.,MM
NIP. 198406082015042002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN KENDARAAN MITSUBISHI BERDASARKAN
ANALISIS SWOT PADA PT SUN STAR MOTOR BADUNG**

Oleh:

Pande Putu Gede Wisma Dana

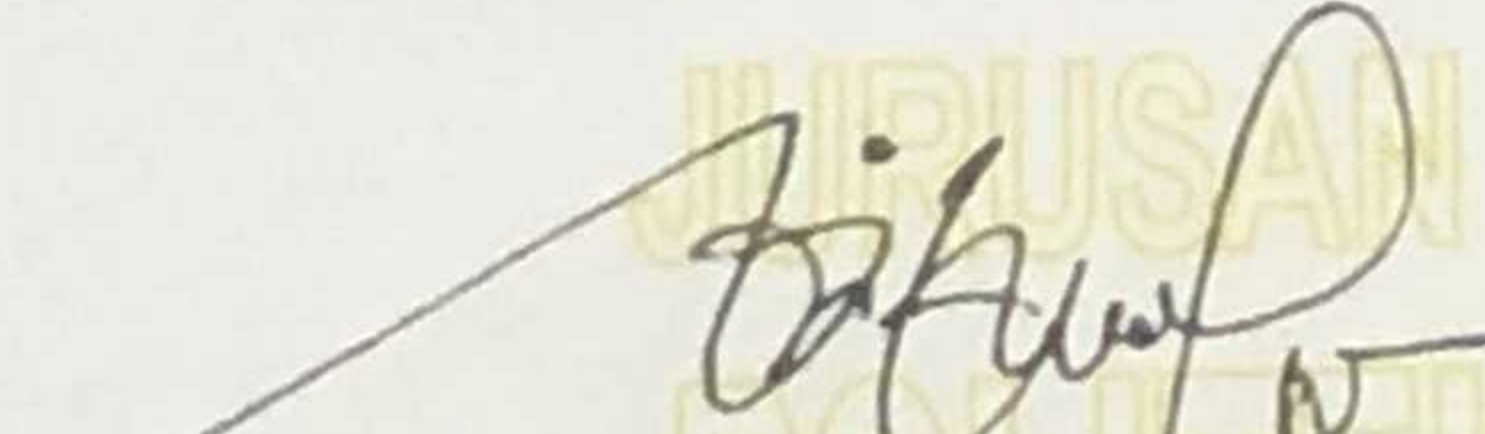
NIM : 2115764012

Disahkan :


Penguji I,

Ketua Tim Penguji,

Penguji II,


Ni Nyoman Teristiyani Winaya, SE.,MM
NIP. 196110301987032001


I Wayan Siwantara, SE.,M.M
NIP. 196503071992031002


Ida Bagus Gede Dananjaya, SE.,M.M
NIP. 202111007

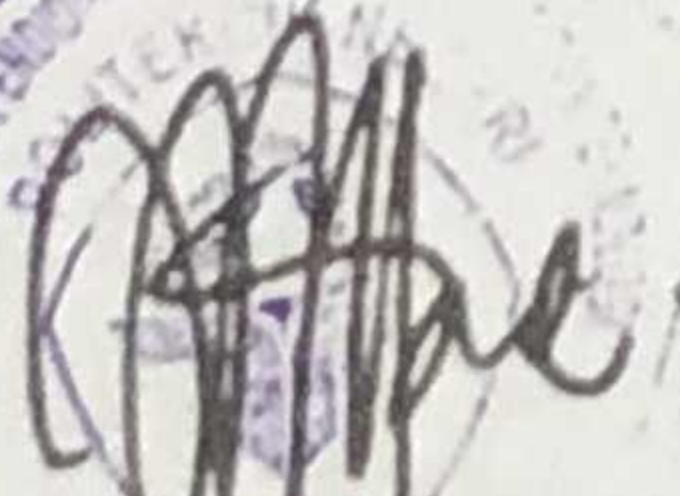
Mengetahui,


Jurusan Administrasi Niaga

Prodi RPL Manajemen Bisnis Internasional

Ketua,

Ketua,


Dr. I Ketut Santra, M.Si
NIP. 196710211992031002


I Nyoman Suka Sanjaya, SS.,M.TESOL,Ph.D
NIP. 197409152000121002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sometimes you win, sometime you learn”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk orang-orang yang telah mendampingi penulis selama proses penyusunan, yaitu :

1. Bapak I Wayan Siwantara.,SE,M.M dan Ibu Putu Adriani Prayustika, SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan membantu memberikan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pande Wayan Sumada dan Ibu Ni Wayan Pustikawati selaku kedua orang tua penulis serta keluarga yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
3. Teman - teman kelas RPL MBI dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas dukungan selama proses penyusunan skripsi.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Kendaraan Mitsubishi Berdasarkan Analisis SWOT pada PT. Sun Star Motor Badung” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung 15 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Pamde Putu Gede Wisma Dana

NIM. 2115764012

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang harus dilakukan PT Sun Star Motor Badung. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan angket. Dalam penelitian ini, variabel faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) sebagai formulasi strategi pemasaran. Sampel penelitian ini sejumlah 40 orang. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang sebaiknya diterapkan oleh PT. Sun Star Motor Badung untuk meningkatkan penjualannya. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan nilai faktor kekuatan sebesar 1.90 dan faktor kelemahan sebesar 1.01 serta selisih nilai tersebut sebesar 0.89. Sedangkan nilai untuk faktor peluang sebesar 1.79 dan nilai untuk faktor ancaman sebesar 1.02 serta selisih nilai tersebut sebesar 0.77. Nilai-nilai ini dapat membentuk koordinat 0.89 sumbu x : 0.77 sumbu y. Dengan menggunakan titik-titik koordinat tersebut, maka strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan kendaraan Mitsubishi pada PT Sun Star Motor Badung merupakan strategi *agresif* dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif* (*growth oriented strategy*).

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy that must be carried out by PT Sun Star Motor Badung. Research data obtained through observation, interviews, documentation and questionnaires. In this study, the variables of external factors (opportunities and threats) and internal factors (strengths and weaknesses) as the formulation of marketing strategies. The sample of this research is 40 people. The research data were analyzed using SWOT analysis to determine the strategy that should be applied by PT. Sun Star Motor Badung to increase its sales. The results of the analysis in this study indicate the value of the strength factor is 1.90 and the weakness factor is 1.01 and the difference in the value is 0.89. While the value for the opportunity factor is 1.79 and the value for the threat factor is 1.02 and the difference in the value is 0.77. These values can form 0.89 x-axis coordinates: 0.77 y-axis. By using these coordinate points, the right strategy to increase sales of Mitsubishi vehicles at PT Sun Star Motor Badung is an aggressive strategy by supporting an aggressive growth policy (growth oriented strategy).

Keywords : Strategy, Marketing, SWOT

KATA PENGANTAR

Tidak hentinya puji syukur penulis panjatkan kedadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmatnya Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Kendaraan Mitsubishi Berdasarkan Analisis Swot pada PT. Sun Star Motor Badung” dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tujuan penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini tidak sedikit hambatan yang ditemui, serta arahan dari berbagai pihak, semangat tinggi maka hambatan tersebut dapat diatasi. Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas dan bimbingan selama penulis mengikuti pendidikan di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ni Made Kariati, S.Kom., M.Cs selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga sekaligus menjadi sosok ibu yang senantiasa memberikan semangat,

motivasi, arahan, kesempatan-kesempatan untuk belajar, informasi yang bermanfaat, bantuan serta dukungan selama proses perkuliahan.

4. Bapak I Nyoman Suka Sanjaya, SS.,M.TESOL,Ph.D. selaku Ketua Program Studi RPL Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional atas segala fasilitas, saran dan masukan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak I Wayan Siwantara, SE.,M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, arahan dan masukan selama penyusunan Skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya.
6. Ibu Putu Adriani Prayustika, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan, arahan dan masukan selama penyusunan Skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar beserta staf pegawai di Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bekal pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta bantuan dan pelayanan yang proses perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu karyawan begitupun juga dengan pelanggan di PT. Sun Star Motor Badung yang telah membantu mendampingi, memberikan ilmu di dunia kerja selama kegiatan serta memberikan data dalam menyusun Skripsi ini.
9. Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk pendidikan dan kesuksesan penulis.
10. Serta seluruh teman - teman kelas RPL MBI dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas dukungan selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini jauh dari sempurna, maka penulis mohon masukan untuk menyempurnakan Skripsi ini, dan penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya, Terimakasih.

Badung, 15 Agustus 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu (Kajian Empiris).....	26
2.3 Kerangka Teoritis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Populasi dan Sampel.....	34

3.2	Sumber Data	35
3.3	Jenis Data.....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Teknik Analisis Data	39
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	46
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	85
4.3	Implikasi Penelitian	106
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		109
5.1.	Simpulan.....	109
5.2.	Saran	110
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		114

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Penjualan Unit Kendaraan Tertinggi 2021 di Indonesia	2
Tabel 3. 1 IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	39
Tabel 3. 2 EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)	40
Tabel 3. 3 Matriks SWOT	44
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	85
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Domisili	89
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Umur	90
Tabel 4. 6 Faktor Kekuatan di Lingkungan Internal	91
Tabel 4. 7 Faktor Kelemahan di Lingkungan Internal	92
Tabel 4. 8 Faktor Peluang di Lingkungan Eksternal	94
Tabel 4. 9 Faktor Ancaman di Lingkungan Eksternal	95
Tabel 4. 10 Hasil Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	96
Tabel 4. 11 Hasil Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	98
Tabel 4. 12 Hasil Matriks SWOT	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Kendaraan	3
Gambar 1. 2 Grafik Target & Realisasi Penjualan.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis Penelitian.....	33
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT	42
Gambar 4. 1 Logo PT. Sun Star Motor	48
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Sun Star Motor	50
Gambar 4. 3 Hasil Diagram Analisis SWOT	100

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Hasil Wawancara
- Lampiran 3 : Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 5 : Hasil Kuesioner Klasifikasi & Rating (Internal)
- Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Klasifikasi & Rating (Eksternal)
- Lampiran 7 : Hasil Bobot (Internal)
- Lampiran 8 : Hasil Bobot (Eksternal)
- Lampiran 9 : Hasil Uji Instrumen (Validitas)
- Lampiran 10 : Hasil Uji Instrumen (Reliabilitas)
- Lampiran 11 : Dokumentasi
- Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang harus dilakukan PT Sun Star Motor Badung. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan angket. Dalam penelitian ini, variabel faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) sebagai formulasi strategi pemasaran. Sampel penelitian ini sejumlah 40 orang. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang sebaiknya diterapkan oleh PT. Sun Star Motor Badung untuk meningkatkan penjualannya. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan nilai faktor kekuatan sebesar 1.90 dan faktor kelemahan sebesar 1.01 serta selisih nilai tersebut sebesar 0.89. Sedangkan nilai untuk faktor peluang sebesar 1.79 dan nilai untuk faktor ancaman sebesar 1.02 serta selisih nilai tersebut sebesar 0.77. Nilai-nilai ini dapat membentuk koordinat 0.89 sumbu x : 0.77 sumbu y. Dengan menggunakan titik-titik koordinat tersebut, maka strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan kendaraan Mitsubishi pada PT Sun Star Motor Badung merupakan strategi *agresif* dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif* (*growth oriented strategy*).

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy that must be carried out by PT Sun Star Motor Badung. Research data obtained through observation, interviews, documentation and questionnaires. In this study, the variables of external factors (opportunities and threats) and internal factors (strengths and weaknesses) as the formulation of marketing strategies. The sample of this research is 40 people. The research data were analyzed using SWOT analysis to determine the strategy that should be applied by PT. Sun Star Motor Badung to increase its sales. The results of the analysis in this study indicate the value of the strength factor is 1.90 and the weakness factor is 1.01 and the difference in the value is 0.89. While the value for the opportunity factor is 1.79 and the value for the threat factor is 1.02 and the difference in the value is 0.77. These values can form 0.89 x-axis coordinates: 0.77 y-axis. By using these coordinate points, the right strategy to increase sales of Mitsubishi vehicles at PT Sun Star Motor Badung is an aggressive strategy by supporting an aggressive growth policy (growth oriented strategy).

Keywords : Strategy, Marketing, SWOT

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

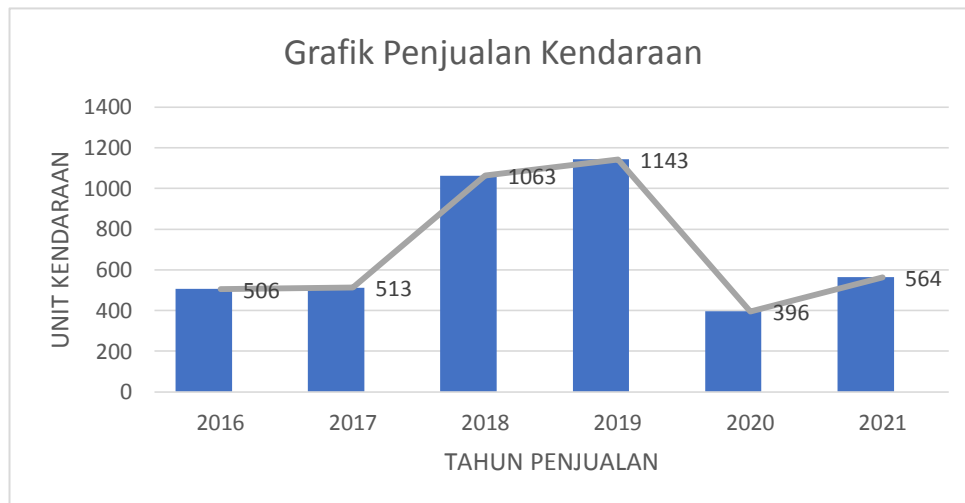
Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang ditengah situasi apapun karena seperti yang diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam mencapai hal tersebut, bagian pemasaran perusahaan harus melakukan strategi yang tepat untuk dapat menggunakan kesempatan dan peluang yang ada didalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan. Salah satunya ialah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, perkembangan dunia bisnis otomotif yang semakin pesat pada saat ini menimbulkan persaingan ketat di berbagai industri otomotif yang ada di Indonesia antara lain: Mitsubishi, Honda, Toyota, Suzuki, Daihatsu, Wuling dan merek lain yang terlihat dari data Gaikindo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) mengenai 10 besar merek dengan penjualan unit kendaraan paling tinggi di Indonesia 2021 dikutip dari Kompas.com, sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Penjualan Unit Kendaraan Tertinggi 2021 di Indonesia

No	Merek Kendaraan	Penjualan Unit Kendaraan
1	Toyota	295.766
2	Daihatsu	164.908
3	Mitsubishi Motors	107.605
4	Suzuki	91.793
5	Honda	91.122
6	Mitsubishi Fuso	36.518
7	Isuzu	26.636
8	Wuling	25.564
9	Hino	20.683
10	Mazda	3.392

Sumber : Kompas.com 2022

Berkaitan dengan Tabel 1.1, tentunya dari masing-masing merek bersaing melakukan berbagai inovasi terhadap produknya dengan memberikan diferensiasi pada model desain, harga, mesin, *service* dan teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. salah satunya PT Sun Star Motor Badung yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Otomotif mulai dari Penjualan, Perawatan, dan Suku Cadang kendaraan dengan merek Mitsubishi. Perusahaan melakukan berbagai macam promosi usaha yang ditawarkan mulai dari diferensiasi produk Mitsubishi, program pembiayaan bunga rendah untuk cicilan, gratis biaya *service* dan garansi suku cadang sampai dengan undian hadiah, *reward* dan lain-lain. Dengan berbagai strategi yang diterapkan, PT. Sun Star Motor Badung dapat meningkatkan penjualan unit kendaraan dari tahun ke tahun, akan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis, terlihat dari grafik penjualan kendaraan sebagai berikut :



Gambar 1. 1

Grafik Penjualan Kendaraan PT Sun Star Motor Badung 2016 - 2021

Sumber : Data Primer, Diolah 2022

Berdasarkan Gambar 1.1 Penurunan penjualan unit kendaraan di PT. Sun Star Motor Badung terlihat pada tahun 2020 yang diakibatkan dari Pandemi *Covid-19*, peristiwa ini telah berdampak pada perlambatan ekonomi di berbagai aktivitas bisnis khususnya pada penjualan dibidang otomotif. Hal ini terjadi pada awal diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia. Melihat lesunya pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 2020 tersebut, pada tahun 2021 pemerintah bergerak cepat dalam membantu para pelaku usaha dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan salah satunya ialah Insentif Pajak berupa Pajak Penjualan Barang Mewah Ditanggung Pemerintah (PPnBM DTP) 100% untuk kendaraan bermotor. Mulanya, diskon PPnBM 100% berlaku sejak Maret-Mei 2021. Lalu diskon PPnBM yang diberikan Juni-Agustus 2021 dikurangi menjadi 50%. Selanjutnya, Insentif untuk periode September sampai Desember 2021 berkurang menjadi 25%. Namun setelah beberapa kali revisi insentif PPnBM diputuskan untuk diperpanjang hingga akhir tahun 2021.

Pemerintah beralasan bahwa, kebijakan ini untuk mendorong penjualan mobil sehingga menciptakan *multiplier effect* terhadap perekonomian Indonesia. “*Perpanjangan Insentif dilakukan untuk menstimulasi konsumsi masyarakat kelas menengah seiring dengan perkembangan positif penanganan pandemi Covid-19 sehingga diharapkan terus dimanfaatkan*” ungkap (Kepala Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Febrio Kacaribu) yang dikutip dari Kontan.co.id. Hal tersebut memberi dampak yang baik terhadap PT. Sun Star Motor Badung dimana terlihat pada gambar 1.1 penjualan kendaraan dari 396 unit pada tahun 2020 meningkat menjadi 564 unit kendaraan pada tahun 2021, akan tetapi target produktivitas yang dirancang cabang dari awal tahun sampai akhir tahun 2021 dengan realisasi penjualan unit kendaraan 2021 secara keseluruhan masih belum tercapai, yang terlihat pada grafik sebagai berikut :



Gambar 1. 2
Grafik Target & Realisasi Penjualan Kendaraan PT Sun Star Motor Badung 2021
 Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan Gambar 1.2 Target Produktivitas yang dirancang dari bulan januari sampai bulan desember 2021 sejumlah 588 unit kendaraan sedangkan realisasi penjualan 2021 hanya mencapai 564 unit kendaraan, melihat hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, mengenai strategi pemasaran ditengah pemulihan situasi dan kondisi seperti sekarang, karena tidak dapat dipungkiri untuk menghadapi persaingan yang ketat didalam keadaan dunia usaha yang bersifat dinamis dan untuk mencapai keuntungan yang optimal dengan meningkatkan penjualan sesuai dengan target, perlu terutama merumuskan rencana strategi yang tepat dengan mempertimbangkan aspek internal dan faktor lingkungan luar perusahaan. “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).” (Rangkuti, 2016:18). Dengan dasar inilah, menimbulkan inspirasi bagi penulis untuk mengkaji dan mengangkat judul **“STRATEGI PEMASARAN KENDARAAN MITSUBISHI BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. SUN STAR MOTOR BADUNG”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana bentuk strategi pemasaran kendaraan Mitsubishi berdasarkan analisis SWOT yang sesuai pada PT. Sun Star Motor Badung”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran kendaraan Mitsubishi berdasarkan analisis SWOT pada PT. Sun Star Motor Badung.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu di bidang pemasaran, terutama mengenai strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan *literature* bagi mahasiswa lainnya pada penelitian penelitian selanjutnya khususnya ilmu di bidang pemasaran.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat menjadi sumber informasi dan pengembangan pada PT Sun Star Motor Badung dalam melakukan strategi pemasaran sehingga menjadi bahan evaluasi dan masukan untuk mencapai strategi yang baik dalam bersaing dan untuk meningkatkan penjualan unit kendaraan kedepannya.

1.5 Sistematika Penulisan

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai telaah teori, kajian empiris, dan kerangka pemikiran teoritis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini mmenguraikan tentang jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, hingga metode analisis data.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas gamabaran umum perusahaan, hasil analisis dan pembahasan hingga implikasi hasil penelitian.

e. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang simpulan dari pembahasan dan pemberian saran-saran.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran di PT Sun Star Motor Badung, maka dapat disimpulkan bahwa posisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) artinya perusahaan memiliki kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada, sehingga *alternative* strategi yang dapat digunakan dalam matriks SWOT adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan melakukan Ekspansi secepatnya atau memperluas jaringan pemasaran atau memperbesar *market share* yang belum terjangkau diberbagai segmen dengan membuka rute yang potensial serta dengan meningkatkan *brand image*, mutu dan kinerja SDM yang dimiliki dibidang Penjualan dan Pelayanan dalam menggait *customer* menjadi *customer* yang loyal dengan pengembangan sistem dan teknologi yang berorientasi kepada kebutuhan pelanggan

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada PT Sun Star Motor Badung sebagai bahan pertimbangan dalam upaya menghadapi persaingan bisnis, diantaranya :

- a. Memperbaiki faktor budaya pemasaran PT Sun Star Motor Badung yang konvensional, hal tersebut dapat diatasi dengan kemajuan teknologi yang berkembang, salah satunya mengganti alat pemasaran dan promosi dari menggunakan brosur dengan alat digital seperti *Handphone* atau *Tab*. Selain dapat menghemat pengeluaran untuk mencetak brosur hal tersebut dapat memudahkan para *sales* dan juga *customer* saat melihat spek kendaraan yang dicari saat kesediaan *display stock* kosong.
- b. Melakukan pemanfaatan teknologi berupa pemesanan langsung yang terintegrasi dengan sistem yang dikelola, hal tersebut dapat digencarkan dengan pemanfaatan pemasaran secara digital. Contohnya : Pemanfaatan Tokopedia, Shopee, Website, dst.
- c. Menambah rekanan kerja tambahan. Hal tersebut untuk menunjang layanan perusahaan diluar layanan 3S (*Service, Sales, Sparepart*) pada PT Sun Star Motor Badung. Contohnya: layanan *body repair & body cat* diperusahaan, dst
- d. Mengoptimalkan (*Supply Chain*) secara berkala dengan cara *follow-up* dan *update* data dalam penyediaan unit yang dibutuhkan. Sehingga unit *display* dengan *stock* dan permintaan berjalan dengan seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andika. (2021) “Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Aceh : Univ AR-Raniry
<https://repository.arraniry.ac.id/eprint/16715/Muhammad%20Andika%2C%20160602200%2C%20FEBI%2C%20ES%2C%20082334230469.pdf>
 diakses pada 28 Juli 2022
- Anyabila. (2019). “*Lingkungan Pemasaran Makro dan Mikro*”.
<https://anyabila.com/lingkungan-pemasaran-makro-dan-mikro> diakses pada 28 Juli 2022
- Assauri, Sofjan.2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Bilung, S. 2016. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada CV. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. e-Jurnal Admisistrasi Bisnis (116-127). Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- Darwis (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Mobil Merk Mitsibishi pada PT. Bososwa Berlian Motor di Kota Makasar*. YUME : Journal of Management. (Volume 4 Issue 3 Pages 144 – 156). Makasar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMKOP Makasar
- Delano, dkk (2022). *Analisis Tows Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Di Café Time420s Kecamatan Langowan Utara*. Jurnal EMBA (Vol. 10 No. 1 Januari 2022, Hal. 101-112) Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado
- Ibnu. 2020. “*Manajemen Lingkungan Pemasaran Accurate*”.
<https://accurate.id/marketing-manajemen/lingkungan-pemasaran/> diakses pada 28 Juli 2022

- Kurniawan, K. 2021. “*Lingkungan Pemasaran Internal, Eksternal, Mikro & Makro*”. <https://projasaweb.com/lingkungan-pemasaran/> diakses pada 28 Juli 2022
- Kurniawan, Ruly (2022) “*Penjualan Mobil di Indonesia Sepanjang 2021 Tembus Target*” <https://otomotif.kompas.com/read/2022/01/14/081029715/penjualan-mobil-di-indonesia-sepanjang-2021-tembus-target?page=all> diakses pada 14 Januari 2022
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lukmandono., 2015. *Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III*. Surabaya: Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Marlena. Novi (2022). “*Manajemen Pemasaran (Strategi dan Orientasi Pasar)*” <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=fGp7EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=lingkungan+pemasaran+internal+dan+eksternal&ots=WscnGmYCMo&sig=LZktvQLbkVnJARPUdSCg8Mw9wew> diakses pada 28 Juli 2022
- Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, F. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rusmawati., 2017. *Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya*. Jurnal Ekbis (Volume 17 No 1). Lamongan : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan
- Santoso, Yusuf Imam (2021) “*Diskon PPnBM 100% diperpanjang hingga akhir tahun 2021, begini penjelasan pemerintah*” <https://amp.kontan.co.id/news/diskon-ppnbm-100-diperpanjang-hingga-akhir-tahun-2021-begini-penjelasan-pemerintah> diakses pada 14 Januari 2022
- Saleh, Muhamad dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan, Research and Development, Untuk Bidang: Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wibowo dan Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta