

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISA SWOT PADA DEALER ANUGERAH MOTOR CABANG KOTABARU

Nanda Apriyanda¹, Farida Yulianti², Lamsah³

¹Manajemen, 61201. Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NPM 17.31.1052

²Manajemen, 61201. Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NIDN 112106901

³Manajemen, 61201. Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NIDN 1125126201

nandahenk17@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : 1). Melakukan metode analisa SWOT sebagai pertimbangan untuk meakukan strategi pemasaran, 2). mengetahui sejauh mana Dealer Anugerah Motor Cabang Kotabaru dalam membuat dan mengembangkan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kualitatif yaitu penelitian lapangan atau ke objek penelitian dimana pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan penelitian langsung ke dalam kegiatan Dealer Anugerah Motor Kotabaru, salah satunya adalah mengadakan wawancara langsung dengan Pimpinan perusahaan tersebut.

Hasil Penelitian : Dealer Anugerah Motor Kotabaru dalam melakukan penjualan dan pemasaran produk kendaraan roda dua/motor tentunya sudah memiliki strategi pemasaran dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk. Namun demikian strategi pemasaran yang dilakukan masih belum maksimal. Setelah melakukan Analisa SWOT hasilnya menunjukkan bahwa Perusahaan Dealer Anugerah Motor Kotabaru memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan berada dijalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembangan (agresif) yang dapat meningkatkan penjualan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to: 1). Performing a SWOT analysis method as a consideration for carrying out a marketing strategy, 2). To find out the extent of the Kotabaru Branch Motor Dealer in making and developing marketing strategies in increasing sales, this study uses a qualitative descriptive design, namely field research or research objects where data collection is carried out by conducting direct research into the activities of the Kotabaru Motor Anugerah Dealer, one of which is to hold a direct interview with the head of the company.

Research Results: Anugerah Motor Kotabaru dealer in selling and marketing two-wheeled/motorized vehicle products, of course, already has a marketing strategy in an effort to increase product sales. However, the marketing strategy carried out is still not optimal.

After conducting a SWOT analysis, the results show that the Kotabaru Anugerah Motor Dealer Company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities and is on the right track by continuing to develop (aggressive) strategies that can increase sales. The strategy that must be applied in this condition is to support an aggressive growth policy.

Keywords : Marketing Strategy, Sales

REFERENSI

Basu, Swastha (2004), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Pertama, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Dharmesta, Swastha Basu, Handoko Hani (2000), *Manajemen Pemasaran, Analisa perilaku Konsumen*, Edisi Pertama BPFE, Yogyakarta.

Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Milenium, PT. Prehalindo, Jakarta.

_____ (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid I, Penerbit PT. Prehallindo, Jakarta.

Kotler dan Armstrong, 2000, *Dasar-dasar pemasaran*, Prehalindo, Jakarta.

Sofjan Assauri (2018) *Manajemen Pemasaran, Dasar Strategi*, Cetakan ke-16 Tahun 2018, Raja Grafindo Persada Jakarta