

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN KENDARAAN MOBIL PADA
PT MANDIRI TUNAS FINANCE
CABANG DEPOK**

SKRIPSI

Di Susun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

**AKA ALI SEPTIAN
NIM : 2411907694**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN KENDARAAN MOBIL PADA
PT.
MANDIRI TUNAS FINANCE
CABANG DEPOK**

Oleh :

Nama : AKA ALI SEPTIAN
NIM : 2411907694
Jurusan : MANAJEMEN

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Agustin Nurdiawanti, S.Sos, MM

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
Skripsi Berjudul

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PEMBELIAN KENDARAAN MOBIL PADA
PT. MANDIRI TUNAS FINANCE
CABANG DEPOK**

Oleh:

Nama : AKA ALI SEPTIAN
NIM : 2411907694
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 31 Agustus 2023
Waktu : 14.00 – 15.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua Penguji : Jhonson Sitanggang, SP, MM (.....)

Penguji II : Mei Iswandi, SE, MM (.....)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aka Ali Septian

NIM : 2411907694

Jurusan : Manajemen

Nomor KTP : 3201222909970007

Alamat : KP.CILAME RT.003/RW 011 Desa, Sukamaju Kecamatan,
Cigudeg Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisa Starategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kendaraan Mobil Pada PT Mandiri Tunas Finance Cabang Depok ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 31 Agustus 2023

AKA ALI SEPTIAN

ABSTRAK

AKA ALI SEPTIAN. NIM 2411907694 Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kendaraan Mobil Pada PT Mandiri Tunas Finance Cabang Depok.

Perkembangan di dalam dunia industri kendaraan roda empat (mobil) yang semakin pesat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan dalam usaha penjualan. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis penjualan kendaraan roda empat terus bersaing dalam menciptakan inovasi dan kreativitas agar dapat menjadi pilihan konsumen. Perusahaan setiap tahunnya pasti memiliki target yaitu dengan terus berinovasi dalam menciptakan suatu produk.

Analisis data dalam mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara induktif, yaitu bersifat analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul.

Analisis lingkungan internal menekankan pada identifikasi dan evaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kekuatan perusahaan yang tidak mudah ditiru oleh dinamakan kompetensi khusus. Analisis eksternal berfokus pada upaya identifikasi dan evaluasi tren dan kejadian yang berada di luar kendali PT. Mandiri Tunas Finance Depok. Analisis eksternal mengungkapkan peluang dan ancaman yang dihadapi PT. Mandiri Tunas Finance Depok. Hasil analisis SWOT yang dapat ditempuh adalah: memperluas pangsa pasar, memperkuat kerja sama, meningkatkan hubungan dan kualitas SDM, meningkatkan loyalitas nasabah, kualitas produk, menjalin kerjasama, menetapkan target pasar, dan meningkatkan kualitas pemasaran, promosi, dan strategi pemasaran yang efektif.

Kata kunci : strategi pemasaran, IE, SWOT

ABSTRACT

AKA ALI SEPTIAN. NIM 2411907694 Marketing Strategy Analysis in Increasing Car Sales at PT Mandiri Tunas Finance Depok.

The increasingly rapid development in the four-wheeled vehicle (car) industry begins with various kinds of competition in the sales business. Seeing these conditions causes four-wheeled vehicle sales businesses to continue to compete in creating innovation and creativity so that they can become the choice of consumers. Each year the company definitely has a target, namely to continue to innovate in creating a product.

Data analysis is systematically searching and compiling data obtained from interviews, field notes and documentation, by organizing data into categories, describing it into units, synthesizing it, arranging it into patterns, choosing what is important and what is will, learn and make conclusions that can be shared with others. Data analysis in this qualitative research was carried out inductively, that is, analysis based on the data obtained, which was then developed into a hypothesis. Based on the hypothesis formulated based on this data, it can then be concluded whether the hypothesis is accepted or rejected based on the data collected.

Analyze the internal pressure environment at the announcement and evaluate the company's strengths and weaknesses. Company strengths that are not easily imitated are called special competencies. External analysis focuses on efforts to identify and evaluate trends and events that are outside the PT's control. Mandiri Tunas Finance Depok. External analysis reveals the opportunities and threats faced by PT. Mandiri Tunas Finance Depok. The results of the SWOT analysis that can be taken are: expanding market share, strengthening cooperation, improving relationships and quality of human resources, increasing consumer loyalty, product quality, establishing cooperation, determining market targets, and improving the quality of marketing, promotions and effective marketing strategies.

Keywords: marketing strategy, IE, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul “Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kendaraan Mobil Pada PT. Mandiri Tunas Finance Cabang Depok” Memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat dan bagus, oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui Perusahaan Pembiayaan Dibidang Kredit Kendaraan Bermotor.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak H. Nurdin Rifa’I, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si.,MM Selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan akreditasi B.
4. Ibu Agustin Nurdiawanti ,S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi ini dengan baik,
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya yang Tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan Dedikasi yang

Tinggi Untuk Mengajar Penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani kegiatan penulis dengan sepenuh hati.
7. Ayahanda Nurrohmat serta Ibunda Wartini tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
8. Kedua saudara kandung Dadan Hoerudin Kamal dan Yayan Afriyanto tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat yang luar biasa selama pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 31 Agustus 2023
Penulis,

AKA ALI SEPTIAN
NIM : 2411907694

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	9
2.1.3 Variabel Strategi Pemasaran.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.3.1 Matriks External Factor Evaluation (EFE) dan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)	31
2.3.2 Matriks <i>Internal External</i> (IE).....	35
2.3.3 Strength – Weaknesses – Opportunities – Threats (SWOT)	35
BAB III.....	39
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.2 Jenis Penelitian.....	39

3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Teknik Analisis Data	40
3.4.1 Triangulasi Teknik`	41
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2 Deskripsi Obyek Penelitian	51
4.1.3 Deskripsi Faktor Internal dan Eksternal	51
4.1.4 Deskripsi Analisa SWOT	52
4.2 Pembahasan.....	52
BAB V	57
KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan tahun 2021	1
Tabel 1.2. Data Penjualan Tahun 2022	2
Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2. Bentuk matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation).....	28
Tabel 2.3. Bentuk matriks IFE (Internal Factor Evaluation)	29
Tabel 2.4. Penilaian Bobot Faktor Strategis Eksternal Organisasi	30
Tabel 2.5. Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal Organisasi	30
Tabel 2.6. Matriks SWOT.....	33
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
--------------------------------------	----