

**STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN
QSPM DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak)**

SKRIPSI



OLEH :

BIMA SUMBIKA KARWITA RAHMANA

NPM. 19610001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2023



**STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN
QSPM DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak)**

SKRIPSI

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana**

**OLEH :
BIMA SUMBIKA KARWITA RAHMANA
NPM. 19610001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**

ABSTRAK

Bima Sumbika Karwita Rahmana. 2023. *Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ardiansyah Japlani, S.E., MBA. AWM., (2) Fitriani, S.E., M.M.

Perkembangan zaman dan teknologi sangat mempengaruhi kehidupan saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dari bertambahnya jumlah kendaraan roda empat yang semakin pesat tiap tahunnya. Peningkatan jumlah kendaraan berdampak dengan banyaknya perusahaan yang membuka usaha bengkel mobil sehingga persaingan semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan antar bengkel mobil. Dari hasil penelitian diperoleh hasil IFE sebesar 2,96 yang mengindikasikan bahwa posisi internal perusahaan kuat dan mampu memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan. Kemudian hasil EFE sebesar 3,34 yang mengindikasikan bahwa perusahaan merespon dengan sangat baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Dari hasil analisa menggunakan matriks IE diperoleh posisi Bengkel Mobil Bandung Raya berada pada sel II yaitu posisi tumbuh dan membangun. Pada posisi ini menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpotensi. Berdasarkan analisis menggunakan matriks QSPM dengan nilai TAS terbesar, sebaiknya perusahaan mengadakan promosi dan memberikan diskon, memberikan pelayanan dan jasa yang maksimal dan berkualitas, serta menambah kapasitas ruang tunggu dan fasilitas yang nyaman.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bengkel Mobil, SWOT, QSPM

ABSTRACT

Bima Sumbika Karwita Rahmana. 2023. Marketing Strategy Using the SWOT and QSPM Methods in an Effort to Increase Sales Volume (Study at Bandung Raya Seputih Banyak Car Repair Shop). Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Advisor (1) Ardiansyah Japlani, S.E.,MBA. AWM., (2) Fitriani, S.E., M.M.

The development of times and technology greatly affect life today. This can be seen from the increasing number of four-wheeled vehicles which are increasing rapidly every year. The increasing number of vehicles had an impact with many companies opening car repair shops that can be the competition is getting tougher. This study uses a quantitative descriptive method that aims to determine the marketing strategy that can be used by companies in dealing with competition between car repair shops. From the study results, the IFE result is 2,96 which indicates that the company's internal position was strong and able to take advantage of existing strengths to overcome weaknesses. Then the EFE result is 3,34 which indicates that the company responds very well to external factors by taking advantage of existing opportunities to overcome the threats that faced by the company. From the analysis result using IE matrix, it is obtained that the position of the Bandung Raya Car Repair Shop is in cell II, named growing and building. This position signifies a strong and opportunity company. Based on the analysis using QSPM matrix with the largest TAS value, the company should hold promotions and provide discounts, provide maximum and quality services and services, and increase waiting room capacity and comfortable facilities.

Keywords: Marketing Strategy, Car Repair, SWOT, QSPM

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN
QSPM DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak)

BIMA SUMBIKA KARWITA RAHMANA

NPM. 19610001

Telah di setujui oleh :

Dosen Pembimbing I



Ardiansyah Japlani, S.E., MBA., AWM.
NIDN. 0231018702

Dosen Pembimbing II



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Mengetahui :

Kaprodi S1 Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN
QSPM DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(STUDI PADA BENGKEL MOBIL BANDUNG RAYA SEPUTIH BANYAK)**

**BIMA SUMBIKA KARWITA RAHMANA
NPM. 19610001**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : *Kamis*

Tanggal : *16 Maret 2023*

Tempat Ujian : *Ruang Sidang FEB UM Metro*

[Signature]
Ardiansyah Japlani, S.E., MBA., AWM.
NIDN. 0231018702

Ketua Penguji

[Signature]
Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068640

Sekretaris

[Signature]
Suwarto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[Signature]
H. Suwarto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah : 286)

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S. Al-Anfaal: 46)

“Sebagai pria dewasa, aku bersabar untuk menunggu waktu makan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayah dan Ibu yang saya sayangi, terimakasih atas segala pengorbananmu serta doa tulus yang engkau berikan untuk menyelesaikan studi ini.
2. Kepada istri saya tercinta, saya ungkapkan rasa cinta dan syukur saya dalam tulisan ini karena bersedia menjadi pendamping hidup terbaik, kata terima kasih saja tidak akan cukup untuk mengungkapkan perasaan, Novia Anggraini.
3. Untuk diri saya sendiri, terimakasih saya ucapkan karena telah bertahan sampai akhir.
4. Tukang fotocopy, ms. word, ms. excel, google dan lainnya yang telah sangat membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Untuk teman-teman seperjuangan terimakasih untuk motivasinya selama 4 tahun ini.
6. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari skripsi ini adalah: *Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak)*. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
3. Nani Septiana, S.E., M.M., Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
4. Ardiansyah Japlani, S.E., M.B.A., AWM. selaku Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini.
5. Fitriani, S.E., M.M., selaku Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Demikian pengantar skripsi ini dibuat, semoga bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.

Metro, 16 Maret 2023



Bima Sumbika Karwita Rahmana
NPM. 19610001

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bima Sumbika Karwita Rahmana

Npm : 19610001

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak)" adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan tidak merupakan plagiat karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas.

Metro, Februari 2023



Bima Sumbika Karwita Rahmana
NPM. 19610001



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 33/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : BIMA SUMBIKA KARWITA RAHMANA
NPM : 19610001
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

**STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT DAN QSPM DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamspaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 11 April 2023
Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

mat:

Hajar Dewantara No.116
mulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
bung, Indonesia

site: www.upi.ummetro.ac.id
ail: help@upi.ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK).....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	5
1. Identifikasi Masalah	5
2. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penulisan	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Teoritik	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2. Pengertian Strategi Pemasaran	9
3. Bauran Pemasaran.....	11
4. Alternatif Strategi Pemasaran	13
5. Pentingnya Strategi Pemasaran	14
6. Analisis Lingkungan Pemasaran.....	15
7. Matriks IFE dan EFE.....	18

8. Matriks IE	19
9. Analisis SWOT	20
10. Analisis QSPM.....	22
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	27
B. Objek dan Lokasi Penelitian	27
C. Metode Penelitian	27
D. Operasional Variabel.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Metode Analisis Data	30
1. Matriks IFE	30
2. Matriks EFE	31
3. Matriks IE	32
4. Analisis SWOT	33
5. Analisis QSPM.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
1. Sejarah Singkat Bengkel Mobil Bandung Raya	36
2. Visi dan Misi Usaha	37
3. Struktur Organisasi Usaha.....	37
4. Gambaran Umum Responden	39
B. Hasil Penelitian	40
1. Matriks IFE	40
2. Matriks EFE	42
3. Matriks IE	43
4. Matriks SWOT	44
5. Matriks QSPM	45
C. Pembahasan.....	48
1. Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan	48
2. Alternatif Strategi Pemasaran	49
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51

**DAFTAR LITERATUR
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Pra Survei Bengkel Mobil di Seputih Banyak.....	4
Tabel 2. Matriks SWOT.....	22
Tabel 3. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4. Analisis Matriks IFE.....	30
Tabel 5. Analisis Matriks EFE	31
Tabel 6. Analisis SWOT	33
Tabel 7. Analisis QSPM	35
Tabel 8. Frekuensi Kedatangan Pelanggan	40
Tabel 9. Hasil Matriks IFE	41
Tabel 10. Hasil Matriks EFE.....	42
Tabel 11. Hasil Matriks SWOT	44
Tabel 12. Hasil Matriks QSPM.....	46
Tabel 13. Peringkat Alternatif Strategi Berdasarkan QSPM	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Data Volume Penjualan Bengkel Mobil Bandung Raya.....	4
Gambar 2. Matriks IE (Internal - Eksternal)	19
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4. Struktur Organisasi	38
Gambar 5. Hasil Matriks IE	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

Kuesioner Pra Survey	55
Hasil Pra Survey	59
Kuesioner Penentuan Peringkat IFE dan EFE	60
Kuesioner Penentuan Peringkat Strategi dengan QSPM	64

Lampiran II

Hasil Matriks IFE	67
Hasil Matriks EFE	68
Hasil Matriks QSPM.....	69

Lampiran III

Sampel Pengumpulan Kuesioner.....	70
-----------------------------------	----