

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN MOBIL *SECOND* PADA
SHOWROOM LANGGENG MOTOR DI METRO**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
GALANG AFPRIYANTO
20610137**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2024**



HALAMAN JUDUL

**“STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN MOBIL *SECOND* PADA
SHOWROOM LANGGENG MOTOR DI METRO”**

SKRIPSI

Diajukan

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

**OLEH :
GALANG AFPRIYANTO
20610137**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2024**

ABSTRAK

Galang Afpriyanto 2024 “Strategi Pemasaran Dalam Penjual Mobil *Second* Pada *Showroom* Langgeng Motor Di Metro” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Yateno, S.E.,M.M. Pembimbing (II) Selamat Fuadi, S.E.,M.M.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jual-beli kendaraan bermotor, yang mana kendaraan bermotor seperti mobil sudah menjadi kebutuhan masyarakat. Maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi lingkungan pasar yang dihadapi. Dengan adanya barang yang ditawarkan kepada konsumen, tentunya dibutuhkan cara bagaimana agar produk dapat dikenal oleh masyarakat. Melihat dari banyaknya pesaing yang ada di Kota Metro menjadikan tantangan untuk *Showroom* Langgeng Motor Metro untuk bisa mempertahankan pengembangan usaha, omset serta kualitas produk untuk menarik pelanggan agar tidak memilih *showroom* yang lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh *Showroom* Langgeng Motor Metro dalam meningkatkan penjualan mobil *second*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Matriks *IFE*, Matriks *EFE*, Matriks *IE*, dan Matriks *SWOT*. Hasil penelitian matriks *IFE* diperoleh 3,496 dan Matriks *EFE* 2,628 kemudian dilanjutkan dengan Matriks *IE* dengan hasil penelitian *Showroom* Langgeng Motor berada pada kuadran I, diaman kuadran tersebut terletak diantara kekuatan dan peluang. Berdasarkan hasil penelitian dari Matriks *SWOT* didapati bahwa X dan Y bernilai positif yaitu 2,192 sedangkan Y bernilai 0,968.

Kata Kunci :Strategi pemasaran, *IFE*, *EFE*, *IE*, *SWOT*

ABSTRACT

Galang Afpriyanto 2024 "Marketing Strategy for Selling Second-hand Cars at Langgeng Motor Showrooms in Metro" Management Study Program Thesis, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Metro. Supervisor (I) Dr. Yateno, S.E., M.M. Supervisor (II) Selamat Fuadi, S.E., M.M.

As a company engaged in buying and selling motorized vehicles, motorized vehicles such as cars have become a necessity for the community. So the company must be able to implement an appropriate marketing strategy according to the market environmental conditions it faces. With goods being offered to consumers, of course there is a need for a way to make the product known to the public. Seeing the many competitors in Metro City makes it a challenge for Langgeng Motor Metro Showroom to be able to maintain business development, turnover and product quality to attract customers so they don't choose other showrooms. The purpose of this research is to find out and describe what marketing strategies are carried out by the Langgeng Motor Metro Showroom to increase sales of second-hand cars. The research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques through interviews, direct observation and documentation. Data analysis uses the IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, and SWOT Matrix. The results of the IFE matrix research were 3.496 and the EFE Matrix was 2.628, then continued with the IE Matrix with the results of the Langgeng Motor Showroom research being in quadrant I, where this quadrant is located between strengths and opportunities. Based on the research results from the SWOT Matrix, it was found that X and Y had a positive value, namely 2.192, while Y had a value of 0.968.

Keywords: Marketing strategy, IFE, EFE, IE, SWOT

RINGKASAN

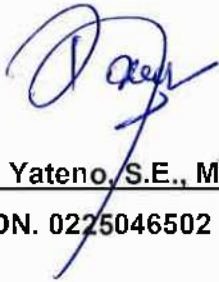
Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan. adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk mendapatkan nilai sebagai imbalan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam bidang pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh Showroom Langgeng Motor Metro dalam meningkatkan penjualan mobil second. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT. Hasil penelitian matriks IFE diperoleh 3,496 dan Matriksa EFE 2,628 kemudian dilanjutkan dengan Matriks IE dengan hasil penelitian Showroom Langgeng Motor berada pada kuadran I, diaman kuadran tersebut terletak diantara kekuatan dan peluang. Berdasarkan hasil penelitian dari Matriks SWOT didapati bahwa X dan Y bernilai positif yaitu 2,192 sedangkan Y bernilai 0,968.

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN MOBIL *SECOND* PADA
SHOWROOM LANGGENG MOTOR DI METRO**

**GALANG APPRIYANTO
20610137**

Dosen Pembimbing I



Dr. Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Dosen Pembimbing II



Selamet Fuadi, S.E., M.M.
NIDN. 0214019502

Kaprodi S1 Manajemen



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

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**“STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN MOBIL SECOND PADA
SHOWROOM LANGGENG MOTOR DI METRO”**

**GALANG APPRIYANTO
20610137**

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada:

Hari : Senin

Tanggal : 19 Agustus 2024

Tempat Ujian : Ruang Sidang Feb UM Metro

Dr. Yateno, S.E., M.M.

NIDN. 0225046502

Ketua Penguji

Selamet Fuadi, S.E., M.M.

NIDN. 0214019502

Sekretaris

H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

MOTTO

“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit kembali.”

(Nelson Mandela)

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat.”

(Imam Syafi'i)

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki.”

(Bambang Pamungkas)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat yang luar biasa memberi saya kekuatan, memberi saya ilmu pengetahuan dan memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik dan tepat waktu. Saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang penting dalam kehidupan saya,

yaitu :

1. Kedua orangtua saya tercinta yaitu Bapak Selamat Harianto dan Ibu Sri Hartini yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materi. Serta selalu memberi doa untuk saya sampai pada saat ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orangtua yang dapat memfasilitasi saya hingga mencapai cita-cita tercapainya sarjana. Semoga Allah SWT. Senantiasa menjaga dan memberi rahmat serta kasih sayang untuk kedua orangtua saya, dan semoga dengan selesainya kuliah saya dapat membalas jasa Ibu Bapak.
2. Untuk Kakak saya tercinta Yudha Tinto Prasetio dan adik saya Adilla Aninndita terimakasih untuk dukungan dan motivasi baik yang selalu diberikan kepada saya. Terimakasih telah membantu dan menemani saya dikala Lelah letih lesu. Begitu banyak candaan dan ejekan bersama setiap harinya dan menjadi semangatku
3. Nenekku yang baik hati Samiyati, ponakanku Rafardhan Gibran Prastio dan Almahyra Hana Prasetio yang lucu dan menggemaskan serta tak lupa Mba
4. Iparku Devina Sanjaya Terimakasih kalian telah mengisi hari-hariku dan sangat banyak membantu dan menemaniku, menyiapkan segala kebutuhanku dan masih banyak lagi hal yang tak bisa diungkapkan
5. Terimakasih juga untuk temanku yang paling spesial Sefiana Desinta yang telah memberi dukungan dan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Terimakasih juga untuk Ashari Mahendra yang telah membantu untuk menyelesaikan dan membantu menyusun skripsi
7. Terimakasih kepada Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberi banyak pelajaran, ilmu dan kenangan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT atas ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Penjualan Mobil *Second* Pada *Showroom* Langgeng Motor di Metro". Proposal ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Di Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis memahami tanpa bantuan do'a dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si. sebagai 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 Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. Yateno, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan selama menyusun proposal.
5. Selamat Fuadi., S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan selama menyusun proposal.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bimbingan selama menyusun proposal ini.
7. Seluruh Dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat dan dukungan yang penulis peroleh selama menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro.
8. Serta seluruh tenaga usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas-berkas selama perkuliahan.
9. Orangtua penulis yang telah memberikan doa, dukungan baik dalam motivasi atau secara materi dan selalu meningkatkan penulis jangan pernah
10. Teman seperjuangan kuliah penulis yang telah mendukung penulisan untuk semangat dan yakin dalam penyusunan proposal skripsi

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan, keterampilan dan kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat

membangun sangatlah diperlukan untuk menyempurnakan kekurangan dalam pembuatan proposal ini.

Metro, 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Galang Afpriyanto', written in a cursive style.

Galang Afpriyanto

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galang Afpriyanto

NPM : 20610137

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **“STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN MOBIL SECOND PADA SHOWROOM LANGGENG MOTOR DI METRO”** benar hasil karya saya bukan plagiat.

Apabila ditemukan hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut , maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Galang Afpriyanto

NPM. 20610137

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*Similarity Check*)



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 0859/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : Galang Afpriyanto
NPM : 20610137
JENIS DOKUMEN : Tugas Akhir

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN DALAM PENJUALAN MOBIL SECOND PADA SHOWROOM LANGGENG MOTOR METRO



Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. 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, 08 Agustus 2024
Kepala Unit,

[Signature]
Dr. Nego Linuhung, M.Pd.
NIDN. 0220108801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: upi.ummetro.ac.id
E-mail: help.upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
RINGKASAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>Similarity Check</i>)	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	5
F. Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur.....	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Tujuan Pemasran	9
3. Fungsi-Fungsi Pemasaran	9
4. Strategi Pemasaran	10
a. Tujuan Strategi Pemasaran.....	11
b. Bauran Pemasaran	11
5. Penjualan.....	12
a. Jenis-Jenis Penjualan	13

6. Digital Marketing	14
a. Indikator Digital Markeing.....	14
b. Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Digital Marketing	15
7. Analisis SWOT.....	16
a. Faktor Yang Mempengaruhi Analisis SWOT.....	17
b. Diagram Analisis SWOT	20
c. Tahap Analisis SWOT.....	21
B. Penelitian Relevan.....	23
C. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	30
B. Objek dan Lokasi Penelitian	30
C. Metrode Penelitian.....	30
D. Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Anlisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
1. Sejarah <i>Showroom</i> Langgeng Motor Metro	35
2. Struktur Organisasi	36
B. Hasil Penelitian.....	37
1. Analisis Lingkungan Internal	37
2. Perangkingan IFAS.....	42
C. Analisis Lingkungan Eksternal.....	45
1. Analisis Makro.....	45
2. Analisis Lingkungan Industri.....	46
D. Pembahasan.....	52
E. Matriks SWOT <i>Showroom</i> Langgeng Motor Metro	56
F. Diagram Cartesius Analisis SWOT	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat Penjualan Mobil Bekas di Showroom Langgeng Motor Metro Tahun 2019-2023	2
Tabel 2. Pesaing Showroom Mobil Bekas Di Kota Metro	3
Tabel 3. Merk Mobil Second Terlaris Di Kota Metro Tahun 2023	4
Tabel 4. Matriks SWOT	22
Tabel 5. Penelitian Relevan	23
Tabel 6. Perangkingan Faktor Internal	43
Tabel 7. Pembobotan Faktor Internal	44
Tabel 8. Perangkingan Faktor Eksternal	50
Tabel 9. Pembobotan Faktor Eksternal	51
Tabel 10. Matriks SWOT	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Analisis SWOT	21
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3 Struktur Organisasi Showroom Langgeng Motor Metro	36
Gambar 4 Diagram Cartesius	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Pernyataan Wawancara.....	71
2. Rating Faktor Internal dan Eksternal	72
3. Pemberian Rating Eksternal dan Internal	74
4. Tahap Wawancara dan Pemberian Rating Kepada Pemilik Serta Karyawan Showroom Langgeng Motor Metro	84
5. Surat Tugas Penelitian	85
6. Surat Izin Penelitian.....	86
7. Form Persetujuan Seminar Proposal.....	87
8. Halaman Pengesahan	88
9. Lembar Konsultasi Judul	89
10. Lembar Konsultasi dan Bimbingan Skripsi	92
11. Daftar Hadir Sempro.....	95
12. Berita Acara Seminar Proposal	96
13. Persetujuan Perbaikan Proposal	97
14. Form Persetujuan Sidang	98
15. Surat Hasil Ujian.....	99
16. Rekap Hasil Ujian Komprehensif	100
17. Surat LoA	101
18. Surat Pengangkatan Dosen Pembimbing	102