

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
PENDEKATAN ANALISIS SWOT UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
SPARE PART COMBINE PADA UD. DIAMOND
INDONESIA MANIDIRI**

***(IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGIES WITH THE
SWOT ANALYSIS APPROACH TO INCREASE SALES VOLUME
OF COMBINE SPAREPARTS AT UD. DIAMOND INDONESIA
MANDIRI)***

Rohman Ali¹,

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Lamongan

Email: aliali02625@gmail.com

****Correspondence***

Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif pada UD. Diamond Indonesia Mandiri dengan judul “Penerapan strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT untuk meningkatkan volume penjualan spare part combine pada UD. Diamond Indonesia Mandiri” tujuan skripsi ini untuk mengetahui apakah dengan penggunaan analisis SWOT dapat merumuskan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan. Metode dan alat analisis yang digunakan adalah metode SWOT, alat analisis ifas, efas, score, dan matriks SWOT. kesimpulan dari penelitian ini adalah Analisa SWOT dapat menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan spare part combine pada UD. Diamond Indonesia Mandiri, karena dari hasil analisis menghasilkan skor dan bobot pada masing-masing analisis IFAS dan EFAS yang baik

Kata Kunci:

*Strategi pemasaran,
SWOT, volume
penjualan,*

Keywords : *marketing
strategy, sales volume*

Abstract

This research is a type of qualitative descriptive study at UD. Diamond Indonesia Mandiri with the title Application of a marketing strategy with a SWOT analysis approach to increase the sales volume of spare part combines at UD. diamond Indonesia Mandiri, the purpose of this thesis is to find out whether the use of SWOT analysis can formulate a marketing strategy in order to increase sales volume. The analysis methods

and tools used are the SWOT method, the IFAS, EFAS, score, and SWOT matrix analysis tools. the conclusion of this study is the SWOT analysis can determine marketing strategies to increase the sales volume of spare part combine at UD. diamond Indonesia Mandiri, because the results of the analysis produced good scores and weights in each IFAS and EFAS analysis

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2016). Perencanaan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dan SWOT pada perusahaan POPY TUBBY. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategis*. Cetakan Pertama, Jakarta : Salemba Empat.
- Harahap, N. (2015). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. HATNI (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. *Jurnal ESCOFiM*
- Irawan, D. T. B. (2015). Pengaruh produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil avanza. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Kotler, P., & Gary, Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid Satu. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Managemen*, Edisi 15. Jakarta: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke dua belas, cetakan pertama jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: PT Erlangga.
- Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Lestari, E. P. (2011). *Pemasaran Strategik*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Nuary, N. S . (2016). Strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Kedua. Yogyakarta : Laksbang PRESSindo.
- Rangkuti, F. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Menghitung Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan ketujuh belas. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan kedelapan belas. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT*. Cetakan dua puluh dua, Jakarta :

Rohman Ali, Henny Mahmudah,
Laily Chodariyanti

4 kata pada judul artikel ...

Gramedia Pustaka Umum.

Rizal, W. K. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Bandung : Alfabeta.