

ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PADA DEALER HONDA CV ADAM JAYA PLUMPANG TUBAN

*(SWOT ANALYSIS IN SALES IMPROVEMENT STRATEGY IN
HONDA DEALER CV ADAM JAYA PLUMPANG TUBAN)*

Khusnul Khotimah¹

¹Manajemen/Ekonomi Universitas Islam Lamongan Khusnul
Khotimah

khusnul2280815@gmail.com

Website:

https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma

Kata Kunci:

Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan sepeda motor Honda di CV Adam Jaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam meningkatkan penjualan. Ruang lingkup penelitian dibatasi tentang strategi pemasaran 4P. Hasil analisis SWOT didapat dari nilai kekuatan yang dimiliki adalah 2,80 sedangkan kelemahan adalah 0,90 jadi kuadran internal faktor adalah yaitu $2,80 - 0,90 = 1,90$ artinya kemampuan dari CV Adam Jaya dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang terdapat pada internal faktor perusahaan. Peluang yang dimiliki dari strategi tersebut sebesar 1,87 dan ancaman sebesar 1,31. Jadi kuadran eksternal faktor yaitu $1,87 - 1,31 = 0,56$ artinya CV Adam Jaya mampu untuk memanfaatkan peluang – peluang dan mampu untuk mengatasi ancaman – ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam penjualan. Sehingga berada pada kuadran I yaitu strategi agresif dengan cara menerapkan : 1) Mempertahankan kualitas dan mutu produk serta memperluas jangkauan penjualan sepeda motor Honda

dengan membuka pangsa pasar dan membuka cabang baru didaerah jauh dari dealer CV Adam Jaya. 2) Memanfaatkan perkembangan teknologi dan kekuatan pasar dengan cara mempertahankan harga produk yang lebih murah dari pesaing dan memaksimalkan promosi penjualan.

Keywords : *SWOT Analysis, Marketing Strategy, Sales Increase*

Alamat Kantor:

Abstract

This study aims to determine marketing strategies that can increase sales of Honda motorcycles in CV Adam Jaya. This type of research used in this research is descriptif qualitative. The data analysis methode used is a SWOT analysis to idenentify internal and external factors that are strengths, weaknesses, opportunities, and threats in increasing sales. The scope of research is limited to the 4P marketing strategy.

The SWOT analysis result obtained from the value of strength possessed is 2,80 while the weakness is 0,90 so the internal quadrant of factors is $2,80 - 0,90 = 1,90$ meaning the ability of CV Adam Jaya to utilize the strength and minimaze the weaknesses contained in internalfact of the company. Opportunities owned by the strategy are 1.87 and threats are 1.31. So an external quadrant of factors namely $1.87 - 1.31 = 0.56$ means CV Adam Jaya is able to take advantage of opportunities and be able to overcome the threats faced by the company in sales. So that it is in quadrant I, which is an aggressive strategy by implementing: 1) Expanding sales of Honda motorcycles by opening market share and opening new branches in areas far from CV Adam Jaya dealers. 2) Utilizing technological developments and market forces by maintaining product prices that are cheaper than competitors and maximizing sales promotions.

DAFTAR PUSTAKA

Adriyani Prawitasari, Englin Roziz. 2018. Strategi Pemasaran Motor Honda Pada PT Bintang Motor Bengkulu. *Jurnal Ekombis*.

- Anwar, Bakhtiar dan M. Irsan. 2014. Perencanaan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor. *Malikussaleh Industrial Engineering Journal*, Volume 3; 30-36.
- Assauri Sofjan. 2013. *Strategic Marketing. Sustaining Lifetime Customer Value*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Assauri Sofjan. 2016. *Strategic Manajement. Sustainable Competitive Advantages*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Evi Aprianti. 2017. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda: Studi Pada PT Pacifik Motor 1 Cikarang*. Skripsi. Bekasi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa.
- Felieani Setiabudi. 2018. Strategi Pemasaran Sepeda Motor Premium Honda Pada PT Enam Tiga Sejahtera. *Agora*. Volume 6; 1-7.
- Fadhilah Annas, dkk. 2017. Marketing Strategy Through Swot Analysis On Dealer Honda Prima Jaya Abadi Branch Tembalang Semarang.
- H. Achmad Subing. 2014. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan apenjualan Motor Merk Mio J CW FI Pada PT Bahana Pagar Alam Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Volume 4; 197-220.
- Heriyono. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor Pada CV Bintang Anugrah Motor. *Jurnal Ekonomi*. Volume 6; 21-38.
- Istianah, Gusti Marliani. 2018. Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Pada PT Delta Abadi Sentosa: *Studi Kasus Pada Dealer Suzuki Delta Martapura*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Volume 1; 23-36.
- Imanda Titian Putri. 2017. *Penentuan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Dealer Kharisma Perkasa Motor (Dealer Resmi Yamaha Cabang Tuban)*. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.