



## **Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan Showroom Rajawali Motor**

**Tyna Yunita<sup>1</sup>, Chayani Farhanah Putri<sup>2</sup>,  
Gita Atya Turohmah<sup>3</sup>, Jalu elang Ageng<sup>4</sup>**

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya<sup>1,2,3,4</sup>

e-mail : tyna.ubj@gmail.com

### **Abstract**

*Rajawali motor is one of them is buying and selling used goods, the price is more affordable but good quality. The research method is a means of finding, gathering, compiling and recording both primary and secondary data used for the purpose of compiling scientific work. The marketing strategy carried out by Shorum Rajawali Mobil, especially through the determination of the marketing mix strategy, is an important point for the company to achieve its marketing goals by increasing sales volume. This study uses qualitative methods using primary and secondary data types. The results of the study state that used car sales have decreased due to intense competition from companies in the same field of buying and selling used cars and the public's declining interest in buying. This showroom has used a SWOT analysis from its internal strengths, namely providing friendly service and conducting promotions on social media and externally, the more competitors for the same company, the purchasing power of people who buy decreases. Companies need to implement competitive strategies, build competitive advantages, and develop competitive pricing strategies. Businesses must conduct market research and improve or add promotional strategies such as advertising and social media promotion.*

**Keywords:** SWOT analysis, Sales Cars, Strategy.

### **Abstrak**

Rajawali motor merupakan salah satunya adalah jual beli barang bekas, harga lebih terjangkau namun kualitas bagus. Metode penelitian ialah sarana untuk mencari, mengumpulkan, mengumpulkan dan mencatat data baik primer atau sekunder yang dipakai dengan tujuan penyusunan karya ilmiah. Strategi pemasaran yang dilakukan Shorum Rajawali Mobil terutama melalui penetapan strategi bauran pemasaran merupakan poin penting yang perusahaan lakukan agar tercapainya sebuah tujuan pemasarannya dengan cara melakukan peningkatan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan jenis data primer dan sekunder. Hasil penelitian menyatakan bahwa Penjualan mobil bekas mengalami penurunan karena persaingan yang ketat dari perusahaan di bidang yang sama jual beli mobil bekas serta minat masyarakat beli masyarakat yang menurun. Showroom ini telah menggunakan analisis SWOT yang dari internalnya Kekuatan yaitu Memberikan pelayanan yang ramah dan Melakukan promosi di media sosial dan yang dari eksternalnya semakin banyak pesaing untuk perusahaan yang sama, daya beli orang yang membeli semakin menurun. Perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing, membangun keunggulan bersaing, dan mengembangkan strategi penetapan harga bersaing, Bisnis harus melakukan riset pasar dan meningkatkan atau menambahkan strategi promosi seperti periklanan dan promosi media sosial.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Penjualan Mobil, Strategi.

## **PENDAHULUAN**

Showroom Rajawali Motor merupakan salah satu showroom mobil bekas yang menawarkan mobil bekas dengan berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau. Showroom Rajawali Motor berlokasi di Jl. Raya Cileungsi Jonggol KM 10, Cibarengkok Desa Cipeucang. Pembelian mobil bekas menjadi pilihan bagi para konsumen untuk melakukan pencarian mobil yang sesuai dengan kebutuhannya. Dealer mobil bekas biasanya menawarkan berbagai merek mobil dengan harga di bawah harga mobil baru sehingga menjadi alternatif murah bagi konsumen untuk mendapatkan mobil yang diinginkan. Salah satu showroom mobil bekas Cileungsi Jonggol adalah Rajawali Motor yang menawarkan mobil bekas berkualitas dari berbagai merk baik pembayaran cash maupun kredit.

Situasi pasar yang bertambah kompetitif, strategi pemasaran perusahaan begitu penting karena menjadi ujung tombak kesuksesan perusahaan, sehingga rencana bisnis pemasaran berperan besar dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan bisnis (Faradannisa and Supriyanto, 2022). Untuk dapat meningkatkan keuntungan suatu perusahaan membutuhkan analisis perencanaan strategis yang tujuannya yaitu untuk memperoleh keunggulan bersaing (Dewi and Supriyanto, 2017). Dengan demikian perusahaan mulai berfikir untuk menyusun suatu strategi pemasaran yang baik dan tepat. Menganalisa lingkungan bisnis suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting mengingat faktor eksternal maupun internal lingkungan bisnis melahirkan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang harus diperhatikan untuk diantisipasi keadaan tersebut karena perusahaan tidak ingin kehilangan kepercayaan dari pelanggannya (Khofifah and Supriyanto, 2022). Oleh karena itu, Showroom Rajawali Motor membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk yang akan diperkenalkan kepada konsumen guna mencapai tujuan bisnis.

Analisis SWOT haruslah membandingkan kondisi yang sama pada para pesaingnya berdasarkan kriteria subjektif ataupun objektif (skala industri), maka dengan melakukan perbandingan tersebut perusahaan yang berkepentingan dapat menentukan rencana strategis untuk menghadapi persaingan tersebut (Wicaksono, 2018). Persaingan dunia usaha yang semakin ketat memaksa perusahaan untuk tetap eksis dan mampu menghasilkan keuntungan sesuai dengan tujuan perusahaan (Lestari and Supriyanto, 2022). Pelaku usaha juga harus mengikuti, mendorong pelaku usaha untuk memaksimalkan keuntungannya dengan lebih kreatif dalam memanfaatkan peluang dan dengan terus meningkatkan produk yang diproduksinya, baik dari segi kualitas maupun variabilitas produksi (Nafira and Supriyanto, 2022). Khususnya pada industri otomotif, perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesat dari tahun ke tahun menyebabkan persaingan yang ketat antar pabrikan otomotif, khususnya mengenai produk otomotif. Berdasarkan latar belakang diatas dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu, bagaimana strategi yang tepat dalam melakukan pemasaran pada penjualan Showroom Rajawali Motor. Berdasarkan

permasalahan yang dipaparkan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk Menganalisa strategi pemasaran yang tepat dan Menganalisa sistem pengelolaan Showroom Rajawali Motor.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sebuah metode penelitian yaitu penelitian kualitatif yang dimana kegiatannya dalam bidang tertentu untuk dapat memperoleh berbagai data dan informasi yang dibutuhkan (Supriyanto, 2022). Jenis data pada penelitian ini yaitu data sekunder dan data primer. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu :

1. Wawancara : Pencarian informasi dilakukan dengan cara bertanya kepada responden (sumber informasi). Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pemilik Showroom Rajawali Motor di Jl. Raya Cileungsi Jonggol KM 10, Cibarengkok Desa Cipeucang.
2. Observasi : Cara pengumpulan data dilakukan dengan cara mengakses dan mengamati secara langsung Showroom Rajawali Motor di Jl. Raya Cileungsi Jonggol KM 10, Cibarengkok Desa Cipeucang.
3. Dokumentasi : Pendokumentasian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mengambil data yang sudah ada maupun yang tercatat sebelumnya.

### Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT merupakan suatu teknik yang digunakan dalam penelitian untuk menganalisis data. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang namun meminimalkan kelemahan dan ancaman dalam analisis data di Showroom Rajawali Motor.

**Tabel 1**  
**Matrik Analisis SWOT**

IFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STARETGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Matriks Analisis SWOT, 2023

## PEMBAHASAN

### Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan maupun organisasi dengan melakukann suatu analisis lingkungan strategi serta penerapan tahapan pada manajemen strategi (Supriyanto, 2022a). Manajemen strategi menjadi langkah awal perusahaan untuk mencapai kesuksesan (Supriyanto, 2021). Dalam sebuah manajemen strategi berfokus pada pengintegrasiaan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai tujuan organisasi (Widiyarini and Hunusalela, 2019). Tujuan dari manajemen strategis adalah membantu perusahaan untuk menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk masa depan (perencanaan jangka panjang), sebaliknya mencoba untuk mengoptimalkan tren sekarang untuk masa depan (Widiyarini and Hunusalela, 2019).

### Langkah - Langkah Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi adalah perumusan Strategi yaitu penetapan pondasi awal dan arah perusahaan seperti mencakup pengembangan pada visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal maupun internal perusahaan, penetapan tujuan jangka panjang, menciptakan strategi alternatif, dan pemilihan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan (Supriyanto and Permatasari, 2022). Penerapan Strategi yaitu mengharuskan suatu perusahaan untuk menetapkan tujuan, membuat kebijakan, memotivasi para karyawan, serta mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi yang telah diciptakan dapat berjalan dengan baik (Supriyanto, 2021). Penilaian Strategi yaitu tahap akhir dalam manajemen strategis. Kegiatan penilaian strategi yang mendasar adalah dengan meninjau ulang berbagai faktor eksternal maupun internal yang menjadi landasan bagi strategi pengukuran kinerja dan pengambilan langkah korektif (Tyas and Supriyanto, 2022).

### Pengertian Pemasaran

Menurut (Assuauri, 2007) manajemen pemasaran adalah suatu aktivitas menganalisis, merencanakan, pelaksanaan, dan control terhadap program yang dibuat untuk dapat membangun serta memelihara keuntungan melalui pertukaran pada sasaran pasar agar mencapai sesuai dengan tujuan perusahaan dalam jangka panjang (Septinor, 2016).

### Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu rencana (upaya) suatu perusahaan yang secara menyeluruh dan terpadu dalam melakukan pemasaraan serta memperkenalkan produk dan jasa pada para konsumen guna mencapai target pemasaran suatu perusahaan (Wening and Yogyakarta, 2022).

Strategi acuan bauran pemasaran terdapat tujuan elemen yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence* (Septinor, 2016).

### Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai dan menganalisis kekuatan dan kelemahan sumber daya perusahaan serta peluang dan tantangan eksternal. Berikut ini merupakan komponen dari analisis SWOT yaitu (Suryatman, Kosim and S, 2021):

1. Strengths (Kekuatan) merupakan SWOT yang mengacu pada sumber daya, kapabilitas, atau keunggulan lain yang berkaitan dengan para pesaing perusahaan. Kekuatan merupakan kompetisi tertentu yang memberi perusahaan keunggulan kompetitif di pasar.
2. Weakness (Kelemahan) merupakan SWOT yang mengacu pada keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang secara efektif merusak kinerja internal perusahaan. Keterbatasan tersebut berupa fasilitas, sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, dan keterampilan pemasaran serta dapat menjadi sumber kelemahan perusahaan.
3. Opportunities (Peluang) merupakan suatu situasi menguntungkan yang penting dalam lingkungan perusahaan. Peluang dapat berupa apa saja, seperti perubahan teknologi dan penguatan hubungan antara perusahaan dan pembeli atau pemasoknya.
4. Threats (Ancaman) merupakan SWOT yang mengacu pada situasi yang dapat berpotensi menimbulkan kerugian yang signifikan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman adalah hambatan utama terhadap posisi perusahaan saat ini atau yang diinginkan.

Berdasarkan hasil penelitian ini yang dilakukan untuk menggali dan menganalisa strategi pemasaran melalui analisis SWOT. Strategi pemasaran yang dilakukan Showroom Rajawali Motor terutama dalam melakukan penetapan strategi bauran pemasaran merupakan poin awal yang dilakukan perusahaan untuk mencapai target pemasaran dengan cara melakukan peningkatan volume pada penjualan. Berdasarkan pembahasan yang diulas dan evaluasi pada Showroom Rajawali Motor adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada strategi bauran pemasaran merupakan 7P yaitu "*product, price, place, promotion, physical evidence, process, dan people.*" dari hasil paparan data hasil diatas penelitian menemukan dari unsur-unsur *marketing mix* berpengaruh semua terhadap volume penjualan.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan pada Showroom Rajawali Motor belum maksimal, seperti penjualan personal, promosi, serta pemasangan spanduk-spanduk di depan tempat usaha jarang dilakukan. Kegiatan ini memiliki tujuan yang sangat terbatas untuk dicapai karena terbatasnya jangkauan spanduk tersebut.
3. Banyaknya kompetitor perusahaan yang gencar melakukan promosi membuat Showroom Rajawali Motor harus melakukan strategi yang lebih untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

**Tabel 2**  
**Analisis SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTH</b>	<b>WEAKNESS</b>
<b>EFAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan Ramah</li> <li>• Pilihan mobilnya beragam</li> <li>• Pemesanan mudah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga cenderung lebih tinggi</li> <li>• Pengiriman lama</li> </ul>
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>SO</b>	<b>WO</b>
1. Banyaknya model baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelayanan yang ramah</li> <li>• Melakukan promosi di media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesaing dijadikan motivasi</li> <li>• Memberi pilihan yang relevan ke konsumen</li> </ul>
<b>THREATS</b>	<b>ST</b>	<b>WT</b>
1. Banyaknya kompetitor. 2. Menurunnya daya beli masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan kepuasan pelanggan</li> <li>• Mengikuti acara pameran mobil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menarik konsumen di acara pameran</li> <li>• Menetapkan harga yang sesuai</li> </ul>

Sumber: Matriks Analisis SWOT, 2023

## KESIMPULAN

Menganalisis dan membahas pengumpulan data, peneliti menarik beberapa kesimpulan tentang hubungan antara strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan serta pertumbuhan penjualan pada Showroom Rajawali Motor yaitu berikut ini :

1. Penjualan mobil bekas mengalami penurunan karena persaingan yang ketat dari perusahaan di bidang yang sama jual beli mobil bekas serta minat masyarakat beli masyarakat yang menurun. Sedangkan dalam melakukan aktivitas penjualan terutama dalam implementasi strategi pemasaran belum dilakukan secara optimal. Oleh karena itu, Showroom Rajawali Motor perlu melakukan perbaikan terhadap strategi pemasarannya.
2. Berdasarkan hasil analisis dan penelitian strategi pemasaran perusahaan berdasarkan strategi bauran pemasaran. Dalam strategi pemasaran yang diterapkan Showrom Rajawali Motor, semua faktor tersebut mempengaruhi pertumbuhan pendapatan bauran pemasaran yang meliputi 7P produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses, namun dari hasil riset promosi penjualan, Rajawali Mobil. Pertunjukan masih sebatas itu. Gunakan spanduk kecil di depan toko serta *personal selling*, dan *sales promotion*.
3. Showroom Rajawali Motor memiliki analisis SWOT lingkungan internal Kekuatan yaitu Memberikan pelayanan yang ramah dan Melakukan promosi di media sosial
4. Analisis SWOT Showroom Rajawali Motor Lingkungan eksternal adalah peluang yaitu ketertarikan konsumen terhadap mobil bekas, pangsa pasar yang besar, peluang iklan yang lebih luas, peluang kerjasama dengan mitra,

serta harga mobil bekas yang terjangkau namun berkualitas agar konsumen dapat memilih mobil bekas. Selama ancaman, semakin banyak pesaing untuk perusahaan yang sama, daya beli orang yang membeli semakin menurun, harga mobil bekas dibandingkan pesaing, persaingan sangat kompetitif dan tawaran pesaing tidak ada habisnya.

Berikut beberapa hasil penelitian yang didapatkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan Showroom Rajawali Motor, peneliti memberikan saran dan masukan sebagai dasar untuk mempertimbangkan strategi pemasaran kedepannya, usulan tersebut adalah:

1. Perusahaan perlu mulai dengan menerapkan strategi dan mengusulkan perusahaan berdasarkan analisis matriks SWOT yang disiapkan oleh penulis.
2. Merumuskan kebijakan pemasaran perusahaan, meningkatkan pelayanan, memperkuat kerjasama dan meningkatkan penjualan.
3. Dengan pangsa pasar yang sangat luas, diharapkan Showroom Rajawali Motor dapat meningkatkan pangsa pasarnya dan melakukan operasional pengembangan produk.
4. Dengan banyaknya pesaing, perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing, membangun keunggulan bersaing, dan mengembangkan strategi penetapan harga bersaing.
5. Masih ada beberapa promosi yang sedang berlangsung. Bisnis harus melakukan riset pasar dan meningkatkan atau menambahkan strategi promosi seperti periklanan dan promosi media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. P. and Supriyanto, A. (2017) 'Dampak Media Sosial Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Pemasaran Berbasis Output Dan Biaya', *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi*, 8(2).
- Faradannisa, M. and Supriyanto, a (2022) 'Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam', *Tawazun: Jurnal ....* Available at: <http://ejournal.staiattanwir.ac.id/index.php/jes/article/view/216>.
- Khofifah, S. and Supriyanto, A. (2022) 'Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal', *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 15(1), pp. 1-13.
- Lestari, P. I. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z : Ditinjau dari', 01(02), pp. 12-22.

- Nafira, S. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Pembelian ditinjau dari Electronic Word of Mouth, Impulse Buying, Brand Image dan Label Halal Produk MSGlow pada Generasi Millennial dan iGeneration', *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)*, 2(1), pp. 22-30.
- Septinor, B. (2016) 'Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur', *eJournal Administrasi Bisnis*, 4(1), pp. 116-127.
- Supriyanto, A. (2021) 'Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2), pp. 15-30. doi: 10.24256/kharaj.v3i2.2386.
- Supriyanto, A. (2022) 'Komitmen Organisasi: Ditinjau dari Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Yang Dimoderasi Leader-Member Exchange', 11(1).
- Supriyanto, A. (2022) 'Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Uliq Food di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus', *Journal of Community Service and Empowerment (JCSE)*, 3(1), pp. 38-46. doi: 10.32639/jcse.v3i1.80.
- Supriyanto, A. and Permatasari, R. D. (2022) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', 10, pp. 267-286.
- Supriyanto Agus (2022) 'PERAN NILAI-NILAI ISLAMI DALAM KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENUNJANG SEBUAH KINERJA BISNIS', *El-Hekam: Journal of Islamic Studies*, 7(1), pp. 69-82.
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E. and S, G. E. (2021) 'Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry Marketing Strategy Planning With Analysis Swot In Effort To Increase Sales Of Adidas Shoe At PT. Panarub Industry', 6(1), pp. 43-56.
- Tyas, D. A. and Supriyanto, A. (2022) 'Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge', *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), pp. 141-152. doi: 10.46367/iqtishaduna.v11i2.766.
- Wening, N. and Yogyakarta, U. T. (2022) 'Jurnal Indonesia Sosial Sain', 3(11), pp. 1521-1530. doi: 10.36418/jiss.v3i11.737.
- Wicaksono, A. (2018) 'Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta', *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 1(2), pp. 192-201. doi: 10.30988/jmil.v1i2.19.