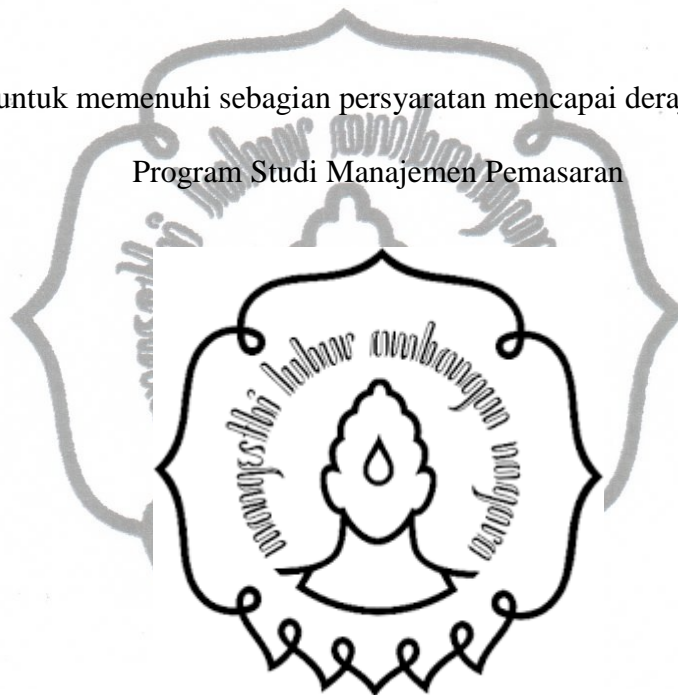


**STRATEGI PEMASARAN MOBIL MITSUBISHI ALL NEW XPANDER
MELALUI ANALISIS *STRENGHT WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT*
(SWOT) PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO**

Tugas Akhir

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Ahli Madya
Program Studi Manajemen Pemasaran



Oleh:

ARISKA AGUSTIASNI

F3217010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

2020

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN MOBIL MITSUBISHI ALL NEW XPANDER MELALUI ANALISIS *STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT* (SWOT) PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO

ARISKA AGUSTIASNI

F3217010

Penelitian dilaksanakan di PT. Sun Star Motor Solo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh perusahaan, dalam hal ini adalah PT. Sun Star Motor Solo.

Metode penelitian yang digunakan dalam tugas akhir ini yaitu penelitian dalam bentuk deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pimpinan perusahaan, karyawan dan konsumen yang berkompetensi memberikan keterangan. Peneliti mengumpulkan informasi secara langsung dengan melakukan wawancara. Data sekunder diperoleh dari konsumen mobil Mitsubishi Xpander atau informan kedua, kemudian dari studi pustaka dengan mempelajari berbagai tulisan, buku dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Dalam mendeskripsikan hasil penelitian digunakan matriks SWOT dengan menganalisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan dengan memberikan gambaran umum mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis penelitian menggunakan matriks SWOT yang memadukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, Matriks dapat menghasilkan empat set strategi yang diterapkan PT Sun Star Motor Solo. Dengan menggunakan analisa SWOT dapat diperoleh hasil bahwa perusahaan menerapkan strategi *strength-threat* (ST), *weakness-threat* (WT), *strength-opportunity* (SO) dan *weakness-opportunity* (WO).

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Matriks SWOT

ABSTRACT

STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) ANALYSIS FOR DETERMINING MARKETING STRATEGY OF MITSUBISHI ALL NEW XPANDER CAR AT PT. SUN STAR MOTOR SOLO

ARISKA AGUSTIASNI

F3217010

The research is conducted in PT. Sun Star Motor, Solo. The goals of this research is to understand the power, the weakness, the probabilities, and the threats in the corporation and also to understand the strategy applied by the corporation, PT. Sun Star Motor Solo.

The method used in this final assignment is a research in the descriptive form with the qualitative approachment. The data used is primary and secondary data. Primary data is acquired from the corporation leader, employee, and consumer who is competent to give the information. The researcher gathers the information directly by conducting an interview. The secondary data is acquired from the Mitsubishi Xpander car consumers as the second informants, and then from the referencial study by studying many writings, books, and theses in relation to this research.

In describing the results, SWOT matrix is used by analyzing internal and external factors done by giving the general description of the powers, the weakness, the probabilities, and the threats of the corporation.

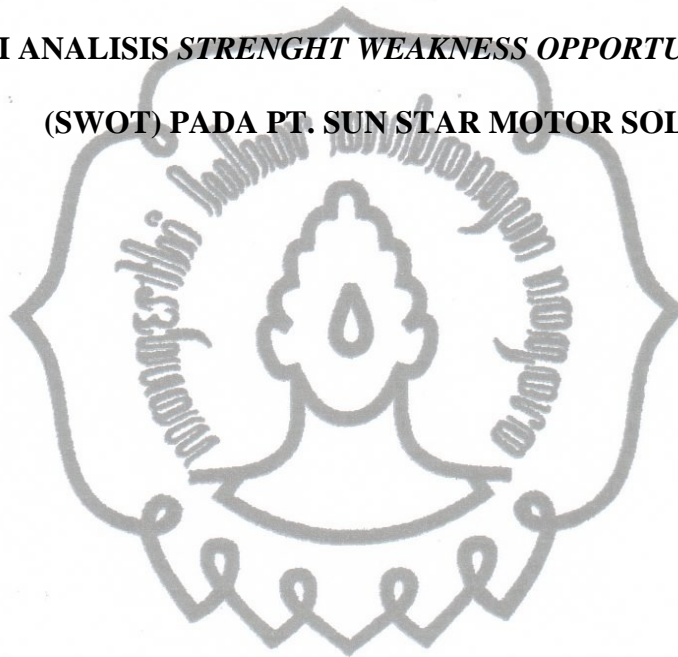
According to the analyzing results by SWOT matrix using the powers, the weakness, the probabilities, and the threats of the corporation, the matrix can generate four sets of strategy applied by PT. Sun Star Motor Solo. By using SWOT analysis, it is acquired that the coporation applies the Strenght-Threat strategy (ST), the Weakness-Threat strategy (WT), the Strenght-Opportunity strategy (SO), and the Weakness-Opportunity strategy (WO).

Keywords: Marketing Strategy, Matrix SWOT

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**STRATEGI PEMASARAN MOBIL MITSUBISHI ALL NEW XPANDER
MELALUI ANALISIS *STRENGHT WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT*
(SWOT) PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO**



Surakarta, Juli 2020

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hidajat S.Si., M.M.', written in a cursive style.

Dr. Hidajat Hendarsjah S.Si., M.M.

NIP.1970013020130201

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**STRATEGI PEMASARAN MOBIL MITSUBISHI ALL NEW XPANDER
MELALUI ANALISIS *STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT*
(SWOT) PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret

Surakarta, Juli 2020

Tim Penguji Tugas Akhir



Amina Sukma Dewi, S.E., M. Sc.
NIP. 197712072001822002

Pembimbing



Dr. Hidajat Hendarsjah S.Si, M.M.
NIP. 19700113020130201

Direktur Sekolah Vokasi



Drs. Surtoso Trp Haranto, M.Acc., Ak.
NIP. 196909241994021001

Mengetahui,

Kepala Program Studi D3
Manajemen Pemasaran
05 Agustus 2020



Desy Mayasari, S.E., M.Sc.
NIP. 1987121120130201

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta:

Nama : Ariska Agustiasni

NIM : F3217010

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Mobil Mitsubishi *All New Xpander* melalui Analisis *Strenght Weakness Opportunity Threat* (SWOT) pada PT. Sun Star Motor Solo

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang dikerjakan merupakan benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/mengambil dari karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencopotan gelar ahli madya..

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, Juli 2020

Mahasiswa,

Ariska Agustiasni

NIM. F3217010

MOTTO

“Cuma sedikit orang yang rela menjadi kecil, sehingga bisa dipakai oleh Allah untuk melewati lubang-lubang ujian yang sempit.”

(Cut Nyak Dhien)

“I must uphold my ideals, for perhaps the time will come when I shall be able to carry them out”

(Anne Frank)

“Kesulitan dalam mengatur keuangan adalah ketika tidak ada uangnya.”

(Sheilla Anjani)

“Jangan pernah patah semangat, contolah Plankton yang tetap gigih mencuri resep *Krabby Patty* walaupun tidak pernah berhasil.”

(Naba Dalayuma Maryama)

“Tetaplah bernafas walaupun tidak berguna.”

(Rohiya Lailati Rouhillah)

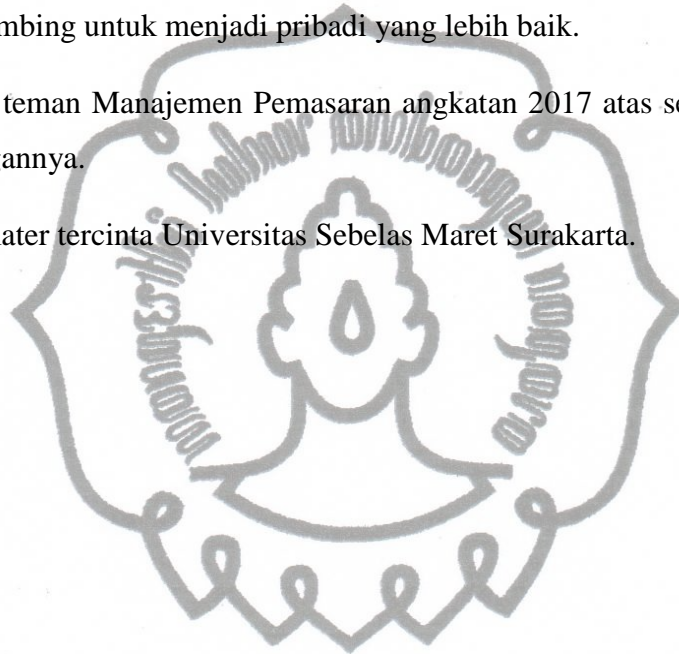
“Even if you don't have onset friends, it's okay. Life must go on, so do you.”

(Aditya Heriawan Putra)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya ucapkan terima kasih kepada orang terdekat dan mempersembahkan karya ini kepada:

1. Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa beserta dukungan.
2. Bapak dan ibu dosen yang sudah memberikan ilmu dan pengalamannya serta membimbing untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Semua teman Manajemen Pemasaran angkatan 2017 atas segala bantuan dan dukungannya.
4. Almamater tercinta Universitas Sebelas Maret Surakarta.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN MOBIL MITSUBISHI ALL NEW XPANDER MELALUI ANALISIS STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO”**.

Penulisan Tugas Akhir ini guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya pada program studi D-III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menerima banyak masukan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga memudahkan dalam penyusunan tugas akhir. Maka dari itu, dengan segenap rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com. (Hons)., Ph.D., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Desy Mayasari, SE, M.Sc selaku Kepala Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Drs. Moh. Amien Gunadi MP selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing sejak awal perkuliahan hingga sekarang.
4. Bapak Dr. Hidajat Hendarsjah S.Si, MM selaku Pembimbing magang kerja dan Tugas Akhir yang sudah memberikan pengarahan disaat penyusunan tugas akhir.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang sudah memberikan ilmu dan wawasannya.
6. Semua anggota keluarga yang penulis sayangi Ayah, Ibu, Kakak, dan Adik

yang telah memberikan motivasi, semangat dari awal kuliah hingga terselesainya penyusunan Tugas Akhir ini.

7. Seluruh karyawan dan manajemen dari PT. Sun Star Motor Solo yang sudah memberikan kesempatan, ilmu dan pengalamannya dari awal magang kerja hingga pengumpulan data Tugas Akhir.
8. Untuk teman-teman Manajemen Pemasaran angkatan 2017 atas kerjasama dan kebersamaan selama kurang lebih tiga tahun ini.
9. Orang terkasih serta semua pihak yang membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir belum dapat dikatakan sempurna karena terdapat kekurangan. Maka dari itu, penulis berharap nantinya mendapatkan kritik dan saran untuk Tugas Akhir ini agar dapat berguna bagi penulis maupun semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 6 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Peneliatian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Pengertian Pemasaran	8
B. Konsep Strategi	10
1. Tingkat Korporat (<i>Corporate Strategy</i>)	12

2. Tingkat Unit Bisnis (<i>Strategic Business Units</i>).....	13
3. Fungsional (<i>Functional Strategy</i>).....	14
C. Strategi Pemasaran	15
D. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	21
E. Analisis SWOT.....	23
F. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Jenis dan Sumber Data	29
1. Data Primer.....	29
2. Data Skunder	29
C. Teknik Pengumpulan Data	30
1. Observasi.....	30
2. Wawancara	31
3. Dokumentasi.....	31
4. Studi Kepustakaan.....	31
D. Teknik Analisis Data	32
1. Analisis Deskriptif.....	32
2. Matriks SWOT	33
BAB IV PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Perusahaan	35
1. Profil Singkat PT. Sun Motor Solo	35

2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
3. Lokasi	47
4. Visi dan Misi	47
B. Laporan Magang.....	48
1. Deskripsi Magang Kerja.....	48
2. Tujuan Magang Kerja.....	48
3. Manfaat Magang Kerja.....	49
4. Lokasi Magang Kerja	50
5. Waktu Pelaksanaan Magang Kerja	50
6. Kegiatan Magang Kerja.....	50
C. Analisis	55
1. Hasil Penelitian.....	55
2. Analisis.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Matriks SWOT	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Matriks SWOT	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Kegiatan Harian Magang Kerja	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Matriks SWOT PT. Sun Star Motor Mitsubishi Solo	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Penjualan Mobil <i>All New Xpander</i> pada Tahun 2019 – Februari 2020	81



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 <i>Marketing Mix</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 3 Penentuan <i>Matriks Grand Strategy</i> ...	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 4 Skema Kerangka Pikir.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1 Skema Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2 Bagan Struktur Organisasi PT. Sun Star Motor Solo.....	Error!
Bookmark not defined.	

