

**ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
PENINGKATAN PENJUALAN MESIN DIESEL
Studi Pada Toko Sinar Teknik Kutoarjo**

Albertus Prakas Sanjaya
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang efektif untuk peningkatan penjualan mesin diesel pada Toko Sinar Teknik melalui analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan beberapa pemegang kepentingan Toko Sinar Teknik, yaitu Ir. Koentono (Owner Toko Sinar Teknik), Bapak Sambodo (manajer Toko Sinar Teknik), Bapak Purwono (manajer *marketing*). Selain metode wawancara, penulis juga menggunakan metode observasi untuk memperdalam data yang didapat. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari Toko Sinar Teknik serta dokumentasi penulis. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa, strategi pemasaran yang efektif digunakan untuk peningkatan penjualan mesin diesel berada di kuadran 1 yakni mendukung strategi agresif (SO) dengan melakukan beberapa strategi yakni (1) Menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan bidang pertanian, perkayuan dan industri rumah tangga, mulai dari kualitas sedang hingga kualitas tinggi. (2) Membuka cabang baru dengan menyediakan produk dengan harga yang bervariasi. (3) Memberikan garansi perbaikan untuk pembelian mesin diesel dan alat teknik di toko Sinar Teknik. (4) Bekerja sama dengan perusahaan mesin diesel tertentu untuk mengadakan demo atau sosialisasi dengan para petani mengenai adanya mesin diesel dan alat teknik baru.

Kata Kunci : Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran

SWOT ANALYSIS IN DETERMINING MARKETING STRATEGY TO IMPROVE SALES OF DIESEL MACHINES

A Study at “Sinar Teknik” Shop in Kutoarjo

Albertus Prakas Sanjaya
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2020

The aim of this research is to find out what marketing strategies are effective for increasing diesel engine sales at “Sinar Teknik” Shop through SWOT analysis. This research is a qualitative research. Primary data were collected through interviews with several stakeholders of “Sinar Teknik” Shop, namely Ir. Koentono (Owner of “Sinar Teknik” Shop), Mr Sambodo (Manager of “Sinar Teknik” Shop), Mr Purwono (marketing manager). In addition to the interview method, observation is also used to deepen the data obtained. Secondary data were obtained through literature study from “Sinar Teknik” Shop and the author's documentation. The collected data are then analyzed using the SWOT method.

The results of this study showed that effective marketing strategies used to increase diesel engine sales were those in quadrant 1. Those marketing strategies were aggressive marketing strategies (SO) by carrying out several strategies, namely (1) Providing products that meet the needs of agriculture, timber and home industries, ranging from medium quality to high quality. (2) Opening a new branch by providing products with varied prices. (3) Providing warranty repairs for the purchase of diesel engines and technical equipment at the Sinar Teknik store. (4) Cooperating with certain diesel engine companies to hold demonstrations or socialization with farmers regarding the existence of diesel engines and new technical equipment.

Keywords: SWOT Analysis and Marketing Strategy