

INTISARI

ANGGI AUDIARTARA (2018). Strategi Pemasaran dan Potensi Persaingan PT. United Motors Centre Cabang Pamekasan (Studi Kasus Deiler Suzuki), Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing (I) Rusnani, SE.,MM (II) Ahmad Ghufrony, SE., MM.

Kebutuhan transportasi membuat pasar otomotif nasional mengalami peningkatan yang cukup pesat. peningkatan tersebut membuat perusahaan industri otomotif semakin gencar memasarkan produk barunya. sekian banyak merk otomotif membuat potensi persaingan semakin ketat sehingga perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang bagus demi bersaingnya dengan perusahaan industri otomotif lainnya dan banyak diminati oleh para konsumen akan produknya.

Dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan 4P (Produk, Promotion, price, dan place) dan potensi persaingan PT United Motors Centre Cabang Pamekasan (studi kasus deler Suzuki). metode yang digunakan menggunakan pengumpulan data primer dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi serta teknik analisa data menggunakan formula strategi dengan menggunakan model wheelen dan hunger yaitu Analisis TOWS.

Hasil dari analisis pengembangan alternatif strategi dengan menggunakan matriks TOWS ialah (1) Membuka cabang usaha. (2) Melakukan promosi secara terus-menerus. (3) Peningkatan kualitas pelayanan. (4) Berikan bonus atau potongan harga kepada konsumen melalui Spare part yang digunakan dalam service. (5) Memperbaharui teknologi yang dimiliki perusahaan dengan mengikuti perkembangan teknologi masa kini. (6) Kerjasama dengan perusahaan lainnya.(7) Memberikan pelatihan dan motivasi kepada para SDM. (8) Mengoptimalkan fasilitas yang ada.

Kata Kunci : Starategi Pemasaran, Bauran Pemasaran dan Potensi Persaingan.