

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BERSAING MOBIL SUZUKI (Studi pada PT Persada Lampung Raya di Bandarlampung)

Oleh

MUHAMMAD DERRY DHANOVAN

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, perusahaan dituntut untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi, baik lingkungan internal maupun eksternal, agar perusahaan dapat bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. PT Persada Lampung Raya adalah dealer resmi yang melayani penjualan mobil, servis atau pemeliharaan, serta penjualan suku cadang orisinil mobil merek Suzuki. Kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan bisnis merupakan salah satu faktor penting keberhasilan perusahaan dalam menetapkan strategi bersaing yang tepat.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu mengetahui alternatif strategi apa yang sesuai dengan PT Persada Lampung Raya dengan memperhatikan kondisi lingkungan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan formulasi-formulasi strategi bersaing, yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan QSPM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdapat 7 kekuatan dan 3 kelemahan, dan faktor eksternal terdapat 5 peluang dan 5 ancaman. Berdasarkan matriks IFE dan EFE menghasilkan total skor sebesar 3,45 dan 2,96. Hasil matriks IE yaitu PT Persada Lampung Raya terdapat pada posisi tumbuh dan berkembang dengan strategi utama yaitu strategi intensif dan strategi integratif. Berdasarkan analisis matriks SWOT maka dihasilkan 8 strategi. Strategi prioritas berdasarkan hasil QSPM yaitu perluasan pasar ke wilayah yang baru untuk meningkatkan volume penjualan, meningkatkan kerjasama dengan lembaga pembiayaan, meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen dari penjualan sampai setelah penjualan, merancang harga secara fleksibel sesuai dengan kondisi ekonomi dan politik, mensponsori *local event* yang dapat meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan intensitas promosi dengan lebih menonjolkan keistimewaan produk Suzuki, meningkatkan keterampilan karyawan dengan mengadakan pelatihan formal, dan melakukan evaluasi kinerja perusahaan dalam menghadapi persaingan.

MUHAMMAD DERRY DHANOVAN

PT Persada Lampung Raya sebaiknya terus meningkatkan kegiatan promosi yang dapat membujuk dan mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk Suzuki, bekerja sama dan mensponsori untuk mengadakan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan kerjasama dengan lembaga pembiayaan, meningkatkan layanan kepada konsumen dari penjualan sampai setelah penjualan agar dapat terus menjaga hubungan baik dengan para konsumen, terus mengembangkan kualitas SDM yang dimiliki, meningkatkan citra produk Suzuki yang berdampak harga jual kembali produk jatuh, meningkatkan intensitas pengembangan inovasi produk mengikuti perubahan teknologi, dan melakukan evaluasi kinerja dan kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Kata kunci: PT Persada Lampung Raya, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM