

## ABSTRAK

**ASRAR BAHRI, 2021 "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil PT Clipan Finance Indonesia Tbk Cabang Makassar II Kab. Gowa" Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang dibimbing oleh Pembimbing I Ibu Sri Andayaningsih dan Pembimbing II Ibu Sitti Marhumi**

Penelitian ini mengkaji tentang peranan manajemen strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan mobil pada PT Clipan Finance Indonesia Tbk. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, dan dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data dari kepala kantor, karyawan (marketing), dan pembeli.

Fokus Penelitian ini adalah bagaimana penerapan manajemen strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di PT Clipan Finance Indonesia Tbk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran yang meliputi 1). Segmentasi, 2). Targeting, 3). Positioning, 4) Marketing Mix dan 5). Strategi penentuan waktu. Hasil di atas disimpulkan sebagai berikut: penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan saat ini sudah optimal pada komponen segmentasi, targeting, positioning, marketing mix, dan strategi penempatan waktu, sehingga mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Namun yang paling berpengaruh pada strategi pada PT Clipan Finance Indonesia Tbk yaitu pada strategi **Positioning** karena Perusahaan mencari atau posisi atau tempat strategi yang dapat dijangkau oleh customer dan menempatkan posisi pada dua wilayah besar yang ada di Sulawesi selatan seperti Makassar dan Kabupaten Gowa.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, volume penjualan

## ABSTRACT

**ASRAR BAHRI, 2021 "Analysis of Marketing Strategy in Increasing Car Sales Volume of PT Clipan Finance Indonesia Tbk Makassar II Branch Kab. Gowa" Thesis of Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Mrs. Sri Andayaningsih and Supervisor II Mrs. Sitti Marhumi**

This study examines the role of marketing strategy management in increasing the volume of car sales at PT Clipan Finance Indonesia Tbk. The type of research used is descriptive qualitative method with interview techniques, and documentation is carried out to obtain data from the head office, employees (marketing), and buyers.

The focus of this research is how to apply marketing strategy management to increase sales volume at PT Clipan Finance Indonesia Tbk. The results of the research show that the management of marketing strategies includes 1) Segmentation, 2) Targeting, 3) Positioning, 4) Marketing Mix and 5) Timing strategy. The results above are concluded as follows: the implementation of marketing strategies in increasing sales volume is currently optimal in the components of segmentation, targeting, positioning, marketing mix, and timing strategies, so as to increase the company's revenue. However, the most influential on the strategy at PT Clipan Finance Indonesia Tbk is the Positioning strategy because the company is looking for a strategic position or place that can be reached by the customer and places the position in two large areas in South Sulawesi such as Makassar and Gowa Regency.

**Keywords:** Marketing strategy, sales volume