

## ABSTRAK

**Furkan. Tahun 2020 Analisis Strategi Pemasaran Pada Dealer Yamaha Matramas Yamaha motor Makassar (dibimbing oleh Syafiuddin, dan Sitti Marhumi.**

Penulis melakukan penelitian ini pada *Dealer Yamaha Matramas motor*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui alternative strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan, dalam hal ini adalah *Dealer Yamaha Matramas Motor*. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Adapun yang dimaksud dengan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi lingkungan intern dan ekstern perusahaan dalam iklim persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis yang sama.

Analisis SWOT mencakup lingkungan ekstern dan lingkungan intern. Analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Didalam analisis SWOT ini akan digunakan pendekatan secara kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu analisis yang digunakan tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka, melainkan berdasarkan penilaian atau pendapat serta dasar-dasar yang dapat menunjang dalam pengambilan keputusan yang bersifat subyektif.

Berdasarkan semua analisis tersebut diatas, alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah dengan menggunakan matrik SWOT.

Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan tersebut. Matrik dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Dengan menggunakan analisa SWOT dapat diperoleh hasil bahwa perusahaan dapat mengambil alternatif strategi ST, WT, SO dan WO.

**Kata kunci :** Analisis Strategi Pemasaran

## ABSTRACT

**Furkan. Tahun 2020 Analysis of Marketing Strategy at Matramas Yamaha Motor Makassar Dealers (supervised by Syafiuddin and Sitti Marhumi).**

The author conducted this research on Yamaha Matramas Motor Dealers. The purpose of this research is to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company and also to find out alternative strategies that can be used by the company, in this case Yamaha Matramas Motor Dealers. The data analysis technique used is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). The meaning of this analysis is to identify the company's internal and external environment in a competitive climate with companies engaged in the same business field.

SWOT analysis includes the external environment and the internal environment. Environmental analysis is a process used to determine strengths, weaknesses, opportunities and threats. In this SWOT analysis, a qualitative approach will be used. The qualitative approach is an analysis that is used without using numerical calculations, but is based on judgments or opinions as well as basics that can support subjective decision making.

Based on all the analyzes mentioned above, the tool used to compile the company's strategic factors is to use the SWOT matrix.

This matrix can clearly describe how the external opportunities and threats faced by the company can be adjusted to the internal strengths and weaknesses of the company. The matrix can generate four sets of possible alternative strategies. By using a SWOT analysis, it can be concluded that the company can take an alternative strategy of ST, WT, SO and WO.

**Key words :** Analysis Strategy Marketing