

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui marketing guna meningkatkan penjualan sepeda motor roda tiga merk Nozomi di PT. Motor Roda Tiga Surabaya. Yang menjadi titik fokus penulis adalah bagaimana strategi marketing yang bisa mendukung keberhasilan penjualan motor roda tiga ini. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang mana metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini situasi sosial yang diteliti adalah mengenai strategi pemasaran PT Motor Roda Tiga Surabaya dengan melakukan wawancara terhadap manajer dan divisi marketing atau pemasaran PT Motor Roda Tiga Surabaya. PT. Motor Roda Tiga memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan PT. Motor Roda Tiga dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang. Setelah melakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh hasil yang signifikan. Berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal (IFAS) dan faktor strategis eksternal (EFAS) ditemukan bahwa faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor sebesar 3,52 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor sebesar 1,57, dan hasil analisis terhadap faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai nilai skor sebesar 4,83 dan faktor-faktor ancaman (*threats*) mempunyai nilai skor sebesar 3,73. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Motor Roda Tiga mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing dan juga mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul. Ini menjawab rumusan masalah yang di cari bahwa untuk meningkan penjualan menggunakan strategi marketing *stable growth*.

Keywords : Strategi marketing, penjualan motor roda tiga

ABSTRACT

This study is intended to find out marketing in order to increase sales of the Nozomi three-wheeled motorcycle at PT. Tricycle Motor Surabaya. Which is the focus of the writer is how the marketing strategy can support the success of the sale of this tricycle. This study uses a descriptive qualitative approach, in which the descriptive method is chosen because the research conducted is related to ongoing events and with regard to the present conditions. Determination of the source of data on the person interviewed was carried out purposively, namely selected with specific considerations and objectives. In this study the social situation studied was about the marketing strategy of PT Roda Motor Surabaya by conducting interviews with the marketing and marketing division of PT Roda Motor Surabaya. PT. Tricycle Motor has the ability to change potential into an achievement and better performance. So that the right policy direction to be implemented is to increase and enlarge the role of PT. Motor Rosa Tiga in a variety of activities in accordance with the capabilities at the same time to expand the role and take advantage of various opportunities. After testing the proposed hypothesis, significant results are obtained. Based on the results of an analysis of internal strategic factors (IFAS) and external strategic factors (EFAS) it was found that strengths had a score of 3.52 while weaknesses had a score of 1.57, and the results Analysis of opportunity factors has a score of 4.83 and threat factors have a score of 3.73. This shows that PT. Tricycle motors have a higher strength than weaknesses in determining marketing strategies in increasing competitiveness and also have considerable opportunities compared to threats that will arise. This answers the formulation of the problem that is looking for that there is an influence of the marketing strategy on the sale of Nozomi-branded three-wheeled motorcycles at PT. Surabaya Tricycle Motor

Keywords: Marketing strategy, sales of three-wheeled motorcycles