

HALAMAN ABSTRAK DAN ABSTRACT

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF REPAIR SERVICE IN ASTRA DAIHATSU SUNTER FOR 2014-2016

The analysis towards Daihatsu Sunter Repair Service was conducted by using SWOT analysis and STP-7P approach. A rapid growth in four-wheeled automotive market at the present time and is predicted to be increasing for the next few years, will also increase the use of Daihatsu cars, as it holds the second-best market share in four-wheeled vehicle. The high demand will especially occur in DKI Jakarta and its surrounding. This condition affects the growth of repair shops for Daihatsu vehicles; both in general repair shops or the authorized one. Therefore, Daihatsu Sunter workshop shall have a good marketing strategy to maintain and improve its performance for the next three years.

Based on the analysis, the workshop shall conduct different strategy for different market segment based on the traveling distance of the Daihatsu vehicles. The strategies are then classified based on the marketing mix in order to be more specific in addressing the issues. The strategies are utilized to reach a strategic goal which is to increase the selling volume for about 5% in 2016.

Keywords : marketing strategy, service, workshop, marketing mix

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN JASA BENGKEL ASTRA DAIHATSU CABANG SUNTER UNTUK PERIODE 2014-2016

Analisa terhadap Bengkel Astra Daihatsu cabang Sunter dilakukan dengan menggunakan analisa SWOT dan STP-7P. Adanya pertumbuhan pesat pada pasar otomotif roda empat, yang diyakini akan terus berlanjut dari tahun ke tahun, akan mengakibatkan peningkatan populasi pengguna mobil Daihatsu, yang merupakan pemegang *market share* otomotif roda empat nomor dua di Indonesia. Peningkatan permintaan akan terjadi terutama di kota-kota besar seperti DKI Jakarta dan sekitarnya. Kondisi ini berpengaruh terhadap pertumbuhan bengkel mobil yang menerima *service* untuk merek Daihatsu, baik bengkel umum maupun bengkel resmi Daihatsu. Maka dari itu, Bengkel Astra Daihatsu Cabang Sunter memerlukan strategi pemasaran jasa yang tepat agar dapat mempertahankan performa saat ini serta meningkatkan performa dalam jangka waktu tiga tahun mendatang.

Setelah dilakukan analisa, diperoleh kesimpulan bahwa Bengkel Astra Daihatsu cabang Sunter perlu menerapkan strategi yang berbeda untuk segmen pasar yang berbeda berdasarkan jarak tempuh kendaraan Daihatsu yang digunakan. Strategi-strategi tersebut dikelompokkan berdasarkan bauran pemasaran jasa agar lebih spesifik dalam menjawab permasalahan yang ada. Tujuan dari penerapan strategi tersebut adalah untuk mencapai sasaran strategis yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan volume penjualan hingga 5% di tahun 2016.

Kata kunci : strategi pemasaran, jasa, bengkel, bauran pemasaran