

ABSTRAK

AHASS Warga Jaya Motor merupakan bengkel resmi sepeda motor honda yang berstatus H23 yang menerima perawatan untuk sepeda motor Honda dan menyediakan *sparepart* untuk sepeda motor Honda. AHASS Warga Jaya Motor terletak di Jl. Raya Karangsinom No. 1 Kec. Kandanghaur Kab. Indramayu. Hasil penjualan AHASS Warga Jaya Motor pada bulan Januari 2021 sampai bulan Desember 2022 dapat dilihat bahwa ada beberapa bulan yang tidak mencapai target penjualan yang sudah ditentukan. Karena itu AHASS Warga Jaya Motor harus membuat strategi baru supaya meningkatkan penjualan agar dapat mencapai target yang sudah ditentukan.

Strategi pemasaran yang dibuat AHASS Warga Jaya Motor berdasarkan beberapa faktor yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi, dimana alternatif strategi didapat dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Matriks SWOT menghasilkan 6 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan perusahaan. Berdasarkan hasil QSPM dari 6 alternatif terdapat salah satu alternatif strategi yang diprioritaskan yaitu melakukan promosi yang lebih gencar dengan mengadakan, mengikuti atau sebagai sponsor diberbagai *event* dengan nilai skor TAS sebesar 5.740.

Kata kunci : ***Strategi Pemasaran, Metode SWOT, Metode QSPM***