

Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Mandiri Utama Finance Cabang Kediri

Ali Akbar¹, Lia Nirawati²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur¹²

aliakbarrr09@gmail.com¹, lianirawati@gmail.com²



Sejarah Revisi Artikel :
Received on 29 Juli 2024
1st Revision 9 Agustus 2024
Accepted on 5 Oktober 2024

Doi :
<https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i4.65>

Ciptaan disebarluaskan dibawah :



[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Abstrak : Penelitian ini menggunakan PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan multiguna, sebagai objek penelitian. Penelitian ini adalah untuk memberikan analisis terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri dalam meningkatkan volume penjualan.

Tujuan : Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh PT. Mandiri Utama Finance di Kediri.

Metodologi : Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis SWOT, Matriks IFAS dan Matriks EFAS.

Hasil penelitian : Dari penelitian yang sudah dilakukan, didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan (*strengths*) sebesar 2,95 dan kelemahan (*weakness*) sebesar 0,34. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan peluang (*opportunities*) sebesar 2,36 dan ancaman (*threats*) sebesar 1,00. Hasil pilihan strategis adalah strategi SO (*strengths opportunities*), di mana pada diagram SWOT terletak pada posisi Kuadran I. Ini berarti perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan secara maksimal peluang yang ada. Oleh karena itu, strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth-oriented strategy*).

Kata Kunci : Pembiayaan, Strategi Bauran Pemasaran, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Analisis SWOT.

1. Pendahuluan

Bisnis yang memproduksi barang atau menyediakan layanan ingin berkembang dan berubah seiring waktu. Sektor bisnis berkembang dengan sangat pesat saat ini. Hal ini terlihat dari munculnya beberapa bisnis yang menawarkan barang yang sebanding, yang memicu persaingan untuk mendapatkan pelanggan dan pangsa pasar. Inovasi baru diperlukan di pasar yang lebih kompetitif dan beragam saat ini untuk menarik pelanggan yang tertarik dengan barang dan jasa yang diberikan. Oleh karena itu, agar bisnis dapat berhasil dalam jangka panjang, mereka harus menjalankan operasinya dengan sukses dan efisien. Setiap bisnis, terutama yang bergerak di sektor yang sama, harus menghasilkan ide dan pengembangan yang baru dan inventif untuk tetap berada di depan dalam persaingan.

Perusahaan bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas mereka untuk mencapai tujuan ini. Hal ini biasanya memerlukan penguasaan pasar dan menarik serta mempertahankan klien. Selain itu, bisnis harus selalu menjadi lebih inventif, kreatif, dan kompetitif-terutama dalam hal pemasaran. Untuk menarik pelanggan secara efektif, menciptakan dan menciptakan menuntut rencana pemasaran yang matang. Untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, pemasaran memainkan peran penting dalam menerapkan rencana yang tepat untuk mengambil keuntungan dari berbagai kemungkinan yang ada.

(Johnson et al. 2020) menggambarkan strategi sebagai arah jangka panjang sebuah organisasi yang bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan mengkonfigurasi sumber daya dan beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, dengan tujuan memenuhi permintaan pasar dan memenuhi harapan para pemangku kepentingan. (steakholder). Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi untuk mendukung kelancaran operasional mereka. Strategi pemasaran memegang peranan Penting untuk mencapai tujuan dan kesuksesan perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran memegang peranan penting dalam mewujudkan rencana bisnis perusahaan. Hal ini bisa dicapai jika Perusahaan bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkanPpenjualan barang dan jasa mereka. Perusahaan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan posisinya di pasar dengan menerapkan

rencana pemasaran yang tepat dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penjualan.

Dalam strategi pemasaran, terdapat istilah bauran pemasaran atau marketing mix. Bauran pemasaran adalah metode yang digunakan pengusaha untuk mempengaruhi konsumen, yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang cermat serta tindakan konkret. Untuk itu, pengusaha dapat mengambil tindakan yang melibatkan 7 elemen, yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Elemen-elemen ini dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang maupun merancang program taktik jangka pendek. Dalam penerapan marketing mix, perusahaan harus mempertahankan ketujuh elemen tersebut demi kelangsungan usahanya.

PT. Mandiri Utama Finance Kediri sebagai Perusahaan yang menghadapi persaingan di era global Perusahaan dituntut untuk berkerja lebih efisien dan efektif. Persaingan pemasaran yang semakin ketat menyebabkan PT. Mandiri Utama Finance Kediri dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing dalam rangka menjaga kelangsungan hidup Perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan harus ditunjang dengan strategi pemasaran yang tepat serta mampu membuat konsumen berminat untuk menggunakan jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance Kediri. Dengan penerapan marketing mix atau bauran pemasaran PT. Mandiri Utama Finance di Kediri sangat diunggulkan dengan 7 elemen yang ada pada bauran pemasaran yaitu, Produk (*product*) yang memudahkan customer untuk memilih pembiayaan yang akan dipilih, Harga (*price*) dengan uang muka yang rendah dibandingkan dengan kompetitor finance lainnya PT. Mandiri Utama Finance unggul karena uang muka yang rendah dan angsuran juga terjangkau dengan ini berkemungkinan besar customer memilih jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance, Tempat (*place*) dari segi tempat PT. Mandiri Utama Finance di Kediri sangat diuntungkan karena kantor berada di kawasan yang banyak showroom sehingga memudahkan untuk urusan apapun menjadi dekat, promosi (*promotion*) ada beberapa promosi yang bisa customer dapatkan tapi dengan ketentuan yang berlaku, orang (*people*) SDM pada PT. Mandiri Utama Finance di Kediri terdapat 55 pegawai

yang siap membantu kebutuhan nasabah untuk melakukan proses pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance di Kediri, proses (*process*) untuk melakukan proses pembiayaan kendaraan bermotor di PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri sangatlah mudah untuk nasabah semakin yakin untuk menggunakan jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri dikarenakan proses yang mudah, tampilan fisik (*physical evidence*) tampilan fisik dari citra yang dibuat oleh PT. Mandiri Utama Finance di Kediri sangatlah bagus sehingga membuat konsumen yakin akan mempercayakan proses jasa pembiayaan mereka ke PT. Mandiri Utama Finance di Kediri. Dengan 7 elemen marketing mix yang diterapkan PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri pada 3 tahun terakhir mengalami penurunan penjualan namun tidak signifikan.

Tabel 1. Penjualan tahunan

No	Tahun	Target	Penjualan
1.	2021	10 Miliar	10,2 Miliar
2.	2022	15 Miliar	14,9 Miliar
3.	2023	20 Miliar	19,8 Miliar

Dengan adanya pesaing bisnis yang serupa menjadi salah satu faktor terjadinya penurunan penjualan tersebut, perusahaan dengan bisnis yang serupa seperti BCA Finance, CIMB Niaga, OTO Finance, BFI, ADIRA Finance, Sinar Mas, dan satu lagi dengan satu perusahaan dari Mandiri yaitu PT. Mandiri Tunas Finance meskipun dibawah naungan perusahaan yang sama antara PT. Mandiri Utama Finance dan PT. Mandiri Tunas Finance bersaing untuk mencapai target penjualan.

2. Kajian Teori

Strategi merupakan hal utama yang tidak bisa dipisahkan dari sebuah tujuan atau sasaran tertentu. Strategi menjadi suatu alat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Pada setiap Perusahaan pada umumnya merancang dan Menyusun strategi karena keinginan untuk menjadi lebih unggul dari pada pesaing lain. Untuk melaksanakan

tujuan tersebut, sangat diperlukan strategi yang efektif dan efisien yang didalamnya berupa perencanaan yang menyangkut sumber daya Perusahaan sehingga Perusahaan memiliki strategi tersendiri yang didalamnya memperhatikan lingkungan pasar yang dihadapi.

Ada beberapa pengertian menurut ahli mengenai strategi, antara lain :

1. Menurut (Kotler, Armstrong, and Opresnik 2018), strategi merupakan rencana tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu unit bisnis.
2. (Johnson et al. 2020) mendefinisikan strategi sebagai arah jangka panjang yang diambil oleh suatu organisasi untuk memperoleh keunggulan dengan mengatur sumber daya dan menyesuaikan diri dengan lingkungan yang dinamis, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).
3. Menurut Porter dalam buku (Rangkuti 2015), menyatakan bahwa strategi adalah instrumen penting untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Strategi adalah proses atau alat yang digunakan bisnis untuk memperoleh keunggulan kompetitif dengan menganalisis dan memahami lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) untuk memastikan kelangsungan hidupnya.

(Kotler, Armstrong, and Opresnik 2018) strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, termasuk strategi rinci untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan anggaran pemasaran. (Assauri 2015) mendefinisikan pemasaran sebagai hasil dari aktivitas bisnis yang berkaitan langsung dengan aliran barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti akan memanfaatkan beberapa konsep teori yang sudah ada untuk memperjelas metode yang akan diterapkan, yaitu studi deskriptif yang bertujuan menggambarkan kondisi sosial yang kompleks.

Fokus penelitian ini adalah pada strategi bauran pemasaran di PT. Mandiri Utama Finance Cabang Kediri.

Metode penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena memudahkan dalam menghadapi berbagai realitas, memungkinkan presentasi langsung hubungan antara peneliti dan responden, serta lebih sensitif dan adaptif terhadap berbagai pengaruh dan pola nilai yang dihadapi, meskipun mungkin melibatkan bahasa yang kompleks. Metode kualitatif yang dipilih adalah penelitian lapangan, yang juga dapat dianggap sebagai pendekatan komprehensif untuk mengumpulkan data deskriptif kualitatif.

Menurut (Sugiyono 2017), penelitian kualitatif adalah metode penelitian naturalistik karena dilakukan dalam kondisi alami, juga dikenal sebagai metode etnografi, karena awalnya melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif. Berdasarkan filosofi postpositivisme, metode ini digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alaminya (berbeda dengan penelitian eksperimental), dengan peneliti sebagai instrumen utama. Sumber data diambil secara sengaja dan bertahap.

Penelitian ini dilakukan pada objek yang bersifat alami, yang berkembang sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa dimanipulasi oleh peneliti, dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi kegiatan yang sedang berlangsung dalam objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif, instrumennya adalah orang, yang disebut sebagai instrumen manusia, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk menjadi instrumen dalam penelitian, peneliti harus memiliki pedoman teori dan wawasan yang luas, sehingga dapat melakukan wawancara, analisis, pengambilan foto, dan menjelaskan situasi sosial yang diteliti agar menjadi jelas dan bermakna.

4. Hasil Analisis

4.1 Hasil Penelitian

Analisis Produk (*Product*)

PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri mempunyai beberapa jenis produk pembiayaan beragam jenisnya, sehingga nasabah bisa menggunakan pembiayaan mana yang akan digunakan. Ragam jenis pembiayaan seperti pembiayaan kendaraan baru

mobil baru, truk baru, bus baru dan motor baru. Pembiayaan kendaraan bekas seperti mobil bekas, bus bekas, truk bekas, dan motor bekas. Peminjaman dana tunai dengan jaminan BPKB mobil, BPKP truk, BPKB bus, dan BPKB motor. Pembiayaan produk KKB Mandiri seperti dana tunai KKB, mobil baru KKB, mobil bekas KKB, motor baru KKB, motor bekas KKB, bus baru dan bekas KKB, truk baru dan bekas KKB. Dan pembiayaan yang terakhir yaitu produk pembiayaan syariah BSI seperti dana tunai KKB syariah, mobil baru dan bekas KKB syariah, motor baru dan bekas KKB syariah, bus baru dan bekas KKB syariah, dan truk baru dan bekas KKB syariah.

Dengan banyak ragam pilihan pembiayaan yang ada pada PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri diharapkan bisa dan mampu membuat nasabah merasa puas serta yakin untuk menggunakan jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri.

Analisis Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran dikarenakan menjadi faktor penting yang digunakan perusahaan dalam mencapai target pemasarannya. Dalam penetapan harga uang muka dan angsuran paling terjangkau dikelasnya yang diberikan ke nasabah mampu bersaing dengan kompetitor perusahaan finance lainnya dengan bidang yang sama. Kebijakan mengenai harga dan tenor dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri adalah memperhitungkan tahun kendaraan mobil, uang muka, serta tenor yang diambil.

Untuk pembayaran angsuran nasabah, pembayaran dapat dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo. Pembayaran disarankan untuk menggunakan auto debet dari rekening Tabungan mandiri selain dari auto debet juga bisa menggunakan pembayaran melalui mitra indomart dan alfamart.

Analisis Tempat/Distribusi (*Place*)

PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri berada di Lokasi yang sangat strategis di kota Kediri yaitu di jalan Sukarno hatta Nomor 19-23, Dusun Doko, Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Lokasi sangat menguntungkan dikarenakan berada dikawasan showroom dan dealler kendaraan

bermotor sehingga memudahkan urusan untuk melakukan kesepakatan pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri dikarenakan jarak antara dealler dan kantor dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri yang dekat.

Analisis Promosi (*Promotion*)

PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri melakukan berbagai macam promosi yang bertujuan agar produk dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri lebih dikenal banyak orang dan penjualan mengalami peningkatan. Dalam pelaksanaan promosi, PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri memanfaatkan sarana promosi yang tersedia serta umum digunakan oleh para kompetitornya.

Sarana tersebut digunakan untuk promosi yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk, memberitahu, dan mengingatkan calon nasabah akan produk yang ditawarkan melalui periklanan media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, PT. Mandiri Utama Finance menampilkan promosi yang sedang berlangsung pada sorotan agar calon nasabah dapat mudah untuk melihatnya.

Contoh dari promosi yang tampilkan di sosial media PT. Mandiri Utama Finance pada Hujan Promo Juli yaitu uang muka motor mulai dari 10%, bunga mobil mulai dari 2,66%, pinjaman dana sampai dengan 500 juta, bunga motor gede mulai dari 6,97% tenor sampai dengan 4 tahun, angsuran mobil mulai 3 jutaan dengan tenor sampai dengan 7 tahun, angsuran motor mulai 700 ribuan dengan uang muka mulai 10%, angsuran mobil mulai 1,5 juta dan berhadiah garansi mesin transmisi dan AC, angsuran motor bekas mulai 600 ribuan dan berhadiah layanan darurat 24 jam, pinjaman dana tunai sampai dengan 500 juta berhadiah cashback sampai dengan 30 juta.

Salah satu strategi pemasaran berikutnya yang diterapkan PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri yaitu, mengikuti bazar yang diadakan oleh pemerintah kota Kediri yang dilaksanakan kurang lebih satu minggu. Dengan banyaknya antusias masyarakat kota Kediri yang hadir dalam bazar tersebut diharapkan PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri mampu memperkenalkan keunggulan dan produk-produk pembiayaan yang mereka miliki serta menawarkan promosi yang sedang berlangsung.

Analisis Orang/SDM (*Peopple*)

Dalam pemasaran suatu perusahaan yang berhubungan dengan jasa pembiayaan multiguna, maka “orang” yang berfungsi sebagai perantara atau penyedia jasa yang di PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri yaitu *Credit Marketing Officer* sebagai yang berhubungan langsung dengan calon nasabah yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk, memberitahu, dan mengingatkan calon nasabah agar semakin yakin untuk memanfaatkan biaya dari multiguna dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri. Dengan orang/Sumber Daya Manusia (SDM) dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri yang telah berpengalaman diharapkan bisa dan mampu untuk memperkenalkan PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri ke masyarakat dan membuat siklus penjualan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri semakin meningkat.

Analisis Proses (*Process*)

Dalam jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri sangat bagus dalam proses yang sangat cepat dan efektif yaitu hanya membutuhkan satu sampai dua hari dari *credit marketing officer* melakukan survei kerumah calon nasabah. Hal tersebut jika data kelengkapan calon nasabah sudah lengkap dan terpenuhi. Data yang digunakan untuk melangsungkan jasa pembiayaan di PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri cukup mudah untuk dilengkapi calon nasabah yaitu, KTP suami dan istri, kartu keluarga, pajak bumi dan bangunan, mutasi rekening 3 bulan terakhir, surat domisili, rekening mandiri, NPWP, dan surat keterangan usaha. Persyaratan tersebut jika sudah terlengkapi saat *credit marketing officer* melakukan survey kerumah nasabah maka akan lebih cepat proses *analyst* dan bisa melakukan serah terima unit kendaraan.

Analisis Bukti/ Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Physical Evidence mencakup fitur atau tampilan fisik yang mencerminkan kualitas layanan, misalnya dekorasi, seragam karyawan, gedung pelayanan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri dan kualitas komunikasi. *Physical Evidence* sangat berpengaruh. Bukti fisik dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri yaitu Gedung kantor yang megah membuat calon nasabah semakin yakin untuk

menggunakan jasa dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri, menggunakan seragam kerja dan pakaian yang calon nasabah akan lebih percaya untuk menggunakan jasa pembiayaan PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri, penggunaan aplikasi livin mandiri untuk peng-auto debet pada angsuran nasabah, layanan cepat dan tanggap kepada nasabah yang akan dilayani *credit marketing officer* dan *customer service*.

4.2 Analisis SWOT

Melalui wawancara dengan para informan terkait, serta observasi dan dokumentasi, peneliti mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang berkaitan dengan strategi untuk meningkatkan volume penjualan di PT. Mandiri Utama Finance Cabang Kediri.

Tabel 2. Analisis SWOT

<i>Internal</i>	
<i>Strenghts (kekuatan) :</i> a) Memiliki program pembiayaan uang muka ringan dengan tenor yang Panjang. b) Pegawai yang berpengalaman dalam memberikan pelayanan ke nasabah. c) <i>Top up</i> dana tunai sampai dengan 500 juta. d) Lokasi kantor yang sangat strategis e) Kebebasan pemilihan tanggal jatuh tempo sesuai dengan tanggal serah terima kendaraan. f) Bisa melakukan pelunasan sebelum tenor habis, bunga akan dihapuskan dan dikenakan pinalti yang kecil. g) Menjalni kerjasama dengan showroom dan dealer yang sudah dipercaya Masyarakat. h) Proses pelayanan pencairan yang cepat satu sampai dua hari. i) Cover asuransi terhadap kendaraan konsumen yang mencakup 70% dari kerusakan kendaraan konsumen. j) Syarat pembiayaan mudah.	<i>Weakness (Kelemahan) :</i> a) Media sosial terkhusus instgram dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri sempat tidak aktif dalam waktu yang lama. b) Proses pengisian data nasabah masih menggunakan paper, sehingga kurang efektif dikarenakan competitor sudah menggunakan sistem digital. c) Lahan parkir pada Mandiri Utama Finance di Kediri yang kurang luas untuk menampung mobil nasabah yang hendak ke kantor Mandiri Utama Finance di Kediri. d) Tidak melakukan inovasi promosi pada tren yang tengah ramai di masyarakat.
<i>Eksternal</i>	
<i>Opportunities (peluang) :</i> a) Melakukan inovasi promosi bulan special.	<i>Threats (Ancaman) :</i> a) Pasca pandemi covid 19 daya beli masyarakat pada kendaraan bermotor

<p>b) Citra yang positif dari nasabah yang sudah menggunakan jasa dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan calon nasabah lain untuk menggunakan jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri.</p> <p>c) Mengikuti perkembangan di Masyarakat yaitu para pengusaha dan UMKM membutuhkan kendaraan untuk operasional bisnis mereka, namun mereka lebih memilih untuk membeli secara kredit sehingga uang mereka bisa diputar Kembali.</p> <p>d) Dengan banyaknya pilihan ragam pembiayaan membuat PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri dijadikan pilihan pertama oleh masyarakat untuk melakukan kredit kendaraan.</p> <p>e) Bunga dan uang muka yang rendah diantara kompetitor sehingga mampu bersaing dan mendapatkan banyak kepercayaan calon nasabah yang hendak menggunakan jasa pembiayaan dari PT. Mandiri Utama Finance cabang Kediri.</p>	<p>mulai menurun dikarenakan ekonomi yang belum stabil.</p> <p>b) Persaingan dengan kompetitor sangat tinggi, dikarenakan kompetitor berada di bawah perusahaan perbankan terbesar di Indonesia yang menimbulkan persepsi masyarakat bahwa lebih terjangkau dan efisien.</p> <p>c) Beberapa nasabah yang hendak melakukan transaksi kredit terhalang dikarenakan nama nasabah terblokir pada Bank Indonesia Checking sehingga proses pembiayaan tidak dapat dilanjutkan.</p>
--	--

4.3 Matriks IFAS

Tabel 3. Hasil Analisis IFAS (*Internal Factor Summary System*)

No.	Faktor Penentu Internal	Bobot	Peringkat	Skor	Komentar
Strenghts (Keakuan)					
1	Memiliki program pembiayaan uang muka ringan dengan tenor yang Panjang.	0,10	4	0,40	Dipertahankan
2	Syarat pembiayaan mudah.	0,15	3	0,45	Dipertahankan
3	Pegawai yang berpengalaman dalam memberikan pelayanan ke nasabah.	0,10	3	0,30	Dipertahankan
4	Top up dana tunai sampai dengan 500 juta.	0,15	3	0,45	Dipertahankan
5	Lokasi kantor PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri yang sangat strategis.	0,10	3	0,30	Dipertahankan
6	Bisa melakukan pelunasan sebelum tenor	0,10	3	0,30	Dipertahankan

	habis, bunga akan dihapuskan dan dikenakan pinalti yang kecil.				
7	Menjalin kerjasama dengan showroom dan dealer yang sudah dipercaya masyarakat.	0,10	3	0,30	Dipertahankan
8	Proses pelayanan pencairan yang cepat satu sampai dua hari.	0,15	3	0,45	Dipertahankan
Total		0,95		2,95	
Weakness (Kelemahan)					
1	Media sosial terkhusus instgram dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri sempat tidak aktif dalam waktu yang lama.	0,05	2	0,10	Lebih Ditingkatkan
2	Proses pengisian data nasabah masih menggunakan paper, sehingga kurang efektif dikarenakan competitor sudah menggunakan sistem digital.	0,07	2	0,14	Lebih Ditingkatkan
3	Lahan parkir pada kantor Mandiri Utama Finance di Kediri yang kurang luas untuk menampung mobil nasabah yang hendak ke kantor Mandiri Utama Finance di Kediri.	0,05	2	0,10	Lebih Ditingkatkan
4	Tidak melakukan inovasi promosi pada tren yang tengah ramai di masyarakat.	0,07	2	0,14	Lebih Ditingkatkan
Total		0,24		0,34	
Total Skor Internal		1,19		3,29	

Sumber : Hasil Olah Data Oleh Peneliti (2024)

Dari hasil analisis tabel IFAS diatas, faktor kekuatan (strengths) menghasilkan total nilai skor sebesar 2,95, sedangkan total nilai skor kelemahan (weakness) adalah 0,34.

4.4 Matriks EFAS

Tabel 4. Hasil Analisis EFAS (*Eksternal Factor Summary System*)

No.	Faktor Penentu Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor	Komentar
Opportinities (Peluang)					
1.	Melakukan inovasi promosi bulan spesial	0,15	4	0,60	Ditingkatkan
2.	Citra yang positif dari nasabah yang sudah menggunakan jasa dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan calon nasabah lain untuk menggunakan jasa pembiayaan dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.	0,10	3	0,30	Dimanfaatkan
3.	Mengikuti perkembangan di Masyarakat yaitu para pengusaha dan UMKM membutuhkan kendaraan untuk operasional bisnis mereka, namun mereka lebih memilih untuk membeli secara kredit sehingga uang mereka bisa diputar Kembali.	0,12	3	0,36	Ditingkatkan
4.	Dengan banyaknya pilihan ragam pembiayaan membuat PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri dijadikan pilihan pertama oleh masyarakat untuk melakukan kredit kendaraan.	0,10	3	0,30	Dimanfaatkan
5.	Bunga dan uang muka yang rendah diantara kompetitor sehingga mampu bersaing dan mendapatkan banyak kepercayaan calon nasabah yang hendak menggunakan jasa pembiayaan dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.	0,20	4	0,80	Dimanfaatkan
Total		0,67		2,36	
Threats (Ancaman)					
1.	Pasca pandemi covid 19 daya beli masyarakat pada kendaraan bermotor mulai menurun dikarenakan ekonomi yang belum stabil.	0,15	2	0,30	Perlu mengkaji ulang strategi sesuai situasi sekarang.
2.	Persaingan dengan kompetitor sangat tinggi, dikarenakan kompetitor berada di bawah perusahaan perbankan terbesar di Indonesia yang menimbulkan persepsi masyarakat bahwa lebih terjangkau dan efisien.	0,20	2	0,40	Perlu meningkatkan daya saing.

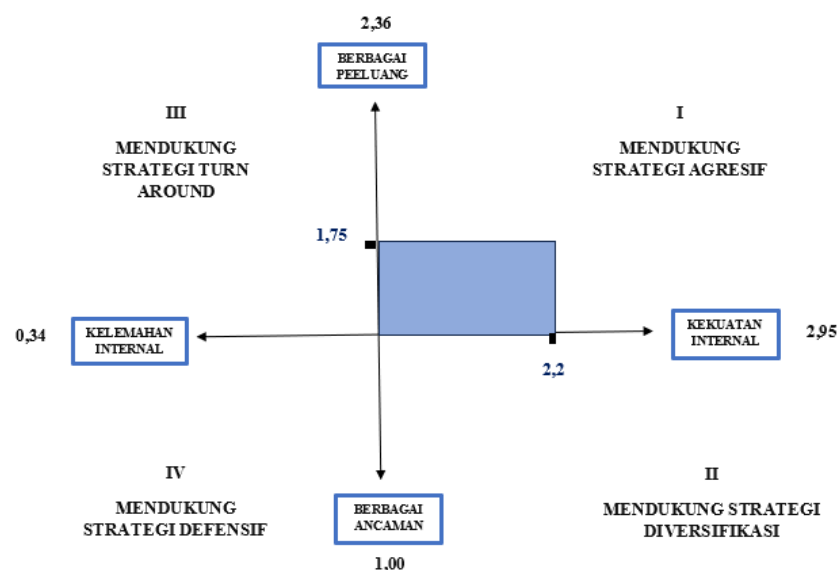
3.	Beberapa nasabah yang hendak melakukan transaksi kredit terhalang dikarenakan nama nasabah terblokir pada Bank Indonesia checking sehingga proses pembiayaan tidak dapat dilanjutkan.	0,15	2	0,30	Perlu dilakukan kajian ulang terhadap persyaratan dan Solusi untuk nasabah.
Total		0,05		1,00	
Total Skor Eksternal		1,09		3,22	

Sumber : Hasil Olah Data Oleh Peneliti (2024)

Dari hasil analisis tabel EFAS diatas, faktor peluang (*opportunities*) menghasilkan total nilai skor sebesar 2,36, sedangkan total nilai skor faktor ancaman (*threats*) adalah 1,00. Rincian hasil nilai skor masing – masing fakgtor yaitu faktor kekuatan (*strengths*) sebesar 2,95, kelemahan (*weakness*) sebesar 0,34, faktor peluang (*opportunities*) sebesar 2,36, dan faktor ancaman (*threats*) sebesar 1,00.

4.5 Diagram Analisis SWOT

Nilai total skor dari masing-masing faktor diperinci Kembali yaitu kekuatan (*strengths*) sebesar 2,95, kelemahan (*weakness*) sebesar 0,34, faktor peluang (*opportunities*) sebesar 2,36, dan faktor ancaman (*threats*) sebesar 1,00. Maka dapat diketahui selisih total faktor kekuatan dan kelemahan adalah 2,61, sedangkan selisih total skor faktor peluang dan ancaman adalah 1,36. Kesimpulan terhadap hasil kuadran dalam bentuk diagram terhadap dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Digram Analisis SWOT

Dari hasil gambar diagram analisis SWOT diatas, menunjukan bahwa PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri memiliki kekuatan dan peluang sehingga memiliki kemungkinan besar dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki dan hal tersebut berada di jalur yang tepat dengan terus melakukan usaha strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri. Strategi yang harus digunakan pada kondisi tersebut ialah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Selain digambarkan dalam bentuk diagram analisis SWOT, nilai total dari masing-masing faktor juga digambarkan dalam bentuk rumusan matriks SWOT dalam tabel berikut :

Tabel 5. Rumusan Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO (Strengths Opportunities) Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang $2,95 + 2,36 = 5,31$	Strategi WO (Weakness Opportunities) Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang $0,34 + 2,36 = 2,7$
THREATS (T)	Strategi ST (Threats Opportunities) Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman $2,95 + 1,00 = 3,95$	Strategi WT (Weakness Threats) Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman $0,34 + 1,00 = 1,34$

Sumber : Hasil Olah Data Oleh Penulis (2024)

4.6 Matriks SWOT

Matriks SWOT menggambarkan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri. Analisis dengan menggunakan model matriks SWOT ini menggunakan data yang dihasilkan dari table IFAS dan EFAS PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.

Setelah menghitung nilai skor dari faktor internal dan eksternal pada table sebelumnya yaitu table 4.2 dan 4.3 maka akan disusun menjadi matriks SWOT yang

digunakan untuk menganalisis rumusan alternatif strategi SO (*Strenghts Opportunities*), WO (*Weakness Opportunities*), ST (*Threats Opportunities*), dan WT (*Weakness Threats*) yang hasil analisisnya dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Matriks SWOT

	STRENGHTS (S)	WEAKNESS (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki program pembiayaan uang muka ringan dengan tenor yang Panjang. Syarat pembiayaan mudah. Pegawai yang berpengalaman dalam memberikan pelayanan ke nasabah. Top up dana tunai sampai dengan 500 juta. Lokasi kantor PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri yang sangat strategis. Bisa melakukan pelunasan sebelum tenor habis, bunga akan dihapuskan dan dikenakan pinalti yang kecil. Menjalin kerjasama dengan showroom dan dealer yang sudah dipercaya Masyarakat. Proses pelayanan pencairan yang cepat satu sampai dua hari. 	<ol style="list-style-type: none"> Media sosial terkhusus instgram dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri sempat tidak aktif dalam waktu yang lama. Proses pengisian data nasabah masih menggunakan paper, sehingga kurang efektif dikarenakan competitor sudah menggunakan sistem digital. Lahan parkir pada kantor Mandiri Utama Finance di Kediri yang kurang luas untuk menampung mobil nasabah yang hendak ke kantor Mandiri Utama Finance di Kediri. Tidak melakukan inovasi promosi pada tren yang tengah ramai di masyarakat.
EFAS		
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO <i>(Strenghts Opportunities)</i>	STRATEGI WO <i>(Weakness Opportunities)</i>
<ol style="list-style-type: none"> Melakukan inovasi promosi bulan special Citra yang positif dari nasabah yang sudah menggunakan jasa dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan calon nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan promosi bulan special yang secara rutin sehingga calon nasabah akan menunggu promo bulan special untuk mendapatkan benefit tertentu. 	<ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan citra positif dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri untuk memikat calon nasabah yang hendak menggunakan jasa pembiayaan. Meningkatkan inovasi promosi yang Tengah

<p>lain untuk menggunakan jasa pembiayaan dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.</p> <p>3. Mengikuti perkembangan di masyarakat yaitu para pengusaha dan UMKM membutuhkan kendaraan untuk operasional bisnis mereka, namun mereka lebih memilih untuk membeli secara kredit sehingga uang mereka bisa diputar Kembali.</p> <p>4. Dengan banyaknya pilihan ragam pembiayaan membuat PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri dijadikan pilihan pertama oleh masyarakat untuk melakukan kredit kendaraan.</p> <p>5. Bunga dan uang muka yang rendah diantara kompetitor sehingga mampu bersaing dan mendapatkan banyak kepercayaan calon nasabah yang hendak menggunakan jasa pembiayaan dari PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.</p>	<p>2. Meningkatkan kualitas layanan pekerjaan ke nasabah sesuai tupoksi dan membuat konsumen puas sehingga tercipta citra yang baik untuk PT Mandiri Utama Finance di Masyarakat.</p> <p>3. Memanfaatkan dengan memiliki bunga yang rendah sedikit lebih unggul daripada competitor namun harus dosialisasikan di Masyarakat agar lebih banyak orang mengetahui.</p> <p>4. Meningkatkan hubungan baik dengan mitra bisnis dealer dan showroom.</p> <p>5. Memanfaatkan lokasi kantor yang strategis sangat membantu untuk meningkatkan kepercayaan calon nasabah.</p>	<p>menjadi tren di Masyarakat sehingga membuat semakin dikenal dan produk banyak dikenal.</p> <p>3. Memanfaatkan kondisi Dimana sekarang Masyarakat lebih memilih kredit untuk kendaraan karena uang mereka bisa diputar kembali untuk usahanya sehingga berkelanjutan untuk kendaraan dan uang untuk usaha.</p> <p>4. Memanfaatkan dengan banyaknya ragam pilihan pembiayaan memudahkan calon nasabah untuk melangsungkan pembiayaan di PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.</p> <p>5. Memanfaatkan bunga dan uang muka yang rendah untuk bisa bersaing dengan competitor.</p>
THREATS (T)	STRATEGI ST <i>(Threats Opportunities)</i>	STRATEGI WT <i>(Weakness Threats)</i>
<p>1. Pasca pandemi covid 19 daya beli masyarakat pada kendaraan bermotor mulai menurun dikarenakan ekonomi yang belum stabil.</p> <p>2. Persaingan dengan kompetitor sangat tinggi, dikarenakan kompetitor berada di bawah perusahaan perbankan terbesar di Indonesia yang menimbulkan persepsi masyarakat bahwa lebih terjangkau dan efisien.</p>	<p>1. Memaksimalkan penjualan dan menjaga kualitas pelayanan serta terus mengungguli pesaing dengan produk, kelebihan dan promosi pada PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri.</p> <p>2. Mengkaji ulang, mengatur, mengantisipasi, dan menerapkan beberapa strategi untuk menghadapi masalah yang tidak terduga terjadi.</p>	<p>1. Memanfaatkan dan meningkatkan kegiatan promosi di media sosial yang bertujuan untuk menambah volume penjualan pasca pandemi.</p> <p>2. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah agar mampu bersaing dengan kompetitor dari segi <i>service</i>.</p>

3. Beberapa nasabah yang hendak melakukan transaksi kredit terhalang dikarenakan nama nasabah terblokir pada BI checking sehingga proses pembiayaan tidak dapat dilanjutkan.		3. Menampilkan produk-produk dan promo yang sedang berlangsung di PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri untuk memancing minat calon nasabah.
--	--	---

Sumber : Hasil Olah Data Oleh Penulis (2024)

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan di PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam strategi pemasarannya, PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi distribusi atau tempat, serta strategi promosi, strategi orang atau sumber daya manusia (SDM), strategi proses, dan strategi tampilan fisik. Selain itu, perusahaan juga melakukan analisis SWOT.
2. IFAS adalah 3,29 dan EFAS adalah 3,22, sesuai dengan hasil perhitungan tabel matriks IFAS dan EFAS. Rincian masing-masing faktor adalah sebagai berikut: ancaman sebesar 1,00, peluang sebesar 2,36, kelemahan sebesar 0,34, dan kekuatan sebesar 2,95. Strategi utama PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri adalah strategi yang mengedepankan strategi pertumbuhan yang agresif, seperti yang ditunjukkan oleh hasil temuan analisis IFAS dan EFAS serta diagram analisis SWOT yang menunjukkan hasil pada kuadran I.
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri berada pada posisi yang tepat dan menguntungkan. Dengan mengoptimalkan produk-produk pembiayaan serta promosi yang dimiliki, berbagai inovasi promosi dapat dilakukan dengan menampilkan keunggulan produk dan kualitas layanan untuk menarik lebih banyak calon nasabah. Situasi ini dimanfaatkan karena masyarakat lebih memilih membeli kendaraan secara kredit, memungkinkan uang mereka untuk diinvestasikan kembali dalam usaha. Menjaga citra baik PT Mandiri Utama Finance cabang Kediri di masyarakat

menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan.

6. Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. "Manajemen Pemasaran". Jakarta: *PT Raja Grafindo Persada*. (2018).
- Johnson, Gerry, Richard Whittington, Kevan Scholes, Duncan Angwin, and Patrick Regnér. "Exploring Strategy Text and Cases Eleventh Edition". *American Journal of Obstetrics and Gynecology*. Pearson UK. (2020).
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, and Marc Oliver Opresnik. "Principles of Marketing. Early Greek Mythography", Vol. 1: *Texts*. Pearson. (2018).
- Rangkuti, Freddy. "Analisis SWOT". Jakarta : *PT Gramedia Pustaka Utama*. (2015).
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung: *CV. Alfabeta*. (2017).