

ABSTRAK

PT. Tunas Mobilindo Perkasa (Tunas Daihatsu) adalah perusahaan otomotif yang memproduksi kendaraan berjenis mobil. Dalam dunia bisnis terdapat persaingan antar perusahaan sejenis untuk bersaing mendapatkan konsumen, khususnya dalam bisnis otomotif. Tunas Daihatsu memiliki pesaing sejenis yang menawarkan produk sejenis, akan tetapi produk yang dikeluarkan Tunas Daihatsu memiliki keunggulan tersendiri yang dapat menjadikan Tunas Daihatsu salah satu *dealer* otomotif di Indonesia khususnya daerah Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan oleh Tunas Daihatsu serta untuk mengetahui strategi yang akan dilakukan perusahaan dimasa mendatang dengan menggunakan metode analisis SWOT. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari Analisis SWOT dalam penelitian ini yang membahas setiap elemen dalam bauran promosi menggunakan matriks SWOT yang terdiri dari matriks periklanan, matriks promosi penjualan, matriks penjualan pribadi, matriks pemasaran langsung, dan matriks hubungan masyarakat yang menghasilkan berbagai strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk saat ini hingga dimasa yang akan datang.

Kata kunci: Tunas Daihatsu, bauran promosi, analisis SWOT.