

ABSTRAK

Semakin berkembangnya jumlah penduduk dan semakin besarnya minat masyarakat menggunakan jasa transportasi darat khususnya jasa transportasi bus untuk melakukan tour atau bepergian ke berbagai daerah terutama di Cianjur, menyebabkan semakin banyak para pengusaha baru yang melirik peluang bisnis dalam bidang jasa transportasi bus dalam bentuk Perusahaan Otobus (PO).

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang selama ini digunakan dalam meningkatkan volume penjualan produk jasa pada PO MSP Trans dan 2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan dalam meningkatkan volume penjualan produk PO MSP Trans di masa akan datang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif, pengumpulan data dengan teknik wawancara dan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling jenuh, dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Temuan dari hasil penelitian ini adalah 1). Strategi pemasaran yang selama ini digunakan dalam meningkatkan volume penjualan produk jasa PO MSP Trans antara lain: berupaya maksimal dalam mempromosikan armada yang bervariasi, memberikan harga yang berbeda kepada konsumen lama yang memiliki loyalitas, berusaha menjaga citra perusahaan yang sudah dikenal cukup baik di kalangan masyarakat Cianjur dan 2) Strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh PO MSP Trans untuk meningkatkan penjualan produknya di masa akan datang antara lain yaitu: meningkatkan kegiatan promosi serta pemasaran, membuat layanan (customer care) untuk mendengar keluhan dari konsumen dan meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki PO MSP Trans

Kata Kunci: Analisa SWOT, Strategi Pemasaran, PO MSP Trans