

ABSTRAK

CV BJP merupakan suatu perusahaan yang terletak di daerah Rancaekek yang bergerak dibidang jasa penyewaan *forklift*. CV BJP memiliki 11 unit *forklift* dengan kapasitas 2 sampai dengan 7 ton. Rata-rata permintaan sewa harian di CV BJP adalah sebanyak 5 sampai dengan 7 unit *forklift*. Sedangkan jumlah unit *forklift* di CV BJP adalah sebanyak 12 unit. Dengan peluang pasar sebesar 84,8% atau 25 dari 33 perusahaan di Rancaekek yang membutuhkan jasa penyewaan *forklift* setiap harinya, seharusnya CV BJP dapat memaksimalkan peluang tersebut. Oleh karena itu diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat guna bagi CV BJP untuk meningkatkan frekuensi permintaan penyewaan *forklift*.

Metode yang dilakukan yaitu dengan menggunakan Matriks IE yaitu dengan menganalisis parameter yang digunakan yaitu total skor IFAS dan total skor EFAS. Dari matriks IE, akan didapatkan posisi internal dan eksternal perusahaan sekaligus alternative strategi yang dapat dikembangkan. Kemudian dilakukan juga analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman eksternal perusahaan. Analisis SWOT menghasilkan beberapa alternative strategi yang ditunjukkan dengan matrik SWOT dengan mempertimbangkan keempat faktor yang telah dianalisis.

Berdasarkan hasil analisis internal eksternal perusahaan dan analisis SWOT, maka diperoleh kesimpulan bahwa terdapat tiga alternative strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan berdasarkan Matriks IE dan Analisis SWOT. Tiga alternative strategi tersebut adalah CV BJP harus melakukan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas produk, CV BJP harus mencari perusahaan besar yang membutuhkan jasa penyewaan *forklift* dalam skala besar, CV BJP harus meningkatkan variasi dan kuantitas produk sesuai dengan kebutuhan pasar, agar tetap ikut bersaing di industri jasa penyewaan alat berat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Faktor Internal-Eksternal, Analisis SWOT