

ABSTRAK

Shuttle Travel Flociti merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang travel yang menawarkan biro jasa perjalanan khususnya Bandung-Jatinangor. Hasil pendapatan Shuttle Travel Flociti pada bulan Mei 2018 sampai bulan Mei 2019 dapat dilihat bahwa ada beberapa bulan pendapatan yang tidak memenuhi target pendapatan yang sudah ditentukan. Karena itu Shuttle Travel Flociti harus merencanakan strategi baru supaya meningkatkan pendapatan agar bisa mencapai target yang sudah ditentukan. Strategi pemasaran yang dirancang Shuttle Travel 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 5 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan perusahaan. Berdasarkan hasil QSPM dari 5 alternatif terdapat salah satu alternatif strategi yang diprioritaskan yaitu Memanfaatkan teknologi yang ada untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa travel shuttle secara online seperti melalui media sosial dan *e-commerce*. Dengan nilai skor TAS sebesar 6,379.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM