

## **INTISARI**

### **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA SEWA MOBIL KHASANA H TRANS DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT”.**

Oleh

Ali Sofyan Marzuki

08150801 E

Persaingan bisnis sewa mobil di Ceper, Klaten sangatlah ketat. Pada satu kecamatan yaitu di Ceper, Klaten terdapat 11 usaha sewa mobil sejenis. Berdasarkan fakta yang telah dijelaskan, maka KHASANA H TRANS sebagai perusahaan pendatang baru di bidang jasa sewa mobil haruslah memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner pada konsumen KHASANA H TRANS selama kurun waktu 4 bulan, kemudian dilakukan uji validitas dan uji reabilitas terhadap data kuisisioner yang terkumpul.

Data yang lolos uji validasi dan reliabel kemudian dibagi menjadi data faktor strategi internal (IFS) dan data faktor strategi eksternal (EFS). Berdasarkan hasil analisis nilai IFS dan EFS adalah 2,8 dan 3,01. Sementara berdasarkan analisis posisi perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT, posisi KHASANA H TRANS berada pada kuadran 1, yaitu area GROWTH. Strategi yang cocok pada posisi ini adalah strategi S-O yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-O yang harus dilakukan oleh KHASANA H TRANS adalah 1) Mengintensifkan promosi dengan menampilkan kualitas armada pada iklan tersebut dengan memanfaatkan teknologi terkini. 2) Rutin dalam melakukan perawatan armada, sehingga kualitas armada tetap terjaga. 3) Memberikan pelatihan/kursus bahasa inggris dan etika pelayanan kepada sopir. 4) Mengadakan ivent paket wisata dengan tujuan lokasi-lokasi wisata terbaru.

Kata kunci : Metode SWOT, Faktor Strategi Internal (IFS), Faktor Strategi Eksternal (EFS), diagram matrik SWOT, Strategi SWOT

## **ABSTRACT**

### **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA SEWA MOBIL KHASANAH TRANS DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT”.**

Oleh

Ali Sofyan Marzuki

08150801 E

Bussines competition of rent car in Ceper, Klaten in very intens. In a subdistrict in Ceper, Klaten there are 11 rent car componies of the same type of cars. Based on the fact, KHASANAH TRANS as a new company in rent car has to have appropriate marketing strategies to compete.

This reseach was done by distributing a questionnaire to consumers of KHASANAH TRANS for 4 month. Then I can validity test and reliability test of the questionnaire data collected.

The data verified by validity and reliability test were then devided in to Internal Factor Strategies (IFS) and Eksternal Factor Strategies (EFS), bassed on the analysis result, the IFS and EFS scored 2,8 and 3,01 respectively. Based on the company position analysis using SWOT analysis KHASANAH TRANS was in quadrant 1, that is GROWTH area. The oppropriate strategy in this position were the S-O strategy by using all resources to maximize chance. The S-O strategies KHASANAH TRANS had to perform were: 1) Intensify promotions by displaying its cars on adverstisements with the latest technology. 2) Take care of its car routinely to keep then in good condition. 3) Give drivers English and service etiquette course. 4) Hold event of tours to the newest toursites.

The keyword : SWOT methods, Internal Factor Strategies (IFS) and Eksternal Factor Strategies, SWOT matrix diagram, SWOT strategies.