

ABSTRAK

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin meningkat dengan ketat, barang dan jasa yang ada di pasaran bisa memiliki keseragaman antara produk yang satu dengan produk yang lain. Hal ini dapat terjadi karena suatu produk yang sukses di pasar akan segera diikuti oleh para pesaing dengan menghasilkan produk yang sejenis. CV. Iman Nurcahaya merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang *Jasa Engineering dan Manufacture*, dan saat ini banyak perusahaan sejenis yang akan menjadi pesaing untuk perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi *internal* dan *eksternal* perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan dalam strategi pemasarannya serta meningkatkan *volume* penjualan pada CV. Iman Nurcahaya terhadap persaingan pasar. Analisis SWOT adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan beberapa tahapan yakni pendefinisain masalah, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari matriks SWOT memperlihatkan bahwa dari beberapa faktor *internal* IFAS dan faktor *eksternal* EFAS bahwa CV. Iman Nurcahaya memiliki kekuatan yang cukup besar dengan skor 1,75. Akan tetapi CV. Iman Nurcahaya mempunyai ancaman dengan skor 1,35 yang nilainya mendekati skor kekuatan. Kondisi perusahaan berada pada strategi S-T (*Strength-Threats*) yaitu perusahaan memiliki kekuatan akan tetapi juga memiliki ancaman perusahaan kedepannya yang dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan sendiri. alternatif strategi yaitu dengan menggunakan strategi diversifikasi dengan memanfaatkan tenaga kerja ahli agar bisa membuat produk yang bisa menekan harga bahan baku dengan tidak mengurangi kualitas dari produk itu sendiri.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, IFAS dan EFAS.

ABSTRACT

Competition in today's business world is increasingly fierce, goods and services on the market can have uniformity between one product and another. This can happen because a successful product in the market will soon be followed by competitors by producing similar products. CV. Iman Nurcahaya is a business entity engaged in Engineering and Manufacturing Services, and currently many similar companies will become competitors for the company. The purpose of this study was to determine the company's internal and external conditions and also to determine the company's position in its marketing strategy and increase sales volume at CV. Iman Nurcahaya against market competition. SWOT analysis is the method used in this study with several stages, namely problem definition, data collection, data processing, data analysis and drawing conclusions. The results of the SWOT matrix show that from several IFAS internal factors and EFAS external factors that CV. Iman Nurcahaya has great strength with a score of 1.75. However, CV. Iman Nurcahaya has a threat with a score of 1.35 whose value is close to the strength score. The condition of the company is in the S-T (Strength-Threats) strategy, namely the company has strength but also has a threat to the company in the future which can result in losses for the company itself. While the alternative strategy is to use a diversification strategy by utilizing expert workers so that they can make products that can reduce the price of raw materials without reducing the quality of the product itself.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT, IFAS and EFAS analysis.