

## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL CV.MOMO PRIMA JAYA SANGATTA

**Mega Amelia<sup>1</sup>, Aji Ratna Kusuma<sup>2</sup>, Indra Wahyudi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta

<sup>2</sup>Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta

Alamat Korespondensi : [megaamelia1928@gmail.com](mailto:megaamelia1928@gmail.com)

Diterima: Juni 2023; Disetujui: Agustus 2023; Dipublish: September 2023

**Abstract:** *This study aims to analyze marketing strategies through strengths, weaknesses, opportunities and threats, to compile IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) and to determine marketing strategies in Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta after being analyzed with SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Data was collected through observation and interview methods with the business owner, namely Mr. Herawan as the main rector. The results of this study showed the following values: (1) The results of the EFAS analysis were 3.166 (2) The results of the IFAS analysis obtained a score of 3.568. Based on the results of the SWOT analysis, CV. Momo Prima Jaya Sangatta Travel is in the Quadrant I position using Strengths and Opportunities and the strategy used is the Aggressive S-O Strategy by using internal strengths to take advantage of opportunities as much as possible.*

**Keywords:** *Marketing Strategy; SWOT Analysis (,).*

**Abstrak:** *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, untuk menyusun IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dan untuk mengetahui strategi pemasaran pada Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta setelah dianalisis dengan SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats). Data dikumpulkan melalui metode Observasi dan Wawancara kepada Pemilik Usaha yaitu Bapak Herawan selaku di Rektur Utama. Hasil penelitian tersebut menunjukkan nilai sebagai berikut : (1) Hasil analisis EFAS adalah sebesar 3,166 (2) Hasil analisis IFAS diperoleh skor sebesar 3,568. Berdasarkan Hasil Analisis SWOT, Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta berada pada posisi Kuadran I menggunakan Kekuatan dan Peluang dan Strategi yang digunakan ialah Strategi Agresif S-O dengan menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.*

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran; Analisis SWOT.*

**How to Cite:** Amelia, M., Kusuma, A.R., Wahyudi, Indra. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada Travel CV. MOMO Prima Jaya Sangatta. *Jurnal Tinta Nusantara*, 9 (2): 01-05.

\* DOI: <http://dx.doi.org/10.55770/tn.v9i2.133>

Available Online: September 2023

2023. Published by LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sangatta. This is an open access article under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License..



## **Pendahuluan**

Saat ini semakin banyak bisnis usaha yang berkembang di bidang pelayanan jasa, khususnya yang bergerak di bidang travel. Semakin banyak bisnis yang sama bermunculan maka semakin besar pula persaingan yang terjadi di antara pelaku bisnis yang sama. Tantangan dan hambatan akan bermunculan dan menjadi kendala bagi para pelaku bisnis dalam mempertahankan bisnis usahanya. Pada umumnya banyak usaha travel yang tidak mampu bertahan lama karena kurang dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang lebih mampu menciptakan dan menjalankan strategi pemasaran yang dapat menarik semakin banyaknya pelanggan. Oleh karena itu, pemasaran menempati posisi yang sangat strategis untuk mencapai suatu keberhasilan pada sebuah bisnis. Dalam menciptakan dan meningkatkan kepercayaan atau loyalitas konsumen, maka pelaku usaha perlu berinovasi, dalam strategi pemasaran. Karena itu, meningkatkan manajemen pemasaran adalah kuncinya. Manajemen pemasaran merupakan alat fundamental dalam mencapai tujuan pengusaha dalam mengembangkan bisnis usahanya. Strategi pemasaran adalah bagian dari taktik yang bias di terapkan oleh perusahaan.

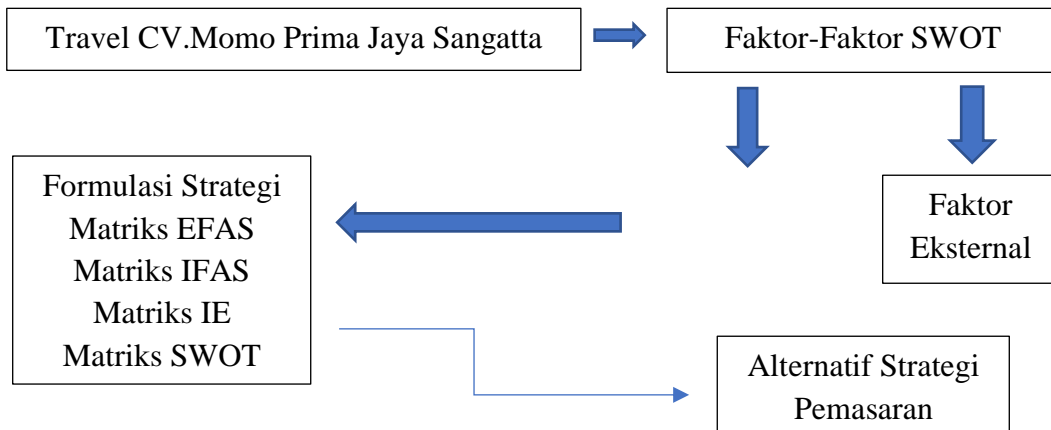
Oleh karena itu semakin banyak strategi pemasaran yang di lakukan maka akan semakin menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut dan dapat menentukan laju pertumbuhan. Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud untuk menelaah lebih dalam internal dan eksternal terlebih dahulu maka Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta akan lebih optimal dalam memanfaatkan ataupun kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang di hadapi nantinya dalam melakukan strategi pemasaran. Kedua faktor tersebut dapat dipertimbangkan dalam Analisis SWOT. Tujuan Penelitian: Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui alternatif Strategi Pemasaran apa yang tepat Pada Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta

## **Kerangka Teori**

Menurut Sofjan Assauri (Assauri, 2007), strategi pemasaran adalah sebagai logika pemasaran dengan unit usaha berharap dapat mencapai sasaran pemasarannya. Sehingga dapat di pahami bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi. pemasaran adalah sebuah proses social manajerial, dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.

**Gambar 1. Kerangka Pikir**



**Sumber : Diolah Peneliti, 2023**

Keterangan :

Penelitian ini di mulai dari lingkungan Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta langkah selanjutnya menganalisis internal dan eksternal Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta, lalu selanjutnya di gambarkan ke dalam diagram SWOT agar mengetahui posisi di kuadran berapa dan kemudian diperoleh beberapa alternative strategi pemasaran yang tepat.

**Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan dimulai pada bulan Oktober hingga bulan Desember 2021. Tempat penelitian digunakan untuk mendapatkan data, informasi, keterangan-keterangan dan hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan serta sekaligus sebagai tempat dilaksanakannya penelitian. Tempat yang akan digunakan sebagai tempat penelitian adalah Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta yang beralamat di Jalan A Muis Jembatan Pinang, Kota Sangatta, Kecamatan Sangatta Selatan, Kabupaten Kutai Timur.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memperoleh data yang akurat, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut : Kuisisioner. merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2013). Peneliti menyebarkan kuisisioner kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut dengan penelitian tersebut.

**Hasil dan Pembahasan**

Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta adalah usaha dibidang jasa dan pelayanan pada transportasi tiket pesawat dan kapal laut yang berdiri sejak tahun 2014 hingga saat ini dan telah buka selama 8 tahun di Jalan A Muis Jembatan Pinang, Kota Sangatta, Kecamatan Sangatta Selatan, Kabupaten Kutai Timur. Lokasi usaha Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta cukup strategis yaitu dipinggir jalan tepatnya di Jalan A Muis Jembatan Pinang dan mudah dijangkau, dan Harga yang relatif terjangkau.

Berdasarkan dari analisis pada tabel matriks IFAS faktor kekuatan mempunyai total skor 3,136 sedangkan faktor kelemahan mempunyai skor 0,432 selisih skor 2,704 jadi total skor keseluruhan 3,568 dan hasil pada tabel matriks EFAS faktor peluang mempunyai total skor 2,592 sedangkan faktor ancaman mempunyai total skor 0,574 selisih skor 2,018 jadi total skor keseluruhan 3,166 Dengan demikian Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta berada pada kuadran I yaitu dengan mendukung strategi agresi SO pada matriks SWOT untuk menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Posisi ini menandakan bahwa Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dari kelemahan dan ancaman. Kondisi seperti ini memungkinkan setiap kekuatan dan peluang dapat di maksimalkan dalam peningkatan usaha Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta.

Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta memiliki beberapa kekuatan dalam menjalankan usahanya, yaitu lokasi yang strategis, memiliki vasilitas yang baik dan memadai, harga terjangkau, kualitas produksi yang terbaik dan memberikan layanan terbaik pada konsumen namun Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta juga memiliki kelemahan seperti tingkat persaingan dibidang Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta yang tinggi, tidak memanfaatkan promosi dengan baik dan kurangnya distribusi

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta dalam menentukan strategi pemasaran dengan menerapkan analisis SWOT maka kesimpulannya yaitu sebagai berikut : (1) Perhitungan IFAS atau faktor internal menghasilkan nilai kekuatan sebesar 3,136 dan nilai kelemahan sebesar 0,432 sedangkan nilai untuk perhitungan EFAS atau faktor eksternal menghasilkan nilai peluang sebesar 2,592 dan ancaman sebesar 0,574. (2) Berdasarkan hasil analisis SWOT, kekuatan yang dimiliki Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta yaitu lokasi strategis, memiliki vasilitas yang terbaik dan memadai, harga terjangkau, kualitas produk yang terbaik, pelayanan jasa kepada konsumen baik, dan serta kelemahan yang dimiliki yaitu tingkat persaingan dibidang travel bermunculan, tidak memanfaatkan promosi dengan optimal, dan kurangnya distribusi. (3) Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal, dengan menggunakan analisis SWOT dan digambarkan pada diagram SWOT, maka dapat diketahui bahwa usaha Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta berada pada kuadran I yang artinya Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta dapat menerapkan strategi agresif S-O (kekuatan dan peluang) pada Matriks SWOT. Alternatif yang dihasilkan penulis yaitu menjaga kualitas produk, memberikan inovasi-inovasi baru pada konsumen dan meningkatkan pemasaran dengan menambah distribusi, serta meningkatkan promosi, dan menjaga kestabilan harga.

Adapun rekomendasi yaitu : (1) Kepada pemilik Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta agar lebih meningkatkan kualitas produk dan memberikan visi misi agar usaha dapat mencapai tujuan yang di inginkan. (2) Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta hendaknya lebih meningkatkan promosi tidak hanya melalui media sosial saja namun juga melalui media periklanan, seperti koran dan majalah sehingga jangkauan promosi lebih luas. Dengan jangkauan yang luas maka akan bertambah banyak calon pelanggan yang mengenal dari luar sangatta. (3) Kepada pemilik

Travel di harapkan dapat menggunakan Strategi Agresif untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya karna Travel CV. Momo Prima Jaya Sangatta selain mempunyai kekuatan juga mempunyai peluang yang dapat di manfaatkan untuk jangka waktu panjang.

### **Daftar Pustaka**

- Assauri, S. (2007). *Pengertian Strategi Pemasaran dan Konsep*. Rajawali.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.