

**PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN MERUMUSKAN
STRATEGI PEMASARAN PADA PELAYANAN JASA KERETA API
ANGKUTAN BARANG DI WILAYAH JAWA PADA PT KERETA API
INDONESIA (PERSERO)**

Agung Budi Santoso

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan analisis SWOT sebagai landasan merumuskan strategi pemasaran pada jasa layanan kereta api angkutan barang di PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada pelayanan jasa transportasi berbasis moda kereta api di Indonesia. Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero). Dalam metode penelitian yang digunakan peneliti dalam pengambilan responden dengan metode *non-probability* untuk pengambilan sampel dan hasil bersumber dari unit *New Businesses Development Controlling* (PPC). Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dan data sekunder diperoleh dari sumber buku RJPP PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan *power point* perusahaan. penelitian ini menggunakan metode analisa data Miles dan Huberman dimulai dari proses wawancara kemudian dilakukan tahap reduksi data menghasilkan point-point penting, kemudian tahap *display* data menggunakan *Matrix Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Matrix External Factor Evaluation* (EFE). Hasil dari penggunaan matriks SWOT menghasilkan nilai tertimbang *Matrix Internal Factor Evaluation* (IFE) adalah 2.79 mengindikasikan perusahaan memiliki kondisi internal yang kuat. Sedangkan nilai tertimbang *Matrix External Factor Evaluation* (EFE) adalah 2.89 mengindikasikan perusahaan secara efektif merespon dengan baik kesempatan yang datang untuk menghindari ancaman. Dan tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan atau *conclusion drawing* dimana posisi perusahaan saat ini berada dalam kuadran 1 yaitu mendukung strategi pertumbuhan agresif. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan saat ini adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu melakukan promosi lebih agresif terhadap calon mitra, memetakan target konsumen potensial, dan meningkatkan komunikasi kepada Pemerintah untuk mendapatkan dukungan pembangunan infrastruktur perkeretaapian.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matrix Internal Factor Evaluation (IFE), Matrix External Factor Evaluation (EFE).*

22/11/21


**IMPLEMENTATION OF SWOT ANALYSIS AS THE FOUNDATION
FOR FORMULATING THE MARKETING STRATEGY FOR GOODS
TRANSPORTATION TRAIN SERVICES IN THE JAVA REGION AT PT
KERETA API INDONESIA (PERSERO)**

Agung Budi Santoso

Abstract

This study aims to determine the application of SWOT analysis as the basis for formulating marketing strategies for freight train services at PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT Kereta Api Indonesia (Persero) is one of the companies engaged in rail-based transportation services in Indonesia. This research was conducted at the head office of PT Kereta Api Indonesia (Persero). In the research method used by researchers in taking respondents with a non-probability method for sampling and the results are sourced from the New Businesses Development Controlling (PPC) unit. Primary data collection was done by interview method and secondary data was obtained from PT Kereta Api Indonesia (Persero) RJPP book sources and company power points. This study uses the Miles and Huberman data analysis method starting from the interview process then the data reduction stage is carried out to produce important points, then the data display stage uses the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE) and External Factor Evaluation Matrix (EFE). The results of the use of the SWOT matrix resulted in a weighted value of the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix of 2.79 indicating the company has a strong internal condition. While the weighted value of the External Factor Evaluation (EFE) Matrix is 2.89, indicating that the company is effectively responding to opportunities that come to avoid threats. And the last stage is drawing conclusions where the company's current position is in quadrant 1, which is supporting an aggressive growth strategy. The strategy that can be used by the company at this time is the SO (Strengths-Opportunities) strategy, which is to carry out more aggressive promotions for potential partners, map out potential customer targets, and improve communication to the Government to get support for railway infrastructure development

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, Matrix Internal Factor Evaluation (IFE), Matrix External Factor Evaluation (EFE).*