

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada perusahaan distributor CV. Lancar Jaya. Kemudian untuk mengetahui hasil analisa menggunakan metode SWOT *strengt* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threat* (tantangan). Serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk peningkatan volume penjualan produk. Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif, menggunakan metode kualitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini penulis merupakan pegawai yang bekerja diperusahaan tersebut dengan melakukan observasi, wawancara dengan berbagai pihak yang berkepentingan, dan menganalisis data dilapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dan laporan manajemen perusahaan. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran CV. Lancar Jaya adalah perusahaan telah melaksanakan strategi pemasaran dengan benar dan tepat, dengan menggunakan analisis SWOT perusahaan menunjukkan pada posisi berkembang. Dan strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi pengembangan pasar. Dengan demikian strategi yang dapat diterapkan oleh CV. Lancar Jaya adalah strategi agresif, yaitu perusahaan harus mampu mengembangkan kekuatan yang ada dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matrik SWOT