

ABSTRAK

MT Logistik merupakan salah satu perusahaan transportasi dan logistik yang aktif secara nasional maupun internasional. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik dan lain lain. Dengan menggunakan sistem *door to door*, sehingga barang dapat diterima langsung pada konsumen. Jasa pengiriman baik darat, laut dan udara dengan tujuan domestik, *import* dan *eksport*. Dalam dunia bisnis penjualan tidak selamanya mengalami kenaikan, namun juga akan mengalami penurunan penjualan atau fluktuasi penjualan. Sama halnya yang dialami MT Logistik. Oleh karena itu perlu adanya upaya atau strategi baru dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman untuk mencapai apa yang diharapkan perusahaan. Agar dapat mengembangkan strategi yang bisa menjadi pilihan MT Logistik untuk layanan pengiriman yaitu melalui penilaian metode analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang efektif digunakan untuk peningkatan penjualan jasa pengiriman berada di kuadran satu, yakni mendukung strategi agresif.

Kata Kunci : Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran