

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor belum tercapainya target penjualan periode 2022 hingga 2024 pada CV Abu Safety Palembang, perusahaan ini merupakan perusahaan bergerak di bidang penjualan alat dan jasa K3. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif berupa wawancara, observasi dan dokumentasi untuk kemudian di analisis menggunakan SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Oppourtunities, Treat*). Hasil analisis menunjukkan secara internal, kekuatan CV Abu Safety Palembang memiliki produk yang beragam, kerjasama dengan perusahaan BUMN, dan layanan *offline* dan *online*. Namun kelemahannya keterbatasan SDM, tidak adanya tim pemasaran, fasilitas yang kurang memadai (ruang sempit) dan minimnya promosi digital. Sementara, secara eksternal CV Abu Safety Palembang memiliki peluang besar seperti meningkatnya kebutuhan alat K3, potensi promosi digital, adanya perusahaan baru dan perluasan distribusi, namun menghadapi ancaman seperti ketatnya persaingan, harga jual lebih murah dari kompetitor dan perubahan perilaku konsumen dan krisis ekonomi. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi untuk meningkatkan penjualan belum optimal. Agar perusahaan dapat semakin berkembang, maka disarankan agar melakukan pembentukan tim pemasaran profesional, memperkuat promosi digital, kerjasama dengan *reseller*, dan menjalin kemitraan baru untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Analisis SWOT, Solusi pemasaran, CV Abu Safety Palembang, K3, Target penjualan

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that have not achieved the sales target for the period 2022 to 2024 at CV Abu Safety Palembang, a company that operates in the field of safety equipment and services (K3). This research uses a qualitative descriptive method, including interviews, observations, and documentation, which are then analyzed using SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis. The results of the analysis show that internally, the strength of CV Abu Safety Palembang has diverse products, cooperation with BUMN companies, and offline and online services. However, the weaknesses are limited human resources, the absence of a marketing team, inadequate facilities (narrow space) and minimal digital promotion. Meanwhile, externally CV Abu Safety Palembang has great opportunities such as the increasing need for K3 equipment, the potential for digital promotion, the existence of new companies and expansion of distribution, but faces threats such as tight competition, cheaper selling prices than competitors and changes in consumer behavior and economic crises. From the results of the analysis, it can be concluded that the strategy to increase sales is not optimal. In order for the company to grow further, it is recommended to form a professional marketing team, strengthen digital promotion, collaborate with resellers, and establish new partnerships to increase sales.

Keywords: SWOT analysis, Marketing solutions, CV Abu Safety Palembang, K3, Sales target