



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 5659-5666

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Analisis Strategi Persaingan Master Trans Rent dalam Menghadapi Industri Rental Mobil di Bandar Lampung

Syahril Daud, Nur Dewi Safitry

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

[syahril.daud@ubl.ac.id](mailto:syahril.daud@ubl.ac.id), [nur.22011230@student.ubl.ac.id](mailto:nur.22011230@student.ubl.ac.id)\*

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi persaingan yang diterapkan oleh Master Trans Rent dalam menghadapi dinamika persaingan industri rental mobil di Kota Bandar Lampung melalui pendekatan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sejumlah keunggulan internal, antara lain ketersediaan armada yang cukup, letak usaha yang strategis, serta hubungan yang baik dengan pelanggan. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan internal, khususnya terkait keterbatasan pemanfaatan teknologi dan kemampuan keuangan perusahaan. Dari sisi eksternal, peluang yang dapat dimaksimalkan meliputi meningkatnya sektor pariwisata dan adanya potensi kerja sama dengan agen perjalanan, sedangkan ancaman yang dihadapi berupa tingginya tingkat persaingan dan adanya perubahan kebijakan atau regulasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisis IFAS, EFAS, dan Matriks SWOT, diperoleh skor faktor internal sebesar 1,15 dan skor faktor eksternal sebesar 1,00. Pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT dan matriks IFAS serta EFAS dianggap efektif dalam mengkaji situasi perusahaan dan lingkungan bisnis secara mendetail. Penelitian ini juga memungkinkan pemetaan peran sumber daya dan faktor eksternal secara sistematis. Hasil tersebut menempatkan perusahaan pada kuadran I, yang menunjukkan kondisi sangat menguntungkan karena kekuatan internal dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menangkap peluang yang ada. Berdasarkan posisi tersebut, strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan mutu pelayanan, pengembangan aplikasi berbasis mobile, serta penguatan kerja sama strategis guna meningkatkan daya saing perusahaan.*

*Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Persaingan, Industri Rental Mobil, Daya Saing Perusahaan*

### 1. Latar Belakang

Industri rental mobil merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami pertumbuhan pesat sejalan dengan meningkatnya kebutuhan mobilitas dan transportasi yang fleksibel, terutama di kota besar dan destinasi wisata di Indonesia. Bandar Lampung, sebagai pusat provinsi Lampung, memiliki pasar yang potensial untuk layanan rental mobil. Perkembangan sektor pariwisata, aktivitas bisnis, dan mobilitas warga di Bandar Lampung semakin meningkatkan permintaan terhadap layanan ini. Namun, industri ini juga diwarnai oleh persaingan yang sangat kompetitif serta dinamika pasar yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, kemajuan teknologi, dan perubahan perilaku konsumen. Dalam konteks ini, strategi bersaing menjadi hal yang sangat krusial bagi perusahaan rental mobil agar bisa bertahan dan berkembang. Dengan hadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat, perusahaan harus mampu menyesuaikan diri secara tepat untuk mempertahankan posisi di pasar, memaksimalkan sumber daya internal, serta memanfaatkan peluang eksternal sambil menekan risiko yang muncul. Terutama di tengah ketatnya persaingan, perusahaan rental mobil wajib merancang strategi efektif agar tetap relevan dan memenangkan kepercayaan pelanggan.

Master Trans Rent merupakan salah satu pelaku bisnis rental mobil di Bandar Lampung yang telah memiliki reputasi dan eksistensi di pasar lokal. Perusahaan ini melayani berbagai segmen pelanggan, mulai individu hingga korporasi yang memerlukan armada mobil untuk operasional. Meskipun demikian, Master Trans Rent menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan pelaku bisnis sejenis, perubahan preferensi konsumen, serta dampak kebijakan pemerintah dan situasi sosial ekonomi yang dinamis. Fenomena perubahan yang terjadi di industri rental mobil Bandar Lampung menjadi topik menarik untuk dianalisis lebih mendalam. Pasar yang dinamis dan kebutuhan inovasi terus menerus menjadi latar belakang penting bagi perusahaan. Studi ini mengambil Master Trans Rent sebagai kasus untuk memahami bagaimana strategi bersaing dirumuskan dan diaplikasikan dalam

lingkungan bisnis yang terus berubah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dan kontribusi akademis terkait strategi bisnis di sektor jasa.

Salah satu persoalan utama dalam industri rental mobil adalah bagaimana perusahaan dapat secara tepat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, agar strategi yang dikembangkan mampu menjawab tantangan pasar dengan baik. Selain itu, ketidakpastian ekonomi dan regulasi pemerintah, seperti pembatasan terkait pandemi atau kebijakan transportasi lokal, menjadi aspek penting yang harus diperhitungkan dalam perencanaan strategi. Penelitian lebih lanjut sangat diperlukan untuk membantu perusahaan rental mobil, khususnya Master Trans Rent, dalam merumuskan strategi yang tidak hanya menjaga keberlangsungan usaha tetapi juga meningkatkan daya saing. Pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT dan matriks IFAS serta EFAS dianggap efektif dalam mengkaji situasi perusahaan dan lingkungan bisnis secara mendetail. Penelitian ini juga memungkinkan pemetaan peran sumber daya dan faktor eksternal secara sistematis.

### **Strategi Persaingan**

Strategi bersaing adalah rencana jangka panjang yang dirancang oleh perusahaan untuk memperoleh posisi yang unggul dibandingkan dengan para pesaing dalam pasar yang sama. Karakteristik yang membedakan strategi bersaing dalam industri rental mobil adalah ketergantungan yang tinggi terhadap faktor internal seperti manajemen armada kendaraan, kemampuan pelayanan sopir, serta efisiensi operasional. Selain itu, kondisi eksternal seperti tren pemesanan melalui aplikasi digital dan persaingan dengan layanan transportasi berbasis daring juga mempersulit perusahaan rental mobil untuk bertahan tanpa strategi yang adaptif. Strategi bersaing yang efektif perlu mengintegrasikan teknologi informasi untuk mempercepat dan mempermudah proses layanan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan [Wang & Ahmed, 2007].

Dalam konteks bisnis jasa, khususnya di industri rental mobil, strategi bersaing memiliki peranan yang sangat krusial. Karena jasa berbeda dengan produk fisik, unsur seperti kualitas pelayanan, kecepatan tanggap, dan fleksibilitas layanan menjadi faktor penentu dalam memenangkan hati pelanggan. Keberhasilan sebuah perusahaan rental mobil dalam bersaing bergantung pada kemampuan mereka dalam memahami kebutuhan pelanggan yang terus berubah serta memberikan pengalaman layanan yang melebihi ekspektasi.

Master Trans Rent merupakan perusahaan rental mobil yang beroperasi di pasar yang sangat kompetitif di Bandar Lampung. Untuk bertahan dan tetap unggul, perusahaan ini harus memiliki strategi bersaing yang jelas dan terstruktur. Strategi ini bertujuan untuk membedakan Master Trans Rent dari perusahaan rental lain yang menawarkan layanan serupa. Dengan demikian, Master Trans Rent dapat menciptakan nilai lebih bagi pelanggan dan membangun loyalitas. Salah satu fokus utama strategi bersaing adalah mengoptimalkan kualitas layanan yang diberikan, sehingga setiap pelanggan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Kualitas ini tidak hanya diukur dari kebersihan kendaraan, tetapi juga dari keramahan sopir dan ketepatan waktu pelayanan. Selain itu, perusahaan juga menyesuaikan harga sewa agar kompetitif namun tetap memberikan keuntungan yang wajar. Strategi ini juga memperhatikan segmen pasar yang ingin ditargetkan, seperti bisnis, wisatawan, dan masyarakat umum. Pengembangan layanan tambahan, seperti paket antar-jemput dan pemesanan online, menjadi bagian penting dalam strategi agar memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin dinamis. Dengan kombinasi faktor ini, Master Trans Rent dapat mempertahankan posisi di pasar yang kompetitif.

### **Industri Rental Mobil**

RenIndustri Rental Mobil di Indonesia Industri rental mobil di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir dan menjadi komponen penting dalam sektor jasa transportasi. Layanan ini mencakup penyewaan kendaraan untuk berbagai kebutuhan seperti pribadi, bisnis, wisata, maupun acara khusus dan perjalanan ke wilayah yang minim akses transportasi umum. Pertumbuhan industri ini didorong oleh peningkatan aktivitas ekonomi, pertumbuhan sektor pariwisata, serta urbanisasi yang membuat permintaan akan transportasi yang fleksibel semakin tinggi

Karakteristik dan Dinamika Pasar di Bandar Lampung Pasar rental mobil di Bandar Lampung mencerminkan perkembangan signifikan yang sejalan dengan tren nasional dan karakteristik lokal. Sebagai ibu kota provinsi Lampung, Bandar Lampung menjadi pusat administrasi, perdagangan, dan pariwisata dengan kebutuhan transportasi yang tinggi. Pelanggan menyewa mobil untuk berbagai tujuan seperti wisata, bisnis, dan penggunaan harian baik di dalam kota maupun daerah sekitar. Permintaan pasar sangat bervariasi, terutama dipengaruhi oleh

musim dan acara khusus seperti hari libur nasional atau festival lokal. Faktor geografis dan infrastruktur transportasi di kota ini turut menentukan pilihan konsumen menggunakan layanan rental mobil sebagai solusi mobilitasnya. Secara umum, pelanggan di Bandar Lampung mengutamakan harga yang kompetitif sembari tetap mengharapkan kualitas layanan yang baik. Fleksibilitas durasi sewa dan variasi jenis kendaraan sangat dihargai karena kebutuhan konsumen yang beragam, mulai dari kendaraan ekonomis hingga kelas premium.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan yang banyak diterapkan dalam bidang pemasaran dan manajemen strategis untuk menelaah kondisi internal dan eksternal suatu organisasi. Melalui metode ini, perusahaan dapat mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, sekaligus menilai faktor eksternal yang mencakup peluang serta ancaman. Penerapan analisis SWOT membantu organisasi memahami posisi strategis yang dimilikinya, sehingga keputusan dan strategi yang dirumuskan dapat lebih tepat dalam menghadapi persaingan usaha. Istilah SWOT sendiri merujuk pada empat komponen utama, yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman).

Dengan menggunakan analisis SWOT untuk Master Trans Rent dengan pendekatan melalui matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Analisis ini mencakup penilaian bobot, peringkat, dan skor untuk setiap faktor, diagram matriks SWOT, serta contoh kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data.

## **2. Metode Penelitian**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara deskriptif karakteristik responden serta strategi pengembangan program yang diterapkan oleh Master Trans Rent sebagai penyedia jasa rental mobil. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana individu atau organisasi merespons isu tertentu melalui penggalan data langsung dari lapangan. Metode ini memungkinkan peneliti menghasilkan deskripsi yang kaya dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti, sekaligus menuntut kemampuan interpretasi yang baik dari peneliti terhadap data yang diperoleh.

Data penelitian terutama bersumber dari data primer melalui wawancara mendalam, kemudian dianalisis melalui analisis SWOT, penelitian ini mengkaji lingkungan internal dan eksternal perusahaan sebagai dasar penentuan strategi pengembangan yang optimal. (Nasution, 2011). Penelitian kualitatif diawali dengan perumusan pertanyaan penelitian yang menjadi dasar penentuan teknik pengumpulan dan analisis data. Sifat metode ini yang fleksibel dan dinamis memungkinkan penyesuaian proses penelitian selama berlangsung. Fokus penelitian ditetapkan sebagai kerangka utama agar observasi dan analisis tetap terarah, relevan, dan tidak melebar. Fokus tersebut diarahkan pada analisis lingkungan internal dan eksternal serta perumusan strategi pengembangan usaha Master Trans Rent rental mobil.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Dalam menganalisis permasalahan penelitian, digunakan analisis deskriptif dengan cara menggambarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal usaha Master Trans Rent rental mobil yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi, fenomena, serta permasalahan yang terjadi pada suatu objek atau wilayah tertentu, sehingga data yang diperoleh dapat diolah dan dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan yang relevan. Pendekatan ini digunakan untuk menguraikan faktor-faktor individu, proses pengambilan keputusan, serta merumuskan strategi pengembangan bisnis. Perumusan strategi dilakukan melalui analisis SWOT guna menghasilkan berbagai alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan. Selain itu, penyusunan matriks faktor strategis internal dan eksternal menjadi tahap penting, yang diawali dengan pemahaman terhadap EFAS (External Factors Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

### 3. Hasil dan Diskusi

#### a. Hasil Analisis Matriks SWOT IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

**Tabel 1. IFAS Master Trans Rent**

No	Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
<b>1</b>	<b>STRENGTHS (KEKUATAN)</b>			
1	Kepemilikan Armada yang Memadai (25 unit, usia rata-rata 3 tahun, variasi MPV/sedan/minibus)	4	0,14	0,56
2	Lokasi Strategis di Pusat Kota Bandar Lampung (aksesibilitas tinggi, dekat area penting)	3	0.10	0,30
3	Hubungan Pelanggan yang Kuat (base pelanggan setia, reputasi baik melalui word-of-mouth)	3	0.10	0,30
4	Fleksibilitas Operasional (layanan custom, response time cepat, solusi personal)	3	0,06	0.18
5	Kepercayaan konsumen yang terbangun secara alami melalui pengalaman nyata	3	0,07	0,21
6	solusi penyewaan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen	3	0,11	0,33
	<b>Subtotal Strengths</b>			<b>1,88</b>
<b>2.</b>	<b>WEAKNESSES (KELEMAHAN)</b>			
1	Sistem Pemesanan Masih Manual (hanya via telepon & WhatsApp)	2	0,7	0,14
2	Tidak Memiliki Aplikasi Mobile atau Platform Online	2	0,7	0,14
3	Sistem Administrasi Armada Non-Digital (masih menggunakan spreadsheet)	2	0,7	0,14
4	Cash Flow yang Tidak Stabil ( arus kas fluktuatif, pendapatan musiman)	2	0,70	0,14
5	Tidak Ada Layanan Value-Added (seperti antar-jemput, WiFi, supir wisata)	2	0,7	0,14
6	Kurangnya Diversifikasi Layanan (fokus harian-bulanan, belum ada value-added)	2	0,7	0,14
	<b>Subtotal Weaknesses</b>			<b>0,84</b>
	<b>Total Selisih IFAS</b>			<b>1,04</b>

Berdasarkan hasil yang tercantum pada Tabel 1, Master Trans Rent memperoleh nilai selisih sebesar 1,04. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dalam kondisi internal usaha rental mobil..

#### b. Analisis Eksternal: EFAS (External Factor Analysis Summary)

**Tabel 2. EFAS Master Trans Rent**

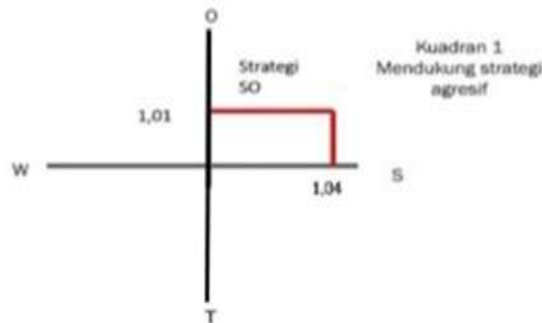
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>1.</b>	<b>OPPORTUNITIES (PELUANG)</b>			
1	Pemerintah Daerah Mendorong Wisata Lampung (promosi, event, dukungan kebijakan)	4	0,14	0,56
2	Event-Event Regional yang Meningkatkan Kunjungan	3	0.09	0,27
3	Potensi Kerja Sama B2B dengan Travel Agent (paket liburan terintegrasi)	2	0,07	0,14
4	Ekspansi ke Segmen Niche: Wedding Car Rental (margin tinggi, sekali pakai)	2	0,08	0.16
5	Ekspansi ke Airport Transfer Service (permintaan stabil, rutin)	4	0,12	0,48

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
6	Ekspansi ke Corporate Leasing ( arus kas lebih stabil, B2B)	3	0,10	0,3
<b>Subtotal Opportunities</b>				<b>1,91</b>
<b>2. THREATS (ANCAMAN)</b>				
1	Banyaknya Pemain Baru di Pasar Rental	3	0,9	0,27
2	Kebijakan Transportasi Online (tekanan regulasi digital)	1	0,04	0,04
3	Fluktuasi Harga Bahan Bakar (mengganggu stabilitas margin)	2	0,07	0,14
4	Pertumbuhan Ride-Hailing Services (GrabCar, GoCar)	2	0,07	0,14
5	Pengembangan Transportasi Publik (mengurangi kebutuhan rental)	3	0,09	0,27
6	Persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan rental besar	1	0,04	0,04
<b>Subtotal Opportunities</b>				<b>0,9</b>
Total Selisih				<b>1,1</b>

Berdasarkan hasil analisis EFAS yang disajikan pada Tabel 3, diperoleh nilai selisih sebesar 1,1. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu merespons peluang yang ada dengan baik serta secara efektif memanfaatkan peluang tersebut dalam menghadapi berbagai ancaman dari lingkungan eksternal.

**c. Hasil Analisis Matriks SWOT (Kuantitatif dan Kualitatif)**

**DIAGRAM ANALISIS SWOT**



<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>Strength (S)</b></p> <p>S1: Kepemilikan Armada yang Memadai (25 unit, usia rata-rata 3 tahun, variasi MPV/sedan/minibus)</p> <p>S2: Lokasi Strategis di Pusat Kota Bandar Lampung (aksesibilitas tinggi, dekat area penting)</p> <p>S3: Hubungan Pelanggan yang Kuat (basis pelanggan setia, reputasi baik melalui word-of-mouth)</p>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <p>W1: Sistem Pemesanan Masih Manual (hanya via telepon &amp; WhatsApp)</p> <p>W2: Tidak Memiliki Aplikasi Mobile atau Platform Online</p> <p>W3: Sistem Administrasi Armada Non-Digital (masih menggunakan spreadsheet)</p>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <p>O1: Dukungan Pemerintah Daerah Mendorong Wisata Lampung (promosi, event, dukungan kebijakan)</p> <p>O2: Event-Event Regional yang Meningkatkan Kunjungan</p> <p>O3: Potensi Kerja Sama B2B dengan Travel Agent (paket liburan terintegrasi)</p>	<p><b>Strategi SO</b></p> <p>S1 + O1: Memanfaatkan kepemilikan armada yang memadai untuk mendukung promosi dan dukungan pemerintah daerah dalam mendorong wisata Lampung.</p> <p>S3 + O2: Menggunakan hubungan pelanggan yang kuat dan reputasi baik untuk menangkap peluang dari event-event regional yang meningkatkan kunjungan wisatawan.</p>	<p><b>Strategi WO</b></p> <p>W1+O1: Mengembangkan sistem pemesanan digital untuk mempermudah akses dan memanfaatkan dukungan pemerintah daerah</p> <p>W2 + O3: Membuat aplikasi mobile atau platform online tidak memiliki aplikasi mobile) agar dapat memperluas jaringan kerja sama dengan travel agent.</p>
<p><b>Threats (T)</b></p> <p>T1: Banyaknya Pemain Baru di Pasar Rental (persaingan ketat)</p> <p>T2: Kebijakan Transportasi Online (tekanan regulasi digital)</p> <p>T3: Fluktuasi Harga Bahan Bakar (mengganggu stabilitas margin)</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>S3 + T1: Memanfaatkan hubungan pelanggan yang kuat untuk menghadapi persaingan ketat dari pemain baru di pasar rental.</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>W1 + T2: Memperbaiki sistem pemesanan manual agar dapat mengantisipasi perubahan regulasi transportasi online.</p>

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS yang menghasilkan total selisih skor sebesar 1,04 serta matriks EFAS dengan total selisih skor sebesar 1,01, diperoleh posisi perusahaan pada diagram matriks SWOT kuantitatif yang terdiri atas empat kuadran. Hasil pemetaan tersebut menunjukkan bahwa usaha rental mobil Master Trans Rent berada pada Kuadran I, yang mencerminkan kondisi di mana kekuatan internal lebih dominan dan peluang eksternal berada pada tingkat yang tinggi. Posisi ini ditunjukkan oleh koordinat sumbu X bernilai positif dan

sumbu Y bernilai positif, yaitu (1,04; 1,01). Kondisi tersebut menandakan bahwa perusahaan berada dalam keadaan yang sangat baik dan stabil, sehingga memiliki potensi besar untuk melakukan strategi ekspansi serta pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Diagram matriks SWOT menunjukkan bahwa Master Trans Rent berada pada Kuadran I (SO). Posisi ini mencerminkan kondisi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki kekuatan internal yang signifikan serta peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Dengan posisi tersebut, usaha rental mobil Master Trans Rent memiliki potensi besar untuk melakukan ekspansi, meningkatkan pertumbuhan usaha, dan mencapai perkembangan yang maksimal. Kondisi ini juga dinilai sangat tepat untuk penerapan strategi pertumbuhan yang bersifat agresif.

Diagram matriks SWOT Master Trans Rent menggambarkan posisi strategis perusahaan dalam koordinat dua dimensi:

1. Sumbu Vertikal: Merepresentasikan faktor internal, dengan nilai positif menunjukkan kekuatan (*Strengths*) dan nilai negatif menunjukkan kelemahan (*Weaknesses*).
2. Sumbu Horizontal: Merepresentasikan faktor eksternal, dengan nilai positif menunjukkan peluang (*Opportunities*) dan nilai negatif menunjukkan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan diagram tersebut, Master Trans Rent berada di Kuadran I (Kuadran SO), yang menunjukkan:

- Posisi perusahaan berada di area positif pada kedua sumbu, menandakan kekuatan internal yang signifikan dan peluang eksternal yang menguntungkan.
- Nilai selisih skor IFAS (1,04) dan EFAS (1,01) yang keduanya kondisi internal dan eksternal yang secara keseluruhan mendukung pertumbuhan.
- Posisi ini ideal untuk implementasi strategi pertumbuhan agresif yang memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang pasar.

Implikasi Strategis:

- Perusahaan dalam posisi yang kuat untuk melakukan ekspansi pasar.
- Fokus strategi harus pada pemanfaatan peluang pertumbuhan pariwisata dan preferensi rental mobil.
- Investasi dalam pengembangan kapasitas dan teknologi akan memberikan imbal hasil yang tinggi.
- Perlu adanya perhatian dan kesiapan perusahaan dalam menghadapi perubahan harga bahan bakar serta dinamika persaingan usaha yang semakin ketat.

Pada kuadran 1, strategi yang biasanya diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk meraih keunggulan dari peluang eksternal yang ada. Master Trans Rent Rental Mobil memiliki kekuatan dan peluang yang memungkinkan perusahaan mengoptimalkan kesempatan tersebut.

Dalam kondisi ini, perusahaan perlu menerapkan strategi insentif dengan meningkatkan aktivitas penjualan dan layanan, seperti memperluas kerja sama dengan pelanggan baru maupun perusahaan lain. Strategi yang dapat diterapkan antara lain strategi intensif dan strategi integratif. Strategi intensif misalnya adalah penetrasi pasar dengan memperluas pangsa pasar melalui kerja sama dengan pelanggan di perusahaan baru atau mencari pelanggan baru melalui marketplace.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil analisis IFAS, EFAS, serta SWOT kualitatif menunjukkan bahwa nilai faktor internal sebesar 1,04 dan faktor eksternal sebesar 1,01 menempatkan Master Trans Rent Rental Mobil pada Kuadran I. Posisi ini

mencerminkan kondisi yang sangat menguntungkan, di mana kekuatan internal perusahaan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menangkap peluang yang tersedia.

- b. Strategi yang direkomendasikan meliputi perluasan pangsa pasar, upaya mempertahankan dan meningkatkan mutu pelayanan kepada pelanggan, optimalisasi pemanfaatan teknologi, serta peningkatan kreativitas dan kapasitas sumber daya manusia guna mendukung daya saing perusahaan.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa Master Trans Rent memiliki beberapa keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisinya di pasar rental mobil Bandar Lampung, antara lain armada yang cukup dan lokasi yang strategis serta hubungan baik dengan pelanggan. Namun, perusahaan juga menghadapi beberapa kelemahan internal seperti keterbatasan dalam teknologi. Di sisi eksternal, terdapat peluang di sektor pariwisata yang terus berkembang dan potensi kolaborasi dengan travel agent, tetapi juga menghadapi ancaman berupa persaingan yang sangat ketat dan dinamika regulasi yang berubah-ubah. Strategi yang direkomendasikan meliputi diferensiasi layanan melalui peningkatan kualitas, penggunaan teknologi digital untuk efisiensi operasional, serta pengembangan kemitraan strategis guna menjangkau pasar yang lebih luas.

#### Referensi

1. Amaluddin, A., & Muttaqin, A. (2021). Strategi komunikasi pemasaran jasa rental mobil pada CV. Jasa Saudagar dalam mempertahankan awareness di Kota Makassar. *RESPON Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(3).
2. Argioptaro, H., & Ali, H. (2024). Pengaruh analisis lingkungan eksternal, kompetensi inti dan strategi diferensiasi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. *Dinasti Accounting Review*, 1(3), 111–120.
3. Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56.
4. David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.
5. Freddy, R. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
6. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
7. Kuswardani, Y. S. (2024). Dinamika persaingan dan prospek industri mobil listrik di Indonesia: Analisis tren dan implikasi. *Syntax Idea*, 6(10).
8. Meisaroh, L. A. E. L. A. (2022). *Analisis strategi bersaing bisnis penerbitan dengan metode SWOT (Studi kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karanglesem Purwokerto Selatan)*. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Muhammad Khoironi, M. K. (2023). *Strategi pengembangan usaha dengan metode analisis SWOT pada jasa variasi mobil "Farhan Variasi Mobil" di Kabupaten Semarang* (Doctoral dissertation). UPT Perpustakaan Undaris.
10. Nasution, S. (2011). *Metode research: Penelitian ilmiah*. Bumi Aksara.
11. Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
12. Ramadhani, N. O. V. I. T. A. (2025). *Analisis strategi pemasaran produk simpanan KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto dalam meningkatkan keunggulan kompetitif menggunakan metode EFAS, IFAS dan matriks SWOT*. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
14. Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Andi Offset.
15. Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Rajawali Pers.
16. Wamaer, I. S., Tumbel, A. L., & Soepeno, D. (2022). Penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran PT Ivana Papua Cargo Express. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 809–817.
17. Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31–51.