

ABSTRAK

Strategi penjualan yang jitu dan tepat sasaran sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan jasa pengiriman begitupun JNE cabang Purwakarta sehingga bisa mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh manajemen JNE. Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Kemudian penelitian ini melibatkan sisi internal perusahaan JNE cabang Purwakarta dan juga konsumen JNE cabang Purwakarta serta lingkungan industri di wilayah Purwakarta, dengan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, observasi dan wawancara. Maka kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis Tows dan analisis CPM (*Competitive profile matriks*) sehingga pada akhirnya diperoleh formulasi strategi penjualan yang bisa diterapkan di JNE cabang Purwakarta untuk tahun 2019.

Kata kunci : Strategi penjualan, Potensi pasar, Posisi JNE , Kompetitor