**ABSTRAK BAHASA SUNDA**

Persaingan dina dunya usaha ngabutuhkeun saban pausahaan sangkan bisa ngamasarkeun sacara éféktif jeung éfisién pikeun konsumén luyu jeung targétna, data penjualan ti taun 2019-2021 geus turun. Tujuan Panalungtikan (1) Ngadéskripsikeun gambaran umum pausahaan. (2) Ngadéskripsikeun stratégi pamasaran anu dilarapkeun. (3) Ngadéskripsikeun analisis palaksanaan komponén strategi marketing pausahaan. (4) Ngadéskripsikeun halangan-halangan jeung usaha pausahaan pikeun ngalaksanakeun stratégi pamasaran. Obyék dina ieu panalungtikan nyaéta CV Modena Rattan Cirebon. Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta métode kualitatif. Téhnik ngumpulkeun data nya éta obsérvasi, wawancara, jeung dokuméntasi. Téhnik analisis data ngagunakeun téhnik triangulasi.

Hasil tina ieu panalungtikan nya éta (1) CV Modena Rattan Cirebon mangrupa hiji pausahaan anu ngalibetkeun mebel rotan kalayan ngajual rupa-rupa produk diantarana korsi cau, korsi rotan, korsi anyaman, jeung korsi jati. Pikeun pasar, nyaéta konsumén asing. (2) Stratégi pamasaran anu diterapkeun nya éta ngalaksanakeun paméran internasional, ngaliwatan website pausahaan, jeung ngayakeun kunjungan konsumen di Indonésia. (3) Palaksanaan stratégi pamasaran geus dilaksanakeun opat komponén, nya éta ségméntasi, sasaran, positioning, jeung diferensiasi. Strategi pamasaran anu paling efektif nyaéta ségméntasi ku cara pamasaran pikeun ngalaksanakeun paméran internasional. (4) Halangan dina ngalaksanakeun komponén-komponén stratégi pamasaran, nya éta hambatan internal pikeun kapasitas pagawé diwatesanan ngan ukur kira-kira 50%-70% pagawé, suplai bahan baku ngahalangan, bahan baku terus nambahan. Halangan éksternal pikeun pandémik covid-19, pasar tujuan ékspor parantos ngirangan tingkat konsumsi, ningkat biaya transportasi, kakurangan kapal kargo terbatas, henteu aya paméran internasional salami covid-19. Usaha pikeun ngatasi halangan internal sareng eksternal. Nyaéta usaha internal sangkan efisiensi internal pausahaan, nyieun desain produk panganyarna, ngaropéa produk jadi panganyarna. Usaha éksternal milarian palanggan anyar.

**Kecap Konci :** Strategi Pemasaran, Penjualan