

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Gula Merah Dengan Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) (Studi Kasus Pada Gilingan Tebu UD. LESTARI GULA MERAH Di Cendono Kandat Kediri)” ini ditulis oleh Nurma Yuni Antika, NIM 17402153202, Pembimbing Dr. H. Dede Nurohman,M.Ag.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang di tempuh perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan mudah, tepat sasaran serta dapat mencapai misi dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Strategi pemasaran yang digunakan perusahaan dalam proses memasarkan produknya serta bisa menghasilkan kualitas yang lebih baik.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi pemasaran UD. Lestari Gula Merah. (2) Bagaimana faktor internal dan eksternal pemasaran gula merah di UD. Lestari Gula Merah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan pengecekan Keabsahan Temuan menggunakan perpanjangan pengamatan, Triangulasi, dan pendiskusian teman sejawat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1)Strategi pemasaran yang harus diterapkan oleh UD. Lestari Gula Merah yaitu meningkatkan inovasi baru dengan berbagai variasi gula merah dan pemberian lebel pada kemasan produk serta meningkatkan tenaga kerja yang lebih sportif supaya bisa meningkatkan usaha yang lebih maju dan berkembang. (2) Faktor internal dan eksternal pemasaran UD. Lestari Gula Merah adalah SO : Memperbanyak jumlah produksi gula merah, meningkatkan dan mempertahankan kualitas gula merah dan memanfaatkan dukungan dari pemerintah terkait pembinaan serta pelatihan.ST : Mengembangkan daya persaing dengan menyediakan inovasi produk baru dan tetap konsisten terhadap harga dan harus menjaga dan mempertahankan kualitas produk gula. WO : Meningkatkan inovasi sebuah produk untuk kemasannya dan pemberian lebel, pengembangan alat produksi yang lebih modern dan memanfaatkan pembinaan dan pelatihan yang direncanakan oleh Pemerintah/Dinas terkait.WT : Mengembangkan pengemasan produk dan pemberian lebel ke produk dan mempertahankan jumlah berproduksi dan mempertahankan kualitas produk.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran dan Analisis SWOT**

## **ABSTRACT**

Thesis with title "**Development of Brown Sugar Marketing Strategy with an Approach to Analysis of Strategies, Weakness, opportunity, Threats (SWOT) (Case Study at UD. LESTARI GULA MERAH in Candono Kandat Kediri)**" Written by Nurma Yuni Antika, NIM 17402153202, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), Department of Sharia Economics, State Islamic Institute (IAIN) of Tulungagung. Advisor: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Marketing strategy is one of the ways the company travels so that the products produced can be marketed easily, right on target and can achieve the mission and goals to be achieved by the company. The marketing strategy used by the company in the process of marketing its products and can produce better quality.

The focus of this research is (1) How is the marketing strategy of UD. Lestari Gula Merah. (2) How are the internal and external factors of marketing brown sugar in UD. Lestari Gula Merah.

This research uses a qualitative approach with a type of case study research. The data used are primary and secondary data. Data collection techniques used in the form of observation, interviews and documentation. While checking the validity of the findings uses an extension of peer observation, triangulation, and discussion.

The results of this research indicate that: (1) Marketing strategies that must be applied by UD. Lestari Gula Merah is to increase new innovations with a variety of brown sugar and labeling on product packaging and to increase a more sporty workforce in order to increase more advanced and developing businesses. (2) Internal and external factors marketing of UD. Lestari Gula Merah is SO: Increasing the amount of brown sugar production, increasing and maintaining the quality of brown sugar and utilizing support from the government regarding coaching and training. ST: Develop competitiveness by providing new product innovations and remain consistent with prices and must maintain and maintain the quality of sugar products. WO: Increasing the innovation of a product for its packaging and labeling, developing more modern production tools and utilizing coaching and training planned by the Government/related Office. WT: Developing product packaging and labeling products and maintaining the amount of production and maintaining product quality.

**Keywords:** Marketing Strategy and SWOT Analysis.