

ABSTRAK

skripsi ini berjudul " Analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan menurut perspektif Islam pada UD Sukron Tulungagung" ini ditulis oleh M Thoyib Sulaiman, pembimbing Dr.Hj. Nur Aini Latifah, S.E, M.M.

penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis di Indonesia terutama dalam bidang bahan pangan yang semakin lama semakin berkembang dan menunjukkan kompleksitas.persaingan perubahan dan ketidakpastian.keadaan seperti ini menimbulkan persaingan yang tajam antar pebisnis yang ada.sehingga memaksa pebisnis untuk untuk memaksa perusahaan lebih memperhatikan lingkungan perusahaan dari internalnya sendiri maupun eksternalnya. Agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan pada perusahaan. Seperti dalam UD Sukron Tulungagung strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh untuk mencapai tujuan perusahaan.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada UD Sukron Tulungagung ? (2) strategi pemasaran apa yang digunakan UD Sukron Tulungagung?

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *mix method* yaitu kombinasi dari penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara yang mendalam terhadap informan. Analisis yang digunakan adalah SWOT yang didalamnya berisi kolaborasi antara faktor internal dan faktor eksternal perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan penulis pada UD Sukron Tulungagung adalah dengan penggunaan analisis SWOT, maka UD Sukron Tulungagung dapat menggunakan strategi SO (*strengths-Opportunities*) yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk maupun pemberian servise kepada konsumen.selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan , mempertahankan hubunga yang baik dengan konsumen.

Kata kunci : strategi pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

is thesis entitled "SWOT Analysis in increasing sales volume according to Islamic perspective on UD Sukron Tulungagung" was written by M Thoyib Sulaiman, mentor Dr.Hj. Nur Aini Latifah, S.E, M, M.

this research dilator by the development of business in Indonesia, especially in the field of food that is increasingly growing and showing kompleksitas. sernaingan change and uncertainty. circumstances like this cause a keen competition between businessmen ada. sehingga force businesses to to force companies more attention to the environment companies from their own internal as well as external. In order for the company to know what kind of marketing strategy and how it should be applied to the company. As in UD Sukron Tulungagung marketing strategy is a comprehensive plan to achieve corporate goals.

The formulation of the problem in writing this thesis is (1) how the SWOT analysis in determining marketing strategy at UD Sukron Tulungagung? (2) what marketing strategy does UD Sukron Tulungagng use?

In this research the approach used is mix method approach that is combination of qualitative and quantitative research. With data collection techniques through in-depth interviews with informants. The analysis used is SWOT which contains the collaboration between internal factors and external factors of the company.

The result of research done by writer at UD Sukron Tulungagung is by using SWOT analysis, UD Sukron Tulungagung can use SO strategy (strengths-opportunistic) that is maintaining and improving product quality and giving servise to consumer. Always innovating on product offered, both with consumers.

Keywords: marketing strategy, SWOT Analysis