

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Analisis *SWOT* Terhadap Strategi Pemasaran *Mini Boba Cheese* Desa Ngrejo Tanggunggunung Tulungagung,” yang ditulis oleh Enggar Inayah Puspita Ningrum, NIM. 12405183014, pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah persaingan usaha yang semakin ketat, maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Bauran pemasaran adalah inti dari suatu sistem pemasaran suatu perusahaan yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi permintaan akan produk yang dihasilkan. Salah satunya yaitu *Mini Boba Cheese* Desa Ngrejo Tanggunggunung Tulungagung. Strategi yang digunakan yakni strategi bauran pemasaran (4P), yang meliputi penentuan produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu: (1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh *Mini Boba Cheese* Desa Ngrejo Tanggunggunung Tulungagung? (2) Bagaimana analisis *SWOT* (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam menentukan strategi pemasaran pada *Mini Boba Cheese* Desa Ngrejo Tanggunggunung Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Strategi pemasaran produk, dalam kegiatan produksi *Mini Boba Cheese* sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Yang mana hal tersebut dilakukan dengan cara selalu berinovasi dalam mengembangkan produk, menjaga kualitas produk dan selalu konsisten, Strategi Pemasaran harga, penetapan harga *Mini Boba Cheese* menyesuaikan dengan harga pasaran dan baku yang digunakan, Distribusi, lokasi pendistribusian *Mini Boba Cheese* cukup strategis dan mudah dijangkau, dan juga melayani jasa DO (*Delivery Order*), strategi pemasaran promosi, *Mini Boba Cheese* menggunakan 2 strategi dalam kegiatanpromosi nya, yaitu periklanan (*Advertising*) melalui media sosial *Instagram, Facebook, Whatsapp*, upload-upload foto dan instastory dan penjualan langsung (*Sales Promotion*) seperti mengikuti event, bazar, memasang banner untuk mempromosikan dan memasarkan produknya. (3) Analisis *SWOT* strategi pemasaran pada *Mini Boba Cheese* menggunakan matrik IFAS dan EFAS menunjukkan unit usaha ini berada pada posisi sel I, artinya usaha ini memiliki peluang lingkungan dan kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang yang ada.

Kata kunci : Analisis *SWOT*, Bauran Pemasaran, *Mini Boba Chesse*.

ABSTRACT

Thesis with the title "Application of Swot Analysis on the Marketing Strategy of Mini Boba Cheese in Ngrejo Tanggunggunung Tulungagung Village," written by Enggar Inayah Puspita Ningrum, NIM. 12405183014, advisor Ahmad Syaichoni, M.Sy.

This research is motivated by the problem of increasingly fierce business competition, so companies are required to pay more attention to marketing management. The marketing mix is the core of a company's marketing system that can be done to influence the demand for the products produced. One of them is Mini Boba Cheese, Ngrejo Village, Tulungagung, Tulungagung. The strategy used is the marketing mix strategy (4P), which includes determining product, price, place and promotion.

The focus of the research in writing this thesis are: (1) How is the application of the marketing strategy used by Mini Boba Cheese in Ngrejo Tangunggunung Tulungagung Village? (2) How is the SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis in determining the marketing strategy for Mini Boba Cheese in Ngrejo Village, Tangunggunung, Tulungagung? This study uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Sources of data obtained are primary and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that: (1) The product marketing strategy, in the production of Mini Boba Cheese, prioritizes customer satisfaction. Which is done by always innovating in developing products, maintaining product quality and always being consistent, Price Marketing Strategy, Mini Boba Cheese pricing according to market prices and raw materials used, Distribution, Mini Boba Cheese distribution locations are quite strategic and easy reachable, and Pandowo Coffee House also serves DO (Delivery Order) services, promotional marketing strategies, Mini Boba Cheese uses 2 strategies in its promotional activities, namely advertising (Advertising) through social media Instagram, Facebook, Whatsapp, uploading photos and instastory and direct sales (Sales Promotion) such as participating in events, bazaars, placing banners to promote and market their products. (3) The SWOT analysis of the marketing strategy on Mini Boba Cheese using IFAS and EFAS metrics shows that this business unit is in cell I position, meaning that this business has environmental opportunities and strengths that encourage the utilization of existing opportunities.

Keywords: Marketing Mix, Mini Boba Chesse, SWOT Analysis