

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada Home Industry Kripik Tempe Bunda Mergayu**” ini ditulis oleh Enggar Purbaningrum, NIM 12405193095, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Manajemen Bisnis Syariah , Pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh usaha kripik tempe merupakan olahan camilan yang banyak diminati semua kalangan, namun untuk memasarkan produk diperlukan peningkatan strategi pemasaran yang baik dengan tetap memperhatikan peluang kondisi pasar maka dari itu diperlukan peningkatan strategi pemasaran yang tepat. Peneliti menganalisis faktor internal maupun eksternal perusahaan melalui analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji informasi terkait strategi pemasaran yang digunakan home industry kripik tempe bunda dan untuk mengetahui analisis SWOT dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat pada home industry kripik tempe bunda untuk mendapatkan pendapatan penjualan.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana strategi pemasaran *home industry* kripik tempe bunda ditinjau dari segi pangsa pasar, produk, harga, tempat, promosi? 2) Bagaimana SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada home industry kripik tempe bunda ?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran home industry kripik tempe bunda ditinjau dari kondisi pangsa pasar, produk, harga, tempat, promosi dan untuk menganalisis peran SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada home industry kripik tempe bunda mergayu.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perluasan kondisi pangsa pasar pemilik usaha memasarkan produk sesuai dengan sasaran target pasarnya , sedangkan untuk bauran pemasaran 4p pemilik usaha tidak menggunakan strategi tempat. 2) Hasil dari kuadran I menghasilkan strategi agresif, strategi agresif mendukung strategi SO, strategi SO memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman.

**Kata Kunci : Analisis SWOT , Strategi Pemasaran, Pendapatan**

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled " SWOT Analysis in Determining Marketing Strategies to Increase Sales Revenue in the Mother Mergayu Tempe Chips Home Industry" was written by Enggar Purbaningrum, NIM 12405193095, Faculty of Islamic Economics and Business, Sharia Business Management Study Program, Supervisor Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the tempe chip business, which is a processed snack that is in great demand by all groups, but to market the product, it is necessary to improve a good marketing strategy while taking into account opportunities for market conditions, therefore it is necessary to increase the right marketing strategy. Researchers analyzed internal and external factors of the company through SWOT analysis. This study aims to examine information related to the marketing strategy used by the Tempe Mother Chips home industry and to find out SWOT analysis in formulating the right marketing strategy for the Mother Tempe Chips Home Industry to obtain sales revenue.*

*The focus of the research in this study are: 1) What is the marketing strategy for the home industry of Tempe Mother's Chips in terms of market share, product, price, place, promotion? 2) How is SWOT in determining the right marketing strategy for the mother's tempeh chips home industry? The purpose of this study was to formulate a marketing strategy for the home industry of Tempe Tempe Bunda in terms of market share, product, price, place, promotion and to analyze the role of SWOT in determining the right marketing strategy for the Tempe Chips Home Industry Mergayu.*

*This research method uses a qualitative research approach with descriptive qualitative research types. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation.*

*The results of this study are as follows: 1) The results show that in the expansion of market share conditions, business owners market products according to their target market, while for the 4p marketing mix, business owners do not use a place strategy. 2) The results of quadrant I produce an aggressive strategy, the aggressive strategy supports the SO strategy, the SO strategy has many opportunities and strengths so that it can seize and take advantage of existing opportunities while minimizing weaknesses and overcoming various threats.*

**Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Revenue**