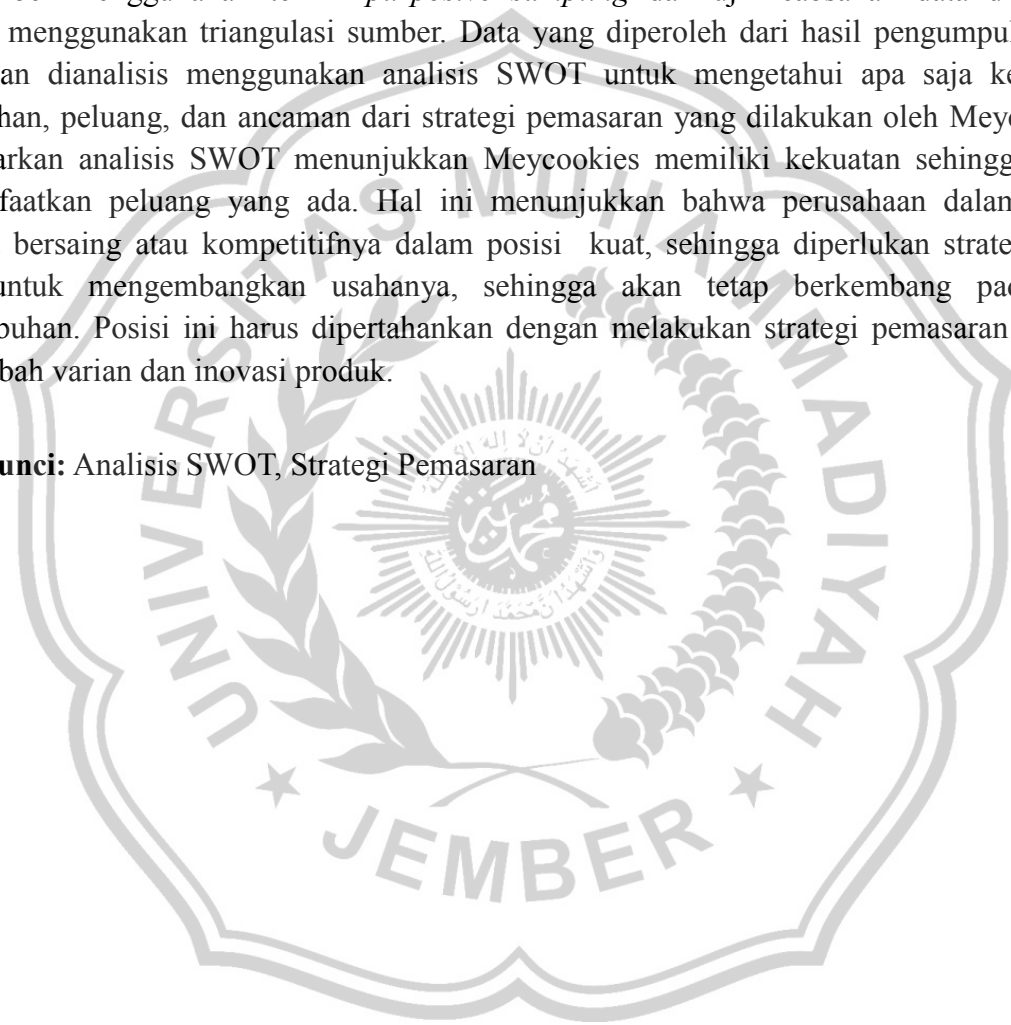


## ABSTRAK

Meycookies merupakan bisnis yang bergerak dibidang industri makanan yang menjual berbagai macam jenis *cookies*/kue yang berdomisili di Jember. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis baru bagi Meycookies dengan melakukan analisis strategi pemasaran menggunakan pendekatan analisis SWOT. Persaingan bisnis yang terjadi saat ini membuat Meycookies harus membuat strategi untuk mengembangkan bisnisnya terutama di era digitalisasi saat ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, dimana data diperoleh melalui wawancara dan observasi. Penentuan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling* dan uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh Meycookies. Berdasarkan analisis SWOT menunjukkan Meycookies memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam posisi mampu bersaing atau kompetitifnya dalam posisi kuat, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya, sehingga akan tetap berkembang pada fase pertumbuhan. Posisi ini harus dipertahankan dengan melakukan strategi pemasaran dengan menambah varian dan inovasi produk.

**Kata kunci:** Analisis SWOT, Strategi Pemasaran



## **ABSTRACT**

*Meycookies is a business engaged in the food industry that sells various types of cookies/cakes domiciled in Jember. This research aims to formulate a new business development strategy for Meycookies by analyzing marketing strategies using a SWOT analysis approach. The current business competition makes Meycookies have to make a strategy to develop its business, especially in the current era of digitalization. The type of research used is descriptive qualitative research, where data is obtained through interviews and observations. The determination of resource persons using purposive sampling techniques and data validity tests was carried out using source triangulation. The data obtained from the results of data collection is then analyzed using SWOT analysis to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the marketing strategy carried out by Meycookies. Based on the SWOT analysis, Meycookies has the strength to take advantage of the existing opportunities. This shows that the company is in a position to compete or its competitiveness is in a strong position, so the right strategy is needed to develop its business, so that it will continue to develop in the growth phase. This position must be maintained by carrying out a marketing strategy by adding variants and product innovations.*

**Keyword:** *SWOT Analysis, Marketing Strategy*

