

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran usaha UD. Mutiara Rasa. Melalui analisis SWOT. Dalam menentukan strategi pemasaran perlu di ketahui faktor internal dari kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal dari peluang dan ancaman. Desain yang di gunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah manajer perusahaan, karyawan dan konsumen. Sampel penelitian ini adalah manajer, karyawan, dan konsumen di UD. Mutiara Rasa Jember dengan jumlah tujuh orang. Teknik sampel yang di gunakan penelitian ini adalah *purposive sampling*. Instrumen penelitian di lakukan dengan metode, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang di gunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis lingkungan internal memiliki kekuatan antara lain yaitu lokasi yang strategis, produk berkualitas unggulan, peroduk varian beragam, harga yang terjangkau dan pelayanan yang ramah, sedangkan dari kelemahanya karyawan datang terlambat, dan minimnya pemasaran, pada kondisi Eksternal, peluang yang di miliki meningkatnya permintaan konsumen, peluang produk di akui konsumen. Ancaman yang di hadapi yaitu adanya pesaing yang sama yang menghancurkan harga. dan mulai tumbuh perusahaan baru, strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan membuka cabang baru memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi.

Kata Kunci : Startegi Pemasaran, Analisis SWOT dan Internal/Eksternal.

