

ABSTRAK

Anisa Restu Pinuji. 2024 “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Rumah Tangga Pembibitan Buah Pada CV.Jaya Mandiri Argo Di Kecamatan Pekalongan Lampung Timur” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ratmono, S.E.,M.M. Pembimbing (II) Nina Lelawati, S.E.,M.M.

Persaingan usaha pembibitan buah di kecamatan Pekalongan semakin ketat, baik skala kecil maupun besar. Sehingga menuntut setiap pengelola harus mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran yang dilakukannya agar pengelola mampu mengembangkan usahanya dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan luar perusahaan yang menghendaki perkembangan yang selalu berubah-ubah. Dengan berbagai macam usaha pembibitan buah yang ada, hal itu menyebabkan konsumen berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Melihat adanya fenomena tersebut, pengelola seharusnya dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen. Kegiatan promosi suatu perusahaan dilakukan sebaik mungkin yaitu dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan kondisi keuangan di suatu perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi faktor internal, faktor eksternal dan strategi pemasaran usaha pada rumah tangga pembibitan buah CV.Jaya Mandiri Argo. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh CV.Jaya Mandiri Argo. Hasil Penelitian dengan analisis SWOT didapatkan 7 kekuatan, 3 kelemahan, 3 peluang dan 2 ancaman. Kemudian melakukan pembobotan, rating, dan skor dengan IFAS EFAS berada pada kuadran growt (sangat menguntungkan). Sehingga penerapan dalam menggunakan matrik SWOT yaitu dengan menggunakan strategi SO, dimana menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki, dan strategi alternatif menggunakan strategi WT,

Kata kunci : Strategi Pemasaran, IFAS, EFAS, SWOT