

ABSTRAK

Skripsi ini dibuat dengan tujuan menentukan dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Bordirdewe Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode analisis SWOT dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Analisis SWOT menurut Rangkuti (2017:918) ialah suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), kemudian pendekatan kualitatif ialah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus menurut (Sugiyono:2017), oleh karena itu peneliti harus mengetahui terlebih dahulu mengetahui keadaan UMKM serta faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran yang ada pada UMKM Bordirdewe Surabaya tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis skripsi ini ialah dengan cara melakukan wawancara dan observasi langsung kepada Pemilik perusahaan, selain itu penulis tentunya mendapatkan dukungan berupa buku-buku bacaan dan sumber sumber lain seperti orang-orang terdekat yang ada pada UMKM Bordirdewe Surabaya. Data yang telah diperoleh penulis kemudian di analisis dengan menggunakan metode SWOT untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunity*) dan Gangguan (*Threat*) Hasil penelitian yang ditunjukkan oleh diagram kartesius atau diagram SWOT menunjukkan bahwa posisi UMKM berada pada diagram I yaitu bersifat agresif dengan menerapkan strategi *Growth Oriented Strategy* yang merupakan suatu situasi yang menguntungkan bagi UMKM untuk berkembang di mana memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan suatu peluang.

Kata kunci: Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran

Abstract

This thesis was created with the aim of determining and analyzing marketing strategies carried out by UMKM Bordirdewe Surabaya. In writing this thesis, the author uses SWOT analysis method using qualitative research approach. SWOT analysis according to Rangkuti (2017:918) is a systematic identification of various factors to formulate the company's strategy. This analysis is based on logic that can maximize strengths and opportunities, then qualitative approach is in the form of research with case study method or approach according to (Sugiyono:2017), therefore, researchers must know in advance the state of MSMEs as well as internal and external faktor that affect the existing marketing strategies in Bordirdewe Surabaya MSMEs. Data collection techniques used by the author of this thesis is by conducting interviews and observations directly to the owner of the company, in addition the author of course get support in the form of reading books and other sources such as those closest to Bordirdewe Surabaya MSMEs. The data that has been obtained by the author is then analyzed by using SWOT method to find out what are the strengths ,weaknesses, opportunities and threats, The results of the research shown by cartesian diagrams or SWOT diagrams show that MSME position in diagram I is aggressive by applying the Growth Oriented Strategy strategy which is a favorable situation for MSMEs to develop where they have the power so as to benefit an opportunity

Keyword: SWOT Analysis and Marketing Strategies