

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya kompetitor perusahaan sarung yang memproduksi sarung dengan baragam corak dan kualitas untuk menarik minat masyarakat dan diimbangi dengan kebutuhan akan produk sarung yang digunakan masyarakat untuk melakukan ibadah maupun digunakan dalam berkegiatan sehari-hari. Salah satu cara yang dapat dilakukan agar perusahaan dapat tetap bersaing dengan kompetitor dan selalu mendapatkan minat dan perhatian dari masyarakat untuk membeli produk sarung yang dimiliki, tentunya perusahaan dapat melakukan sebuah strategi untuk mengembangkan dan mempromosikan produk yang dimiliki yaitu dengan melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui apa saja kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threat*) yang dimiliki oleh perusahaan agar kedepannya perusahaan dapat menentukan strategi untuk mencapai tujuannya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif dengan objek penelitian yang dilakukan di salah satu perusahaan sarung PT. Behaestex, Gresik, Jawa Timur. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini melalui metode survei dan menggunakan teknik pemilihan sampel sensus dengan jumlah sampel 5 orang pelaku kegiatan strategi desain *custom* sarung di PT. Behaestex, Gresik, Jawa Timur. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan analisis SWOT sebagai landasan merumuskan strategi pemasaran di PT. Behaestex, Gresik, Jawa Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai faktor internal dengan penilaian skala likert pada PT Behaestex memiliki nilai yang tinggi terutama pada poin lokasi usaha yang menunjukkan bahwa ketepatan pengiriman produk kepada konsumen berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal menggunakan penilaian skala likert memiliki nilai yang tinggi terutama