

## ABSTRAK

Terdapat beberapa sumber daya alam secara historikal bagaimana suatu perusahaan baik dalam skala kecil menengah atau besar berkembang secara industri. Dalam perkembangan tersebut terdapat beberapa tahapan yang diselaraskan menjadi aspek-aspek yang telah diacapai secara definisi. Perkembangan dalam pemasaran secara sederhana bahwa setiap bisnis dan usaha memiliki suatu metode tersendiri dalam mengelola perusahaan untuk mendapatkan keuntungan bahkan melebihi target tersebut. Industri bahan bangunan didasari pada pendekatan teori ekonomi bahwa menggunakan semaksimal mungkin kepada pebisnis dalam mengelola profit yang tetap di kelola dengan baik melalui pendekatan secara *STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT)*. Bahwa secara gabungan dalam bentuk bisnis didasari pada self-interest serta pengawasan yang optimal. Perkembangan pemasaran abad ke 20 M menjadikan industri untuk bisnis dan ekonomi akan adanya pembagian layaknya fokus pekerjaan yaitu manajer, agen dan stockholders hingga kepada konsumen. Hal ini yang dapat meningkatkan efektifitas dalam Pemasaran. Secara umum agar PT. Rajawali Abadi Surabaya mengidentifikasi atau menganalisis perusahaannya untuk dapat bekerja lebih optimal. Salah satu nya pemanfaatan analisis SWOT secara mendalam dan mengobservasi bagaimana perusahaan tersebut bekerja. Maka dari itu, penelitian ini akan menganalisa bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan berdasarkan analisis SWOT. PT. Rajawali Abadi Surabaya sebagai salah satu perusahaan pemasok bahan pembangunan properti sangat tepat untuk dijadikan sebagai objek. Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus.

**Kata kunci** : analisis pemasaran, analisis swot, strategi pemasaran