

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Strategi pemasaran yang diterapkan oleh peternak *Lovebird* untuk menarik daya beli konsumen, serta (2) Strategi yang diterapkan oleh peternak *Lovebird* terhadap faktor SWOT untuk meningkatkan budidaya *Lovebird*.

Penelitian ini dilaksanakan langsung di kediaman Bapak Herdi yang berlokasi di Perumahan Kahuripan Nirwana Village Blok CA 11 No.23 Sidoarjo. Data yang diambil selama 6 bulan dengan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dan wawancara secara langsung dengan konsumen dan pencinta burung *Lovebird*, dengan data yang diperlukan untuk penelitian dan teknik observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan dengan meninjau langsung terhadap faktor-faktor *internal* maupun *eksternal* pada usaha peternakan *Lovebird* milik Bapak Herdi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa peternakan *Lovebird* milik Pak Herdi sudah mampu bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. Berdasar analisis SWOT, peternakan milik Pak Herdi dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang dapat dilakukan terdiri dari : (1) Strategi SO (*Strength Opportunities*) meliputi pangsa pasar, memperluas dan mempertahankan pasar yang sudah ada. (2) Strategi WO (*Weakness Opportunities*) yakni melakukan promosi dengan efektif dan efisien. (3) Strategi ST (*Strength Treats*) terdiri dari menjalin kerjasama dengan pemasok lain, serta mempertahankan dan menjaga mutu produk. (4) Strategi WT (*Weakness Treats*) yaitu mempertahankan harga jual produk serta memperbaiki saluran distribusi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisa SWOT, Daya Beli Konsumen, Peternakan *Lovebird*