

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Penerapan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT oleh Pabrik Cat PT Tunggal Djaja Indah Sidoarjo, bertujuan untuk Untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Tunggal Djaja Indah Sidoarjo yang dilakukan selama ini dan strategi pemasaran yang seharusnya dijalankan oleh PT. Tunggal Djaja Indah Sidoarjo untuk meningkatkan penjualan sesuai dengan analisis SWOT.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Deskriptif Kualitatif, menggunakan data primer dan data sekunder, data primer dengan cara observasi melakukan *check List* bobot EFAS dan IFAS, sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi perusahaan. Analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh PT. Tunggal Djaja Indah Sidoarjo berupa periklanan pemasaran (*marketing*), dan penjualan langsung (*direct marketing*) untuk memasarkan produk-produk industri cat agar para konsumen dapat lebih mengenal berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dalam pengembangan ke depan, PT. Tunggal Djaja Indah Sidoarjo dapat menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas. Dan strategi tersebut didukung dengan adanya alternatif peluang untuk menarik simpati pelanggan lebih banyak lagi dengan memberi jaminan kualitas produk – produk cat yang dihasilkan untuk lebih memuaskan para pelanggannya.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT**