

ABSTRAK

UD Bina Rasa Trico merupakan usaha dagang yang bergerak di bidang pengolahan dan pemasaran kopi. Sebagai produsen kopi lokal, perusahaan ini berfokus pada pengolahan biji kopi dari petani lokal di daerahnya. UD Bina Rasa beralamat di Jln. Banda Aceh - Medan, KM 219, Desa Cot Gapu, Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen. Tingkat penjualan mengalami naik turunnya, selain itu permasalahan juga timbul dalam menghadapi tantangan besar dalam strategi pemasarannya. Maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi strategi pemasaran di UD. Bina Rasa Trico. Untuk menganalisis dalam mempertimbangkan faktor internal berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) dan juga faktor eksternal yaitu peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*). Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan UD Bina Rasa Trico. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koordinat posisi pabrik UD Bina Rasa Trico berada di kundran I dengan skor total rata-rata faktor internal 3,86. Sedangkan untuk faktor eksternal skor total rata-rata 3,92. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pabrik UD Bina Rasa Trico berada di jalur yang tepat namun harus terus melakukan strategi perkembangan pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan. Strategi utama yang dapat disarankan yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. Strategi SO Meningkatkan kualitas produk untuk terus mendapatkan kepercayaan konsumen sehingga penjualan perbulan semakin meningkat. Strategi WO terus melakukan promosi baik secara langsung atau lewat social media sehingga masyarakat dapat membeli produk secara online tanpa harus kepusat pemasaran langsung untuk memudahkan sistem penjualan. Strategi ST melakukan kerjasama yang baik dalam memproduksi produk Trico untuk memuaskan konsumen agar mempercayakan produk kopi UD Bina Rasa Trico. Strategi WT barang dipacking dengan rapi supaya produk aman dan tidak rusak sampai ke tangan konsumen.

Kata Kunci; SWOT, Strategi Pemasaran, Faktor Internal, Faktor Eksternal