

## **ABSTRACT**

SYARIFAH NADIA, 2024. "Analysis of the Marketing Strategy of Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Millennium in Meunasah Dayah Village, Muara Satu District, Lhokseumawe City". The purpose of this study is to formulate the right marketing strategy for Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Millennium Gampong Meunasah Dayah, Muara Satu District, Lhokseumawe City. In determining a marketing strategy, it is necessary to know internal factors and external factors. The methods of this research are descriptive analysis and SWOT analysis. Based on this study, the results of IFAS and EFAS were obtained which showed strength with a score of 1.85 and weakness with a score of 0.72. Meanwhile, the EFAS results show opportunities with a score of 1.98 and threats with a score of 0.82. Based on the SWOT Analysis diagram, Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Millennium showed in Quadrant I by using an aggressive strategy, that is, companies have the strength to take advantage of existing opportunities. The focus of this strategy is SO (strength opportunity), which is by utilizing abundant raw materials and labor to produce organic fertilizer at a low price compared to other fertilizers so that consumers can survive and increase, use experimental land for field demonstrations that attract farmers' attention in order to see firsthand the advantages of products, expand marketing areas and strengthen brand image in the market through marketing campaigns to showing the advantages of fertilizers, attracting the attention of consumers to switch to organic fertilizers and taking advantage of existing market potential. The use of this strategy is expected to increase the marketing of Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Millennium.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy.

## RINGKASAN

SYARIFAH NADIA. Analisis Strategi Pemasaran Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Milenium di Gampong Meunasah Dayah Kecamatan Muara Satu Kota Lhoseumawe. Dibimbing oleh EVA WARDAH dan BARMAWI

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan yaitu pada bulan Mei yang berlokasi di Gampong Meunasah Dayah Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal pada pemasaran pupuk alami kupula CV. Aceh Milenium yaitu kekuatan terdiri dari ketersediaan kotoran sapi, dan sudah memiliki sertifikat merek. Kelemahannya yaitu manajemen pemasaran belum optimal, lokasi tidak strategis dan pupuk belum banyak dikenal petani. Sedangkan faktor eksternal yaitu peluang terdiri dari biaya bahan baku murah, meningkatnya harga pupuk anorganik, dan potensi pasar besar. Sedangkan ancamannya yaitu persaingan dengan usaha pupuk lainnya, dan keterbatasan jaringan distribusi produk. Strategi yang tepat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran pupuk alami kupula yaitu dengan memanfaatkan kekuatan untuk menacapai peluang yang ada (*strategi agresif*) fokus strategi ini yaitu SO (*strength opportunity*) yaitu dengan cara memanfaatkan bahan baku yang melimpah dan tenaga kerja untuk menghasilkan pupuk organik unggul dengan harga yang murah dibandingkan pupuk lainnya agar konsumen tetap bertahan dan meningkat, memanfaatkan lahan percobaan untuk demonstrasi lapangan yang menarik perhatian petani agar dapat melihat langsung keunggulan produk, memperluas daerah pemasaran dan memperkuat citra merek dipasar melalui kampanye pemasaran untuk menunjukan keunggulan pupuk, menarik perhatian konsumen agar beralih kepada pupuk organik serta memanfaatkan potensi pasar ada. Penggunaan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan pemasaran Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Milenium.

Kata kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Usaha Pupuk Alami Kupula CV. Aceh Milenium.