

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi yang pesat di Indonesia mendorong persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan, terutama dalam bidang pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif bagi Koperasi Pengembangan Usaha Bersama, yang bergerak di bidang pengolahan biji kemiri, dengan menggunakan metode analisis SWOT. Data penjualan menunjukkan ketidakstabilan, dengan pendapatan yang tidak mencapai target. Metode deskriptif diterapkan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi koperasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa koperasi memiliki peluang untuk meningkatkan penjualannya dengan strategi yang fokus pada kualitas produk, promosi yang intensif, dan kerjasama yang baik dalam produksi. Strategi SO, WO, ST, dan WT dirumuskan untuk memaksimalkan potensi koperasi dalam menghadapi persaingan. Kesimpulan penelitian ini menekankan pentingnya penerapan strategi yang agresif untuk meningkatkan volume penjualan dan memperkuat posisi koperasi di pasar. Melalui perbaikan kualitas produk dan pengembangan promosi yang lebih luas, diharapkan koperasi dapat mencapai target penjualannya dan meningkatkan keuntungan secara berkelanjutan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Customer Value, Promosi.

ABSTRACT

The rapid economic development in Indonesia is driving increasingly fierce competition among companies, particularly in product marketing. This study aims to formulate an effective marketing strategy for the Cooperative for Joint Business Development, which operates in the processing of cashew nuts, using SWOT analysis methods. Sales data indicate instability, with revenue not meeting targets. A descriptive method is employed to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the cooperative. The analysis results show that the cooperative has opportunities to enhance its sales through strategies focused on product quality, intensive promotion, and strong cooperation in production. Strategies SO, WO, ST, and WT are formulated to maximize the cooperative's potential in facing competition. The conclusion of this research emphasizes the importance of implementing aggressive strategies to increase sales volume and strengthen the cooperative's market position. By improving product quality and expanding promotion efforts, it is hoped that the cooperative can achieve its sales targets and sustainably increase profits.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, Customer Value, Promotion.