

## **ABSTRAK**

Judul penelitian ini adalah analisis strategi pemasaran pada Kedai Teh Laresolo di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari Laresolo, serta dapat mengetahui apakah strategi pemasaran yang dapat digunakan secara tepat dan efisien oleh Laresolo dalam mencapai visi dan misinya. Pada penelitian ini menggunakan informan dengan 5 orang responden yang merupakan pihak internal Laresolo. Alat analisis data menggunakan Trianggulasi Teknik dan diagram IE sebagai alat pencocokannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada sel 5 yang mengidentifikasi perusahaan Laresolo sedang berada pada laju pertumbuhan (Growth) dengan ditunjukkan dari total nilai IFAS 2,85 sebesar dan nilai EFAS sebesar 2,46.

Saran dari penelitian ini adalah Menambahkan produk Thai Tea dengan varian yang lebih lengkap dengan berbagai topping sebagai strategi pengembangan produknya karena produk Thai Tea yang selama ini sudah diproduksi belum terlalu menonjol jika dibandingkan dengan produk Thai Tea dari brand pesaing. Memulai menjual produk teh Fragrance of Love secara lebih luas dengan memasarkannya di supermarket lokal. Karena ini merupakan produk unggulan Laresolo dan packingannya sudah memenuhi standar untuk didistribusikan.

Kata kunci : strategi pemasaran, swot, diagram IE