

Zahra Amalia Wulandari. 2024. Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Kulit Sapi (Studi Kasus Pada UD. Berkah Mandiri di Kota Tangerang Selatan). Dibimbing oleh Antik Suprihanti.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian (1) Mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal UD. Berkah Mandiri. (2) Menganalisis alternatif strategi pemasaran untuk UD. Berkah Mandiri. (3) Menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk UD. Berkah Mandiri. Penelitian menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif dan jenis penelitian studi kasus. Teknik penentuan responden menggunakan teknik *purposive*. Metode pengambilan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan Analisis SWOT dan Analisis QSPM. Hasil yang diperoleh (1) kekuatan dengan skor tertinggi, yakni produk berkualitas, produk terjamin halal, dan promosi sudah membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan sedangkan skor tertinggi faktor internal kelemahan, yakni usaha tidak memiliki *outlet* untuk menjual produk. Faktor eksternal peluang yang memiliki skor tertinggi, yakni meningkatnya permintaan terhadap industri *food and beverages* sedangkan skor tertinggi dimiliki oleh faktor eksternal ancaman, yakni produk pesaing yang lebih bervariasi dan promosi pesaing menjangkau lebih banyak masyarakat. (2) Alternatif strategi pemasaran untuk UD. Berkah Mandiri adalah strategi S-O, yakni memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan *e – commerce* dan memperluas kemitraan dengan *reseller*. (3) Strategi pemasaran yang tepat untuk UD. Berkah Mandiri adalah strategi memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan *e – commerce*.

Kata Kunci: Kerupuk Kulit Sapi, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Analisis QSPM

Zahra Amalia Wulandari. 2024. *Marketing Strategy Analysis of Cowhide Crackers (Case Study at UD. Berkah Mandiri in South Tangerang City)*. Supervised by Antik Suprihanti.

## ABSTRACT

*The study aims to (1) Identify and analyze internal and external factors of UD. Berkah Mandiri. (2) Analyze alternative marketing strategy for UD. Berkah Mandiri. (3) Analyze the right marketing strategy for UD. Berkah Mandiri. The study used a quantitative descriptive research approach and case study research type. The technique of determining respondents used purposive techniques. The data collection method used observation, interviews, questionnaires, and documentation. The analysis technique used SWOT Analysis and QSPM Analysis. The results obtained (1) strengths with the highest score, namely quality products, halal guaranteed products, and promotion has built strong relationships with customers while the highest score of internal factors of weakness, namely the company does not have an outlet to sell products. External factors of opportunity that have the highest score, namely the increasing demand for the food and beverages industry while the highest score is owned by external factors of threat, namely more varied competitor products and competitor promotion reaching more people. (2) Alternative marketing strategy for UD. Berkah Mandiri is an S-O strategy, namely expanding marketing reach through social media and e-commerce and increasing partnerships with resellers. (3) The right marketing strategy for UD. Berkah Mandiri is a strategy to expand marketing reach through social media and e-commerce.*

*Keywords: Cowhide Crackers, Marketing Strategy, SWOT Analysis, QSPM Analysis*