

ABSTRAK

Sari Harum merupakan salah satu usaha skala kecil dimana usaha ini memproduksi dan menjual produk berbagai jenis roti. Berdasarkan hasil penelitian awal terdapat permasalahan sebagai berikut, 1) Terbatasnya wilayah pemasaran yang dilakukan oleh usaha kecil Roti Sari Harum, 2) Strategi yang selama ini berjalan belum memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga menyebabkan tidak adanya peningkatan dalam penjualan.

Metode Deskriptif Analisis merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya, Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan adalah dengan observasi dan wawancara. Teknik Analisa data yang digunakan adalah metode analisis matriks swot (*strengths, weakness, opportunities, threats*).

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menganalisis Bauran Pemasaran, Konsep STP, EFAS, IFAS dan Alternatif Strategi menggunakan matriks SWOT. Maka Perpaduan dari berbagai faktor yang sudah diabstraksi inilah yang akan menentukan pilihan strategi yang disajikan dalam suatu matriks TOWS. Berdasarkan hasil analisis swot yang sudah di analisis maka sebaiknya Usaha Kecil Roti Sari Harum dapat mengembangkan strategi pemasaran yang sudah ditentukan berdasarkan tabel EFAS dan IFAS agar dapat menaikkan penjualan dan menambah pemasaran lebih luas.

Adapun beberapa saran-saran yang dapat diberikan pengembangan strategi pemasaran dapat meningkatkan pemasaran di Usaha Roti Sari Harum adalah sebagai berikut : 1) Melihat para pesaing yang gencar dalam melakukan kegiatan promosi, sehingga kegiatan promosi dapat menjadi lebih efektif dan efisien. 2) Membuka Galeri Roti Siap Saji, karena dinilai dapat mengembangkan usaha ini.

Kata Kunci : Pengembangan Strategi Pemasaran, Usaha Kecil