

## **ABSTRAK**

Sari Harum nyaéta salah sahiji bisnis skala leutik dimana bisnis anu ngahasilkeun jeung ngajual rupa-rupa roti. Dumasar papanggihan awal aya masalah saperti kieu, 1) aréa pamasaran masih keneh terbatas dilumangsungkeun ku usaha leutik Roti Sari Harum, 2) strategi pamasaran teu merhatikeun kaunggulan, kelemahan, kasempetan, jeung ancaman, ngabaluarkeun henteu kanaékan jualan.

Métode analisis deskriptif nyaéta métode panalungtikan ku cara ngumpulkeun data saluyu jeung bebeneran, kempelan Data Téknis dipigawé ku téhnik pendataan utama anu obsérvasi, jeng wawancara, Analisis Téknis tina data dipaké nya éta métode analisis matrix SWOT (kaunggulan, Kalemahan, kasempetan, ancaman).

Dumasar hasil studi anu peneliti dianalisis dina Marketing Campur, konsep STP, EFAS, IFAS jeung Strategi Alternatif maké SWOT matrix. Lajeng kombinasi rupa faktor anu geus diabstraksi nyaeta naon anu bakal nangtukeun mana strategi dibere dina matrix TOWS. Dumasar kana SWOT analisis geus dianalisis kudu Usaha Leutik Roti Sari Harum bisa ngamekarkeun strategi Pamasaran anu geus ditangtukeun dumasar kana EFAS tabel sarta IFAS dina raraga ngaronjatkeun jualan na nambahkeun pamasaran leuwih luas.

Sedengkeun pikeun sababaraha saran nu bisa dibikeun ngembangkeun strategi pamasaran bisa ngaronjatkeun usaha pamasaran Roti Sari Harum nyaéta saperti kieu: 1) ninggali para pesaing kudu aktif ngalakukeun kagiatan promosi, supaya kagiatan promosi tiasa langkung efektif jeung efisien. 2) Buka Galeri Roti, Siap saji, sabab dianggap ngamekarkeun bisnis ieu.

**Konci: Pangembangan Strategi Pamasaran, Usaha Leutik**