

## ABSTRAK

Strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan di UD Baston food Kecamatan Jati, dalam penelitian ini yang menjadi pokok permasalahan yaitu bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh UD Baston food Kecamatan Jati serta bagaimana peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan dengan menggunakan analisis SWOT UD Baston food Kecamatan Jati Kabupaten Kudus.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh UD Baston food Kecamatan Jati Kabupaten Kudus dan menentukan strategi yang tepat pada UD Baston Food dalam meningkatkan pendapatan dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) dengan pendekatan kualitatif sehingga memberikan gambaran adanya situasi dan kondisi yang terjadi pada UD Baston food Kecamatan Jati Kabupaten Kudus yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan. Dengan teknik pengumpulan data metode observasi, wawancara, dan dokumentasi serta uji keabsahan data dan triangulasi. Analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, menyajikan data (*data display*), *conclusion* dan *Verifikasi*.

Penelitian ini menghasilkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan pada UD Baston food Kecamatan Jati Kabupaten Kudus terkait segmentasinya berdasarkan pada segi geografi yaitu berdasarkan wilayah, berdasarkan demografi dan psikografi yaitu untuk semua kalangan baik kalangan menengah kebawah maupun menengah keatas karena harga yang diberikan lebih murah dari harga pasaran umum kecuali pada produk yang segmentasinya semua kalangan. Sedangkan yang menjadi target UD Baston food Kecamatan Jati Kabupaten Kudus yaitu masyarakat umum dan outlet-outlet yang berada di wilayah sekaridenan Pati dengan *positioning* pelayanan yang berprinsip syariah. Analisis SWOT pada UD Baston food Kecamatan Jati Kabupaten Kudus menggunakan matrik SWOT yang menghasilkan strategi yang tepat untuk meningkatkan omzet penjualan yaitu dengan cara Meningkatkan kerjasama dengan para produsen, distributor dan pedagang kecil/ pengecer tingkat akhir. Pengembangan usaha yang telah ada maupun pengadaan usaha baru. Memanfaatkan teknologi sebaik mungkin, baik untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan maupun dalam kinerja karyawan dan promosi. Meningkatkan kegiatan promosi yang telah dilakukan dengan memanfaatkan media sosial maupun media cetak. Meningkatkan kualitas SDM bagi karyawan. Meningkatkan kualitas produk yang diberikan. Mempertahankan harga jual yang kompetitif. Memberikan pelayanan yang sebaik mungkin. Memberikan bonus / penghargaan kepada karyawan yang melebihi target / berprestasi dalam pekerjaannya.

**Keyword : Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan, Analisis SWOT.**