

ABSTRAK

Nama: Ahmad Edi Leo Hartono, NIM: 1820310220, Judul Skripsi: Analisis S.W.O.T Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PR DJ MAS Kudus.

Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada PR DJ MAS Kudus dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*). Jenis penelitian ini adalah *field research* atau melakukan penelitian di lapangan kemudian data diperoleh dari hasil Wawancara, observasi dan dokumentasi. Data tersebut dikumpulkan dan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga dapat diketahui dengan jelas bagaimana strategi pemasaran, apa saja kendala-kendala yang dialami dan bagaimana *Strengths, Weakness, Opportunity and Threats* dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada PR. DJ MAS kabupaten Kudus serta ditinjau dari segi perspektif islam.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi yang dilakukan PR DJ MAS Kudus dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dengan menerapkan strategi *Marketing Mix* yaitu 5P (*Product, Price, Place, People & Promotion*) menurut perspektif syariah. Adapun kendala-kendala yang dialami adalah sumber daya manusia, biaya pemasaran, distribusi barang, persaingan pasar yang ketat. Sedangkan hasil dari analisis SWOT adalah dengan memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan sehingga dapat meminimalisir atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan perusahaan dengan memperbaiki kondisi di atas rata-rata kemampuan sehingga PR DJ MAS Kudus dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan dan SWOT