

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Tri Diva Indryani dengan NIM: 3721010 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) skripsi **“Analisis Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tahu Kasdi Di Nagari Limbanang Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota Dengan Perspektif Bisnis Syariah”**.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran industri rumahan tahu kasdi di Nagari Limbanang kecamatan Suliki kabupaten Limapuluh Kota dengan menggunakan metode Analisis SWOT yaitu *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan melalui promosi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah menggunakan data primer dan sekunder. Pada pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran suatu industri rumahan dengan model analisis SWOT pada Industri Rumahan Tahu Kasdi Di Nagari Limbanang Kecamatan Suliki Kabupaten Limapuluh Kota dalam pemasaran dan kendala yang dihadapi.

Hasil penelitian ini yaitu dalam mengembangkan usaha industri rumahan tahu kasdi di Nagari Limbanang dapat memanfaatkan seluruh peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman pada industri rumahan tahu kasdi di Nagari Limbanang. Peluang yang ada yaitu: pertama kecenderungan selera masyarakat untuk mengkonsumsinya, kedua tingginya tingkat belanja masyarakat Limbanang, ketiga promosi melalui media social dan masyarakat. Sedangkan kekuatannya yaitu: pertama kualitas tahu yang terjamin, kedua harga produk yang ditetapkan terjangkau, ketiga tempat yang terjangkau oleh masyarakat. Dan meminimalisir ancaman dan kelemahan, ancaman yaitu: pertama naiknya harga bahan baku, kedua memiliki pesaing lokal, ketiga pesaing memiliki teknologi yang mendukung, sedangkan kelemahan yaitu: pertama tidak adanya pilihan produk, kedua harga bahan baku yang tidak stabil, ketiga promosi yang tidak meluas.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT