

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENYUSUTAN
PENJUALAN AKIBAT DIET SAMPAH PLASTIK (STUDI KASUS
DISTRIBUTOR SARI ROTI YOGYAKARTA)**

Agrodia Angela Duita

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang diperlukan berdasarkan analisis SWOT pada perusahaan Distributor Sari Roti. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian penggunaan ini adalah deskriptif, dengan metode pengumpulan data wawancara kepada karyawan yang bekerja di perusahaan Distributor Sari Roti. Penelitian ini digunakan untuk menggambarkan penurunan penjualan yang terjadi akibat anjuran diet sampah plastik oleh pemerintah. Hasil dari penggunaan matriks SWOT dengan hasil analisis data nilai faktor internal 3,24 didapat dari total penjumlahan *rating* faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan. Nilai 3,24 memiliki arti nilai tersebut tinggi dengan penilaian skala *likert*, dan nilai faktor eksternal yaitu 3,49 didapat dari nilai total penjumlahan *rating* faktor peluang dan ancaman perusahaan. Nilai 3,49 memiliki arti nilai tersebut tinggi dengan penilaian skala *likert*. Posisi usaha perusahaan saat ini berada dalam fase pertumbuhan usaha. Hasil ini dibuktikan pada matriks internal dan eksternal SWOT menunjukkan keadaan perusahaan. Strategi yang tepat digunakan dalam perusahaan saat ini adalah WT (*weakness treath*)

Kata Kunci : *Strategi pemasaran, Analisis SWOT, Matrik SWOT*

**THE ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY FOR REDUCED SALES
DUE TO PLASTIC WASTE DIET(CASE STUDY OF SARI ROTI
YOGYAKARTA DISTRIBUTOR)**

Agrodia Angela Duita

Abstract

This study aims to determine what marketing strategy is needed by the company based on a SWOT analysis at Sari Roti distributor company. The approach used in this research is descriptive, with the method of collecting interview data to employees who work at Sari Roti Distributor company. This study is used to describe the decline in sales that occurs due to the recommended plastic waste diet by the government. The results of the use of the SWOT matrix with the results of the internal factor value data analysis of 3.24 are obtained from the total summation of the company's strength and weakness rating factors. The value of 3.24 means that the value is high with the Likert scale rating, and the value of external factors, namely 3.49, is obtained from the total value of the total summation of the company's opportunity and threat factor rating of the company. The value of 3.49 means that the value is high with the Likert scale rating. The company's business position is currently in a business growth phase. This result is evidenced in the internal and external SWOT matrix showing the state of the company. The right strategy used in the company today is WT (weakness treats)

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, SWOT Matrix*