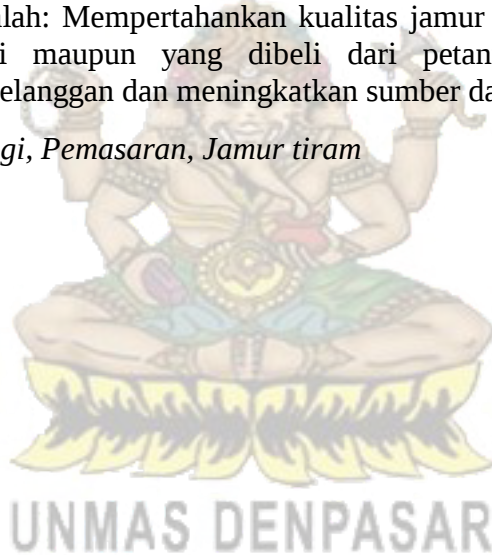


## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi pemasaran jamur tiram di UD Bee Jamur Desa Peguyangan Kaja, Kecamatan Denpasar utara. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana faktor internal dan eksternal perusahaan UD Bee Jamur dan strategi apa yang diterapkan dalam pemasaran UD Bee Jamur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan UD Bee Jamur dan untuk mengetahui strategi pemasaran di UD Bee Jamur. Penelitian ini menggunakan bentuk deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa nilai yang paling dominan atau berpengaruh ada pada kekuatan (*streangth*) dengan nilai 0,60 dan nilai peluang 0,77. Sehingga perusahaan UD Bee Jamur bisa mempertahankan kekuatan Produk yang memiliki kualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan dengan memanfaatkan peluang (*opportunities*) tingginya permintaan jamur. Dari hasil analisis SWOT maka strategi yang dapat dikembangkan adalah: Mempertahankan kualitas jamur tiram organik baik yang diproduksi sendiri maupun yang dibeli dari petani mitra guna menjaga kepercayaan dari pelanggan dan meningkatkan sumber daya manusia.

*Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Jamur tiram*



## ABSTRACT

This research is entitled Strategi marketing oyster mushrooms in UD Bee Mushrooms Peguyangan Kaja Village, north Denpasar District. The problem in this study is how the internal and external factors of UD Bee Mushroom companies and what strategies are applied in the marketing of UD Bee Jamu. This study aims to find out internal and external factors in the development of UD Bee Mushrooms and to find out marketing strategies in UD Bee Mushrooms. This research uses a qualitative descriptive form using SWOT analysis. The results of this study show that the most dominant or influential value is in strength (*streangth*) with a value of 0.60 and an opportunity value of 0.77. So that the UD Bee Mushroom company can maintain the strength of products that have quality that is in accordance with customer wishes by taking advantage of *opportunities* (*opportunities*) of high demand for mushrooms. From the results of the SWOT analysis, the strategies that can be developed are: Maintaining the quality of organic oyster mushrooms both produced by themselves and purchased from partner farmers in order to maintain the trust of customers and increase human resources.

*Keywords : Strategy, Marketing, Oyster mushrooms*

