

**Analisis Lingkungan Pemasaran Dalam Rangka Perencanaan Strategi
Pemasaran Pada Industri Roti Di Kejapanan Kabupaten Pasuruan
Vany Bayu Eko Prasetyo¹⁾, Sumadi²⁾, Guntur Pribadi³⁾**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor – faktor internal (yang menjadi kekuatan dan kelemahan) dan Eksternal yang menjadi (peluang dan ancaman) bagi industri roti di Desa Kejapanan. Berdasarkan analisa internal dan eksternal, akan dirumuskan alternatif strategi apa yang tepat untuk digunakan oleh industri roti di Desa Kejapanan.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *survey*. Terdapat dua populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh anggota baik pimpinan dan karyawan industri roti di Desa Kejapanan dan konsumen industri roti di Desa Kejapanan , Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara langsung, serta BPS Kabupaten Pasuruan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa segmentasi industri roti di Desa Kejapanan dengan menggunakan analisis STP adalah segmentasi demografis dan psikografis. Hasil dari analisis SWOT, alternative strategi yang digunakan adalah strategi S-O dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk merebut peluang yang ada.

Kata kunci : Analisis STP, Analisis SWOT, Pemasaran, Strategi

- ¹⁾ Mahasiswa Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri
- ²⁾ Dosen Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri.
- ³⁾ Dosen Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agribisnis.