

ABSTRAK

Awfa Ni'amillah Mabur, NIM: 1820310177, judul “Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Air Mineral Kh-Q (Studi Kasus Distributor Kh-Q Tangerang Selatan)”, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan pemasaran air mineral di Jabodetabek khususnya di Kota Tangerang Selatan berkembang sangat cepat. Selama menjalankan pemasarannya distributor Air mineral Kh-Q memiliki beberapa permasalahan yang di hadapi untuk meningkatkan pemasaran produk Air mineral yaitu, banyaknya distributor air mineral di Tangerang Selatan menyebabkan adanya persaingan yang sangat ketat. Yang mana distributor air mineral Kh-Q mengalami kesulitan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Pada permasalahan di atas membuktikan bahwa strategi pemasaran sangatlah penting dalam menunjang suatu pemasaran produk. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran produk air mineral Kh-Q di distributor Kh-Q Tangerang Selatan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* dengan pendekatan kualitatif yang dilaksanakan di distributor Kh-Q Tangerang Selatan. Subjek penelitiannya yaitu manajer distributor Kh-Q Tangerang Selatan dan konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data penulis menggunakan teknik perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi. Adapun analisis data menggunakan teori Miles dan Huberman yaitu menggunakan tiga langkah diantaranya *reduksi* data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Distributor Kh-Q Tangerang Selatan dalam menjalankan bisnisnya menerapkan sikap kejujuran dan spiritual, Adapun etika pemasaran syariah yang diterapkan oleh distributor Kh-Q Tangerang Selatan dengan menerapkan kejujuran amanah, berakhlakul kharimah, serta mengutamakan sisi spiritual. (2) Strategi yang dapat digunakan distributor Kh-Q Tangerang Selatan berdasarkan matriks SWOT yaitu dengan mempertahankan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa nyaman, memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, memberikan inovasi yang berbeda tetapi tetap mengedepankan kualitas, meningkatkan promosi penjualan seperti halnya melalui pamphlet dan media sosial, dan lebih melebarkan proses promosi dengan menggunakan media sosial. (3) Salah satu kendala dalam proses pemasaran air mineral Kh-Q di Tangerang Selatan adalah branding yang kurang kuat. Dalam dunia marketing, branding menjadi salah satu hal penting yang tidak dapat diabaikan. Kendala lain yang dimiliki distributor Kh-Q di Tangerang Selatan adalah lambat dalam menerapkan transformasi digital. Perkembangan teknologi kini semakin canggih yang juga sangat berpengaruh pada dunia marketing. Solusi untuk kendala pemasaran yang ada di distributor Kh-Q Tangerang Selatan adalah dengan cara semakin giat melakukan promosi terutama dalam promosi melalui media sosial, dimana media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas daripada promosi dengan cara konvensional.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran.