

## ABSTRAK

Saat ini persaingan bisnis dalam industri makanan sangatlah ketat, dalam hal bisnis kue, kebutuhan konsumen atau kue yang disukai oleh konsumen sering kali berubah. CV. Amanda merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri makanan yang memiliki produk inti yaitu brownies. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh CV. Amanda untuk dapat bersaing pada industri tersebut.

Jenis penelitian yang ini adalah deskriptif dan metode yang digunakan adalah kombinasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Sedangkan untuk mendapatkan data, peneliti melakukan wawancara, observasi dan pengolahan data yang ada.

Setelah menemukan faktor-faktor yang menjadi SWOT pada CV. Amanda, peneliti menemukan beberapa strategi yang dapat digunakan oleh CV. Amanda dalam menjalankan bisnisnya berdasarkan analisis SWOT sebagai berikut, berdasarkan Analisis Matriks IFE dan EFE, CV. Amanda berada pada sel 5, yaitu strategi *growth/stability*. Dengan strategi yang digunakan adalah *Market Penetration*, *Market Development*, dan *Product Development*. Sedangkan strategi berdasarkan diagram analisis SWOT adalah strategi integrasi kedepan, strategi integrasi kebelakang, dan strategi integrasi horizontal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Value Chain*, *5 force's Porter*, SWOT