

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif guna memperluas pangsa pasar PT KUI Indo *Fishskin* pada tahun 2024. PT KUI Indo *Fishskin* adalah perusahaan yang bergerak di industri makanan ringan dengan produk unggulan keripik kulit ikan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, distribusi yang terbatas, dan rendahnya kesadaran merek, perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang terstruktur dan efektif.

Analisis *SWOT* dan *Porter's Five Forces* digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Pendekatan *Marketing Mix* (4P) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi diterapkan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang komprehensif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT KUI Indo *Fishskin* memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasar melalui ekspansi distribusi ke wilayah baru, inovasi produk, dan peningkatan aktivitas *digital marketing*. Strategi yang diusulkan mencakup peningkatan penetrasi pasar melalui distribusi yang lebih luas, kampanye pemasaran yang agresif untuk meningkatkan kesadaran merek, dan optimalisasi penjualan melalui platform *e-commerce*.

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, PT KUI Indo *Fishskin* diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar secara signifikan pada tahun 2024. Strategi ini diharapkan dapat menyesuaikan dengan tren dan preferensi pelanggan yang semakin mengarah pada produk makanan ringan yang sehat dan inovatif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pangsa Pasar, PT KUI Indo *Fishskin*, Analisis *SWOT*, *Marketing Mix*, *Digital Marketing*.