

## Abstrak

Muhammad Abdul Aziz 2023. Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan. Dibawa Bimbingan Teguh Sarwo Aji, SP., M. MA

---

Pada tahun 2023, pemerintah Republik Indonesia telah mengestimasi produksi beras sejumlah 54 juta ton, sedangkan kebutuhan beras diperkirakan mencapai 32 juta ton. Situasi ini mencerminkan bahwa sektor bisnis beras masih menghadirkan potensi keuntungan di Indonesia, mengingat beras terus memegang peran sebagai bahan makanan pokok yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Meskipun permintaan terhadap gandum terus meningkat, preferensi terhadap beras tetap menjadi yang utama. CV. Rahmat Jaya, sebuah perusahaan yang telah berkecimpung dalam bidang produksi dan perdagangan beras secara signifikan, dihadapkan pada persaingan ketat dan iklim pasar yang cenderung tidak pasti. Namun, dengan mengelola bisnis berasnya secara efektif, perusahaan ini berhasil mencapai prestasi yang memuaskan. CV. Rahmat Jaya mampu menghasilkan produksi beras sebanyak 40.000 kilogram per bulan dan mampu menjual 60.000 kilogram beras setiap bulannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Rahmat Jaya dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, yang memungkinkan klasifikasi posisi perusahaan serta penentuan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungannya. Pengolahan data dilakukan melalui matriks SWOT, yang mencakup identifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dari hasil analisis tersebut, terbentuklah empat alternatif strategi yang dapat menjadi dasar pertimbangan bagi manajemen perusahaan.

**Kata Kunci : Strategi, Pemasaran Penjualan**

### *Abstract*

*In 2023, the Indonesian government projects rice production of 54 million tons, while the need for rice is projected to be 32 million tons. This fact shows that the rice business is still profitable in Indonesia because rice remains the staple food that is most consumed by the community. Although wheat consumption continues to increase, rice remains the main choice. CV. Rahmat Jaya is a company that has long been engaged in the production and sale of rice. Despite facing fierce competition and market uncertainty, this company managed to manage the rice business well. CV. Rahmat Jaya is able to produce 40,000 kilograms of rice per month and sell 60,000 kilograms of rice per month. This research aims to analyze the marketing strategy carried out by CV. Rahmat Jaya in increasing sales. The research uses the SWOT Analysis approach to classify a company's position and determine marketing strategies that suit its environment. Data analysis is carried out with a SWOT matrix, which consists of strength, weakness, opportunity, and threat factors. From the results of the analysis, four alternative strategies were produced that can be considered by company management.*

***Keywords : Strategy, Marketing, Sale***