

Permasalahan yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang harus diterapkan di industri yangko Adi Putro untuk lebih memperluas pasar. Penelitian ini dilakukan mengingat industri yangko merupakan industri makanan tradisional khas Kotagede yang merupakan salah satu daerah wisata di Yogyakarta. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam bidang pariwisata yang merupakan salah satu sektor andalan dalam perekonomian.

Penentuan strategi pemasaran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght-Weakness-Opportunity-Threats*) atau analisis Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman. Analisis SWOT adalah alat untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran suatu perusahaan, sehingga dengan analisis SWOT ini akan dapat diketahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari perusahaan yangko Adi Putro yang selanjutnya digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang sesuai. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan Yangko Adi Putro dilihat dari Aspek Pasar, Teknis dan Finansial sedangkan analisis peluang dan ancaman dilihat dari potensi, pangsa dan peluang pasar.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan yangko Adi Putro untuk memperluas pasar, yaitu: meningkatkan pemasaran yangko, meningkatkan produksi yangko, menambah kapasitas produksi, menambah bahan baku, menambah jumlah tenaga kerja, memilih pemasok bahan baku yang lebih murah, memanfaatkan pemasaran yang lebih luas serta memperhitungkan biaya pembuatan produk yangko.

**Kata Kunci** : analisis SWOT, strategi pemasaran, perusahaan yangko Adi Putro