# ABSTRAK

*Adanya kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan dan adanya peningkatan produktivitas pertanian kabupaten Sragen membuat perusahaan beras organik harus dapat menyeimbangkan produktivitas dengan penjualan maka perlu adanya srategi pemasaran yang baik supaya tidak terjadi penumpukan produk di gudang karena akan menambah biaya simpan dan resiko. Langkah yang akan dilakukan adalah menggali informasi dari tingkat kepentingan dan dan kepuasan pelanggan beras organik. Dan membandingkannya dengan produk dari Perusahaan Dagang yang lain untuk mengetahui kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness). Kemudian menganalisa faktor internal yang terdiri dari kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness) dengan faktor eksternal peluang (opportunity) dan ancaman (threat), untuk merumuskan strategi pengembangan penjualan produk. Pada penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT sebagai alat bantu untuk merencanakan strategi, karena diasumsikan bahwa dalam setiap kekuatan selalu ada kelemahan yang tersembunyi dan dari setiap kesempatan yang terbuka selalu ada ancaman yang harus diwaspadai. Sebagai input faktor internal dalam analisis SWOT yaitu kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness) akan ditentukan dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Hasil analisa ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak perusahaan untuk peningkatan dan pengembangan kualitas layanan perusahaan agar sesuai dengan keinginan dari pelanggan.*

**Kata Kunci :** Strategi pemasaran, Analisis SWOT, *Quality Function Deployment (QFD)*