

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran pada usaha Nusantara Laundry Sekayu dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Nusantara Laundry* berada pada kuadran I dalam matriks SWOT, yang berarti perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Strategi yang tepat untuk diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi S-O, yaitu memaksimalkan kekuatan internal seperti layanan laundry lengkap, harga kompetitif, dan lokasi strategis untuk memanfaatkan peluang eksternal seperti meningkatnya permintaan layanan antar-jemput dan promosi digital. Penelitian ini menyarankan pengembangan layanan tambahan, optimalisasi media sosial, serta peningkatan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan industri laundry yang semakin ketat.

Kata kunci: strategi pemasaran, analisis SWOT, Nusantara Laundry