

ABSTRAK

Irna Wati, Npm:71190312021, Judul : Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Gula Merah Di Desa Sei Silau Kab.Asahan , Dibimbing Oleh : Dr. Safrida, SE,M.Si Sebagai Pembimbing I Dan Julkarnain.,S.Ag..S.E.,M.M Sebagai Pembimbing II, Skripsi, 2023

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran UMKM dalam meningkatkan volume penjualan gula merah di Desa Sei Silau Kab.Asahan. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, dimana data tersebut didapat melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif kualitatif dengan Analisis SWOT untuk memanfaatkan peluang dan memaksimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Hasil Penelitian ini adalah diantaranya yaitu Matriks IFAS, Matriks EFAS, serta diagram SWOT. Nilai hasil dari uji Matriks IFAS (2,59) digunakan sebagai sumbu X (horizontal) pada diagram SWOT dan nilai hasil uji matriks EFAS (2,80) digunakan sebagai sumbu Y (vertikal) pada diagram SWOT. Hasil SWOT menerangkan bahwa perusahaan berada pada daerah IV, dimana pada daerah tersebut menggambarkan bahwa faktor-faktor internal pelaku usaha UMKM dalam keadaan lemah. Hasil analisis SWOT yang digambarkan dengan menggunakan diagram SWOT menunjukkan kondisi usaha UMKM berada pada kuadran IV, dimana hal tersebut berarti bahwa UMKM Gula Merah di Desa Sei Silau Kab.Asahan berada pada posisi *Defence* (bertahan) dan strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha UMKM Gula Merah Di Desa Sei Kab.Asahan adalah Strategi Agresif , yaitu pelaku usaha harus mampu mengembangkan kekuatan yang ada dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT

ABSTRACT

Irnawati, Npm: 71190312021, Title: MSMEs Marketing Strategy in Increasing the Sales Volume of Brown Sugar in Sei Silau Village, Asahan District, Supervised by: Dr. Safrida, SE,M.Si As Advisor I And Julkarnain.,S.Ag..S.E.,M.M As Advisor II, Thesis, 2023

The purpose of this study is to determine the marketing strategy of MSMEs in increasing the sales volume of brown sugar in Sei Silau Village, Asahan Regency. The types of data used are primary and secondary data, where the data is obtained through interviews, observation and documentation. This research uses qualitative Descriptive method with SWOT Analysis to take advantage of opportunities and maximize strengths, reduce weaknesses and avoid threats. The results of this study include IFAS Matrix, EFAS Matrix, and SWOT diagram. The result value of the IFAS Matrix test (2.59) is used as the X axis (horizontal) in the SWOT diagram and the value of the EFAS matrix test result (2.80) is used as the Y axis (vertical) in the SWOT diagram. The SWOT results explain that the company is in region IV, which in that area illustrates that the internal factors of MSME business actors are in a weak state. The results of the SWOT analysis depicted using a SWOT diagram show that the business condition of MSMEs is in quadrant IV, which means that Brown Sugar MSMEs in Sei Silau Village, Asahan Regency are in a defence position and the strategy that can be done is a marketing strategy that can be applied by MSME business actors Brown sugar in Sei Village, Asahan Regency is an aggressive strategy, namely business actors must be able to develop existing strengths and improve and maintain existing opportunities.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT Analysis