

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah Mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan sapu lidi dari pelepah Sawit berdasarkan metode SWOT, Mengetahui indikator apa yang diteliti pada penelitian strategi pemasaran sapu lidi dari pelepah Sawit ini dengan menggunakan metode SWOT, Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana pada saat pengumpulan data dilakukan menggunakan metode Kuantitatif dimana akan dilakukan penyebaran kuesioner yang berisi tentang indikator indikator yang berhubungan dengan metode SWOT. Sedangkan pada pengolahan data akan dilakukan analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu berupa perhitungan terhadap bobot nilai yang didapatkan pada kuesioner yang dibagikan kepada para bagian pemasaran yang berada pada UMKM Mitra Usaha. Dari hasil pengolahan data didapatkan Internal Factor Analisis Summary (IFAS) faktor kekuatan dan kelemahan memiliki nilai 2,99 dan External Factor Analisis Summary (EFAS) diatas didapatkan nilai skor sebesar 2,79. Dari Matriks diatas bahwa diketahui IFAS berada pada sel II dan EFAS berada pada sel IV yang dapat diartikan bahwa strategi akan mengacu kepada pertumbuhan atau perkembangan.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, SWOT, EFAS, IFAS*

ABSTRACT

The aim of this research is to find out the strategies used to increase sales of broom sticks from palm fronds based on the SWOT method, to find out what indicators were studied in the research on marketing strategies for broom sticks from palm fronds using the SWOT method. This research uses a quantitative method where at the time of collection data is carried out using the Quantitative method where a questionnaire will be distributed containing indicators related to the SWOT method. Meanwhile, in data processing, data analysis will be carried out using quantitative methods, namely in the form of calculating the weight of the values obtained in the questionnaire distributed to the marketing department in the MSME Business Partners. From the results of data processing, it was found that the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) of strength and weakness factors had a score of 2.99 and the External Factor Analysis Summary (EFAS) above obtained a score of 2.79. From the matrix above, it is known that IFAS is in cell II and EFAS is in cell IV, which means that the strategy will refer to growth or development.

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT, EFAS, IFAS*