

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi UMKM Pahala design dalam meningkatkan volume penjualannya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 31 responden yaitu konsumen UMKM Pahala Design.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Random Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa SWOT. Hasil penelitian ini didapat penilaian IFAS dan EFAS nilai total **3,06** dan **3,1** sedangkan pada diagram Kartesius didapat nilai **kekuatan (Strength=1,4, kelemahan (Weakness=1,66), peluang(Opportunity=1,6), Ancaman(Treath=1,5)** maka diperoleh selisih total skor faktor **Strength dan Weakness adalah (-) 0,26** dan selisih total skor faktor **Opportunity dan Treath adalah (0,1)** Dari gambar diagram kartesius disimpulkan UMKM Pahala Design menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini yaitu dengan meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih, dengan strategi **Turn Around**. Dari hasil perhitungan tabel IFAS dan EFAS didapatkan nilai IFAS sebesar **3,06** dan skor untuk hasil EFAS sebesar **3,01**. Apabila dikonversikan kedalam gambar Tabel **IE Matriks**, maka terletak ke dalam **kotak I**, di mana hasilnya UMKM Pahala Design masuk ke dalam fase **Growth** yaitu suatu kegiatan agar usaha ini dapat memperluas usahanya dengan cara meminimalkan kelemahan serta memaksimalkan peluang yang ada. strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah **WO (Weakness-Opportunity)**, yaitu meminimalkan kelemahan serta meningkatkan peluang usaha yang telah ada, dengan cara gencar melakukan promosi di semua media, Memperbaiki pelayanan konsumen, Menambah jumlah karyawan, Melakukan efesiensi waktu dalam produksi, Membuka tempat usaha offline.

Kata Kunci : Pemasaran, Strategi pemasaran, Volume penjualan, UMKM, Analisis SWOT