

## ABSTRAK

Usaha Mandiri XYZ merupakan perusahaan kecil dibidang pengolahan ayam khususnya pada pemotongan ayam. Usaha Mandiri XYZ ini berdiri sejak tahun 2016. Saat ini perusahaan mengalami beberapa permasalahan yaitu penjualan yang belum mencapai target. Akar masalah yang menyebabkan terjadinya gejala permasalahan ini, diantaranya pendapatan yang tidak stabil sampai tidak memenuhi target penjualan, Strategy promosi yang kurang variatif, jumlah pekerja yang sedikit dan pekerjaan yang kurang sesuai dengan job description. Tujuan dari penelitian pada Usaha Mandiri XYZ ini adalah untuk Mengidentifikasi kondisi faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal usaha mandiri XYZ. Usaha Mandiri XYZ termasuk ke dalam UMKM. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Di Indonesia yang tergolong sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama dari sektor perekonomian. Hal tersebut dilakukan untuk mendorong kemampuan masyarakat agar dapat berkembang dalam sector ekonomi. Usaha Mandiri XYZ juga termasuk kegiatan wirausaha yang masih tergolong kecil. Wirausaha adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis mandiri yang segala sumber daya dan upaya dibebankan pada wirausahawan (pelaku usaha). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), Matriks External Factor Evaluation (EFE), Matriks Internal External (IE), Matriks SWOT, dan Matriks Quantitive Strategic Planning (QSPM). Penelitian menggunakan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan juga QSPM (Quantitive Strategic Planning Matrix). Metode tersebut digunakan untuk mendapatkan Strategy pemasaran yang lebih optimal. Kesimpulan yang didapat oleh peneliti dengan berdiskusi dengan internal dari Usaha Mandiri XYZ yaitu ada beberapa Strategy yang akan diimplementasikan oleh Usaha Mandiri XYZ dan ada juga beberapa Strategy yang masih akan ditinjau kembali.

**Kata kunci :** Penjualan Produk, Strategy Pemasaran, SWOT, QSPM