**STRATEGI PEMASARAN UBI KAYU (*Manihot esculenta*)**

**(STUDI KASUS : DESA PEGAJAHAN KECAMATAN PEGAJAHAN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI)**

**JULKIFLI NAPITUPULU**

**NPM 204114022**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran ubi kayu (*Manihot esculenta*), menganalisis strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) dan rumusan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan metode survey. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 22 orang. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada faktor internal yaitu kekuatan memiliki skor dengan nilai 1,77 dan kelemahan memiliki skor dengan nilai 1,57, sehingga jika dikurangkan maka hasilnya akan 0,20. Sedangkan pada faktor eksternal yaitu peluang memiliki skor dengan nilai 1,71 dan ancaman memiliki skor dengan nilai 1,56, jika skor yang diperoleh dari peluang dan ancaman dikurangkan maka hasilnya akan 0,15. Hasil dari diagram analisis SWOT menunjukkan titik koordinat (0,20 : 0,15) hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran petani ubi kayu (*Manihot esculenta*) di Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai berada pada kuadran I yang merupakan suatu situasi yang nilai rata-ratanya menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Petani Ubi Kayu, Analisis SWOT

