

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini yaitu mendapatkan gambaran strategi pemasaran produk Huion pada Papillon Store dan merancang kembali strategi Pemasaran produk Huion pada Papillon Store menggunakan metode SWOT. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian lapangan yang bersifat Kualitatif. Teknik analisis data yang dipakai yaitu Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), dan Matriks SWOT. Penelitian ini menunjukkan yaitu Analisis Matrik SWOT pada produk Huion di Papillon Store mempunyai kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan. Dalam kondisi Eksternal produk Huion pada Papillon Store mempunyai peluang yang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman. Hal ini menunjukkan yaitu produk Huion dan Papillon Store berada diposisi yang menguntungkan dikarenakan kekuatan dan peluang dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Kata Kunci: Strategi pemasaran; Pentablet; SWOT; IFAS; EFAS