

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Atiya Collection Desa Nailan Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo Dalam Meningkatkan Volume Penjualan” yang ditulis oleh Muadz Dzulfahmi Azzuhri, NIM 12402173649, yang di bimbing oleh Siswahyudianto, S.Pd.I, M.M.

Penelitian ini di latarbelakangi pada keunggulan yang dimiliki oleh UMKM Atiya Collection pada fiturnya, yaitu memberikan gratis pengiriman di wilayah Ponorogo dan JAWA TIMUR, tidak hanya itu terdapat juga garansi yang mana jika tas yang di produksi tidak sesuai dengan yang telah disepakati maka akan diganti dengan yang baru. Sehingga hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemasaran yang diterapkan di UMKM Atiya Collection ini dalam upaya strategi pengembangannya.

Fokus penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah 1). Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Atiya Collection dalam Meningkatkan Volume Penjualan?, 2). Bagaimana kendala dan solusi dalam penerapan strategi pemasaran di UMKM Atiya Collection?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dalam penulisan ini laporan penelitian berupa deskriptif kualitatif berisi kutipan data (fakta) yang di temukan dilapangan guna memberikan dukungan data yang disajikan. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data menggunakan teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan penelitian.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Strategi Pemasaran UMKM Atiya Collection adalah menggunakan strategi pemasaran dengan metode yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), Orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*phisyical evidence*), pengemasan (*packaging*), dan pembayaran (*payment*) biasa dikenal dengan metode 9p. Dampak yang timbul dari penerapan strategi pemasaran UMKM Atiya Collection yaitu semakin tertatanya tujuan dari proses produksi hingga ke pemasarannya. Strategi pemasaran produk yang diterapkan yaitu mengedepankan dan menjamin akan kualitas dari produk yang dipasarkan. Memberikan fitur gratis pengiriman di wilayah Ponorogo dan sekitarnya. 2). Kendala dan solusi yang dilakukan oleh UMKM Atiya Collection mampu dikendalikan dengan baik setelah mengetahui secara spesifik apa saja kendala pada masing–masing proses, dari proses produksi, harga, promosi, lokasi, sumber daya manusia, proses, bukti fisik dan pembayarannya. Sehingga kendala yang timbul tidak menghambat jalannya proses produksi hingga proses pemasaran menjadikan perusahaan mampu terus berjalan dengan baik.

**Kata Kunci : UMKM, Produk, Strategi Pemasaran.**

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategies in Atiya Collection UMKM, Nailan Village, Slahung District, Ponorogo Regency in Increasing Sales Volume" written by Muadz Dzulfahmi Azzuhri, NIM 12402173649, under the guidance of Siswahyudianto, S.Pd.I, M.M.*

*This research is motivated by the advantages possessed by MSME Atiya Collection in its features, namely providing free shipping in the Ponorogo and EAST JAVA areas, not only that there is also a guarantee which if the bag produced is not in accordance with what has been agreed, it will be replaced with a new one. new. So that this makes researchers interested in researching the marketing strategies applied in the Atiya Collection MSMEs in their development strategy efforts.*

*The focus of the research taken in this study are 1). What is the marketing strategy carried out by Atiya Collection SMEs in Increasing Sales Volume?, 2). What are the obstacles and solutions in implementing marketing strategies in Atiya Collection SMEs?*

*This study uses a qualitative approach, in writing this research report in the form of a qualitative descriptive containing citations of data (facts) found in the field in order to provide support for the data presented. The data source used is primary data. Data collection techniques using the method of observation, interviews and documentation. The data processing technique uses data analysis techniques and checking the validity of research findings.*

*The results of this study are as follows: 1). The marketing strategy of Atiya Collection UMKM is to use a marketing strategy with methods, namely product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, packaging. (packaging), and payment (payment) commonly known as the 9p method. The impact that arises from the implementation of the Atiya Collection MSME marketing strategy is that the goals from the production process to the marketing are more organized. The product marketing strategy applied is to prioritize and guarantee the quality of the products being marketed. Provides a free delivery feature in the Ponorogo area and its surroundings. 2). Constraints and solutions made by MSME Atiya Collection can be controlled properly after knowing specifically what are the obstacles in each process, from the production process, price, promotion, location, human resources, process, physical evidence and payment. So that the obstacles that arise do not hinder the course of the production process until the marketing process makes the company able to continue to run well.*

**Keywords: MSME, Product, Marketing Strategy.**