

## ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus di UMKM Surinala Culture Kelurahan Kauman Kota Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Sonia Henta Angelina, NIM.12402183058, pembimbing Prof. Dr. Ahmad Tanzeh, M.Pd.I.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Surinala Culture merupakan UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman (*coffee shop*). Sudah berdiri pada tahun 2018, minat konsumen terhadap UMKM ini dapat dikatakan cukup tinggi.

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat? 2) Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat? 3) Bagaimana pengawasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Surinala Culture dalam meningkatkan ekonomi masyarakat?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tulungagung Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Kemudian teknik analisa data yang digunakan peneliti adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Perencanaan strategi marketing yang dilakukan oleh Surinala Culture dilakukan dengan hati-hati dan penuh perhitungan. Perencanaan keuangan Surinala Culture juga diatur dengan baik dengan menekan pengeluaran sekecil mungkin pada hal-hal yang kurang diperlukan. Dan mengalokasikan dana hal-hal yang penting. 2) Pelaksanaan strategi marketing yang dilakukan oleh Surinala Culture terdiri dari strategi marketing 4P yaitu produk yang dihasilkan berkualitas, harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk, lokasi Surinala Culture yang strategis dan adanya promosi yang membuat pelanggan semakin tertarik untuk mengunjungi Surinala Culture. 3) Pengawasan strategi marketing yang dilakukan oleh Surinala Culture sudah sesuai dengan perencanaan, namun terdapat penurunan pendapatan karena adanya Covid-19, namun hal ini sudah bisa teratasi dengan baik.

**Kata Kunci:** strategi pemasaran, UMKM, ekonomi masyarakat

## ABSTRACT

The Thesis with entitled “Marketing Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Improving the Community Economy (Case Study in MSMEs Surinala Culture, Kauman Village, Tulungagung Regency)” was written by Sonia Henta Angelina, Student Registered Number 12402183058, supervisor Prof. Dr. Ahmad Tanzeh, M.Pd.I.

Marketing strategy is a plan that outlines the company's expectations of the impact of various marketing activities or programs on the demand for products or product lines in certain target markets. Surinala Culture is an MSME engaged in food and beverage (coffee shop). Already established in 2018, consumer interest in MSMEs can be said to be quite high.

The questions in this study are: 1) How is the marketing strategy planning carried out by Surinala Culture MSMEs in improving the community's economy? 2) How is the marketing implementation carried out by Surinala Culture MSMEs in improving the community's economy? 3) How is the supervision carried out by Surinala Culture MSMEs in improving the community's economy?

This research uses a qualitative approach with a case study approach. Tulungagung Data collection techniques used by researchers for this study were interviews and documentation. Then the data analysis technique used by the researcher is data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study are: 1) Marketing strategy planning carried out by Surinala Culture is carried out carefully and full of calculations. Surinala Culture's financial planning is also well regulated by minimizing spending as little as possible on things that are not needed. And allocate funds to things that are important. 2) The implementation of the marketing strategy carried out by Surinala Culture consists of a 4P marketing strategy, namely quality products, affordable prices and in accordance with product quality, strategic Surinala Culture locations and promotions that make customers more interested in visiting Surinala Culture. 3) Supervision of the marketing strategy carried out by Surinala Culture is in accordance with the plan, but there has been a decrease in revenue due to Covid-19, but this has been handled well.

**Keywords:** marketing strategy, MSMEs, community economy