

ABSTRAK

Penelitian ini berlokasi di UMKM Sepatu Adinova Dusun Genengan Desa Bajangragung Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto. Dengan tujuan untuk mencari strategi pemasaran pada UMKM sepatu adinova serta mengupayakan agar meningkatkan jumlah konsumen dalam menghadapi persaingan. Dengan menurunnya jumlah pembelian yang ada pada UMKM Adinova maka di butuhkan strategi pemasayabn untuk dapat meningkatkan jumlah konsumen dan jumlah omset yang di peroleh. Maka didapatkan beberapa metode yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada di UMKM Adinova. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Marketing mix*, *Importance Performace Analysis* (IPA), dan Analisis SWOT. Data diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada konsumen untuk mencari nilai kepuasan pelanggan. Yang hasilnya berupa kinerja pemasaran, kekuatan yang dimiliki UMKM Adinova, serta rumusan strategi yang dapat meningkatkan jumlah konsumen sepatu dan mendapatkan omset yang besar.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi Pemasaran, *Marketing mix*, Kepuasan pelanggan, *Importance Performace Analysis* (IPA), Analisis SWOT

ABSTRACT

This research is located in the SMEs Adinova Shoes Dusun Genengan, Bajangragung Village, Puri District, Mojokerto Regency. With the aim of finding a marketing strategy on adinova shoes SMEs and striving to increase the number of consumers in the face of competition. By decreasing the number of purchases available at Adinova's MSMEs, an marketing strategy is needed to be able to increase the number of consumers and the amount of turnover that is obtained. Then we get several methods that are expected to solve the problems that exist in Adinova MSMEs. The methods used in this research are Marketing mix, Importance Performance Analysis (IPA), and SWOT Analysis. Data obtained from questionnaires given to consumers to find customer satisfaction values. The results are in the form of marketing performance, the strengths of Adinova MSMEs, and formulation of strategies that can increase the number of shoe consumers and get a large turnover.

Keywords: Marketing, Marketing Strategy, Marketing mix, Customer Satisfaction, Importance Performace Analysis (IPA), SWOT Analysis