

ABSTRAK

Penelitian ini akan menganalisis tentang strategi pemasaran usaha keripik telur asin dalam meningkatkan volume penjualan di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang. Analisis pengaruh tersebut akan menggunakan metode *marketing mix* dan SWOT. Data diperoleh dari 4 responden dengan menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti. Strategi yang cocok untuk meningkatkan volume penjualan keripik telur asin adalah dengan memanfaatkan kekuatan (S) dan peluang (O) yang dimiliki. Hal ini diketahui karena pada matriks SWOT, titik berada di kuadran I yaitu daerah kuat berpeluang. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi yang disarankan agar UMKM Keripik Telur Asin mampu menaikkan omset penjualan ialah dengan memanfaatkan inovasi yang belum ada pesaingnya untuk masuk ke toko oleh-oleh dengan menggunakan surat perjanjian untuk menciptakan rasa percaya, mempertahankan harga yang terjangkau dengan masuk ke toko-toko kecil karena harganya yang masih tergolong masuk di kantong, serta tawarkan promosi pada pelanggan loyal yang ada pada toko sebelumnya.

Kata kunci: *Marketing Mix*, SWOT, UMKM Keripik Telur Asin.

ABSTRACT

This study will analyze the marketing strategy of salted egg chips business in increasing sales volume in Gunung Eleh Village, Kedungdung District, Sampang Regency. The analysis of the influence will use the marketing mix and SWOT methods. Data were obtained from 4 respondents by answering questions given by the researcher. The right strategy to increase sales volume of salted egg chips is to utilize the strengths (S) and opportunities (O) that are owned. This is known because in the SWOT matrix, the point is in quadrant I, which is a strong area with opportunities. Based on the results of the test, it can be concluded that the recommended strategy for Salted Egg Chips UMKM to be able to increase sales turnover is to utilize innovations that have no competitors to enter souvenir shops by using a letter of agreement to create trust, maintain affordable prices by entering small shops because the prices are still relatively affordable, and offer promotions to loyal customers who are in the previous shop..

Keywords: *Marketing Mix, SWOT, Salted Egg Chips UMKM.*