

ABSTRAK

Harles merupakan salah satu UMKM yang berkembang di kota Mojokerto tepatnya di desa Magersari Gn, Gedangan kecamatan Magersari kota Mojokerto Jawa Timur. UMKM Harles merupakan UMKM yang bergerak di bidang alas kaki atau lebih tepatnya memproduksi sandal. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah persaingan yang ketat antar UMKM sandal di sekitar lokasi UMKM serta tidak adanya kegiatan pemasaran lain selain menunggu pesanan dari pelanggan, sehingga pembeli dari UMKM Harles kebanyakan adalah pelanggan lama, hal tersebut mengakibatkan penjualan terus mengalami penurunan. Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu UMKM Harles memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Usulan strategi pemasaran diperoleh dari hasil prioritas perbaikan berdasarkan analisa gabungan pengolahan data importance performance analysis, correspondence analysis, dan uji hipotesis (uji Z). Adapun usulan strategi pemasaran bagi UMKM Harles yaitu terdapat 3 prioritas perbaikan diantaranya Motif menarik & produk selalu mengikuti trend, terdaftar di marketplace *online*, kecepatan pelayan dalam melayani konsumen.

Kata kunci : *Correspondance Analysis, Importance Performance Analysis, Uji Z, Strategi Pemasaran*

ABSTRACT

Harles is one of the growing MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) located in Mojokerto City, specifically in Magersari Gn Village, Gedangan, Magersari District, East Java. Harles operates in the footwear industry, focusing on sandal production. The current problem faced by Harles is the intense competition among local sandal MSMEs and the lack of marketing activities, as they rely solely on incoming orders from existing customers. As a result, most buyers are returning customers, leading to a continuous decline in sales. One way to address this issue is by implementing an appropriate marketing strategy to boost sales. The proposed marketing strategy is derived from improvement priorities based on the combined analysis of Importance Performance Analysis (IPA), Correspondence Analysis, and hypothesis testing (Z-test). The suggested marketing strategies for Harles include three main improvement priorities: attractive designs & trend-following products, presence in online marketplaces, and improved speed of customer service.

Keywords: *Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis, Z-Test, Marketing Strategy*