

**PERUMUSAN STRATEGI *MARKETING MIX* UMKM OTAK-OTAK BU
MUZANAH UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN**

Oleh:

Mohammad Syamsul Huda

160421100037

ABSTRAK

UMKM Bu Muzanah merupakan salah satu UMKM terkenal di Gresik. UMKM Bu Muzanah memproduksi berbagai macam produk olahan bandeng serta produk lainnya. Produk yang membuat nama UMKM Bu Muzanah terkenal yaitu otak-otak bandengnya. Akan tetapi pihak UMKM memiliki beberapa kendala dalam pemasaran seperti pendapatan yang kurang stabil dan persaingan bisnis dengan olahan bandeng yang sama di era pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur kinerja pemasaran yang dilakukan UMKM Bu Muzanah dan merumuskan strategi pemasaran beserta prioritas pelaksanaannya. Metode yang dipakai dalam penelitian ini dalam mengukur kinerja pemasaran adalah metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dengan menggunakan variabel *marketing mix* 7P. Metode yang digunakan untuk merumuskan strategi menggunakan analisis SWOT. Sedangkan untuk pengurutan prioritas strategi menggunakan metode TOPSI (*Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution*). Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dari usulan prioritas strategi yang didapatkan dengan mengurutkan nilai preferensi dari yang terbesar. Urutan prioritas usulan strategi yang pertama adalah menjaga hubungan baik dengan pemasok ikan bandeng, karyawan dan pembeli. Kedua melakukan inovasi terhadap olahan ikan bandeng. Dan yang terakhir bekerja sama dengan pusat toko oleh-oleh yang berada di lokasi wisata.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, IPA, SWOT, TOPSIS

**PERUMUSAN STRATEGI *MARKETING MIX* UMKM OTAK-OTAK BU
MUZANAH UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN**

Oleh:

Mohammad Syamsul Huda

160421100037

ABSTRACT

UMKM Bu Muzanah is one of the famous UMKM in Gresik. UMKM Bu Muzanah produces various kinds of processed milkfish products and other products. The product that made Bu Muzanah's MSME name famous is her milkfish brains. However, MSMEs have several obstacles in marketing such as unstable income and business competition with the same processed milkfish in the pandemic era. The purpose of this research is to measure the marketing performance of UMKM Bu Muzanah and to formulate a marketing strategy and its implementation priorities. The method used in this study in measuring marketing performance is the IPA (Importance Performance Analysis) method using the 7P marketing mix variable. The method used to formulate strategies is using SWOT analysis. Meanwhile, the order of priority strategy uses the TOPSI (Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution) method. The results obtained in this study from the proposed priority strategies obtained by sorting the preference value from the largest. The first priority for the proposed strategy is to maintain good relations with milkfish suppliers, employees and buyers. Second, make innovations on processed milkfish. And the last one is working with gift shops in tourist locations.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Natural Science, SWOT, TOPSIS