

## ABSTRAK

**Selvy Oktariani. 2021.** Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN Baturaja (Studi Kasus Pada UMKM Sub Kategori Rias Dan Kecantikan). **Skripsi Dibimbing oleh Rosmala Dewi, SE., M.Si. dan Rani Anwar, S.Pd., M.M**

Penelitian ini membahas tentang analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN Baturaja (Studi Kasus Pada UMKM Sub Kategori Rias Dan Kecantikan). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 10 orang. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT. Hasil penelitian diketahui jika dalam melakukan strategi pemasaran, UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN Baturaja sub kategori rias dan kecantikan menggunakan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P yang terdiri dari strategi produk (*product*) yaitu menawarkan produk dengan kualitas baik dan beragam, strategi harga (*price*) yaitu menawarkan harga bersaing, strategi promosi (*promotion*) melalui berbagai media baik online maupun offline, dan strategi tempat (*place*) yaitu penentuan lokasi yang strategis. Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan, kekuatan perusahaan ada pada tiga faktor yaitu butik memiliki kualitas produk yang baik, lokasi yang strategis, serta pelayanan ramah dan baik terhadap konsumen. Sedangkan kelemahan terbesar perusahaan ada pada struktur organisasi yang belum terpenuhi dan kurang adanya sumber daya yang profesional. Peluang perusahaan utamanya berada pada citra positif yang baik dari masyarakat dan ancaman terbesar ada pada faktor perekonomian yang tidak stabil. Berdasarkan diagram cartesius dan analisis SWOT dapat diperoleh bahwa yang menjadi pilihan strategi utama dari UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN Baturaja sub kategori rias dan kecantikan adalah strategi growth.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan**

## **ABSTRACT**

**Selvy Oktariani. 2021.** Analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales Volume of MSME Partners fostered by the Rumah BUMN Baturaja (Case Study on MSMEs in the Makeup and Beauty Sub-Category). **Thesis Supervised by Rosmala Dewi, SE., M.Si. and Rani Anwar, S.Pd., M.M**

This study discusses the analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales Volume of MSME Partners fostered by Rumah BUMN Baturaja (Case Study on MSMEs in the Makeup and Beauty Sub-Category). The data collection technique used in this study was through the distribution of questionnaires and interviews. The population in this study was 10 people. The analysis method used is SWOT. The results of the study are known that in carrying out the marketing strategy, MSME Partners fostered by Rumah BUMN Baturaja in the make-up and beauty sub category use the 7P Marketing Mix which consists of a product strategy, which is to offer products with good quality and various, price strategies, namely offering competitive prices, promotion strategies through various media, both online and offline, and place strategies, namely determining strategic locations. Based on the company's internal and external analysis, the company's strengths are in three factor, namely boutique memi have good product quality, strategic location, and friendly and good service to consumers. Meanwhile, the company's biggest weakness is in the organizational structure that has not been fulfilled and the lack of professional resources. The company's main opportunity lies in a good positive image from the community and the biggest threat lies in unstable economic factors. Based on the Cartesian diagram and SWOT analysis, it can be seen that the main strategy choice of the MSME Partners fostered by the Rumah BUMN Baturaja sub-category for make-up and beauty is the growth strategy.

**Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume**