

## ABSTRAK

**Inani Fita Sashela**, 2023, *Strategi Pemasaran UD. Camilan Madura di Jalan Niaga Sebagai Pusat Oleh-Oleh Khas Madura Guna Meningkatkan Pendapatan UMKM*, skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pamekasan, Pembimbing: Shalehoddin, Lc, M. M.

### **Kata kunci: Strategi pemasaran, peningkatan pendapatan**

Strategi pemasaran merupakan bentuk upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik atau rencana tertentu untuk meningkatkan omset penjualan. Strategi pemasaran juga diartikan sebagai suatu aktifitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan berupa merencanakan konsep, harga, promosi, dan distribusi ide, menciptakan peluang yang memuaskan konsumen. Berdasarkan hal tersebut ada dua pokok tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yang pertama, yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran UD. Camilan Madura sebagai pusat oleh-oleh khas Madura guna meningkatkan pendapatan UMKM. Kedua, untuk mengetahui dampak pemasaran yang dilakukan terhadap pendapatan UMKM.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi, Informannya adalah manager dan karyawan UD. Camilan Madura serta UMKM. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamat, triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Camilan Madura dalam strategi pemasarannya telah menerapkan strategi marketing mix yang menggunakan variabel 4P yaitu product, price, place, promotion dan STP (*segmenting, targeting, dan postioning*). Strategi *marketing mix* (produk, harga, promosi dan tempat) dan STP (*segmenting, targeting, postioing*) yang diterapkan juga sudah dilakukan sesuai dengan teori yang ada. *Kedua*, strategi pemasaran yang dilakukan berdampak positif terhadap pendapatan UMKM yang menjadi supplier, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya tingkat pendapatan UMKM dari sebelum-sebelumnya sesuai hasil wawancara yang dilakukan.