

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Wulan Fitriyawati dengan NIM 3722038, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djambek Djambek Bukittinggi. Penelitian ini mengangkat judul **“Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Tradisional Selendang Sulaman Khas Koto Gadang Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Industri Kreatif (Studi Kasus pada Kerajinan Amai Setia Koto Gadang)”**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk kerajinan tradisional selendang sulaman khas Koto Gadang sebagai upaya meningkatkan penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) industri kreatif pada Kerajinan Amai Setia Koto Gadang. Produk selendang sulaman memiliki nilai estetika dan budaya yang tinggi, namun menghadapi tantangan persaingan produk modern dan perubahan perilaku konsumen, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar tetap mampu bersaing di pasar.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pengelola, pengrajin, serta konsumen. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dilakukan melalui empat aspek utama, yaitu strategi produk dengan inovasi motif, variasi warna, dan peningkatan kualitas tanpa menghilangkan nilai budaya; strategi harga yang disesuaikan dengan kualitas dan nilai seni produk; strategi distribusi melalui kombinasi penjualan offline dan online; serta strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial dan storytelling budaya. Penerapan strategi tersebut mampu meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan UMKM Kerajinan Amai Setia Koto Gadang.

Kata kunci: strategi pemasaran, selendang sulaman, UMKM, industri kreatif, peningkatan penjualan.