**ABSTRAK**

 **UMKM Gitar Allegro merupakan usaha bisnis yang memproduksi dan menjual Gitar akustik. Dalam aktivitas usahanya peneliti menemukan beberapa masalah yaitu, permintaan pasar yang tidak stabil pada penjualan di UMKM Gitar Allegro sedangkan yang jadi penyebab masalah tersebut adalah. 1) harga yang ditawarkan penjual belum sesuai dengan keinginan pasar, 2) sulitnya para konsumen menemukan lokasi perusahaan dikarenakan tidak ada informasi atau plang tanda pengenal perusahaan.**

 **Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dimana yang menjadi variabel X adalah bauran pemasaran dan yang menjadi variabel Y adalah penjualan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara terstruktur, penyebaran angket dan studi kepustakaaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode successive internal, uji validitas alat ukur, uji reabilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi pearson, uji signifikansi hubungan, pengujian regresi linier sederhana, pengaruh variable X terhadap Y, koefisien determinasi.**

 **Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka dapat dikatakan bahwa varian yang terjadi pada variabel penjualan (Y) 78,4% ditentukan oleh varian yang terjadi pada bauran pemasaran (X) sisanya sebesar 21,6%.**

 **Hambatan – Hambatan yang dihadapi oleh UMKM Gitar Allegro adalah : 1) penentuan harga yang masih belum memenuhi keinginan pasar. 2) lokasi tempat yang tidak mudah ditemukan. 3) perusahaan belum melakukan promosi secara optimal 4) struktur organisasi yang belum jelas. 5) sarana fasilitas yang tersedia pada perusahaan belum lengkap.**

 **Saran dari penelitian ini sebaiknya perusahaan sudah membuat website resmi untuk perusahaan sehingga masyarakat atau konsumen dapat dengan mudah mencari dengan mencantumkan profil, jeni dan harga barang yang ditawarkan serta nomor dan alamat lokasi perusahaan yang jelas agar dapat memudahan konsumen. Dan merencanakan target produksi setiap bulan, meningkatkan produktivitas karyawan dengan melengkapi sarana fasilitas, memberikan bonus dan prestasi guna mneyangati pegawai.**

**Kata kunci : Bauran Pemasaran dan Penjualan**

**ABSTRACT**

***UMKM Gitar allegro is a business venture that produces and sell acoustic guitars. In its business activities research found several problem namely, istable market demand for UMKM Gitar Allegro sale while the cause of the problem was 1) the price offered by the seller is not in accordance with market demand. 2) difficulties for consumers to find company locations.***

***The method used in this research is descriptive analysis method. Where that becomes a variable X is the marketing mix into a variable Y is the purpose of sale. Data collection techniques were used that observation, structured interviews, questionnaries, and literature study, data analysis technique use is the method sucsessive interval, test the validity of measuring instruments, test reliability, test hypotheses, person correlation coefficient, test the significance of the relationship, a simple linear regresion testing, the effect of variable X to Y, and the coefficient of determination***

 ***Based on data obtained from the research, it can be said that the variant that occurs in sale of interest variable (Y) 78,4% determined by a variant that occurs in the marketing mix variables (X) the remaining 21,6%.***

 ***The obstacles faced by UMKM Gitar Allegro are 1) pricing that still doesn’t meet market demands, 2) location that is not easy to find, 3) the company has not made an optimal promotion 4) the organizational structure is not yet clear.***

 ***Suggestions from this study should the company has mad an official wabsite for the company so that the public or consumers can easily search by including the profile, type and price of the goods offered as well as the clear number and address of the company location in order to facilitate. And plan production target every month, increase employee produtivity by completing facilities, giving bonuses and achievements to encorage employees***

***Keywords : marketing mix and sale***

**RINGKESAN**

**UMKM Gitar Allegro mangrupakeun salah sahiji usaha bisnis anu ngadamelan sarta ngajual Gitar akustik. Dinu kagiatan usahana pannglukti mendakan sabaraha masalah, nyaeta heunteu saimbangna penjualan di UMKM Gitar Allegro. Sedangkeun anu janten penyebab masalah eta nyaeta 1) harga ditawarkeun seller teu saluyu jeung paménta pasar, 2) kasusah tina pamakéna manggihan lokasi pausahaan sabab euweuh katerangan atawa idéntifikasi plang parusahaan.**

**Metodeu panangluktikan anu di anggo dinu panaglukyikan ieu teh nya eta metodeu analisis deskriptif . dimana anu janten variable (X) na nya eta bauran pemasaran sarta anu janten variable (Y) na nya eta penjualan. Tehnik pangempeulan data anu di anggo nya eta observasi, wawancara, nyebarkeun angket sarta studi kapustakaan. Teknik analisis data anu di anggo nyaeta metodeu successive interval, uji validitas alat ukur, uji reabilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi pearson, uji signifikansi hubungan, pengujian regresi linier sederhana, pengaruh variable X kanu Y, sarta koefisien determinasi.**

**Dumasar data dicandak ti hasil panalungtikan tiasa nyarios yén variasi anu lumangsung dina variabel jualan (Y) 78,4% ditenyukan ku variasi anu lumangsung dina campuran pamasaran (X) sésana 21,6%.**

**Halangan - halangan Nyanghareupan ku PKS Guitar Allegro téh: 1) bedah anu masih speckle paménta papanggih pasar. 2) lokasi di tempat anu henteu gampang kapanggih. 3) Pausahaan teu nedunan optimal promosi 4) struktur organisasi teu acan jelas. 5) hartina fasilitas sadia pikeun pausahaan teu acan lengkep.**

**Saran ti ulikan ieu kudu pausahaan geus dijieun ramatloka resmi pikeun parusahaan supados publik atawa pamakéna bisa kalayan gampang neangan ku kaasup propil, genius na harga barang di tawaran sarta jumlah na lokasi sahiji parusahaan nu jelas alamat guna memudahan pamakéna. Sarta rencanana target produksi unggal bulan, ningkatkeun produktifitas pagawe ku equipping fasilitas nu hartina, masihan bonus na prestasi, dina urutan karyawan mneyangati.**

**Konci: Marketing Campur jeung Penjualan**