

## ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam suatu Umkm/Perusahaan diperlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana UMKM/Perusahaan tersebut menjalankan usahanya. Jadi penelitian saya menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif dan menekankan pada kedalaman informasi. Dalam penelitian kualitatif, analisis dilakukan dengan cara mendeskripsikan interpretasi penilaian kualitatif terhadap data yang ada. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini

Pengembangan usaha UMKM merupakan unit usaha kecil yang mampu berfungsi dan berfungsi sebagai katup pengaman alternatif dalam memberikan kegiatan produktif, alternatif dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM dianggap sebagai penyelamat perekonomian Indonesia pada masa krisis 1999-2000. Kota Surabaya merupakan ibu kota provinsi Jawa Timur, tentunya perkembangan UMKM di Surabaya mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, daya saing**

## ABSTRACT

This research uses descriptive qualitative research methods. To find out how the strategy in an Umkm / Company requires an in-depth understanding of how the UMKM / Company runs its business. So my research uses qualitative methods. Qualitative research is more descriptive in nature and emphasizes the depth of information. In qualitative research, analysis is carried out by describing the interpretation of qualitative assessments of existing data. The data collection techniques that the authors use in conducting this research

The development of the MSME business is a small business unit that is able to function and function as an alternative safety valve in providing productive activities, an alternative in the absorption of labor. UMKM is considered the savior of the Indonesian economy during the crisis period of 1999-2000. The city of Surabaya is the capital city of East Java province, of course the development of MSMEs in Surabaya has experienced rapid growth from year to year.

**Keywords:** Marketing Strategies, Competitiveness

**Keywords :**

