

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan omset penjualan pada UMKM APM Pisang Bandung, dengan fokus khusus pada dua outlet utama, Sukabirus dan Sukapura. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi omset penjualan di kedua outlet tersebut. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi lokasi, strategi pemasaran, dan pendapatan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen terkait. Populasi dalam penelitian ini adalah manajemen, karyawan, dan pelanggan dari kedua outlet UMKM APM Pisang Bandung. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling untuk mendapatkan wawasan mendalam dari responden yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait operasional dan penjualan di kedua outlet tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam omset penjualan antara Outlet Sukabirus dan Outlet Sukapura. Lokasi outlet, strategi pemasaran, dan kualitas produk ternyata memiliki pengaruh besar terhadap perbedaan ini. Outlet Sukabirus, yang terletak di area dengan lalu lintas pejalan kaki yang lebih tinggi, menunjukkan omset yang lebih besar dibandingkan dengan Outlet Sukapura. Selain itu, strategi pemasaran yang lebih agresif dan inovasi produk yang diterapkan di Outlet Sukabirus juga berkontribusi pada peningkatan penjualan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor seperti lokasi strategis, strategi pemasaran yang efektif, dan kualitas produk yang tinggi sangat penting dalam meningkatkan omset penjualan UMKM. Temuan ini dapat menjadi panduan bagi manajemen UMKM APM Pisang dalam merumuskan kebijakan dan strategi untuk meningkatkan kinerja penjualan di outlet lainnya.

**Kata kunci:** Omset penjualan, UMKM, Pendapatan