

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi *Marketing Mix* dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji Desa Pelem Kecamatan Campurdarat” ini ditulis oleh Ludvinur Pingky Fitrihani, NIM. 126405201090, dengan pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Konteks dalam penelitian ini didasari oleh inovasi bisnis dalam bidang kuliner praktis tanpa menghilangkan kandungan gizi. Dengan produk yang sudah umum maka diperlukan strategi *marketing mix* untuk menjadikan suatu produk memiliki suatu ciri khas sehingga dapat memenangkan persaingan.

Fokus dalam penelitian ini yaitu, 1) Bagaimana implementasi *marketing mix* yang diterapkan oleh UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji, 2) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji, 3) Bagaimana upaya UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji dalam meningkatkan daya saing.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik kondensasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Implementasi strategi *marketing mix* menggunakan strategi 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* mampu meningkatkan daya saing UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji. 2) Strategi pemasaran segmentasi produk, *targeting*, dan *positioning* dilakukan untuk mencapai tujuan UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji. 3) Upaya yang dilakukan UMKM Mie Ayam dan Bakso Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji dalam meningkatkan daya saing yaitu penjagaan mutu produk, riset produk secara rutin, dan penambahan cabang.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix*, Strategi Pemasaran, Daya Saing

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled “Implementation of Marketing Mix in MSME Product Marketing Strategy to Increase the Competitiveness of Chicken Noodles and Meatballs Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji” was written by Ludvinur Pingky Fitrihani, NIM. 126405201090, Supervisor by Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*The context of the research is based on business innovation in the practical culinary field without eliminating nutritional content. With products that are already common, a marketing mix strategy is needed to make product have a distinctive characteristic so that it can win the competition.*

*The focus of this research is, 1) How the marketing mix implemented by the MSME of Chicken Noodles and Meatballs Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji, 2) What is the marketing strategy implemented, 3) Whats are the efforts MSME of Chicken Noodles and Meatballs Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji in increasing competitiveness.*

*The type of research uses a qualitative descriptive narrative research method. By collecting data using interviews, observation, and documentation. The data analysis technique in this research is to use data condensation method in research.*

*The result of this research show, 1) Implementation of a marketing mix strategy using the 4P strategy, namely product, price, place, and promotion, is able to increase the competitiveness of MSME Chicken Noodles and Meatballs Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji. 2) Marketing strategy for product segmentation, targeting, and positioning carried out to achieve the goal of the MSME Chicken Noodles and Meatballs Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji. 3) Efforts made by the Chicken Noodles and Meatballs Cipta Rasa Banjarnegara Pak Ji to increase competitiveness are maintaining product quality, regular product research, and adding branches.*

**Keywords : Marketing Mix, Marketing Strategy, Competitiveness**