

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA

**(Studi pada UMKM Produsen Kue di Kelurahan Bandar Jaya Kabupaten Lampung
Tengah)**

Oleh

IQBAL MAULANA ADITYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Produsen Kue di Bandar Jaya dalam menghadapi persaingan usaha. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian adalah menganalisis strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh UMKM Produsen kue yang mencakup aspek produk, harga, distribusi, dan promosi untuk menghadapi persaingan usaha. Informan pada penelitian ini adalah pemilik usaha dari *Raffaza Cake & Cookies*, *Like Butter*, Kue Mama Tia, dan Omah Kue Bu Tutut. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan melalui 3 tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap usaha kue menerapkan pendekatan yang berbeda dalam bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Kue Mama Tia, Omah Kue Bu Tutut, dan *Raffaza Cake & Cookies* cenderung fokus pada aspek produk dan promosi, sementara *Like Butter* menonjolkan perhitungan harga yang cermat, pemanfaatan media sosial yang luas, dan strategi *place* yang ideal melalui lokasi dan distribusi.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Persaingan Usaha, UMKM, Kue.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGIES IN FACING BUSINESS COMPETITION

(Study of Cake Producer UMKM in Bandar Jaya Village, Central Lampung Regency)

By :

IQBAL MAULANA ADITYA

This research aims to find out what marketing mix strategies are implemented by MSME Cake Producers in Bandar Jaya in facing business competition. The type of research used in this research is descriptive research with a qualitative approach. The focus of the research is to analyze the marketing mix strategy used by MSME cake producers which includes product, price, distribution and promotion aspects to face business competition. The informants in this research were business owners from Raffaza Cake & Cookies, Like Butter, Kue Mama Tia, and Omah Kue Bu Tutut. Data was collected through observation, interviews and documentation. The data analysis technique is carried out through 3 stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that each cake business applies a different approach in the 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). Kue Mama Tia, Omah Kue Bu Tutut, and Raffaza Cake & Cookies tend to focus on product and promotional aspects, while Like Butter emphasizes careful price calculations, extensive use of social media, and ideal place strategies through location and distribution.

Keywords: Marketing Mix Strategies, Business Competition, SMEs, Cake.