



## Peranan Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap

Kuwat Riyanto<sup>1\*</sup>, Rossalia Urip Rahayu<sup>2</sup>

Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

Correspondensi:

Email : [kuwat.riyanto@pelitabangsa.ac.id](mailto:kuwat.riyanto@pelitabangsa.ac.id)

Submit : 04 Februari 2023

Review : 07 Februari 2023

Accept : 16 Februari 2023

Publish : 17 Februari 2023

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Maka yang menjadi pegangan dalam penelitian ini adalah interpretasi penulis terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM pada Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Strategi pemasaran adalah rencana untuk memaksimalkan peluang meraih bisnis yang ditargetkan melalui pengolahan faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan seperti desain produk, periklanan, pengendalian, biaya, dan pengetahuan pasar. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing adalah suatu kemampuan usaha yang direncanakan untuk dapat bersaing dengan usaha yang lainnya dengan mengandalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dan menyesuaikan oleh pangsa pasar yang dituju. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, maka penulis ingin fokus mengacu pada pertumbuhan UMKM, bagaimana cara mengatasi permasalahan yang ada dalam UMKM Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap, serta bagaimana perumusan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat sehingga dapat menghadapi persaingan pasar. Penulis berusaha untuk mencari informan dan menjadikan sebagai data sekunder dalam penelitian. Dalam objek penelitiannya penulis memilih Bapak Bimo, Ibu Dede yang merupakan pelaku usaha dan keluarga pelaku usaha sebagai informan kunci dan Bapak Sahing, Ka Lutvi yang merupakan konsumen di Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Hasil analisis dari wawancara yang telah penulis lakukan dengan informan proses komunikasi yang dilakukan oleh Bapak Bimo dan Ibu Dede dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik. Dapat disimpulkan dari hasil wawancara dan observasi penulis, bahwa strategi pemasaran produk yang diterapkan menggunakan bahan-bahan berkualitas dalam proses produksinya, mempertahankan keramahan dalam pelayanan yang membuat konsumen nyaman dan berkunjung kembali. Sehingga ini dapat menjadi salah satu alasan untuk tetap bertahan dan menghadapi persaingan pasar.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Daya Saing, Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap

### Abstract

*This study uses a qualitative approach with a descriptive method. So the guide in this study is the author's interpretation of the marketing strategy in increasing the competitiveness of SMEs in Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap in Rawasari Village,*



*Cempaka Putih District, Central Jakarta. Marketing strategy is a plan to maximize the opportunity to reach the targeted business through processing factors that can be controlled by the company such as product design, advertising, control, cost, and market knowledge. It can be concluded that the marketing strategy in increasing competitiveness is a planned business ability to be able to compete with other businesses by relying on the strengths possessed by the company and adjusting to the target market share. In accordance with the purpose of this study, the authors want to focus on referring to the growth of SMEs, how to overcome the problems that exist in SMEs Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap, and how to formulate marketing strategies to increase the competitiveness of SMEs Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap in Rawasari Village, District Cempaka Putih, Central Jakarta so that it can face market competition. The author tries to find informants and use them as secondary data in the study. In the object of the research, the writer chose Mr. Bimo, Mrs. Dede who is a business actor and the family of a business actor as key informants and Mr. Sahing, Ka Lutvi who is a consumer at Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. The results of the analysis of interviews that the author has done with informants the communication process conducted by Mr. Bimo and Mrs. Dede can be said to have been going well. It can be concluded from the results of interviews and observations of the author, that the product marketing strategy applied is using quality materials in the production process, maintaining friendliness in service that makes consumers comfortable and visiting again. So this can be one of the reasons to survive and face market competition.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Competitiveness, Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap.*

## **Pendahuluan**

Rawasari merupakan sebuah Kelurahan yang terletak di Kecamatan Cempaka Putih Kabupaten Jakarta Pusat yang memiliki total luas wilayah 1,25 km<sup>2</sup> dan penduduk sebanyak 25.857 jiwa. Sebagian besar mata pencaharian di Kelurahan ini menjadi karyawan swasta namun tidak seluruhnya masyarakat Kelurahan Rawasari menjadi karyawan swasta tetapi ada juga yang memilih untuk berwirausaha dengan mendirikan rumah industri (home industry). Pentingnya strategi pemasaran untuk perkembangan UMKM atau rumah industri, pelaku usaha perlu mengetahui hal yang bisa menjadi pertimbangan untuk bisa menjadi cara mengembangkan usahanya. Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya (Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, 2015).

Munculnya persaingan dalam Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah merupakan hal yang tidak dapat dihindari, realita dilapangan menunjukkan bahwa kebanyakan pelaku UMKM di Indonesia memiliki permasalahan yang sama, salah satunya kurang pengetahuan mengenai pemasaran disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat di jangkau UMKM mengenai pasar, hal ini juga dialami oleh salah satu pelaku usaha yang terdapat di kelurahan Rawasari. Keadaan ini tidak terkecuali akan dihadapi oleh Mie Ayam Pangsit 28



Tonghilap, adanya keterbatasan modal, kurangnya pemahaman secara mendalam mengenai strategi pemasaran, kurangnya motivasi untuk lebih mengetahui serta mendapatkan informasi mengenai persaingan pasar merupakan permasalahan yang harus di rumuskan oleh Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap supaya memberikan pengaruh baik untuk kemajuan UMKM ini sendiri.

Dengan adanya persaingan maka pelaku UMKM harus di hadapkan dengan berbagai macam ancaman serta diiringi peluang baik yang berasal dari luar usaha yang di jalankan ataupun dalam usaha tersebut memberikan pengaruh cukup besar terhadap kelangsungan hidup pada usahanya tersebut. Kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, pemasaran perlu mendapatkan perhatian serius oleh UMKM terutama di dalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang sehingga strategi yang dipilih mampu menembus pasar. Suatu manajerial yang terdapat di dalamnya sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan sebagai usaha mengembangkan pasar.

## Metode

Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang membahas tentang peranan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing Mie Ayam 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Penulis melakukan penelitian secara langsung di Mie Ayam 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat untuk dapat mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM. Jenis pendekatan yang digunakan oleh penulis yaitu observasi dan wawancara secara langsung karena penelitian dilakukan terhadap informan yang bersangkutan seperti pemilik usaha Mie Ayam 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data sekunder dan data primer. Penulis menggunakan data sekunder yang diambil melalui wawancara kepada pemilik, dua konsumen Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat dan sebagai pelengkap serta pendapat untuk membantu menganalisa lebih jauh lagi, penulis juga mewawancarai teman sejawat, dan orang-orang yang relevan untuk memberi informasi lebih mendalam yang ada di sekitar UMKM Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Sedangkan data primer yang diperoleh dari referensi pustaka yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu didapatkan dari berbagai situs website resmi salah satunya website Kementerian Koperasi Dan UMKM Republik Indonesia, buku- buku dengan metode penelitian yang sejenis, karya ilmiah dari penelitian terdahulu, dan jurnal penelitian international terdahulu (Oktafia, 2021).

## Hasil dan Pembahasan

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan. Maka pada bab ini, dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pembahasan pada bab ini didapat melalui pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal



mengenai hasil wawancara pada April-Juni 2022 yang dilakukan di Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat, terkait dengan Peranan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Moleong pada bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, dari segi penelitian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan dengan berbagai metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2007).

Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang di jadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga di peroleh suatu pemecahan masalah. Untuk tahap analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan melakukan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti.

Untuk dapat mengetahui Peranan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Pertama, menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai Strategi Pemasaran yang dilakukan Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap untuk meningkatkan daya saing. Untuk informan kunci, penulis mewawancarai 2 pihak yaitu pelaku usaha dan keluarga dari usaha Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Untuk informan pendukung penulis mewawancarai 2 pihak konsumen Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Wawancara yang dilakukan oleh penulis dilakukan dengan cara bertahap dalam rentang waktu dari bulan April 2022 – Juli 2022.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan observasi non partisipandi lapangan yang kemudian penulis analisis, dengan melakukan pengamatan dan wawancara secara langsung dengan informan yang cukup relevan yang dijadikan sebagai sumber sekunder oleh penulis.

Berikut merupakan tabel informan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1. Informan Penelitian.

<b>Informan</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tempat</b>
Bimo A.S.	- 10 Maret 2022 - 20 Mei 2022 - 10 Juni 2022	Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat
Dede Y.	- 12 April 2022 - 10 Juni 2022	Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat



Sahing P.	10 April 2022	Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat
Lutvi Y.	10 April 2022	Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat

Sumber: Peneliti (Data diolah,2022)

Data disimpulkan bahwa selama penelitian berlangsung interaksi antara penulis dan informan kunci serta informan pendukung berjalan dengan baik sehingga dalam waktu yang sudah penulis tentukan dalam beberapa bulan dibagi menjadi beberapa pertemuan dengan informan, penulis dapat menghasilkan penelitian yang dapat di analisis secara runtut sesuai dengan hasil wawancara dan observasi langsung selama penelitian ini berlangsung.

Informan (subyek) dalam penelitian ini terdiri dari lima orang. Informan pertama adalah pelaku usaha Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat . Informan kedua adalah istri dari pelaku usaha, Informan ketiga dan keempat adalah konsumen Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat, Informan kelima yaitu menggunakan sumber yang relevan. Dengan jumlah sampel tersebut, penulis sudah cukup mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Berikut ini profil dari lima orang yang dijadikan sebagai informan oleh penulis:

1. Bimo Adi S. adalah seorang lelaki berusia 34 tahun sebagai anak terakhir sekaligus penerus kedua dari usaha Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Bertempat tinggal di Jl Rawasari Barat IX No. 164, RT.11/RW.01, Cempaka Putih Timur, Kec. Cempaka Putih, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10510, lulusan S1 Teknik Informatika di Universitas Borobudur, pekerjaan sebelumnya adalah Marketing Executive di salah satu Perusahaan di Jakarta. Dan saat ini beliau sudah berkeluarga serta memiliki dua orang anak.
2. Dede Yusyuliani adalah seorang perempuan berusia 34 tahun sebagai istri dari penerus kedua di usaha Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Bertempat tinggal di Jl Rawasari Barat IX No. 164, RT.11/RW.01, Cempaka Putih Timur, Kec. Cempaka Putih, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10510.
3. Sahing P adalah seorang lelaki yang berusia 34 tahun sebagai salah satu pelanggan tetap dari usaha Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Bertempat tinggal di Jakarta Timur, bekerja sebagai tukang ojek online.
4. Lutvi Y adalah seorang perempuan yang berusia 24 tahun sebagai salah satu pelanggan tetap dari usaha Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap. Bertempat tinggal di Jakarta Barat, lulusan D3 di Akademi Televisi Indonesia, bekerja sebagai karyawan di salah satu Perusahaan di Jakarta.

Analisis ini sendiri terfokus kepada Peranan Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Daya Saing Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat, dikaitkan dengan beberapa unsur rumusan masalah. Tahap analisis yang digunakan adalah teknik pengumpulan data, dimana



terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu studi lapangan dan studi pustaka. Agar penelitian ini lebih objektif dan data-data lebih akurat, peneliti mencari informan tambahan dengan cara melakukan wawancara mendalam, dimana wawancara tersebut dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara akurat dari sumber data terpercaya. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan informan pendukung yang masih ada kaitannya dengan fokus penelitian ini guna memperoleh data tambahan mengenai Peranan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

Untuk itu, agar wawancara ini lebih sistematis dan terarah, maka penulis membagi kedalam tiga pembahasan yaitu, sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian
2. Deskripsi Identitas Penelitian
3. Pembahasan Selanjutnya, penulis melakukan analisis dengan menggunakan tahapan-tahapan dalam melakukan observasi, dimana tahapan observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:
  - a. Mendatangi Kantor Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat .
  - b. Mendatangi Pelaku Usaha & Pelanggan Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat .
  - c. Mengetahui Tujuan Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat .
  - d. Mengetahui Perumusan Strategi Pemasaran Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat .
  - e. Mengetahui Daya Saing Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat .
  - f. Mengetahui solusi untuk mengatasi permasalahan Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

Data yang peneliti kumpulkan selanjutnya di uji untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan yang penulis dapatkan dilapangan. Penulis menggunakan uji keabsahan data dengan cara:

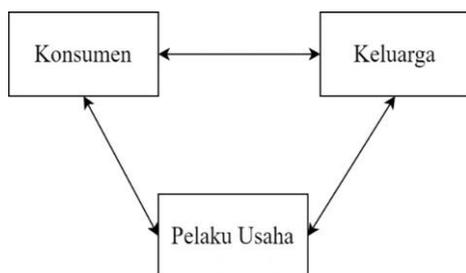
1. Triangulasi, diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Selain wawancara, peneliti melakukan observasi untuk mengetahui bagaimana kondisi dilapangan, hasil observasi kemudian di dokumentasikan. Observasi yang dilakukan di Warung Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat .
2. Diskusi dengan teman sejawat, teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi. Penulis melakukan diskusi dengan teman sejawat yang penelitiannya hampir serupa.
3. Membercheck, proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Sehingga informasi

yang diperoleh akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan. (Sugiyono, 2005).

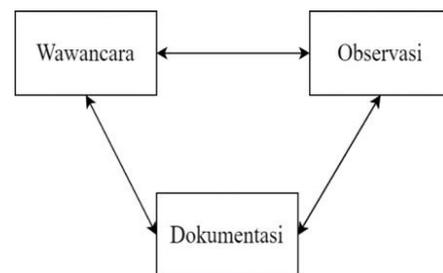
Teknik membercek ini dilakukan penulis, dimana setelah penulis melakukan wawancara dengan ke empat informan yang penulis ambil, kemudian hasil dari wawancara tersebut penulis melakukan transkrip di lembar yang sudah peneliti buat lalu hasil transkrip wawancara tersebut diperlihatkan oleh penulis kepada para informan tersebut, akan terlihat apakah transkrip wawancara tersebut sesuai dengan pemaparan yang dikeluarkan oleh para informan atau tidak dan setelah para informan mengatakan sesuai lalu penulis mengajukan tanda tangan pada form biodata informan untuk melakukan kesepakatan bahwa beliau sudah menjadi informan pada penelitian yang penulis lakukan.

### Pembahasan

Penelitian ini menggunakan triangulasi dengan dua teknik pengumpulan data dengan Validasi I melalui wawancara kepada 4 orang yang dianggap sangat berkompeten terhadap penelitian ini yaitu Pelaku Usaha, Keluarga Pelaku Usaha, 2 Konsumen. Validasi I ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam Model I masih terdapat hal-hal yang perlu diperbaiki atau bahkan ditambahkan, supaya pada saat analisis terhadap model sudah didapatkan informasi-informasi penting yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Hasil dari validasi I ini berupa Model II. Validasi II pada penelitian ini berupa pengujian Model II di 1 Warung. Data yang dinyatakan valid melalui triangulasi akan memberikan keyakinan terhadap penulis tentang keabsahan datanya, sehingga tidak ragu dalam pengambilan keputusan terhadap penelitian yang dilakukan. Menurut Wiliam Wiersma dalam Bachri (2010) *“Triangulation is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data source or multiple data collection procedures”*. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu, sehingga triangulasi dapat dikelompokkan dalam dua jenis, yakni triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data.



Gambar 1. Triangulasi Sumber



Gambar Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari analisis data adalah menyederhanakan data ke dalam bentuk lebih mudah dibaca dan diinterpretasi yang seringkali menggunakan deskriptif kualitatif sebagai alatnya. Dan pada umumnya analisis data menggunakan metode triangulasi sebagai metode yang menjamin kredibilitas data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu data yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya (Meleong, 2005). Selain dengan sumber, penulis dapat juga menggunakan triangulasi dengan metode, triangulasi penyidik, dan triangulasi



teori.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian dilapangan berdasarkan judul penelitian ini yaitu mengenai Peranan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat, perkembangan teknologi yang begitu cepat menunjukkan bahwa industri pemasaran dunia sekarang sudah benar-benar ke arah mobilitas yang sangat kompleks menembus batasan fisik ruangdan waktu. Oleh karena itu, perlu memahami pertumbuhan pemasaran tersebut yaitu dengan mengenal, menjalankan dan memasarkan. Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara, teknik tersebut dilakukan untuk memperoleh data yang alamiah. Struktur wawancara yang peneliti rancang bukan merupakan pedoman yang baku, jadi apabila jawaban yang diberikan informan kurang jelas, maka peneliti mengajukan pertanyaan lain agar jawaban yang diberikan bisa lebih jauh saat mereka menjabarkan, maka peneliti dapat menganalisa.

## Kesimpulan

Strategi pemasaran produk yang sudah diterapkan oleh Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti, sudah bisa dikatakan baik. Dapat dilihat bahwa Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat sudah memberikan produk yang berkualitas dari segi rasa. Hal ini dikarenakan Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dalam proses produksi, memiliki standar resep untuk menjaga kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat termasuk sudah meluas, dan juga mudahnya menuju ke lokasi karena sudah bisa dilacak menggunakan aplikasi *googlemaps*. Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat tidak melakukan kegiatan promosi khusus untuk memasarkan produk. Dengan melihat sistem pemasaran Mie Ayam Pangsit 28 Tonghilap Di Kelurahan Rawasari, Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat, sebuah usaha dalam melakukan pemasarannya sebaiknya memiliki strategi meliputi kegiatan menyeleksi beberapa target pasar dan mengelompokkan segmen-segmen pasar yang akan dilayani karena pasar selalu berkembang dan berubah sesuai konteks jaman. Pemasaran masih dalam lingkup marketing yang bertujuan memasarkan mie ayam dan menawarkan kepada beberapa konsumen atau masyarakat tentang sebuah usaha. Pemasaran dan promosi masih saling melengkapi kebutuhan marketing karena pasar dan promo sebenarnya berdampingan tetapi memiliki fungsi yang berbeda.

## Daftar Pustaka

- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)
- Anisa, I. N., & Oktafia, R. (2021). Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Funding Dan Lending Di Bmt. 4, 115.



- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, S. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 61.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Septiani, I., Cahya, A. D., Kurnia, D., Khairunnisa, C., Manajemen, S., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2021). *Jurnal ilmiah feasible: 3(2)*, 129.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Surtinah, W., & Ekhsan, M. (2020). Customer Relationship Management dan Kepuasan Konsumen Pada Restaurant di Jakarta. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(2), 50-56.
- Syahwildan, M., & Setiawan, I. (2023). Pengembangan Limbah Kulit Pisang Sebagai Alternatif Pembuatan Ice Cream Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Pasirsari. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(1), 118-128.
- Wirjawan, T. W., Kusuma, R. W., & Guntur, M. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(02), 146-153.
- Wulan Ariani Damayanti, S.E., M. . (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Sapnah Bu Neng Nia di Desa Cilangkap Kecamatan Buah Dua)*.