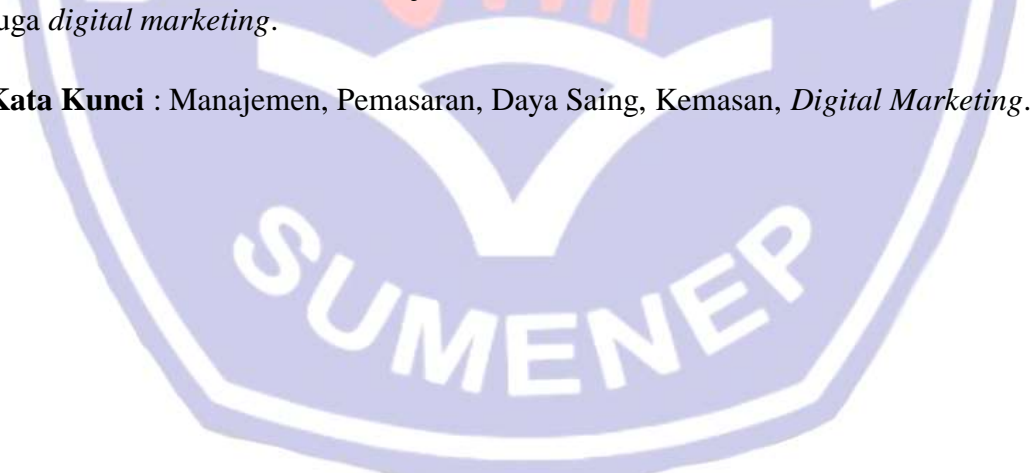


## ABSTRAK

**R.A. Lisanti Dwi Syafitri.** 2019. **STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI KEMASAN DAN *DIGITAL MARKETING* (STUDI KASUS PADA WAROENG DJATI DI KABUPATEN SUMENEP).** Skripsi : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja. Pembimbing : Ahmad Ghufrony, SE., MM.

Meningkatnya bisnis melalui internet di Indonesia baru terasa dalam dua tahun terakhir. Hal ini menjadi salah satu alasan Waroeng Djati yang bertempat di Kepanjin berupaya meningkatkan daya saing yang berinovasi pada kemasan agar dapat terus berkompetisi dalam era digital saat ini. Waroeng Djati adalah cafe dan resto yang mengusung konsep tradisional klasik. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi apakah yang digunakan Waroeng Djati dalam meningkatkan daya saing melalui kemasan dan *digital marketing*; 2) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana cara Waroeng Djati menggunakan strategi dalam meningkatkan daya saing melalui kemasan dan *digital marketing*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Informan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari manajer sebagai informan kunci yang mengetahui informasi tentang Waroeng Djati dan konsumen sebagai informan pendukung yang pernah membeli di Waroeng Djati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Waroeng Djati adalah inovasi pada kemasan dan promosi yang dilakukan melalui media sosial dan *Go Food*. Serta telah dilakukan uji atas dasar teori dan indikator dari kemasan dan juga *digital marketing*.

**Kata Kunci** : Manajemen, Pemasaran, Daya Saing, Kemasan, *Digital Marketing*.



## ABSTRACT

**R.A. Lisanti Dwi Syafitri. 2019. STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI KEMASAN DAN *DIGITAL MARKETING* (STUDI KASUS PADA WAROENG DJATI DI KABUPATEN SUMENEP).** Skripsi : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja. Pembimbing : Ahmad Ghufrony, SE., MM.

*The increase in business via the internet in Indonesia has only been felt in the last two years. This is one of the reasons Waroeng Djati located in Kepanjin seeks to improve the competitiveness of innovating on packaging so that it can continue to compete in the current digital era. Waroeng Djati is a cafe and restaurant that carries a classic traditional concept. The purpose of this study is 1) To find out and analyze what strategies are used by Waroeng Djati in increasing competitiveness through packaging and digital marketing; 2) To find out and analyze how Waroeng Djati uses strategies to improve competitiveness through packaging and digital marketing. Data collection methods used were interviews and documentation. The informants used in this study were 5 people consisting of managers as key informants who knew information about Waroeng Djati and consumers as supporting informants who had bought at Waroeng Djati. The results of the study showed that the strategy used by Waroeng Djati was innovation in packaging and promotion done through social media and Go Food. And has been tested on the basis of theory and indicators of packaging and also digital marketing.*

**Keywords :** Management, Marketing, Competitiveness, Packaging, Digital Marketing.

