

ABSTRAK

Persaingan usaha pada sektor makanan tradisional seperti pudak di Gresik semakin meningkat, sehingga UMKM perlu merancang strategi pemasaran yang tepat untuk bertahan dan berkembang. UMKM Sari Kelapa sebagai salah satu produsen pudak yang mengalami fluktuasi penjualan dan belum mampu mencapai target bulanan secara konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang optimal guna meningkatkan daya saing dan penjualan produk. Faktor-faktor yang dianalisis dalam pengambilan keputusan pembelian meliputi kualitas produk, harga, kualitas layanan, promosi, ketersediaan produk, dan lokasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Game Theory*, yang diterapkan untuk mengevaluasi strategi pesaing dan menentukan strategi terbaik menggunakan pendekatan strategi murni dan strategi campuran. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, wawancara, dan pengumpulan data historis penjualan. Hasil penelitian akan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan rancangan strategi pemasaran berbasis keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh UMKM Sari Kelapa.

Kata Kunci: *Game Theory*, strategi pemasaran, UMKM, pudak, persaingan bisnis.

ABSTRACT

Business competition in the traditional food sector, such as pudak in Gresik, is becoming increasingly intense, requiring MSMEs to design effective marketing strategies to survive and grow. UMKM Sari Kelapa, as one of the pudak producers, has experienced sales fluctuations and has not consistently reached its monthly sales targets. This study aims to design an optimal marketing strategy to improve competitiveness and sales performance. The factors analyzed in purchasing decision-making include product quality, price, service quality, promotion, product availability, and location. The method used in this research is Game Theory, which is applied to evaluate competitors' strategies and determine the best marketing strategy using pure and mixed strategies. Data is collected through questionnaires, interviews, and historical sales records. The results of the study will be used as the basis for formulating marketing strategy recommendations based on the competitive advantages possessed by UMKM Sari Kelapa.

Keywords: *Game Theory, marketing strategy, UMKM, pudak, business competition.*