

**PENGARUH STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DAN KREATIVITAS
PRODUK TERHADAP DAYA SAING PRODUK KULINER *HOME
INDUSTRY***
(Studi Kuantitatif pada Pelaku Usaha Kuliner *Home Industry* di Kecamatan
Cipanas Kabupaten Cianjur Tahun 2026)

Oleh
Ameliani Mareta Sahrudin
NPM. 225020002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Strategi *Digital Marketing* dan Kreativitas Produk terhadap Daya Saing Produk Kuliner *Home Industry* di Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur. Latar belakang penelitian ini didasari oleh penurunan daya saing produk kuliner *home industry* akibat belum optimalnya penerapan strategi *digital marketing* dan rendahnya kreativitas produk dalam menghadapi persaingan pasar modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, melibatkan sampel acak dari 136 Pelaku usaha *Home Industry* di Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur. Instrumen yang digunakan berupa angket yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* dan Kreativitas Produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing produk kuliner *home industry* ; di mana kreativitas produk memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan strategi *digital marketing*. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pelaku usaha lebih berani menciptakan inovasi pada variasi rasa, meningkatkan ketahanan produk, menggunakan desain kemasan yang estetik dan informatif, serta lebih aktif mengoptimalkan platform *marketplace* dan konten media sosial secara konsisten untuk memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: Strategi Digital Marketing, Kreativitas Produk, Daya Saing, Kuliner Home Industry, UMKM

**THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGY AND
PRODUCT CREATIVITY ON THE COMPETITIVENESS OF HOME
INDUSTRY CULINARY PRODUCTS**
*(A Quantitative Study on Culinary Home Industry Entrepreneurs in Cipanas
District, Cianjur Regency, 2026)*

By:
Ameliani Mareta Sahrudin
NPM. 225020002

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which digital marketing strategy and product creativity influence the competitiveness of culinary home industry products in Cipanas District, Cianjur Regency. The background of this research is driven by the decline in the competitiveness of culinary home industry products due to suboptimal implementation of digital marketing strategies and low product creativity in facing modern market competition. This study employs a quantitative approach with survey techniques, involving a random sample of 136 home industry entrepreneurs in Cipanas District, Cianjur Regency. The instrument used is a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data were analyzed using multiple linear regression to determine the influence between variables. The results show that digital marketing strategy and product creativity significantly influence the competitiveness of culinary home industry products, where product creativity provides a greater contribution than digital marketing strategy. Based on these findings, it is recommended that entrepreneurs boldly create innovations in flavor variations, improve product durability, utilize aesthetic and informative packaging designs, and actively optimize marketplace platforms and social media content consistently to expand market reach.

Keywords: *Digital Marketing Strategy, Product Creativity, Competitiveness, Culinary Home Industry, MSMEs*

**PANGARUH STRATEGI *DIGITAL MARKETING* JEUNG KREATIPITAS
PRODUK KANA DAYA SAING PRODUK KULINER *HOME INDUSTRY*
(Studi Kuantitatif ka Palaku Usaha Kuliner *Home Industry* di Kacamatan
Cipanas Kabupatén Cianjur Taun 2026)**

**Ku:
Ameliani Mareta Sahrudin
NPM. 225020002**

ABSTRAK

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho sabaraha badag pangaruh Strategi *Digital Marketing* jeung Kreatipitas Produk kana Daya Saing Produk Kuliner *Home Industry* di Kacamatan Cipanas Kabupatén Cianjur. Kasang tukang ieu panalungtikan dumasar kana turunna daya saing produk kuliner *home industry* alatan tacan maksimalna dilarapkeunana strategi *digital marketing* jeung masih handapna kreatipitas produk dina nyanghareupan persaingan pasar modéren. Ieu panalungtikan ngagunakeun pendekatan kuantitatif kalayan téknik survéi, anu ngalibetkeun sampel acak ti 136 palaku usaha *home industry* di Kacamatan Cipanas Kabupatén Cianjur. Instrumén anu digunakeun nya éta angkét anu parantos diuji validitas sareng réliabilitasna. Data dianalisis ngagunakeun régresi liniér berganda pikeun mikanyaho pangaruh antarpariabel. Hasil panalungtikan némbongkeun yén strategi *digital marketing* jeung kreatipitas produk miboga pangaruh anu signifikan kana daya saing produk kuliner *Home Industry*; di mana kreatipitas produk masihan kontribusi anu langkung ageung tibatan strategi *digital marketing*. Dumasar kana hasil papanggihan ieu, disarankeun sangkan palaku usaha langkung wantér dina nyiptakeun inovasi kana rupa-rupa rasa, ngaronjatkeun daya tahan produk, ngagunakeun desain bungkus anu éstétis sarta informatif, sarta langkung aktip ngamangpaatkeun platform *marketplace* jeung kontén média sosial kalayan konsistén pikeun ngalegaan pasar.

Kecap Konci: Strategi Digital Marketing, Kreatipitas Produk, Daya Saing, Kuliner Home Industry, UMKM