

## **ABSTRACT**

The research aims to reveal Bakpia “Bakpiapia” product and company competitiveness toward of one kind product and company especially be up against Asean Economic Community (AEC) challenge. In addition, the research also aims to know the influence of competitiveness in increasing of culinary tourism in Yogyakarta. The method used in this research are literature, observation, interviews, and surveys. The research uses the marketing mix, competitiveness, and SWOT analysis. The results of this research indicate that the perception of tourists on “Bakpiapia” can influence their product such as increasing product sold and the company revenue. It also influence Yogyakarta culinary tourism because this is the place where the company is located. Hopefully, it will also increase tourists came to Yogyakarta.

Keywords : marketing strategies, product competitiveness, company competitiveness, and culinary tourism.

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan daya saing produk dan daya saing perusahaan Bakpia “Bakpiapia” terhadap produk dan perusahaan sejenis khususnya dalam menghadapi tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya saing dalam meningkatkan wisata kuliner Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka, observasi, wawancara, dan survey. Penelitian ini menggunakan analisis bauran pemasaran, analisis daya saing, dan analisis swot. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan mengenai “Bakpiapia” dapat berpengaruh terhadap produk “Bakpiapia” seperti peningkatan jumlah produk yang terjual dan jumlah pendapatan perusahaan. Selain itu juga dapat berpengaruh terhadap wisata kuliner Yogyakarta karena Yogyakarta merupakan tempat dimana perusahaan itu berada. Sehingga itu juga akan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta.

Kata kunci : strategi pemasaran, daya saing produk, daya saing perusahaan, dan wisata kuliner.