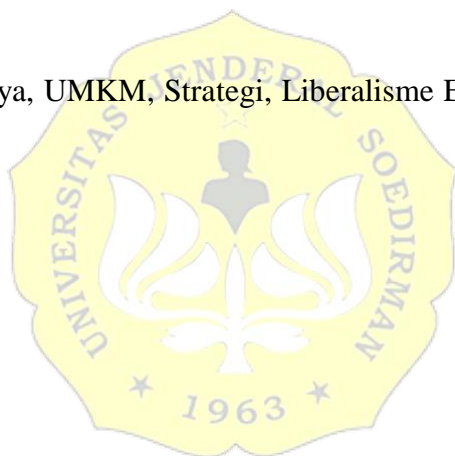


## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis serta berusaha melihat strategi CV.Usaha Karya selaku UMKM atau perusahaan lokal yang berusaha melakukan upaya pelestarian budaya keramik di Klampok, Banjarnegara, Jawa Tengah melalui ekspansi pasar yang sebelumnya hanya pasar lokal merambah menjadi pasar global yang memiliki variasi pasar lebih luas dengan menggunakan berbagai strategi dalam upayanya. Dalam menganalisis penelitian ini menggunakan *Perspektif Liberalisme Ekonomi* dan *Konsep Marketing Mix*. Berdasarkan data yang diperoleh, CV. Usaha Karya dalam melakukan upayanya memasuki pasar global menggunakan berbagai strategi seperti analisis SWOT, standarisasi mutu, analisis pasar, diversifikasi produk, hingga strategi produk, strategi tempat produksi, strategi harga dan strategi promosi yang digunakan, hal ini sangat berkaitan dengan indikator-indikator yang terdapat dalam perspektif liberalisme ekonomi dan konsep marketing mix yang terjadi dalam pasar global.

Kata Kunci: CV. Usaha Karya, UMKM, Strategi, Liberalisme Ekonomi, *Marketing Mix*, dan Pasar Global.



## ABSTRACT

This study analyzes and seeks to see the strategy of CV.Usaha Karya as a MSME or local company that is trying to make efforts to preserve ceramic culture in Klampok, Banjarnegara, Central Java through market expansion which previously only local markets, then penetrated into global markets which have a wider market variation by using various strategies in their efforts. In analyzing this research using *the perspective of economic liberalism* and *the concept of marketing mix*. Based on the data obtained, CV. Usaha Karya in their efforts to enter the global market uses various strategies such as SWOT analysis, quality standardization, market analysis, product diversification, and product strategy, production site strategy, price strategy and promotional strategy used, this is closely related to the indicators contained in the perspective of economic liberalism and the concept of marketing mix that occurs in the global market.

*Key words: CV. Usaha Kaya, MSMEs, Strategies, Economic Liberalism, Marketing Mix, and Global Market.*

