

## RINGKASAN

**Syarifah Allisyah Asgar (08320190094). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Donat Kampar Galesong Di Kabupaten Takalar (Studi Kasus Pada Usaha DK Galesong Di Kecamatan Pattallassang). Dibawah bimbingan Bapak Iskandar Hasan dan Ibu St. Sabahannur.**

Pangan olahan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan perekonomian nasional di Indonesia, hal ini dikarenakan pangan olahan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam perkembangannya. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis memaksa perusahaan untuk menyusun strategi yang tepat, Salah satu industri yang persaingannya semakin ketat setiap tahunnya adalah produksi donat Kampar Galesong, jajanan ringan dan sangat praktis yang digemari banyak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mendeskripsikan jumlah produksi usaha Donat Kampar Galesong di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar. 2) Mendeskripsikan saluran pemasaran Donat Kampar Galesong di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar. 3) Menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran Donat Kampar Galesong di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar. 4) Merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan Donat Kampar Galesong di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar. Penelitian ini merupakan studi kasus pada usaha Donat Kampar Galesong yang dilakukan di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Takalar pada bulan April – Juni 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Donat Kampar Galesong. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling method*). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS) dan Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) Usaha Donat Kampar Galesong pada bulan Maret sebanyak 30.000 biji, bulan April sebanyak 28.000 biji dan pada bulan Mei sebanyak 30.000 biji dengan nilai rata-rata sebesar 29.333 biji. 2) Usaha Donat Kampar Galesong memiliki saluran pemasaran langsung yaitu memasarkan

hasil produk Donat Kampar Galesong langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Mata rantai saluran distribusi yang digunakan oleh usaha Donat Kampar Galesong adalah mata rantai saluran distribusi sangat pendek sebab perusahaan dalam menjual hasil produksinya langsung kepada konsumen akhir. 3) Faktor internal yang menjadi kekuatan perusahaan yaitu pengadaan bahan baku, kualitas produk, kemasan, jenis varian rasa, ukuran produk, harga produk, lokasi yang strategis dan tenaga kerja. Faktor internal yang menjadi kelemahan yaitu pelayanan dan metode promosi. Faktor eksternal yang menjadi peluang yaitu perkembangan teknologi, harga produk pesaing, perbandingan produk sejenis dan perizinan pemerintah. Faktor eksternal yang menjadi ancaman yaitu permintaan dan informasi produk. 4) Berdasarkan analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa usaha Donat Kampar Galesong berada pada kuadran-1 yaitu strategi agresif yang mempunyai skor peluang sebesar 2,01 dan skor kekuatan yaitu sebesar 3,20. Strategi yang dapat diterapkan oleh usaha Donat Kampar Galesong yaitu mempertahankan jenis varian rasa dengan mempertimbangkan produk-produk pesaing, mempertahankan harga yang terjangkau dengan ukuran produk yang sesuai agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan sejenis dan meningkatkan kinerja tenaga kerja dalam memasarkan produk di lokasi strategis dalam menghadapi persaingan usaha

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Donat Kampar Galesong, Analisis SWOT**

