

RINGKASAN

Dhita Magfirah Ramadhani (08320190208). Strategi Pemasaran Produk Sambal Kuning di Kota Makassar (Studi Kasus pada Produk Sambal Kuning Simpati di Kelurahan Melayu Baru, Kecamatan Wajo). Dibawah bimbingan Bapak Iskandar Hasan dan Ibu Andi Maslia Tenrisau Adam

Sambal sering dianggap sebagai bahan makanan pendamping yang mampu melengkapi cita rasa makanan utama di Indonesia. Itulah sebabnya masyarakat belum merasa puas apabila tidak terdapat sambal dalam sajian makanan sehari-hari. Tingginya permintaan sambal membuat banyak rumah makan berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi terbaru mengenai cita rasa sambal.

Tujuan penelitian ini yaitu (1) Mengidentifikasi volume penjualan sambal kuning Simpati (2) Mendeskripsikan strategi bauran pemasaran sambal kuning Simpati, (3) Mendiskripsikan factor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran pada usaha sambal kuning Simpati, (4) Menganalisis strategi pengembangan usaha yang tepat dalam memasarkan sambal kuning Simpati. Penelitian ini dilakukan di Usaha Sambal Kuning Simpati yang beralamat di Jl. Sulawesi No. 204. Melayu Baru, Kecamatan Wajo, Kota Makassar Sulawesi Selatan. selama 4 bulan yaitu dari bulan Mei – Agustus 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan usaha Sambal Kuning Simpati. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, *IFAS & EFAS* dan analisis SWOT.

Responden dalam penelitian ditentukan secara sengaja atau *purposive sampling* karena di anggap dapat menjelaskan fenomena yang di maksudkan dalam penelitian ini. Penetapan responden tersebut berdasarkan atas pertimbangan bahwa informasi dapat terkumpul dari sumber yang akurat. Adapun responden yang dimaksud adalah 1 orang pemilik usaha dan 3 orang karyawan tetap usaha Sambal Kuning Simpati.

Hasil penelitian ini yaitu volume penjualan 4.500 pcs untuk 3 kali produksi. Sambal kuning 330ml dengan harga Rp.23.000/pcs dengan volume penjualan 650 pcs untuk 1 kali produksi dan sambal kuning 660ml dengan harga Rp.32.000/pcs dengan volume penjualan 350pcs untuk 1 kali produksi.

Faktor internal dalam penelitian ini yaitu Sambal kuning simpati tidak menggunakan wortel untuk pewarna, sambal kuning simpati menggunakan 100% cabai rawit segar dengan campuran bawang putih, mempunyai ciri khas yang berbeda, kemasan yang menarik, kualitas produk, penggunaan teknologi. Sedangkan faktor eksternal antara lain perkembangan teknologi, sambal sebagai makanan pelengkap, makanan siap saji, kota makassar sebagai pusat perdagangan.

Strategi pengembangan usaha Sambal Kuning Simpati yang diterapkan adalah mendukung kebijaksanaan yang agresif. S-O (*growthoriented strategy*). Usaha Sambal Kuning Simpati disarankan untuk melakukan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal usaha untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*opportunity*) eksternal untuk mencapai pertumbuhan usaha yang meningkat.

Kata Kunci: Cabai Rawit, Strategi Pengembangan, Strategi Bauran Pemasaran.