

ABSTRAK

NURHAYATI.2022.Strategi *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Olahan Ayam Kampung Pada PT. SPI (Surya Pangan Indonesia) unit Dapoer Umma Frozen Food Talasapang No 24 A, Makassar. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Di bimbing oleh : Moh.Aris Pasigai selaku dosen pembimbing I dan Andi.Risfan Rizaldi selaku dosen pembimbing II

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Oleh unit *Frozeen Food* Dapoer Umma Talasapang No 24 A, Makassar dalam Meningkatkan Penjualan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis *SWOT* untuk memanfaatkan peluang dan memaksimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Dari hasil penelitian ini analisis *SWOT* tersebut maka dapat diketahui bahwa unit Dapoer Umma *Frozen Food* Talasapang No 24 A, Makassar sedang menjalankan strategi *SO (Strength-Opportunity)* yaitu strategi dimana organisasi menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk menjalankan usahanya. Dengan demikian *Frozeen Food* Dapoer Umma Talasapang No 24 A, Makassar sebaiknya berkonsentrasi mempertahankan dan meningkatkan produk yang bervariasi dan khas yang sesuai selera atau kebutuhan kepada masyarakat untuk mendapatkan pelanggan yang lebih setia dan tetap kreatif menggunakan teknologi yang semakin canggih untuk memperluas jaring pemasaran dengan baik.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Meningkatkan Penjualan

ABSTRACT

NURHAYATI.2022. Marketing Mix Strategy in an Effort to Increase Sales of Processed Kampung Chicken at PT SPI (Surya Pangan Indonesia) Frozeen Food Dapoer Umma Talasapang Unit No. 24 A, Makassar Thesis Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar Supervised by Moh.Aris Pasigai as supervisor1 and Andi.Risfan Risaldi as supervisors.

This study aims to find out how the marketing strategy carried out by Frazeen Food Dapoer Umma Talasalapang No. 24 A, Makassar in Increasing Sales This study uses a qualitative descriptive method with SWOT analysis to take advantage of opportunities and maximize strengths, reduce weaknesses and avoid threats. With the SWOT, it can be seen that Dapoer Umma Frozeen Food Talasalapang No. 24 A, Makassar is carrying out an SO (Strenght- Opportunity) strategy, which is a strategy where the organization uses its strengths and opportunities to run its business. Thus, Frozeen Food Dapoer UmmaTalasalapang No. 24 A Makassar should concentrate maintain, and improve varied and distinctive products that match the tastes or needs of the community to get more loyal customers and remain creative using increasingly sophisticated technology to expand do not marketing by good.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, Increase Sales