

RINGKASAN

Anni Khaerunnisa (08320210050). Strategi Pemasaran *Online* dan *Offline* Produk *Rollie Snack* pada UMKM Cemplan Kita di Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar. Dibawah Bimbingan Ibu St. Sabahannur dan Ibu Sitti Rahbiah.

Pemasaran adalah fungsi perusahaan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan guna mengelola hubungan pelanggan yang saling menguntungkan. Kewirausahaan di bidang kuliner sangat menjanjikan untuk pertumbuhan ekonomi suatu wilayah karena menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya saing ekonomi wilayah tersebut. *Rollie Snack* merupakan camilan renyah berbahan dasar kulit lumpia dengan permintaan tinggi, namun masih sedikit UMKM yang mengemas dan memasarkannya secara modern. Laporan ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses produksi, Mengidentifikasi Varian, Harga, dan Volume penjualan *Rollie Snack*, Menganalisis strategi pemasaran *Online* dan *Offline*, Merumuskan strategi pemasaran bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi). Kegiatan usaha *Rollie Snack* berpusat di rumah produksi yang berlokasi di Sukaria 7 No.3 Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kegiatan usaha ini dilaksanakan mulai pada tanggal 01 Maret - 31 Mei 2025. Hasilnya menunjukkan *Rollie Snack* fokus menggunakan strategi pemasaran secara *online*, terutama melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook dan *marketplace* di Shopee untuk menjangkau konsumen membangun merek, serta menampilkan konten visual yang menarik terkait produk, teknik pemasaran seperti pemberian diskon dan gratis ongkir juga menjadi bagian dari strategi digital yang efektif. Pemasaran *offline*, *Rollie Snack* masih mengandalkan sistem *word-of-mouth* atau rekomendasi dari rekan/teman, yang menjadi sumber informasi utama bagi sebagian besar konsumen.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, *Online*, *Offline*, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), *Rollie Snack*