

RINGKASAN

Widyastuti (08320250025). Penerapan Bauran Pemasaran (4P) pada Usaha Widari's Purple Bite Kota Makassar. Dibawah bimbingan Ibu Sabahannur dan Rasmeidah Rasyid

Bauran pemasaran (4P) merupakan strategi pemasaran yang mencakup Product, Price, Place, dan Promotion yang digunakan untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran 4P pada usaha Widari's Purple Bite di Kota Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek produk (Product), Widari's Purple Bite menawarkan Lumpia Ubi Ungu dengan dua varian rasa, yaitu cokelat dan keju, menggunakan bahan baku berkualitas serta kemasan yang menarik dan higienis untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Pada aspek harga (Price), penetapan harga sebesar Rp10.000 per kemasan dilakukan berdasarkan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) sebesar Rp6. 6.635 sehingga memberikan keuntungan yang kompetitif dan tetap terjangkau bagi pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Pada aspek tempat/distribusi (Place), produk dipasarkan secara langsung di lingkungan sekitar serta melalui sistem pemesanan online menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, sehingga memudahkan akses konsumen. Pada aspek promosi (Promotion), strategi yang digunakan meliputi promosi digital, komunikasi langsung kepada konsumen, serta penawaran khusus seperti gratis ongkos kirim untuk pembelian tertentu.

Kata kunci: Bauran Pemasaran (4P) Product, Price, Place dan Promotion UMKM, Widari's Purple Bite di Kota Makassar.