

RINGKASAN

Wahdaniyah (08320220013) Strategi Pemasaran Produk BrowniePop pada Usaha Popin Kitchen di Kota Makassar. Dibawah bimbingan Ibu Nurliani dan Ibu St. Rahbiah Busaeri.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor industri makanan yang memiliki peran penting dalam perekonomian, namun masih menghadapi kendala seperti keterbatasan strategi pemasaran, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, dan tingginya persaingan. BrowniePop sebagai produk inovasi berupa brownies crispy hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan camilan praktis dan menarik. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran, tujuan pemasaran, serta menganalisis penerapan bauran pemasaran (7P) pada usaha BrowniePop. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan praktik kewirausahaan melalui implementasi business plan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan pelaksanaan usaha, sedangkan analisis data dilakukan dengan menguraikan strategi dan tujuan pemasaran berdasarkan konsep bauran pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran BrowniePop dilakukan melalui media sosial, promosi dari mulut ke mulut, dan penentuan segmentasi pasar yang tepat. Penerapan bauran pemasaran (7P) meliputi produk yang variatif, harga terjangkau, distribusi online dan offline, promosi digital, pelayanan yang baik, proses produksi yang sistematis, serta kemasan yang menarik. Strategi ini memberikan respon positif dari konsumen dan meningkatkan potensi penjualan, meskipun masih terdapat kendala pada jangkauan promosi dan persaingan pasar.

Refleksi menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan pengalaman dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan, seperti komunikasi dan pengambilan keputusan. Adapun kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan modal dan

promosi, sehingga diperlukan inovasi strategi pemasaran serta optimalisasi digital marketing untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Kata kunci: business plan, UMKM, brownies crispy, strategi pemasaran, respon konsumen