

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DONAT MINIS PADA *OUTLET*
JOGJA DONUTS DI SPBU UAD, SEDAYU, BANTUL,
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Farah Ulayya Salma Firdausi
Dibimbing oleh Juarini dan Siti Hamidah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis *trend* volume penjualan donat minis pada *outlet* Jogja Donuts SPBU Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dalam 13 minggu kedepan, 2) menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada *outlet* Jogja Donuts SPBU UAD, 3) menganalisis pilihan strategi pemasaran yang dapat diterapkan *outlet* Jogja Donuts SPBU UAD dalam meningkatkan volume penjualan donat minis. Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian menggunakan metode studi kasus. Metode penentuan responden menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden tiga orang. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan *trend*, matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian diketahui bahwa 1) *trend* volume penjualan donat minis pada *outlet* Jogja Donuts SPBU UAD dalam 13 minggu kedepan menurun, 2) *Outlet* Jogja Donuts SPBU UAD mempunyai kekuatan utama yaitu produk yang berkualitas, kelemahan utama yaitu promosi produk yang lemah dan belum adanya struktur organisasi yang jelas, serta berpotensi besar karena Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai tujuan pariwisata, dan ancaman utama yaitu adanya perusahaan pesaing sejenis, 3) strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada *outlet* Jogja Donuts SPBU UAD adalah penetrasi pasar.

Kata kunci : donat minis, *trend* penjualan, strategi pemasaran, matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, SWOT, QSPM

**MARKETING STRATEGY OF MINIS DONUT IN JOGJA DONUTS
OUTLET AT SPBU UAD, SEDAYU, BANTUL, DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Farah Ulayya Salma Firdausi
Supervised by Juarini and Siti Hamidah

ABSTRACT

This research aimed to 1) analyze the sales trend of minis donut in Jogja Donuts SPBU Universitas Ahmad Dahlan (UAD) outlet for next 13 weeks, 2) analyze the strenghts, weaknesses, opportunities, and threats in Jogja Donuts SPBU UAD outlet, 3) analyze the marketing strategy that can be applied in Jogja Donuts SPBU UAD outlet to increase sales volume of minis donut. The basic method used for this research is descriptive. Method of executing research is case study. The survey method is purposive sampling with three respondents. Type of data used in this research are primary and secondary data. Methods of data collection are observation, interview, library study, and documentation. The data analysis techniques use trend, matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, SWOT, and QSPM. The result of this research showed that 1) sales trend of minis donut in Jogja Donuts SPBU UAD outlet for the next 13 weeks tends to decrease, 2) Jogja Donuts SPBU UAD outlet indicated has main strength in quality product, main weakness in promotion and unstructural organization and main opportunity that Daerah Istimewa Yogyakarta as a tourist destination and the main threat in a similiar competitor company, 3)the marketing strategy that can be applied in Jogja Donuts SPBU UAD outlet is market penetration.

Keywords: minis donut, sales trend, marketing strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT, QSPM