

## INTISARI

Pengembangan baru di Industri Kecil Bakpia Pathuk "25" Yogyakarta yang merupakan perbaikan produk yang telah ada, memerlukan pengenalan kembali. Pengenalan untuk memberitahu atau mendorong konsumen mencoba produk baru tersebut sering disebut sebagai promosi. Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan nilai yang ditawarkan kepada konsumen. Komponen-komponen promosi tradisional, penjualan tatap muka, promosi penjualan, dan iklan sangat berguna. Tenaga penjual ke rumah selain berfungsi alat promosi juga sebagai penyalur.

Dalam penelitian ini menggunakan analisa SWOT untuk mengetahui strategi yang perlu dikembangkan oleh perusahaan sehubungan dengan upaya untuk meningkatkan volume penjualan. Di satu sisi untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk dan promosi terhadap volume penjualan. Dengan menggunakan analisa SWOT tersebut diharapkan perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan perusahaan.

Dari hasil analisa SWOT yang telah diterapkan di Industri Kecil Bakpia Pathuk "25" Yogyakarta, dapat diketahui bahwa kualitas, citra perusahaan dan Word of Mouth berpengaruh terhadap volume penjualan. Dengan demikian strategi yang perlu dikembangkan perusahaan antara lain Perluasan pangsa pasar atau jaringan distribusi yaitu dengan membuka pasar baru pada pasar yang potensial sehingga secara tidak langsung juga membuka jaringan baru. Meningkatkan dan memelihara kualitas dan mutu pelayanan untuk membuat pengecer dan konsumen tidak lari ke produk lain. Ini bisa dilakukan dengan pengontrolan secara periodik terhadap produk yang dijual pada pengecer serta terus menerus melakukan kerja sama yang baik dengan masing-masing pengecer dan konsumen sehingga dapat menciptakan strategi dalam menghadapi pesaing-pesaing yang ada maupun pesaing yang akan muncul. Meningkatkan kualitas SDM dengan melaksanakan training pengembangan SDM-nya sehingga dapat lebih baik lagi dan dapat melaksanakan suatu kerjasama yang baik antara karyawan itu sendiri. Mempertahankan harga dimana pada perusahaan ini harga produknya dibandingkan produk lain lebih murah lagi yang merupakan keunggulan yang paling baik untuk menambah pangsa pasar atau jaringan distribusi. Pengembangan produk baru atau perancangan produk yang bertujuan untuk mengantisipasi keinginan konsumen yang berubah-ubah.

**Kata Kunci:** SWOT, Promosi, Pengembangan Produk, Volume Penjualan