

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM
TELUR ASIN ACIL SARAPIAH DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

KTI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH

SARAPIAH

NPM : 202163411203

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM
TELUR ASIN ACIL SARAPIAH DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

KTI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH

SARAPIAH

NPM : 202163411203

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, untuk ayah Baslan dan Ibu saya Saniah yang telah memberikan dukungan dan senantiasa memberikan semangat serta do"aa kepada puterinya.
2. Suami saya sendiri Hasyim yang telah memberikan tenaga maupun waktu dan pikiran yang berkorban untuk mendukung tidak henti-hentinya memberikan semangat dan juga kekuatan baik materi maupun moral.
3. Ibu Jumai Latte, S.AB, M.AB., CIQnR terima kasih atas waktu, ilmu dan kesabarannya dalam membimbing hingga saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.
4. Semua dosen maupun asisten dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi D3 yang telah memberikan ilmu kepada saya.
5. Bapak Ary Yudianto, S.Sos., M.M yang telah memberikan bantuan, do"aa dan dukungan sehingga saya menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.
6. Bapak Anshari Rahman, AMK yang telah membantu jalannya penelitian ini.
7. Teman-teman satu bimbingan dalam KTI ini yaitu Novi Yanti, Suriadi, Ariq, Riski, Syarif.
8. Teman-teman Noramanah, Anissa, Saniah, Noorliana dan Dewi Susanti yang telah menemani selama hamper tiga tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.
9. Seluruh teman-teman angkatan 2021 terimakasih atas dukungan pertemanan dan motivasi semua.

TANDA PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM
TELUR ASIN ACIL SARAPIAH DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal, 29 Juli 2024

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA^R
NIK. 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing

Jumai Latte, S.AB, M.AB., CIQnR
NIDN. 1109129101

Disusun Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affrian, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR,
NIK. 19891025 201807 1 030


PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA
UMKM TELUR ASIN ACIL SARAPIAH
DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN

Disusun Oleh :

Nama: SARAPIAH
NPM: 202163411194

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 29 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua Merangkap	Jumai Latte, S.AB, M.AB., CIQnR	
Anggota		
Sekretaris	Ary Yudianto, S.Sos., M.M	
Merangkap		
Anggota		

Amuntai, 29 Juli 2024

Ketua,
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA^R
NIK. 19940609 201509 1 020

Ketua,
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Affriani, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR
NIK 19891025 201807 1 030

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KTI**

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : SARAPIAH

NPM : 202163411194

Judul KTI : Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Telur Asin Acil Sarapiah dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa KTI yang saya tulis adalah hasil karya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi mana pun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karja atau pendapat yang penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacuan dalam naskah ini disebut dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah sarta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, 29 Juli 2024

Yang membuat pernyataan

 
Sarapiah

MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia” (HR. Ahmad,

Ath-Thabrani, ad-Daruqutin)

“Masa lalu telah berlalu, begitu pula dengan kesedihan yang telah dibuat pun
harusnya ikut berlalu bersama datangnya hari ini”

(Mario Teguh)

“Berikan yang terbaik dari apa yang engkau miliki dan itu mungkin tidak akan pernah cukup. Tetapi tetaplah berikan yang terbaik. Jangan pedulikan apa yang orang lain pikirkan atas perbuatan baik yang engkau lakukan. Percayalah bahwa TUHAN tertuju pada orang-orang yang jujur dan DIA melihat ketulusan hatimu”

(Bunda Teresa)

Ridho Allah tergantung pada ridha orang tua dan murka Allah tergantung pada murka Allah tergantung pada murka orang tua” (Hasan, at-Tirmidzi : 1899, HR. al-Hakim : 7249, ath-tabhari dalam al-Mu“jam al-Kabiir : 14368, al-Bazzar :

2394)

ABSTRAK

SARAPIAH, NPM : 202163411203, judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM TELUR ASIN ACIL SARAPIAH DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN” di bawah bimbingan Ibu **Jumai Latte, S.AB, M.A.B., CIQnR**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Usaha Rumahan Telur Asin “Acil Sarapiah” dalam meningkatkan volume penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

Dari hasil penelitian dilakukan pada usaha peneliti sendiri, peneliti mengakui bahwa pemasaran hasil produk usaha yang peneliti jalankan ini belum berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan pencapaian target penjualan menurun yang menjadi permasalahan kita adalah dalam bentuk pemasaran, karena dari dulu hingga saat ini jumlah penjualan belum ada peningkatan.

Analisis strategi pemasaran yang diterapkan pada UMKM “Telur Asin Acil Sarapiah” untuk meningkatkan volume penjualan adalah di analisis berdasarkan teori menurut Kotler dan Armstrong (2019:58) elemen bauran pemasaran 4P yang terdiri dari: Pertama, produk (*product*) berdasarkan indikator kualitas, merek dan kemasan dengan hasil dapat saling mendukung. Kedua, *price* (harga) variabel harga (*price*) dapat terjangkau, harga berbeda-beda sesuai ukuran. Ketiga, promosi (*promotion*) variabel promosi dapat saling mendukung satu sama lain. Keempat, tempat (*place*) variabel tempat (*place*) saling mendukung.

Kata kunci : Analisis, strategi, pemasaran, telur asin, valume

ABSTRACT

SARAPIAH, NPM : 202163411203 , Title “ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN SARAPIAH ACIL SALTED EGG UMKM IN INCREASING SALES VOLUME” under the guidance of Jumai Latte, S.AB, M.A.B., CIQnR.

This research aims to determine the marketing strategy of the Salted Egg Home Business "Acil Sarapiah" in increasing sales volume. The method used in this research is a quantitative method.

From the results of research carried out on the researcher's own business, the researcher admits that the marketing of the products of the business that the researcher runs has not gone well, this is proven by the achievement of the declining sales target which is our problem in the form of marketing, because from the past until now the number of sales have not increased.

Analysis of the marketing strategy applied to the home business "Telur Asin Acil Sarapiah" to increase sales volume is based on theoretical analysis according to Kotler and Armstrong (2019:58) 4P marketing mix elements consisting of: First, product based on quality indicators, brand and packaging with results can support each other. Second, the variable price can be affordable, prices vary according to size. Third, promotion promotion variables can support each other. Fourth, place (place) variables place (place) support each other.

Keywords : Analysis, strategy, marketing, salted eggs, volume

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang melimpahkan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik.

Karya Tulis Ilmiah (KTI) yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Telur Asin Acil Sarapiah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA)
2. Bapak Haris Fadillah S.Sos., M.A.B., CLMA^R selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis. sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bisnis (STIA) Amuntai.
3. Ibu Jumai Latte, S.AB, M.AB., CIQnR selaku Pembimbing.
4. Bapak Hasyim selaku suami dan rekan kerja Penulis.
5. Semua orang yang telah membantu dan terlibat dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam KTI ini, karena adanya keterbatasan Penulis baik itu dari segi pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan pengalaman. Oleh sebab itu Penulis mengharapkan adanya pendapat, saran-saran serta bimbingan dari semua pihak, kiranya dapat memberikan masukan untuk pengembangan penulis selanjutnya.

Semoga segala bantuan dan pengarahan yang telah diberikan kepada Penulis mendapat ganjaran pahala dari Allah SWT.

Akhirnya kepada Allah SWT pulalah Penulis serahkan segalanya dan semoga KTI ini bermanfaat khususnya bagi Penulis dan semua pihak yang memerlukannya.

Amuntai, 29 Juli 2024

Penyusun

Sarapiah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
TANDA PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI.....	v
HALAMAN BERITA ACARA.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Teoritis.....	9
C. Kerangka Konsep.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	39

B. Pendekatan Penelitian	39
C. Tipe Penelitian	39
D. Data dan Sumber Data	40
E. Desain Operasional Penelitian	41
F Teknik Pengumpulan Data	42
G. Teknik Analisis Data	43
H. Uji Kredibilitas Data.....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	47
B. Hasil Penelitian	48
C. Pembahasan.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Desain Operasional Penelitian	31

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	36
Gambar 4.1 Wawancara dengan Bapak Hasyim	43
Gambar 4.2 Wawancara dengan Ibu Sumiati	49
Gambar 4.3 Dokumentasi Pemilik Usaha Menghadiri Lomba Telur Asin.....	51
Gambar 4.4 Wawancara dengan Ibu Madina	52
Gambar 4.5 Wawancara dengan Ibu Fatmawati	55