

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN  
PRODUK USAHA KERAJIAN TIKAR DARI PELEPAH RUMBIA  
DI DESA GARUNGANG KECAMATAN BANJANG  
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**KTI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar (D3)

Pada Program Studi Administrasi bisnis



**OLEH**

**NOOR AMANAH**

**202162411189**

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

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KTI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Noor Amanah

NPM : 202163411189

Judul KTI : **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk  
Usaha Kerajinan Kerajinan Tikar Dari Pelepah Rumbia Di  
Desa Garunggang Kecamatan Banjang Kabupaten Hulu  
Sungai Utara**

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

Sepanjangn pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut dalam daftar Pustaka.

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

Amuntai , 29 Juli 2024  
Yang membuat pernyataan



Noor Amanah

**TANDA PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN  
PRODUK USAHA KERAJINAN TIKAR DARI PELEPAH RUMBIA  
DI DESA GARUNGGANG KECAMATAN BANJANG  
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**TUGAS AKHIR**

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal, 29 Juli 2024



Untuk dipertahankan didepan 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<sup>R</sup>**  
**NIK.19940609 201509 1 020**

Dosen Pembimbing

  
**Ary Yudianto, S.Sos, MM**  
**NI DN.1107079401**

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

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



**PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR**  
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN**  
**PRODUK USAHA KERAJINAN TIKAR DARI PELEPAH RUMBIA**  
**DI DESA GARUNGGANG KECAMATAN BANJANG**  
**KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**Disusun Oleh :**

**Noor Amanah**  
**NPM : 202163411189**

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	Ary Yudianto, S.Sos, MM	
Merangkap Anggota Sekretaris	Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR	
Merangkap Anggota		

Amuntai, 29 Juli 2024

Ketua,  
Program Studi Administrasi Bisnis


**Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B, CLMA<sup>R</sup>**  
**NIK.19940609 201509 1 020**

Ketua,  
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai


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

## ABSTRAK

NOOR AMANAH, NPM : 202163411189, Judul “STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK USAHA KERAJINAN TIKAR DARI PELEPAH RUMBIA DI DESA GARUNGGANG KECAMATAN BANJANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA” dibawah bimbingan bapa Ary Yudianto, S.Sos, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dalam meningkatkan pemasaran produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia di Desa Garunggang, Kecamatan Banjang, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Industri kerajinan tikar dari pelepah rumbia merupakan salah satu potensi ekonomi lokal yang signifikan, namun menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran produknya.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pelaku usaha kerajinan tikar, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran produk kerajinan tikar menghadapi kendala seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya inovasi produk, dan persaingan dengan produk lain. Namun, terdapat potensi besar untuk meningkatkan pemasaran melalui strategi yang tepat, seperti peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, penggunaan media sosial untuk promosi, dan kerjasama dengan pihak lain. Kesimpulannya, pengembangan strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan pemasaran produk kerajinan tikar dari pelepah rumbia, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Akses Pasar, Inovasi Produk, Promosi Media Sosial, Ekonomi Lokal

## **ABSTRACT**

**NOOR AMANAH, NPM : 202163411189, Title “MARKETINGSTRATEGY TO ENHANCE THE PROMOTIONOF CRAFT PRODUCT MADE FROM RUMBIA PLAM FRONDS IN GARUNGGANG VILLAGE BANJANG DISTRICT HULU SUNGAI UTARA REGERNCY”**under guidance of Mr. Ary Yudianto, S.Sos, MM

*This research aims to identify marketing strategies to enhance the marketing of handicraft products made from sago palm fronds in Garunggang Village, Banjang Sub-district, North Hulu Sungai Regency. The handicraft industry using sago palm fronds represents a significant local economic potential but faces various marketing challenges.*

*The research method used is descriptive research with a qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with handicraft business actors, observations, and documentation. The research results indicate that the marketing of handicraft products faces challenges such as limited market access, lack of product innovation, and competition with other products. However, there is significant potential to enhance marketing through appropriate strategies, such as improving product quality, diversifying products, using social media for promotion, and collaborating with other parties. In conclusion, developing effective marketing strategies can enhance the marketing of handicraft products made from sago palm fronds, support local economic growth, and improve the welfare of the local community.*

**Keywords:** *Product Quality, Market Access, Product Innovation, Social Media Promotion, Local Economy.*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat beliau serta pengikutnya hingga akhir zaman. Syukur Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan KTI yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK USAHA KERAJIAN TIKAR DARI PELEPAH RUMBIA DI DESA GARUNGGANG KECAMATAN BANJANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA”**.

Dalam proses penyusunan KTI ini, banyak sekali sumbangan pikiran dan pemberian data yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Reno Affriani, S.Sos M.AP, CIQnR, CIQaR selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B CLMA<sup>R</sup> selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Administrasi (STIA) Amuntai, atas segala bimbingan dan arahan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan KTI ini.
3. Bapak Ary Yudianto, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis sehingga KTI ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Ibu Eka Santi Agustina, S,Sos, MM, CIQaR, CIQnR dosen penguji yang telah membantu memberikan masukan, saran dan bimbingan serta petunjuk kepada penulis sehingga KTI ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen beserta staf tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
6. Seluruh keluarga dan teman-teman di STIA Amuntai terima kasih atas dukungan motivasi serta do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan KTI ini.
7. Seluruh pihak yang terkait dalam penyusunan KTI ini yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa KTI ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan. Kritik dan saran serta tanggapan yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan KTI ini.

Amuntai, Juni 2024

Noor Amanah

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
KEASLIAN KTI.....	ii
TANDA PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Hasil Peneliti Terdahulu .....	7

2.2 Tinjauan Teoritis .....	10
2.2.1 Pengertian Strategi .....	10
2.2.2 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	14
2.2.4 Pengertian Produk.....	17
2.2.5 Pemasaran Produk.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	20
2.3.1 Hubungan antara Variabel Penelitian .....	21
2.3.2 Model atau Framwork.....	23
<b>BAB III .....</b>	<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	25
3.2 Pendekatan Penelitian.....	25
3.3 Tipe Penelitian.....	25
3.4 Data dan Sumber Data.....	26
3.4.1. Data Primer .....	26
3.4.2 Data Sekunder.....	27
3.5 Desain Operasional Penelitian.....	27
3.5.1 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6.1 Teknik Wawancara ( <i>Interview</i> ) .....	31

3.6.2 Teknik Observasi (Pengamatan).....	31
3.6.3 Teknik Dokumentasi.....	32
3.7 Teknik Alisis Data.....	32
3.8 Uji Kredibilitas Data.....	33
3.8.1 Perpanjangan Pengamatan .....	33
3.8.2 Mengadakan Membercheck.....	33
3.8.3 Meningkatkan Ketekunan .....	33
BAB IV .....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Informasi Umum Tentang Usaha Kerajinan Tikar.....	35
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Usaha.....	35
4.1.2 Proses Produksi.....	35
4.2 Hasil wawancara.....	36
4.2.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	36
4.2.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	41
4.2.3 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	46
4.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	51
4.3 Pembahasan .....	55
4.3.1 Bauran Pemasaran.....	55
BAB V.....	59
PENUTUP.....	59

4.1 KESIMPULAN .....	59
4.2 SARAN .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	63