

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI PASAR CANDI  
KECAMATAN AMUNTAI TENGAH  
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**KTI**

**Diajukan sebagai syarat untuk Memperoleh Gelar Diploma (D3)**

**Pada Program Studi Administrasi Bisnis**



**OLEH:**

**Ahmad Naufal**

**NPM: 202203**

**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)  
AMUNTAI  
2025**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI PASAR CANDI  
KECAMATAN AMUNTAI TENGAH  
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**KTI**

**Diajukan sebagai syarat untuk Memperoleh Gelar Diploma (D3)**

**Pada Program Studi Administrasi Bisnis**



**OLEH:**

**Ahmad Naufal**

**NPM: 202203**

**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)  
AMUNTAI  
2025**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang ia usahakan, Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya. (Q.S. An Najm ayat 39-40)*

*Jangan terlalu memikirkan masa lalu karena telah pergi dan selesai, dan jangan terlalu memikirkan masa depan hingga dia datang sendiri. Karena jika melakukan yang terbaik dihari ini maka hari esok akan lebih baik.*

### **PERSEMBAHAN**

*Setiap goresan tinta ini adalah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang diberikan Allah SWT kepada umatnya.*

*Setiap detik waktu menyelesaikan karya tulis ini merupakan hasil getaran doa kedua orang tua, saudara dan orang-orang terkasih yang mengalir tiada henti.*

*Setiap pancaran semangat dalam penulisan ini merupakan dorongan dan dukungan dari sahabat-sahabatku tercinta.*

*Setiap makna pokok bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan hampasan kritik dan saran dari teman-teman almamaterku.*

## SURAT PERNYATAAN

### KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH

Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini :

NAMA : Ahmad Naufal  
NPM : 202203  
JUDUL SKRIPSI : “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor di Pasar Candi Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa KTI yang saya tulis ini adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi manapun.

Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis menjadi acuan dalam naskah ini disebutkan 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 dicabutnya ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai. Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan

  
AHMAD NAUFAL

**PENGESAHAN UJIAN AKHIR**  
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN**  
**PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI PASAR CANDI**  
**KECAMATAN AMUNTAI TENGAH**  
**KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**


Disusun Oleh:

Ahmad Naufal

NPM: 202203

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 23 Juli dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua Merangkap Anggota	Haris Fadillah, S.Sos., M.AB, CLMA	
Sekretaris Merangkap	Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA	
Anggota		

Amuntai, Juli 2025

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis



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

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



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

# TANDA PERSETUJUAN

## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI PASAR CANDI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

### TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal, 23 Juli 2025

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®  
NIK. 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing

Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®  
NUPTK. 4941772673130250

Disusun Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



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

## ABSTRAK

**AHMAD NAUFAL NPM: 202203 “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI PASAR CANDI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA.** Di bawah bimbingan **Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B,CLMA.**

Konsep marketing merupakan sekumpulan rencana yang dijalankan perusahaan untuk memasarkan produknya. Dengan tujuan tersebut, konsep pemasaran lebih dari sekedar memasarkan produk. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan sepeda motor bekas di Pasar Candi Kecamatan Amuntai Tengah beserta faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. teknik pengumpulan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data melalui penarikan sampel secara *purposive sampling* berjumlah 12 orang. Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, dengan menggunakan uji kredibilitas data. Fenomena masalah adalah keterbatasan fasilitas pasar, tidak adanya nota resmi, minimnya transparansi informasi, tingginya persaingan antar pedagang.

Hasil penelitian yaitu, Produk (*Product*) masih terkendala fasilitas fisik yang kurang memadai dan transparansi penjual mengenai kondisi motor, tidak adanya garansi atau jaminan pasca pembelian, serta minimnya standar pelayanan dan profesionalitas. Harga (*Price*) memiliki banyak tantangan, seperti tekanan keuntungan rendah, kualitas produk yang perlu dijaga, serta persaingan pasar yang ketat. Tempat (*Place*) terkendala keterbatasan ruang, kondisi pasar yang becek saat hujan, serta kurangnya fasilitas pendukung menjadi kendala dalam penataan ideal. Promosi (*Promotion*) metode ini juga menghadapi beberapa kendala seperti cuaca buruk, keterbatasan ruang test ride, serta kurangnya media promosi pendukung. Faktor yang mempengaruhi yaitu fasilitas pasar yang terbatas, tidak adanya nota resmi atau sistem komplain formal, transparansi informasi masih minim dan persaingan tinggi antar penjual dan margin keuntungan kecil.

Disarankan kepada Penjual untuk meningkatkan transparansi, legalitas dokumen, dan riwayat kendaraan. Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah perlu dilakukan peningkatan fasilitas pasar dan untuk Pembeli diharapkan sebaiknya lebih teliti.

**Kata Kunci:** Analisis, Strategi Pemasaran

## ABSTRACT

**AHMAD NAUFAL NPM: 202203 " ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES OF USED MOTORCYCLES IN CANDI MARKET, AMUNTAI TENGAH DISTRICT HULU UTARA REGENCY."** Under the guidance of *Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B, CLMA.*

A marketing concept is a set of plans implemented by a company to market its products. Therefore, a marketing concept is more than just marketing a product. The purpose of this study is to analyze marketing strategies to increase used motorcycle sales at Candi Market, Amuntai Tengah District, along with the influencing factors.

This study employed a qualitative descriptive method. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. Twelve people were drawn from purposive sampling. Data analysis techniques included data reduction, data presentation, and conclusion drawing, using data credibility testing. The problematic phenomena include limited market facilities, the absence of official memos, minimal information transparency, and intense competition among vendors.

The research findings indicate that the product is still hampered by inadequate physical facilities and seller transparency regarding the condition of the motorcycle, the lack of a warranty or post-purchase guarantee, and minimal service standards and professionalism. Price faces numerous challenges, such as low profit margins, the need to maintain product quality, and intense market competition. The location is constrained by limited space, muddy market conditions during the rain, and a lack of supporting facilities, hindering its ideal layout. Promotion, using this method, also faces several obstacles, such as bad weather, limited test ride space, and a lack of supporting promotional media. Influencing factors include limited market facilities, the absence of official memos or a formal complaint system, minimal information transparency, high competition among sellers, and low profit margins.

Sellers are advised to improve transparency, document legality, and vehicle records. Market managers and local governments need to improve market facilities, and buyers are expected to be more discerning.

**Keyword:** *Analysis, Marketing Strategy*

## **Motto**

**Jangan Pernah Menunggu Besok, Apa yang dapat kamu kerjakan sekarang, kerjakanlah.....Sebab waktu takkan pernah terulang.....**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang memberikan petunjuk dan bimbingannya. Shalawat dan salam selalu kita haturkan kepada Junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW sebagai Rasul Allah sehingga penulis dapat menyelesaikan KTI yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI PASAR CANDI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA”**.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan terlebih dulu kedua orang tua penulis dan juga guru-guru penulis sehingga penelitian ini dapat selesai. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP., CIQnR.,CIQaR Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B,CLMA Selaku Pembimbing 1.
3. Seluruh Dosen beserta staff tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
4. Segenap keluarga terutama kepada orang tua saya dan teman-teman yang telah memberikan bantuan, perhatian, nasehat, semangat dan dukungan dalam menyelesaikan KTI ini.
5. Seluruh pihak yang berprestasi dalam penyusunan KTI ini hingga terselenggaranya KTI ini.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan KTI ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik dari segi pengetahuan, keterampilan, kemampuab, pengalaman, maupun materi yang di dapat. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya pendapat, saran-saran serta bimbingan dan pengarahan yangtelah diberikan

kepada penulis mendapat ganjaran pahala berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga Allah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua Aamiin.

Amuntai, Juli 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN AKHIR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Hasil PenelitianTerdahulu.....	8
B. Tinjauan Teoritis.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Strategi Pemasaran.....	12

3. Bauran Pemasaran.....	13
4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	15
C. Kerangka Pemikiran.....	18

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi Penelitian.....	23
B. Pendekatan Penelitian .....	24
C. Tipe Penelitian.....	25
D. Data dan Sumber Data.....	25
E. Desain Operasional Penelitian .....	27
F. Teknik Pengumpulan Data .....	28
G. Teknik Analisis Data .....	29
H. Uji Kredibilitas Data.....	35

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum .....	38
1. Kabupaten Hulu Sungai Utara.....	38
2. Kelurahan Sungai Malang.....	39
3. Pasar Kendaraan Bekas Amuntai.....	40
B. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas di Pasar Candi Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.....	41
1. Produk.....	43
2. Harga.....	52
3. Tempat.....	62
4. Promosi.....	72
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi.....	81

1. Fasilitas Pasar yang Terbatas .....	81
2. Tidak Adanya Nota Resmi atau Sistem Komplan Formal.....	86
3. Tranparansi Informasi Masih Minim pada Sebagian Pedagang.....	91
4. Persaingan Tinggi Antar Penjual dan Margin Keuntungan Kecil.....	96

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	106
-----------------------------	-----

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

- Pedoman Wawancara
- Foto Hasil Wawancara

## DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Informan Penelitian.....	27
3.2 Desain Operasional Penelitian .....	28

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Peemikiran.....	22
3.1 Pasar Sepeda Motor Bekas.....	24
4.1 Wawancara Dengan Muhammad Ekhsan.....	44
4.2 Wawancara Dengan Sumadi.....	49
4.3 Wawancara Dengan Yudi Darmawan.....	54
4.4 Wawancara Dengan Gajali Rahman.....	59
4.5 Wawancara Dengan Sugianor.....	64
4.6 Wawancara Dengan Ramzi.....	69
4.7 Wawancara Dengan Syamsudin.....	73
4.8 Wawancara Dengan Arifin.....	78
4.9 Wawancara Dengan Syarif.....	83
4.10 Wawancara Dengan Wardani.....	88
4.11 Wawancara Dengan Muzaki.....	93
4.12 Wawancara Dengan Hartiman.....	99