

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING RUMAH MAKAN
ASFARZAH DI KELURAHAN PALIWARA
AMUNTAI TENGAH**

**KARYA TULIS ILMIAH
(KTI)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya
Pada Program Studi Administrasi Bisnis



O L E H

YUNITA SUSANTI

NPM : 202237

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA) AMUNTAI
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

PERSEMBAHAN

*Karya ini
Kupersembahkan kepada pemberi cinta tak terbatas
Yang selalu mengiringkan doa disetiap langkahku
Ayah dan ibu*

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Susanti

NPM : 202237

Judul KTI : Analisis Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan
Daya Saing Pada Rumah Makan Asfarzah Di Kelurahan
Paliwara, Amuntai Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis ilmiah (KTI) yang saya tulis ini adalah hasil karya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma (D3) di perguruan tinggi manapun.

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

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

Amuntai, Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Yunita Susanti

TANDA PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA RUMAH MAKAN ASFARZAH DI KELURAHAN
PALIWARA AMUNTAI TENGAH

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 24 Juli 2025

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®
NIK. 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing



Ary Yudianto, S.Sos., MM. CRMA
NUPTK 6039772673130360

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



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

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR
ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA RUMAH MAKAN ASFARZAH DI KELURAHAN
PALIWARA AMUNTAI TENGAH



Disusun Oleh:

YUNITA SUSANTI

NPM: 202237

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi pada tanggal 24 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

Jabatan	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua Merangkap Anggota	Ary Yudianto, S.Sos., MM. CRMA	
Sekretaris Merangkap Anggota	Nurul Hasanah, S.Pd. MM. CPSM	

Amuntai, 24 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 Afran, S.Sos., M.AP.CIQnR, CIQaR
NIK.19891025 201807 1 030

ABSTRAK

Yunita Susanti, NPM : 202237, Judul “ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA RUMAH MAKAN ASFARZAH KELURAHAN PELIWARA, AMUNTAI TENGAH” dibawah bimbingan Bapak Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA

Persaingan bisnis rumah makan yang semakin ketat menyebabkan para pemilik rumah makan harus berusaha dan berupaya dalam memilih strategi yang tepat untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Strategi marketing mix 4P (produk, tempat, harga dan promosi) menjadi strategi yang relevan untuk diterapkan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini Menganalisis strategi *marketing mix* yang diterapkan oleh Rumah Makan Asfarzah. Hasil dari penelitian ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Asfarzah adalah strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk dengan meningkatkan kualitas produk dari segi bahan baku, pengolahannya, dan pengemasannya. Strategi harga sesuai dengan harga di pasaran, strategi tempat yang strategis di pinggir jalan raya dan pusat keramaian orang, dan strategi promosi dengan memasang banner dan dari mulut ke mulut maupun dimedia sosial. Maka Rumah Makan Asfarzah sudah dapat meningkatkan daya saing dari rumah makan disekitarnya dengan menerapkan strategi *marketing mix* 4P dengan baik.

Kata Kunci: Strategi, marketing mix, daya saing.

ABSTRACT

Yunita Susanti, NPM : 202237, Title “**ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA RUMAH MAKAN ASFARZAH KELURAHAN PELIWARA, AMUNTAI TENGAH** “ *under the guidance of Mr. Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA*

The increasingly tight competition in the restaurant owners to strive has caused restaurant owners to strive and make efforts in choosing the right strategy to attract as many consumers as possible. The 4P marketing mix strategy (product, place, price, and promotion) is a relevant strategy to implement. This study uses qualitative research. The data sources used in this study are primary data and secondary data, with data collection techniques of observation, interviews, and documentation. The purpose of this study is to analyze the marketing mix strategy implemented by Asfarzah Restaurant. The results of this study are that the marketing strategy carried out by Asfarzah Restaurant is a marketing mix strategy consisting of a product strategy by improving product quality in terms of raw materials, processing, and packaging. Price strategy according to market process, strategic location strategy on the side of the highway and crowded centers, and promotion strategy by installing banners and word of mouth or on social media. So Asfarzah Restaurant has been able to increase the competitiveness of restaurants around it by implementing the 4P marketing mix strategy properly.

Keywords: *strategy, marketing mix, competitiveness.*

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat 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 dapat menyelesaikan KTI yang berjudul “ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA RUMAH MAKAN ASFARZAH DI KELURAHAN PALIWARA, AMUNTAI TENGAH” dalam penyusunan KTI ini, banyak sekali sumbangan pikiran dan pemberian data yang penulis dapatkan dari berbagai pihak.

Maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Reno Affrian, S.Sos., M.AP, CIQaR, CIQnR, Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B, CLMA[®], Ketua Prodi Administrasi Bisnis.
3. Bapak Ary Yudianto, S.Sos, MM, CRMA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis sehingga KTI ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Khalidah selaku pemilik Rumah Makan Asfarzah yang memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan mau berpartisipasi memberikan informasi tentang Rumah Makan Asfarzah.

5. Seluruh dosen beserta staf tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
6. Seluruh pegawai yang ada di Rumah Makan Asfarzah, terutama yang telah memberikan data dan informasi kepada penulis.
7. Seluruh keluarga dan teman-teman di STIA Amuntai terima kasih atas dukungan motivasi dan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan KTI ini
8. Seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian KTI ini yang tak bias penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa KTI ini jauh dari kata 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, Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSEMBAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI.....	iii
TANDA PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan dari penelitian	4
2. Manfaat dari Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Hasil Penelitian Terdahulu	6

B. Strategi Pemasaran	9
C. Konsep Marketing Mix	12
1. <i>Product</i> (produk).....	13
2. <i>Price</i> (Harga).....	14
3. <i>Promotion</i> (promosi).....	15
4. <i>Place</i> (Tempat).....	17
D. Daya Saing Usaha	18
E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Marketing Mix	21
1. Faktor Internal.....	21
2. Faktor Eksternal	22
F. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Lokasi Penelitian	26
B. Pendekatan Penelitian	26
C. Tipe Penelitian.....	27
D. Data dan Sumber Data.....	28
1. Data Primer	28
2. Data Sekunder	29
3. Teknik Penetapan Informan	29
E. Desain Operasional Penelitian	30
F. Teknik Pengumpulan Data	32

1. Observasi	32
2. Wawancara.....	32
3. Dokumentasi	33
G. Teknik Analisis Data.....	33
H. Uji Kredibilitas Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Rumah Makan Asfarzah	37
B. Hasil dan Pembahasan.....	38
1. Karakteristik Informan	38
2. Hasil Paparan Data.....	38
3. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Foto Rumah Makan Asfarzah	37
Gambar 4.2 Salah Satu Produk Yang Dijual Di Rumah Makan Asfarzah.....	40
Gambar 4.3 Menu Dan Daftar Harga Di Rumah Makan Asfarzah.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Operasional Penelitian	31
Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	38