

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TELUR ASIN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I KETUT PRADITA ADIYOGA

NIM 2215764004

PROGRAM STUDI RPL MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TELUR ASIN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I KETUT PRADITA ADIYOGA

NIM 2215764004

PROGRAM STUDI RPL MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

1. Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Telur Asin Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin Di Kota Mataram)
2. Penulis
 - a. Nama : I Ketut Pradita Adiyoga
 - b. Nim : 2215764004
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : RPL D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 17 Juli 2023

Menyetujui :

Pembimbing I,



I Wayan Wirga, SE, MBA

NIP. 196107261988111001

Pembimbing II,



Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D.

NIP. 198104122005011001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TELUR ASIN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram)**

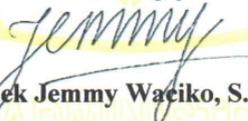
Oleh :

I KETUT PRADITA ADIYOGA
NIM : 2215764004

Oleh :

Disahkan:

Ketua Penguji



Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D.

NIP. 198104122005011001

Penguji I



Putu Adriani Prayustika, S.E.,M.M

NIP. 198406082015042002

Penguji II



Wayan Eka Dian Rahmanu, S.Pd.,M.Pd

NIP. 198805202019031011

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga

Ketua,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D

NIP. 196409291990032003

Badung, 22 Agustus 2023
Prodi Manajemen Bisnis Internasional

Ketua,



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M.

NIP. 197612032008122001

MOTTO

“NAHKODA YANG HANDAL TIDAK TERLAHIR DARI OMBAK YANG
TENANG”

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Usaha Telur Asin Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin Di Kota Mataram)”** tepat pada waktunya. Atas terselesaikannya penelitian ini, maka penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, saudara dan keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril, nasehat dan doa untuk kesuksesan penulis.
2. Bapak I Wayan Wirga, SE, MBA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi serta memberikan petunjuk selama penyusunan skripsi design & innovation ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat waktu.
3. Bapak Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II yang juga membimbing penulis dengan sabar, memberikan

saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi design & innovation.

4. Rekan-rekan terdekat penulis, serta teman-teman D4 RPL MBI yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan, motivasi kesetiaan selama penyusunan skripsi ini.
5. *Last but not least, I wanna thank me, for believing me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me all the times.*

Skripsi ini akan lebih sempurna jika mendapatkan masukan dari para pembaca, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi tercapainya kesempurnaan dalam skripsi design & innovation ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi nyata bagi perkembangan dunia industri dan ilmu pengetahuan kedepannya.

Denpasar, 21 Juli 2023



Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKIRPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Usaha Telur Asin Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin Di Kota Mataram)”** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Denpasar, 21 Juli 2023
Yang Menyatakan,



I Ketut Pradita Adiyoga
Nim. 2215764004

ABSTRAK

Perekonomian saat ini mengalami masa pertumbuhan yang beranjak naik, sama halnya di Indonesia pada era saat ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat (Maulana: 2019). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Mataram, Industri Rumah Tangga yang potensial berjumlah 4.959 dengan jumlah tenaga kerja 24.706. Tak bisa di pungkiri usaha rumahan ini mengalami jumlah penurunan pembeli yang signifikan dari target yang ingin dicapai pada produknya. Mengacu kepada masalah yang dihadapi oleh usaha rumahan telur asin, maka penggunaan analisis SWOT dinilai sangat sesuai. Data yang diperoleh untuk penelitian ini adalah dengan cara melakukan observasi oleh penulis, wawancara dengan pihak manajemen perusahaan dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Industri Rumah Tangga Telur Asin yang ada di Kota Mataram. Analisis matriks SWOT dan faktor Internal Eksternal yang telah dilakukan menyatakan bahwa alternative strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram dengan seluruh kekuatan dan peluang sehingga dihasilkan 12 (dua belas) alternative strategi berdasarkan pencocokan empat strategi yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT yang dapat digunakan untuk meminimalkan kelemahan serta ancaman pada Industri Rumah Tangga Telur Asin di kota Mataram. Strategi bauran pemasaran pada ketiga Industri Rumah Tangga Telur Asin meliputi produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), proses (process) dan bukti fisik (physical proof). Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada Industri Rumah Tangga Telur Asin. Diagram SWOT berada pada kuadran I yang berarti situasi perusahaan saat ini sangat menguntungkan. Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada. Strategi promosi yang dapat diterapkan oleh Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram adalah melalui strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal karena perusahaan berada pada sel 1 matriks IE.

Kata Kunci : Pemasaran, SWOT, Industri Rumah Tangga Telur Asin

ABSTRACT

The economy is currently experiencing a period of upward growth, as is the case in Indonesia in the current era of economic growth in Indonesia experiencing quite rapid growth (Maulana: 2019). Based on data from the Ministry of Cooperatives and SMEs, the number of MSMEs currently reaches 64.19 million with a contribution to GDP of 61.97% or worth 8,573.89 trillion rupiah. According to data obtained from the Mataram City Statistics Agency, the potential Home Industry is 4,959 with a total workforce of 24,706. It cannot be denied that this home-based business has experienced a significant decrease in the number of buyers from the target to be achieved on its products. Referring to the problems faced by salted egg home businesses, the use of SWOT analysis is considered very appropriate. The data obtained for this research is by conducting observations by the author, interviews with company management and distributing questionnaires to customers of the Salted Egg Home Industry in Mataram City. SWOT matrix analysis and Internal External factors that have been carried out state that alternative marketing strategies that can be used by the Salted Egg Home Industry in Mataram City with all the strengths and opportunities resulting in 12 (twelve) alternative strategies based on matching four strategies namely SO Strategy, WO Strategy, ST Strategy, and WT Strategy that can be used to minimize weaknesses and threats to the Salted Egg Home Industry in Mataram city. The marketing mix strategy in the three Salted Egg Household Industries includes product, price, place, promotion, people, process and physical proof. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats in the Salted Egg Household Industry. The SWOT diagram is in quadrant I, which means that the company's current situation is very favorable. The Salted Egg Household Industry in Mataram City has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities and strengths. The promotion strategy that can be applied by the Salted Egg Household Industry in Mataram City is through a growth strategy with concentration through vertical integration because the company is in cell 1 of the IE matrix

Keywords: Marketing, SWOT, Salted Egg Home Industry

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Usaha Telur Asin Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin Di Kota Mataram)”** dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Binsis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Bali.

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang telah mendukung sehingga penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari semua pihak dalam menyelesaikan laporan ini. Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang sudah

mengizinkan penulis melakukan kegiatan pembelajaran pada kelas RPL MBI 2022

3. Bapak Drs. Ida Bagus Artha Adnyana, M.Hum., selaku Ketua Prodi RPL D4 Manajemen Bisnis Internasional, Politeknik Negeri Bali
4. Bapak I Wayan Wirga, SE, MBA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, masukan, dan nasehat yang sangat berguna
5. Bapak Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan waktunya untuk membimbing selama proses penyusunan skripsi
6. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis yang telah mendidik dan memberikan materi pembelajaran serta seluruh staf pegawai yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan
7. Bapak I Komang Wisana, selaku Pemilik Usaha Rumah Tangga Telur Asin Bersahabat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memperoleh data dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Hasan, selaku Pemilik Usaha Rumah Tangga Telur Asin Mongglemong yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memperoleh data dalam penyusunan skripsi ini
9. Ibu Dewi, selaku Pemilik Usaha Rumah Tangga Telur Asin Mbak Dewi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memperoleh data dalam penyusunan skripsi ini

10. Orang tua, kakak, dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan moral maupun material selama penyusunan skripsi ini, sehingga terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
11. Teman-teman terdekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu atas bantuan dan dukungan yang diberikan.
12. *Last but not least, I wanna thank me, for believing me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me all the times.*

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini, baik dari segi materi maupun penyajian laporan ini. Masih memerlukan kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

Badung, 21 Juli 2023



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KULIT MUKA	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKIRPSI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Telaah Teori	10
2.1.1 Strategi.....	10

2.1.2 Pemasaran	13
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	14
2.1.4 Segmentasi Pasar	27
2.1.5 Analisis SWOT.....	29
2.1.6 Volume Penjualan.....	32
2.2 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	36
2.3 Kerangka Teoritis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Tempat Penelitian.....	41
3.2 Obyek Penelitian	41
3.3 Defenisi Operasionalisasi Variabel	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.5 Sumber Data	43
3.6 Jenis Data	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data	45
3.8 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Sejarah Industri Rumah Tangga Telur Asin Bersahabat	50
4.1.2 Sejarah Industri Rumah Tangga Telur Asin Mongglemong.....	50
4.1.3 Sejarah Industri Rumah Tangga Telur Asin Mbak Dewi	51
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.5 Struktur Organisasi	53
4.1.6 Ruang Lingkup	54
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	55
4.2.1 Strategi Bauran Pemasaran 7P.....	55
4.2.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	68
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	103
4.3.1 Implikasi Teoritis.....	103
4.3.2 Implikasi Praktis	105

BAB V PENUTUP	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Penjualan Telur Asin Pada Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram.....	6
Tabel 2. 1 Matriks SWOT.....	31
Tabel 4. 1 Harga Telur Asin Industri Rumah Tangga di Kota Mataram	57
Tabel 4. 2 Faktor-Faktor Penentu Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram	69
Tabel 4. 3 Responden Kuesioner Indikator Internal dan Eksternal	72
Tabel 4. 4 IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) Strategi Pemasaran pada Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram	76
Tabel 4. 5 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>) Strategi Pemasaran pada Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram	81
Tabel 4. 6 Matriks IE (Internal External) Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram.....	90
Tabel 4. 7 Matriks SWOT Studi Kasus Telur Asin Di Kota Mataram	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	40
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram	53
Gambar 4. 2 Produk Telur Asin Industri Rumah Tangga di Kota Mataram.....	56
Gambar 4. 3 Lokasi Industri Rumah Tangga Telur Asin Bersahabat	58
Gambar 4. 4 Lokasi Industri Rumah Tangga Telur Asin Mongglemong	58
Gambar 4. 5Lokasi Industri Rumah Tangga Telur Asin Mbak Dewi.....	58
Gambar 4. 6 Proses Pembuatan Telur Asin	64
Gambar 4. 7 Proses Pembuatan Telur Asin	64
Gambar 4. 8 Proses Pembuatan Telur Asin	65
Gambar 4. 9 Proses Pembuatan Telur Asin	65
Gambar 4. 10 Kemasan Produk Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram	68
Gambar 4. 11 Diagram SWOT Posisi Industri Rumah Tangga Telur Asin.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Form Bimbingan Dosen Pembimbing I
- Lampiran II Form Bimbingan Dosen Pembimbing II
- Lampiran III Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran IV Kuisisioner Penelitian
- Lampiran V Identitas Responden
- Lampiran VI Hasil Tabulasi Kuisisioner
- Lampiran VII Luaran Penelitian (Handbook)
- Lampiran VIII Daftar Riwayat Hidup Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian saat ini mengalami masa pertumbuhan yang beranjak naik, sama halnya di Indonesia pada era saat ini pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dapat dilihat pada meningkatnya kegiatan produksi dan semakin banyaknya investor yang menanam modal di Indonesia serta banyaknya industri-industri baru yang muncul. Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Dalam UU No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian menyatakan bahwa industri ialah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang yang memiliki nilai tinggi untuk penggunaannya. Industri-industri baru yang muncul pada saat ini tidak hanya mencakup dalam skala yang besar seperti pabrik, tetapi juga dalam skala yang lebih kecil seperti industri rumahan atau home industry. Industri skala besar

maupun skala kecil keduanya sama sama memiliki tujuan untuk mencukupi permintaan pasar dan memperoleh keuntungan (Maulana: 2019) berdasarkan penelitian yang dilakukan berjudul Analisis Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Produsen Telur Asin Rumahan di Kecamatan Bonorowo Kabupaten Kebumen Tahun 2019.

Persaingan dalam bisnis yang sangat ketat sekarang terjadi disegala lini usaha pada era perdagangan bebas. Hal ini secara tidak langsung menimbulkan dampak positif dan negatif bagi perekonomian bangsa Indonesia. Dilihat dari dampak positif yang diberikan yaitu memberikan adanya peluang bagi Indonesia untuk mengeksport produk semakin luas, sedangkan untuk dampak negatif yang ditimbulkan adalah terjadinya persaingan para pelaku bisnis domestik maupun luar negeri yang semakin bebas dalam memasarkan produknya di Indonesia. Menurut Pioh et al (2019) dengan semakin luasnya perdagangan bebas dan semakin berkembangnya teknologi, maka jenis produk/jasa yang di tawarkan pengusaha semakin beragam. Untuk mengatasi persaingan ini para pengusaha dituntut untuk melakukan inovasi guna menghasilkan produk unggulan dengan menekan atau meminimalisir biaya produksinya.

Usaha rumahan juga tidak terlepas dari persaingan ini, pelaku usaha rumahan merupakan salah satu bidang bisnis yang banyak berperan dalam menopang perekonomian di Indonesia. Pelaku usaha rumahan merupakan bagian dari UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang harus selalu mengikuti perubahan dan perkembangan yang ada. Salah satu perubahan dan perkembangan yang memiliki pengaruh besar dalam bidang pemasaran usaha rumahan adalah

Teknologi Informasi. Hal ini menjadi tantangan bagi pelaku usaha rumahan untuk selalu belajar meningkatkan penggunaan teknologi informasi dengan pemasaran digital – media sosial (*wa, instagram, facebook*), serta memahami konsep bisnis digital secara baik. Pemasaran digital menuntut pelaku usaha rumahan untuk memiliki skill foto produk dan branding produk yang baik. Adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang memberikan pembelajaran tentang pemasaran digital dan peningkatan penggunaan teknologi informasi mampu meningkatkan skill dan wawasan pelaku usaha rumahan untuk mantap berjuang dalam pemasaran digital (Saputra: 2021) berdasarkan penelitian yang dilakukan berjudul Peningkatan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Edukasi Pemasaran Digital Pelaku Usaha Rumahan.

Untuk bisa bersaing dalam bisnis seorang wirausahawan harus mengerti kapan targetnya akan tercapai dan dengan nominal berapa target tersebut tercapai. Perkembangan suatu bisnis dapat dilihat dari beberapa aspek yang mempengaruhinya yaitu: aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, dan aspek manajemen dan operasional. Mengenai aspek pasar dan pemasaran, seorang wirausahawan harus mengerti dan memahami situasi pasar saat ini untuk bisa meraih banyak keuntungan. Namun, bagi wirausahawan yang tidak bisa beradaptasi dengan perubahan itu maka akan tertinggal. Pemasaran sendiri merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai setelah produk tersebut terjual (Kasmah: 2021) berdasarkan penelitian

yang dilakukan berjudul Analisis Strategi Pemasaran Pada Industri Telur Asin Tambak Zalfa Banjarmasin.

Salah satu cara dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan, perusahaan dapat melihat dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran yaitu salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk yang ditawarkan. Jika perusahaan tidak mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen, maka dapat dipastikan maka perusahaan akan kehilangan banyak peluang untuk menarik konsumen. Pesatnya pertumbuhan jumlah industri pangan di Indonesia tersebut menjadikan motivasi bagi pengusaha di berbagai kota khususnya kota Mataram untuk melakukan kegiatan usaha home industri khususnya industri pangan untuk menarik minat pembeli dan mendatangkan konsumen agar membeli produk yang mereka tawarkan. Kualitas produk, penetapan harga dan kepuasan pelanggan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah menurut Yulianti (2022) berdasarkan penelitian yang dilakukan berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Industri Rumah Tangga Telur Asin Kawasan Rumah Pangan Lestari Sri Rejeki Banjarmasin.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada

serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Mataram, Industri Rumah Tangga yang potensial berjumlah 4.959 dengan jumlah tenaga kerja 24.706. Pengembangan ekonomi lokal dapat dicapai melalui berbagai macam sektor, salah satunya adalah produk olahan. Industri Rumah Tangga telur asin merupakan salah satu perwujudan dari industri pengolahan yang erat kaitannya dengan sektor peternakan. Industri Rumah Tangga telur asin selama ini menjadi sumber mata pencaharian penting bagi para pemilik usaha di sentra-sentra produksinya.

Dalam proses berkembangnya usaha rumahan ini tentunya tidak luput dari kualitas produk, promosi, tempat penjualan dan juga ketetapan harga yang telah didiskusikan sebagai bentuk dari penentuan strategi serta kebijakan yang diberikan oleh perusahaan, keinginan perusahaan yang tentunya ingin selalu memberikan yang terbaik kepada konsumen agar selalu puas dengan apa yang telah didapatkan. Akan tetapi tak bisa di pungkiri usaha rumahan ini mengalami jumlah penurunan pembeli yang signifikan dari target yang ingin dicapai pada produknya.

Di bawah ini telah dicantumkan data dari target yang ingin dicapai dengan kenyataan dalam kurun waktu 12 Bulan pada Tahun 2022.

BULAN	TARGET/BULAN	PENJUALAN/BULAN
JANUARI	1750 butir	1930 butir
FEBRUARI	1750 butir	1940 butir
MARET	1750 butir	2015 butir
APRIL	1750 butir	1880 butir
MEI	1750 butir	1915 butir
JUNI	1750 butir	1740 butir
JULI	1750 butir	1720butir
AGUSTUS	1750 butir	1640 butir
SEPTEMBER	1750 butir	1620 butir
OKTOBER	1750 butir	1585 butir
NOPEMBER	1750 butir	1460 butir
DESEMBER	1750 butir	1350 butir

Tabel 1. 1 Data Penjualan Telur Asin Pada Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram

Sumber : Data Diolah

Dari data yang telah dipaparkan di atas dapat kita lihat bahwa perusahaan mengalami penurunan volume penjualan sampai 25 % dari target penjualan kepada masyarakat pada tahun 2022 hal tersebut membuat omset perusahaan menurun. Dalam upaya untuk tetap menjaga eksistensi dan meningkatkan volume penjualan maka industri rumah tangga telur asin di Kota Mataram harus melakukan beberapa gebrakan salah satunya dengan menetapkan harga agar konsumen dapat memilih atau membandingkan produk untuk mendapatkan nama produk mana yg lebih layak dibeli.

Mengacu kepada masalah yang dihadapi oleh industri rumah tangga telur asin, maka penggunaan analisis SWOT dinilai sangat sesuai. Adapun pengertian analisis SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti: 2015).

Tujuan mengadakan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk menentukan aktivitas perusahaan berdasarkan kekuatan yang dimiliki, untuk mengeksploitasi peluang dan kesempatan yang ada, dengan mengurangi atau menghilangkan ancaman dan gangguan yang membahayakan posisi perusahaan dipasar, dalam rangka meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dan memperoleh laba.

Maka berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TELUR ASIN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus pada 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram)”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti membuat rumusan masalah yaitu bagaimanakah strategi pemasaran 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin dalam meningkatkan volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran 3 Industri Rumah Tangga Telur Asin dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Adapun kontribusi yang dihasilkan mahasiswa dengan adanya skripsi ini yaitu:

- a. Mengimplementasikan materi-materi yang didapat selama perkuliahan.
- b. Dapat membantu dalam memberikan nilai tambah pada beberapa kajian ilmu yang berkaitan dengan strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan.
- c. Dapat menjadi informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan.
- d. Dapat menjadi informasi untuk konsumen mengenai produk yang dimiliki oleh industri dan konsumen menjadi lebih bijak dalam memilih produk

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan beberapa teori dan definisi yang relevan, mengkaji hasil

penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini dan dijadikan referensi, serta membuat kerangka pikir.

BAB III KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan pemaparan tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, jenis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan dan hasil penelitian yang kemudian akan dilakukan analisis tentang hasil tersebut.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penyusunan terakhir, dimana berisikan tentang simpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan oleh penulis untuk melengkapi penelitian yang sedang diteliti.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi bauran pemasaran pada ketiga Industri Rumah Tangga Telur Asin ini meliputi product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang), process (proses) dan physical evidence (bukti fisik). Strategi produk yang ditawarkan berupa produk Telur Asin. Strategi harga meliputi penentuan jenis produk yang dipilih yaitu Telur Asin Mentah atau Telur Asin Matang. Strategi tempat meliputi letak ketiga Industri Rumahan Telur Asin yang strategis. Strategi promosi yang dilakukan oleh ketiga Industri Rumahan Telur Asin ini lebih banyak menggunakan *word of mouth* (WOM) atau promosi dari mulut ke mulut.
2. Kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada Industri Rumah Tangga Telur Asin. Diagram SWOT di atas menjelaskan bahwa posisi Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram saat ini berada pada kuadran I yang berarti

situasi perusahaan saat ini sedang sangat menguntungkan. Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih kemajuan omset yang lebih maksimal.

3. Strategi yang dapat diterapkan oleh Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram. Adapun strategi promosi yang dapat diterapkan oleh Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram yaitu melalui strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal karena perusahaan berada pada sel 1 matriks IE. Perusahaan dapat menerapkan strategi yang telah dirumuskan pada matriks SWOT, yang telah terbagi menjadi 4 kelompok. Strategi ini menitikberatkan pada upaya mempertahankan kapabilitas perusahaan dan memanfaatkannya untuk meraih peluang yang ada. Pasar penetrasi dan pengembangan produk adalah strategi yang biasanya diterapkan oleh perusahaan dalam posisi ini. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama menggunakan analisis SWOT dan menghitung IFAS dan EFAS. Namun perbedaan penelitian ini objek penelitian ini pada UMKM sedangkan penelitian andi pada perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu disarankan kepada pihak Industri Rumah Tangga Telur Asin di Kota Mataram dalam proses promosinya berkaitan dengan kelemahan serta ancaman agar dapat melakukan perbaikan ketepannya, yakni :

1. Saran pertama untuk pihak Industri Rumah Tangga Telur Asin yakni memanfaatkan kekuatan yang dimiliki secara maksimal terhadap peluang yang ada. Seperti contoh salah satu kekuatan yang dimiliki Industri Rumah Tangga Telur Asin adalah kualitas produk telur asin yang memiliki kualitas baik sehingga banyak permintaan untuk konsumsi Kembali.
2. Saran kedua yakni Industri Rumah Tangga Telur Asin harus lebih memperhatikan kelemahan internal perusahaan guna mengurangi ancaman yang ada. Sebagai contoh, salah satu kelemahan yaitu dengan tidak memiliki pemasok telur yang konsisten penjualan masih belum berbasis digital sehingga tidak dapat memperluas pemasaran dapat melakukan promosi agar dapat memperluas pasar serta terbangunnya *brand awareness* sehingga masyarakat akan tetap mengetahui Industri Rumah Tangga Telur Asin, disisi lain pihak Industri Rumah Tangga Telur Asin juga harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar tercipta *customer loyal*.

3. Saran yang ketiga, memiliki peternakan pengembangbiakan bebek dapat membantu mengurangi risiko terhadap penyakit seperti flu burung dan menjaga stabilitas produksi dalam industri rumah tangga telur asin.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, E. Kuncoro dan Riduwan. (2014). Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur). Cetakan ke-6. Bandung: Alfabeta.
- Azhari, A. R., N. Lubis, dan Ngatno. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus: Penumpang Bus BRT Trans Semarang koridor II). Jurnal Online
- Danang Sunyoto.(2013) Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.
- Fajriyah, Lilis Wahidatul.(2018) "Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tahubaxo ibu Pudji Ungaran dalam perspektif ekonomi islam." *Skripsi. Prodi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.*
- Firdaus, Maulana. (2018) "Analisis Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Produsen Telur Asin Rumahan di Kecamatan Bonorowo Kabupaten Kebumen Tahun 2019." *OIKONOMIA-Jurnal Pendidikan Ekonomi* 8.2.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2015). Manajemen Pemasaran. Bandung: Yrama Widya.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Haslindah, Andi, Aminuddin Hamdat, and Hafidz Hanafiah. (2021) "Implementation Of Marketing Strategies In Increasing Sales Volume." *International Journal of Science, Technology & Management* 2.5.
- Jayanti, Dewi. (2013) "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Hotel Cherry Pink KH. Wahid Hasyim Medan”.
- Kasmah, Mariatul. (2021) *Analisis Strategi Pemasaran Pada Industri Telur Asin Tambak Zalfa Banjarmasin*. Diss. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Kharisma, dkk. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI.
- Kotler, P. (2015). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi 15, Jilid 2. New Jersey : Prentice – Hall, inc
- Lestari, Novi. (2013) "Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada PT. tiga serangkai internasional branch office Surakarta."

- Muhammmad, A., & Saputra, D. (2021). Peningkatan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Edukasi Pemasaran Digital Pelaku Usaha Rumahan. *Jurnal Abdimas ADPI Sains Dan Teknologi*, 2(3), 19-23.
- Mulyana, Mumuh. "Segmentasi pasar, penargetan pasar dan pemosisian." (2019).
- MUNARIKA, N. (2018). Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadi'ah di Kantor Pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung.
- Nikmah, Futihatun. (2018) *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pabrik Teh Kaligua Pandansari Paguyangan) Oleh: Futihatun Nikmah NIM. 1423203051*. Diss. IAIN.
- Pioh, F. T., Manossoh, H., Tirayoh, V. Z., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2019). *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Bantu Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada Ud. Acong Bakery Analysis Of Target Costing As A Tool To Minimize Production Costs In Order To Optimize Profit Earnings At Ud. Acong Bakery*. 7(4), 3149–3158.
- Rangkuti Freddy, (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis_Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21
- Rangkuti, Freddy (2015). *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tohirin. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Yulianti, Merysa (2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA TELUR ASIN KAWASAN RUMAH PANGAN LESTARI SRI REJEKI BANJARMASIN*. Diss. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Zevi, Irfan. (2018) *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri*. BS thesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.