



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau sebagian dari isi sebuah karya tulis yang diterbitkan tanpa menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN KERUPUK UDANG PADA UMKM ANUGERAH PERMAI, DESA SUNGAI GAYUNG KIRI, KEC. RANGSANG, KAB. KEPULAUAN MERANTI, RIAU.

*Dijadikan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Pada
Program Studi DIII Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*



Oleh :

INDRA SETIAWAN
NIM. 01970213229

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

NAMA : INDRA SETIAWAN

NIM : 01970213229

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN KERUPUK UDANG PADA UMKM ANUGERAH PERMAI DESA SUNGAI GAYUNG KIRI, KEC. RANGSANG, KAB. KEPULAUAN MERANTI, RIAU.


DISETUJUI OLEH


Dosen Pembimbing


Astuti Meflinda, S.E, M.M.
NIP.19720513 200701 2 018


MENGETAHUI

Wakil Dekan I
 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si.
NIP.19790101 200710 1 003



Ketua Program Studi
 D-III Manajemen Perusahaan


Henni Indrayani, S.E, M.M.
NIP. 19700802 199803 2 003



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Indra Setiawan
 NIM : 01970213229
 Jurusan : Diploma III Manajemen Perusahaan
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Tugas Akhir : Strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM
 Anugerah Permai, Desa Sungai Gayung Kiri,
 Kec.Rangsang, Kab. Kep. Meranti, Riau.
 Tanggal Ujian : 16 Januari 2023

Tim Penguji

Ketua Penguji

Astuti Meflinda, S.E, M.M
 NIP. 19720513 200701 2 018

Sekretaris

Martha Hasanah, S.H, M.H.
 NIP. 19850319 202012 2 005

Penguji I

Riki Hanri Malau, S.E, M.M.
 NIP. 19710124 200701 1 020

Penguji II

Fitri Hidayati, S.E, M.M
 NIK.130 411 018



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : INDRA SETIAWAN
 NIM : 01970213229
 Tempat/Tgl. Lahir : MEKKA, 18 Juli 2001
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : D3 Manajemen Perusahaan

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
Sistem Persewaan Karyawan yang Dapat Untuk Analisis Persewaan
Desa Suren Gunung Lini, Kec. Ramang, Kab. Kep. Meranti, Riau.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi~~/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi~~/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi~~/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 28 Januari 2023
 membuat pernyataan

INDRA SETIAWAN
 NIM : 01970213229

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarannya dengan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN KERUPUK UDANG PADA UMKM ANUGERAH PERMAI DESA SUNGAI GAYUNG KIRI, KEC. RANGSANG, KAB. KEPULAUAN MERANTI, RIAU

OLEH:

INDRA SETIAWAN

01970213229

UMKM Anugerah Permai merupakan usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran. Salah satu UMKM yang memiliki peran penting dalam penyediaan kebutuhan pangan/jajanan masyarakat adalah kerupuk udang. UMKM yang bergerak dibidang produksi ini mengambil produk kerupuk udang sebagai nilai guna produk untuk dijual dan diedarkan ke pasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi, sumber data yang diambil yaitu data primer dan sekunder dengan analisis data menggunakan metode deskriptif.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa teknik atau metode strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau menggunakan strategi atau bauran pemasaran 4P (*Marketing mix*) yaitu strategi produk (*product*), strategi tempat/lokasi saluran distribusi (*place*), strategi harga (*price*), dan strategi promosi (*promotion*).

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Alhamdulillah rabbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT senantiasa menyimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas Akhir yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN KERUPUK UDANG PADA UMKM ANUGERAH PERMAI DESA SUNGAI GAYUNG KIRI, KEC. RANGSANG, KAB. KEPULAUAN MERANTI, RIAU**”. Sebagai persyaratan kelulusan pada Program Studi DIII Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan tugas akhir ini penulis banyak mendapatkan saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak, yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan di kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



3. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Henni Indrayani, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perusahaan dan Ibu Zulhaida, S.E, M.M selaku Sekretaris Program Studi DIII Manajemen Perusahaan.
5. Ibu Astuti Meflinda, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang memberikan bimbingan ilmu serta saran-saran yang berguna bagi penulis selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Fakhurrozi, S.E, M.M selaku dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan nasehat, bimbingan, motivasi serta mengarahkan penulis selama menjalani pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga yang dapat penulis terapkan dengan baik kedepannya.
8. Orang tua, adik, dan Nenek yang selalu memberikan do'a dan motivasi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, semoga Allah memberikan kesehatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Ibu Perdana Noriowati selaku penanggung jawab serta anggota dan karyawan dalam UMKM Anugerah Permai yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

10. Untuk semua pihak terkait yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian dan penyelesaian Tugas Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik itu disengaja maupun tidak disengaja, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut dan tidak menutup diri terhadap segala saran, kritik serta masukan yang bersifat konstruktif bagi diri penulis. Akhir kata semoga bermanfaat bagi penulis, bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan lainnya.

Pekanbaru, 23 Desember 2022
Penulis

INDRA SETIAWAN
NIM. 01970213229

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penulisan.....	9
1.4 Manfaat Penulisan.....	9
1.5 Metode Penelitian.....	10
1.6 Sistematika penulisan.....	12
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	14
2.1 Sejarah Berdirinya UMKM Anugerah Pemai	14
2.2 Visi dan Misi UMKM Anugerah Pemai	16
2.3 Deskripsi Singkat UMKM Anugerah Pemai	16
2.4 Logo UMKM	17
2.5 Struktur Organisasi UMKM Anugerah pemai.....	18
2.6 Uraian Tugas dan Wewenang pada struktur organisasi	18
BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK	21
3.1 Tinjauan Teori.....	21
3.1.1 Pengertian Manajemen.....	21
3.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	22
3.1.3 Pengertian Strategi	22
3.1.4 Pengertian Pemasaran	23
3.1.5 Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
3.1.6 Pengertian Bauran Pemasaran.....	24
3.1.7 <i>Segmenting, Targeting, Dan Positioning</i>	30

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.8 Pengertian UMKM	31
3.1.9 Karakteristik UMKM	33
3.1.10 Faktor Perkembangan UMKM di Indonesia UMKM ...	35
3.1.11 Peran UMKM terhadap ekonomi Indonesia.....	36
3.1.12 Pandangan Agama Islam Terhadap Pemasaran	37
2 Tinjauan Praktek	38
3.2.1 Bauran Pemasaran.....	38
3.2.2 <i>Segmenting, Targeting, Dan Positioning</i>	44
3.2.3 Faktor pendukung dan penghambat dalam UMKM Anugerah Permai	46
BAB IV PENUTUP	48
4.1 Kesimpulan	48
4.2 Saran.....	48

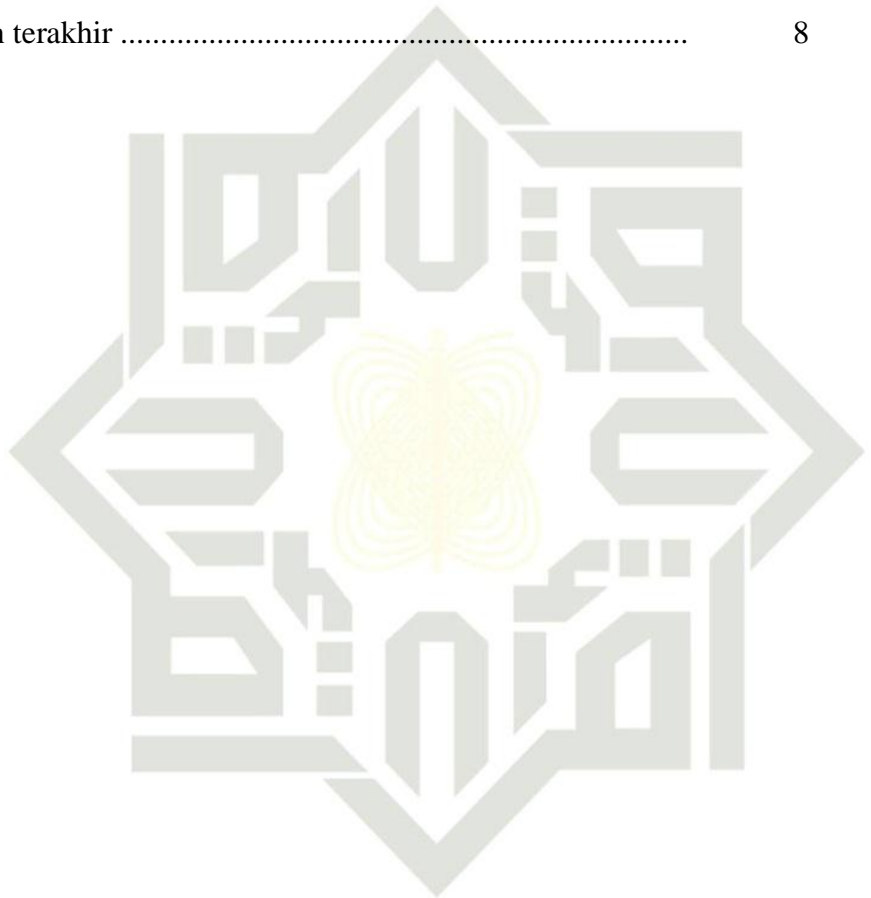
DAFTAR PUSTAKA

PEDOMAN WAWANCARA

PAMPIRAN DOKUMENTASI

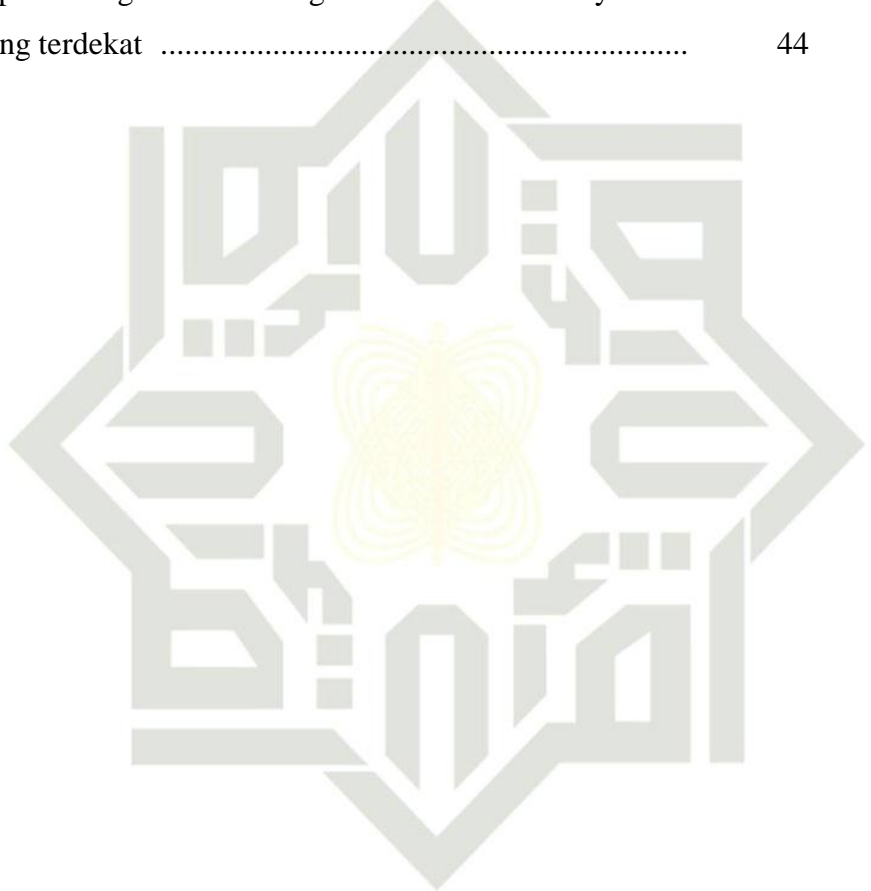
DAFTAR TABEL

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Table 1.1 : Jumlah masyarakat Desa Sungai Gayung Kiri dalam 3 tahun terakhir 4</p> <p>Table 1.2 : Data jumlah masyarakat yang memproduksi kerupuk udang di Desa Sungai Gayung Kiri 7</p> <p>Table 1.3 : Data penjualan kerupuk udang Anugerah Permai dalam 3 tahun terakhir 8</p>
--	--



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Logo UMKM Anugerah Permai	16
Gambar 2.2 : Struktur Organisasi UMKM Anugerah Permai	17
Gambar 3.1: Kerupuk udang UMKM Anugerah permai	41
Gambar 3.2 : Tempat produksi dan pembuatan kerupuk udang	42
Gambar 3.3 : Kerupuk udang UMKM Anugerah Permai di swalayan dan warung terdekat	44



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan – perubahan yang menyebabkan perusahaan akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Untuk meningkatkan daya saing antar perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk bekerja keras dan melaksanakan kegiatan perusahaan secara efisien demi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis, salah satu strategi yang harus dipikirkan adalah strategi pemasaran atau bauran pemasaran yang tepat. (Angipora, 2002).

Aktivitas bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penggunaan konsep pemasaran yang baik dapat menyebabkan berhasilnya bisnis yang dilakukan perusahaan, yaitu hasil produksi dapat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga hasil penjualan produk perusahaan dapat meningkat. Pemasaran merupakan fungsi utama keberhasilan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dan penjualan produknya dan kelangsungan hidup perusahaan. Setiap perusahaan yang sejenis akan saling mengungguli dan saling mengembangkan hasil produksinya dengan harapan dapat lebih berkualitas dari para pesaingnya. Pengembangan hasil produksi diharapkan



dapat memenangkan persaingan dalam merekrut pangsa pasar konsumen dan dapat meningkatkan volume penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus benar benar selektif dalam memasarkan suatu produknya. Karena, apabila produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan selera konsumen maka perusahaan harus bersiap untuk menerima resiko menjadi rugi. (Gitosudarmo, 2000)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan kepulauan terbesar di dunia, bahkan sebagian besar wilayahnya dikelilingi oleh perairan dan dikelilingi dengan pulau-pulau yang sangat kaya akan beragam sumber daya alam yang baik yaitu di sektor kehutanan, pariwisata, bahkan di sektor pertanian. Indonesia juga memiliki kekayaan sumber daya alam yang cukup besar di sektor kelautan dan perikanan. Oleh karenanya, sektor perikanan merupakan salah satu bagian dari rencana pembangunan nasional yang dilaksanakan secara kontinu dan bertahap. Perikanan merupakan salah satu subsektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Subsektor ini mendorong pertumbuhan agroindustri melalui penyediaan bahan baku, meningkatkan devisa negara melalui ekspor hasil perikanan, menyediakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan nelayan serta berkontribusi dalam peningkatan produk domestik bruto (PDB). salah satunya yang juga menjadi komoditas unggulan dan sumber daya alam yang berlimpah serta beraneka ragam yaitu udang.

Udang merupakan hewan laut yang mengandung gizi, vitamin, protein, dan juga kaya akan manfaat. Kandungan gizi yang terdapat di dalam udang yaitu 100



gram berat : protein = 21g, lemak = 0,2g, karbohidrat = 0,1g, kalsium =136mg,

protein = 80 mg. Udang juga merupakan 1 dari 10 komoditi ekspor utama Indonesia.

Karena udang merupakan bahan makanan yang tidak tahan lama, maka udang memerlukan proses penanganan untuk memperlama masa penggunaannya.

Seberapa cara dapat dilakukan antara lain pembuatan terasi udang, pembuatan udang kering, bahkan udang bisa dibuat menjadi kerupuk dengan citarasa udang.

Kerupuk adalah jenis makanan yang banyak digemari di Indonesia. Berbagai kalangan menyukai jenis pangan ini baik dari golongan rendah maupun golongan tinggi, dari anak-anak bahkan hingga lanjut usia juga bisa digolongkan sebagai menu favorit untuk cemilan atau lauk untuk makan. Kerupuk sangat beragam dalam bentuk, ukuran, warna, bau, rasa, kerenyahan, dan nilai gizinya. Perbedaan ini disebabkan oleh pengaruh budaya daerah penghasil kerupuk, bahan baku, dan bahan tambahan yang digunakan serta alat yang digunakan dan cara pengolahannya. Komposisi bahan sendiri beserta pengolahannya akan sangat mempengaruhi kualitas kerupuk. Hal ini juga menjadi salah satu peluang untuk masyarakat yang membangun usaha kecil menengah dalam proses pembuatan kerupuk salah satunya kerupuk udang. Selain menambah durasi penggunaan udang, pembuatan kerupuk udang juga merupakan salah satu variasi olahan dari bahan makanan yang bahan baku utamanya menggunakan udang.

Desa Sungai Gayung Kiri, kecamatan Rangsang, Kabupaten Kepulauan Meranti, sebagian masyarakatnya menjadi nelayan karena lokasi desa tersebut berada di pinggir atau pesisir laut. Masyarakat memanfaatkan sumber daya kelautan dan perikanan dengan melakukan penangkapan atau menjaring ikan dan



Hal-Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

udang ataupun komoditas laut disekitar daerah mereka guna untuk memenuhi kebutuhan sehari hari. Oleh karena itu, salah satu cara untuk memanfaatkan hasil tangkapan tersebut, masyarakat mengelola hasil tangkapan ikan dan udang menjadi olahan berupa ikan asin, udang kering, kerupuk ikan, bahkan **kerupuk udang**. Adapun data jumlah masyarakat Desa Sungai Gayung Kiri (dalam 3 tahun terakhir) sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah masyarakat Desa Sungai Gayung Kiri dalam 3 tahun terakhir

TAHUN	JUMLAH MASYARAKAT
2020	1389 JIWA
2021	1397 JIWA
2022	1415 JIWA

Sumber : Kepala Desa Sungai Gayung Kiri (2022)

Usaha kerupuk udang ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadi pilihan usaha yang sangat menguntungkan, sehingga banyak masyarakat khususnya di Desa Sungai Gayung Kiri ini menekuni usaha kerupuk udang. ada berbagai macam kerupuk udang yang diproduksi oleh masyarakat Desa Sungai Gayung Kiri, dan salah satunya adalah kerupuk udang “Anugerah Permai”. Anugerah Permai merupakan UMKM yang bergerak di bidang produksi kerupuk udang, dan warung sembako dengan penanggung jawab nya yaitu kepala desa Sungai Gayung Kiri yang didirikan pada tahun 2015 silam. Dengan banyaknya



usaha produksi kerupuk udang, maka UMKM Anugerah Permai harus memiliki strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat bersaing dengan UMKM sejenisnya.

Salah satu hal yang penting bagi pelaku usaha kerupuk udang adalah pemasaran produk. Dengan adanya pemasaran maka usaha dapat memberikan gambaran target penjualan produk dan meningkatkan kualitas maupun kuantitas kerupuk udang tersebut. Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis (**Tjiptono dan Diana, 2020:3**).

Dengan adanya pemasaran produk, pelaku usaha juga harus menyusun strategi agar pemasaran produk berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Strategi adalah sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk didalamnya adalah rencana aksi untuk mencapai tujuan dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan dari luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi (**Anthony, Parrewe, dan Kacmar, 2013**).

Strategi pemasaran atau bauran pemasaran yang digunakan UMKM Anugerah Permai yaitu strategi 4P (*product, price, place, and promotion*). Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran (**Kotler dan Armstrong, 2016: 51**).



Pada strategi produk, jenis produk yang diproduksi oleh UMKM Anugerah Permai hanya terdiri dari satu jenis produk yaitu kerupuk udang. Hal ini menjadi dilema UMKM tersebut karena keterbatasan dalam produksi yaitu masih menggunakan metode tradisional tanpa bantuan alat teknologi seperti mesin.

Untuk strategi tempat, lokasi UMKM Anugerah Permai selaku usaha produksi kerupuk udang terletak di Kampung Tengah, Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kep. Meranti, Riau. Permasalahan dan kendala dari tempat atau lokasi tersebut yaitu akses jalan yang begitu buruk karena jalan aspal di daerah tersebut hancur. Hal ini membuat tenaga pemasar kerupuk, konsumen yang ingin berkunjung serta masyarakat sekitar merasa kesulitan melintasi jalan tersebut apalagi dalam kondisi hujan menjadikan jalan tergenang bahkan banjir.

Untuk strategi harga, kerupuk udang UMKM Anugerah Permai memiliki harga sejenis, mengingat produk yang diproduksi hanya satu jenis. Setiap satu kemasan biasanya ditimbang $\frac{1}{4}$ kg atau 2,5 ons untuk setiap kemasannya. Kerupuk tersebut dijual dipasaran dengan harga lebih kurang Rp.24.000 per bungkus.

Pada strategi promosi, promosi yang dilakukan oleh pihak UMKM Anugerah Permai yaitu masih menggunakan promosi atau pemasaran secara langsung (*Direct marketing*) dengan pihak toko atau swalayan. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) merupakan komunikasi langsung dengan konsumen perorangan yang menjadi sasaran untuk memperoleh tanggapan segera. Komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan datang langsung ke tempat pemasar (Tjiptono, 2007, p.230). Biasanya, produsen menemui pemilik toko atau warung ataupun swalayan untuk menyampaikan produk yang ingin mereka promosikan, lalu mereka menitipkan kerupuk tersebut. Pada strategi promosi ini, kendala yang terjadi adalah persaingan produk sejenis, apalagi usaha yang memiliki produk sejenis di Desa Sungai Gayung Kiri ini juga tidak sedikit. Berikut adalah data UMKM sejenis yang memproduksi kerupuk udang di Desa Sungai Gayung Kiri :

Tabel 1.2
Jumlah masyarakat yang memproduksi kerupuk
Udang di Desa Sungai Gayung Kiri

No.	NAMA PEMILIK	BIDANG USAHA
1	UDIN	KERUPUK UDANG
2	CANDRA	KERUPUK UDANG
3	AMAN	KERUPUK UDANG
4	MARYANA	KERUPUK UDANG
5	KIANTO	KERUPUK UDANG

Sumber : Kepala Desa Sungai Gayung Kiri (2022)

Berikut adalah data penjualan (dalam jumlah bungkus) dalam 3 tahun terakhir

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.3
Data penjualan kerupuk udang Anugerah Permai
Dalam 3 tahun terakhir.

No.	Tahun	Terjual (Bungkus)
1.	2020	2.352
2.	2021	1.968
3.	2022	1.764

Sumber : Kepala Desa Sungai Gayung Kiri (2022)

Setelah mengetahui keadaan serta kondisi pasar serta usaha dalam memasarkan produknya, dapat ditentukan tujuan dan sasaran yang diharapkan agar bisa tercapai dalam bidang pemasaran untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Oleh karena itu, *Marketing Mix* atau bauran pemasaran sangatlah penting bagi strategi pemasaran karena strategi pemasaran memiliki peranan yang amat penting bagi pelaku usaha guna menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Tidak hanya menarik minat konsumen, peningkatan skill serta pengalaman dan relasi yang luas juga sangat penting untuk menunjang keberhasilan dalam memasarkan suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi tentang bagaimana strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh UMKM Anugerah Permai. Dari sekian banyaknya merek kerupuk udang yang diproduksi di kecamatan Rangsang, bagaimana pemasaran kerupuk udang Anugerah Permai dilakukan sehingga bisa dikenal luas oleh masyarakat, dan bisa

bertahan cukup lama, karena seperti yang dilihat, ada banyak produk kerupuk
kerupuk lain yang sudah diproduksi cukup lama namun tidak dapat berkembang
dan bersaing dengan baik.

Berdasarkan uraian tersebut penulis akan melakukan penelitian yang berjudul
**Strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM Anugerah Permai Desa
Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.”**

2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM Anugerah
Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti,
Riau?

2.3 Tujuan Penulisan

Mengetahui Strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM Anugerah
Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

2.4 Manfaat Penulisan

- a. Bagi perusahaan
Sebagai upaya dalam menyusun strategi pemasaran kerupuk udang Anugerah
Permai agar dapat bersaing dengan kerupuk udang lainnya dengan produk yang
serupa, dan bisa beredar dan bersaing di pasar nasional Indonesia bahkan pasar
internasional.

b. Bagi akademis

Dengan adanya penelitian ini, agar dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman khusus serta sebagai bahan bacaan maupun referensi yang baik bagi para pembaca mengenai strategi pemasaran kerupuk udang pada UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

c. Bagi penulis

Untuk melengkapi bagian tugas tugas penulis sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5 Metode Penelitian

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau. Penelitian ini diperkirakan selama 5 bulan, mulai dari bulan juli hingga desember 2022.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik, benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dihimpun secara langsung sumbernya melalui wawancara pemilik UMKM Anugerah

Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh dari instansi yang umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang digunakan oleh UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

3. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka secara langsung dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Dalam penelitian ini yang penulis wawancarai adalah pengelola atau ketua UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.
2. Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.
3. Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode dan dokumentasi ini berupa data-data historis yang dimiliki oleh UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.



D. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis adalah analisis data deskriptif, yaitu analisis data yang diperoleh dan dibahas secara menyeluruh berdasarkan fakta-fakta yang terjadi diperusahaan, kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang mendukung pembahasan. Sehingga dapat diambil kesimpulan serta memberikan saran yang diperlukan perusahaan.

2.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memberikan gambaran tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisikan mengenai gambaran umum perusahaan dari sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur perusahaan UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

BAB III : TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIK

Pada bab ini membahas tentang teori strategi pemasaran UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat menjadi masukan bagi perusahaan.

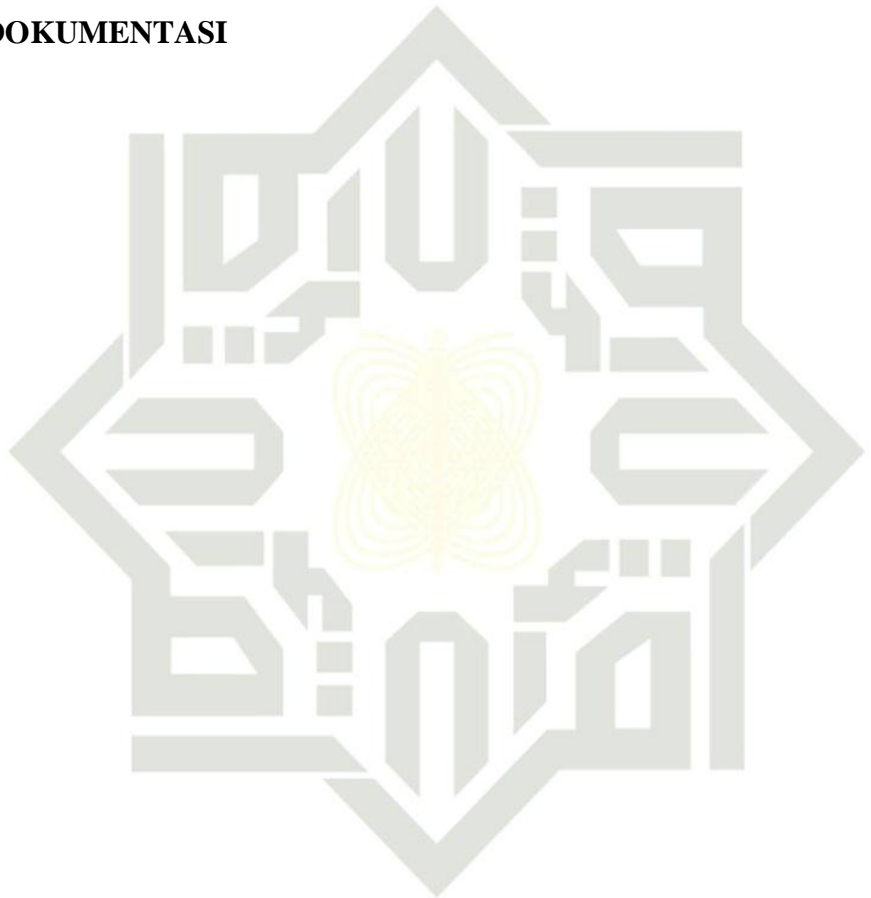
DAFTAR PUSTAKA

PEDOMAN WAWANCARA

LAMPIRAN DOKUMENTASI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Sejarah berdirinya UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

Provinsi Riau memiliki berbagai macam kebudayaan adat istiadat dan ragam jenis makanan khas yang digemari semua kalangan masyarakat, baik lokal maupun para wisatawan. Salah satunya adalah kerupuk udang khas kec. Rangsang yang mana sudah lama berkembang sejak tahun 1950an hingga sekarang.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) Anugerah permai ini berdiri sejak tahun 2015 yang penanggung jawabnya adalah Ibu Kepala Desa Sungai Gayung Kiri yang bernama Ibu Perdana Noriowati. UMKM ini berlokasi di Kampung Tengah, Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kep. Meranti, Provinsi Riau.

Seiring perkembangan zaman, kini kerupuk udang Anugerah Permai mudah dijumpai dan dapat dibeli baik di pasar, swalayan, toko, warung sembako, atau kedai runcit, terutama didaerah Kepulauan Meranti seperti Tanjung Samak dan sekitarnya. Di Kec. Rangsang, terutama di Desa Sungai Gayung Kiri Banyak yang memproduksi kerupuk udang dan menjadikannya sebagai mata pencaharian dan bekerja sama dengan pihak nelayan disekitarnya untuk menyambung nafkah hidup.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Kerupuk Udang Anugerah Permai memiliki bentuk seperti layaknya kerupuk udang lainnya, yaitu berwarna putih pinggiran merah. Biasanya yang sering dijual diproduksi adalah yang berbentuk oval/lonjong. Setiap satu kemasan, biasanya ditimbang $\frac{1}{4}$ kg atau 2,5 ons untuk setiap kemasannya. Kerupuk tersebut dijual dipasaran dengan harga Rp.24.000 per bungkus. Kerupuk udang ini perannya akan di pasarkan dan dijual melalui e-commerce seperti shopee/lazada ataupun menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp sebagai media pendukung untuk promosi agar penikmatnya bukan hanya warga atau masyarakat sekitar Kab. Kep. Meranti saja, juga masyarakat luar dapat menikmati kerupuk udang ini karena cita rasanya yang berbeda dengan kerupuk udang lainnya.

Pembentukan usaha ini adalah salah satu bentuk wadah yang berkembang sebagai andalan perkembangan makanan khas tradisional berbahan baku udang. Dengan bebasnya ekonomi Asean pada saat ini yang berlaku di Indonesia, Riau sendiri sudah siap menghadapinya. Dan diharapkan kepada pelaku usaha serta pelaku ekonomi kreatif tidak perlu khawatir, karena dampak positifnya juga terbuka lebar, di mana dunia akan tahu akan kerupuk udang Anugerah Permai serta makanan khas lainnya yang ada di Riau dapat bersaing.

Dengan begitu pemerintah sangat berperan penting dalam pengembangan makanan tradisional khas daerah-daerah di Indonesia terkhususnya kerupuk udang ini, walaupun Indonesia memiliki banyak wilayah atau destinasi yang memiliki potensi untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung. Akan tetapi, masih banyak pula daerah yang memiliki potensi tersebut belum “tersentuh” oleh tangan-tangan pemerintah. Jadi peran yang harusnya dilakukan oleh pemerintah

- © Hakipta & mik UN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Hal-Cipta Bili-ndugi Un-dang-Udang
 1. Di-larang sa-menipip se-agi-ar-tatau se-luruh-karya-a-lis in-anpa men-can-kan sa-mikan-dan me-nyebod-kan sa-mber
 a. Pen-gu-ti-tan ha-nya un-tuk ke-pen-tin-gan pen-di-dik-an, pe-ne-li-tian, pen-u-lis-an karya il-miah, pen-yu-sun-an la-po-ran, pen-u-lis-an kri-tik at-au tin-jau-an su-atu ma-sa-lah.
 b. Pen-gu-ti-tan ta-dak me-ru-gi-kan ke-pen-tin-gan yang wa-jar UIN Suska Riau.
 2. Di-lar-ang men-gu-mum-kan dan mem-per-ban-yak se-ba-gian at-au se-luruh kar-ya tu-lis ini da-lam be-nuk ap-apun tan-pa iz-in UIN Suska Riau.

adalah dengan cara melakukan promosi dan pemasaran terhadap tempat pariwisata dan makanan tradisional khas daerah-daerah dan ditunjang dengan infrastruktur yang baik dengan begitu akan meningkatkan nilai jualnya dari suatu wilayah agar dapat menarik para wisatawan untuk datang, serta meningkatkan pendapatan bagi daerah dan UMKM yang berada disekitar tempat wisata.

2. Visi dan Misi UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau.

1. Visi

“Menjadi perusahaan penghasil kerupuk udang yang bermutu secara kualitatif dan kuantitatif, mandiri, menguasai dan mencapai target pasar, dan dikenal secara luas oleh masyarakat.”

2. Misi

1. Menciptakan kreasi dan berbagai variasi produk kerupuk udang yang enak, gurih, dan unik.
- Memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik.
- Senantiasa berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dan mitra usaha.

2.3 Deskripsi Singkat Perusahaan

UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau adalah Usaha yang bergerak di bidang pemasaran dan produksi kerupuk udang, dimana usaha ini menjadi salah satu usaha produksi yang ada di kecamatan Rangsang.

2.4 Logo

2. Berikut ini adalah logo UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau sebagai berikut :



Gambar 2.1
Logo UMKM Anugerah Permai

(sumber : UMKM Anugerah Permai Gayung Kiri, Kec. Rangsang 2022)

ungi Undang-Undang
tguutip sebagian atau seluruh karya tulis ini ta

mic University of Sultan Syarif Kasim Riau
sumber:

2.5 Struktur organisasi UMKM Anugerah Permai

Unit kerja yang ada di UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri, Kec. Rangsang, Kab. Kepulauan Meranti, Riau yaitu :



Gambar 2.2

Struktur organisasi UMKM Anugerah Permai

(Sumber : UMKM Anugerah Permai Gayung Kiri, Kec. Rangsang 2022)

2.6 Uraian tugas dan wewenang pada Struktur organisasi atau usaha

Dalam sebuah organisasi maupun usaha, perlu diadakannya pembagian tugas dan wewenang dari masing masing bagian agar suatu organisasi atau usaha berjalan dengan efektif dan terjaga efisiensinya berdasarkan fungsi dan keahlian masing masing. Adapun tugas dan wewenangnya sebagai berikut :

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Penanggung Jawab

Penanggung jawab merupakan pimpinan dalam perusahaan atau suatu organisasi. Penanggung jawab memiliki tugas dan wewenang yaitu :

- a. Memimpin dan bertanggung jawab menjalankan usaha.
- b. Bertanggung jawab terhadap terhadap kerugian yang mungkin akan terjadi.
- c. bertanggung jawab terhadap keuntungan usaha.
- d. menentukan, merumuskan, dan memutuskan sebuah kebijakan dalam perusahaan.

2. Ketua

Ketua dalam usaha merupakan bawahan dari penanggung jawab yang juga mengatur serta memberikan kebijakan terhadap badan usaha. Adapun tugas dan wewenang Ketua yaitu :

- a. mengkoordinasikan kegiatan dan pengembangan usaha.
- b. bertanggung jawab terhadap seluruh keputusan musyawarah dan melaksanakan program kerja sebaik mungkin.
- c. melaksanakan perintah dan amanah yang telah diberikan oleh penanggung jawab yang dianggap perlu menurut kepentingan usaha.

3. Bendahara

Bendahara juga memiliki tugas dan wewenang yang amat vital terhadap keuangan suatu usaha. Tugas dan wewenang bendahara yaitu :

- a. menyusun, menulis, serta merincikan anggaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. melakukan pengelolaan keuangan dan pengadaan kebutuhan barang dan persediaan usaha.
- c. menyusun laporan dan pembukuan.
- d. mengetahui transaksi usaha, serta mengatur dan mengelola bukti transaksi.

4. Sekretaris

Sekretaris memiliki tugas dan wewenang layaknya wakil ketua dalam organisasi maupun badan usaha. Adapun tugas dan wewenang sekretaris yaitu:

- a. membantu ketua dalam melaksanakan rumusan rencana program dan kegiatan usaha.
- b. mengkoordinasikan, monitoring, urusan administrasi umum dan keanggotaan, keuangan, perencanaan, serta evaluasi dan pelaporan.

5. Anggota

Anggota memiliki peranan penting untuk menunjang keberhasilan suatu usaha atau organisasi. Adapun tugas dan wewenang anggota yaitu :

- a. aktif dalam melaksanakan dan mengembangkan program atau kegiatan suatu usaha.
- b. mentaati kebijakan dan peraturan yang telah di rancang oleh penanggung jawab ataupun ketua badan usaha.

BAB IV

PENUTUP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1 Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Anugerah Permai adalah menggunakan empat strategi berdasarkan variable bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.
2. Salah satu faktor pendukung dalam strategi pemasaran kerupuk udang UMKM Anugerah Permai Desa Sungai Gayung Kiri meliputi faktor distribusi dan pemasaran. sedangkan faktor penghambat dari strategi pengembangan pemasaran kerupuk udang meliputi kurangnya teknologi serta metode dan konsep pemasaran yang dipraktekkan oleh produsen kerupuk udang tersebut.

4.2 Saran

1. Penerapan strategi pengembangan pemasaran kerupuk udang yang dilakukan produsen kerupuk udang di Desa Sungai Gayung Kiri sudah cukup baik, Untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan pemasaran kerupuk udang juga dapat meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Whatsapp, Instagram, dan E-Commerce seperti Shopee, Lazada, dan lainnya.
2. Bagi produsen kerupuk udang di desa Sungai Gayung Kiri, perlu adanya kerjasama dengan masyarakat setempat terutama ibu-ibu rumah tangga guna meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi.

3. Perlu diadakannya variasi ukuran kemasan kerupuk udang agar konsumen bisa memilih sesuai kebutuhan karena UMKM tersebut hanya menyediakan satu variasi ukuran.
4. Selain perlunya diadakan variasi ukuran kemasan kerupuk udang, produsen juga perlu menyediakan kerupuk udang yang sudah siap saji atau langsung bisa dikonsumsi dengan variasi kemasan yang beragam pula, karena di era sekarang ini, konsumen lebih cenderung tidak ingin ribet menggoreng kerupuk yang masih mentah karena dinilai lebih efektif dan efisien apabila kerupuk udang tersebut sudah dalam bentuk kemasan siap saji atau sudah siap dikonsumsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta. Bandung.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arhony, W.P, Parrewe, P. L, and Kacmar. 2013. *Strategic Human Resource Management*. Harcourt Brace and company. Orlando.
- Birmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama. Jakarta.
- Ditosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited. England.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. Gerry, Armstrong, 2014: *Principle Of Marketing*, 15th edition. Pearson Pretice Hall. New Jersey.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Palmatir, Robert W. Shrihari, Sridhar. 2017. *Marketing Strategy Based on First Principles and Data Analytics*. Palgrave.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau bagian dari karya tersebut baik secara langsung atau tidak langsung, dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara*

Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Seadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi.

Kencana. Jakarta.

Jiptono, Fandy. Anastasia, Diana. 2020. *Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Jiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.

Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Jiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran ed. 3*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sumber lain :

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah Bab 1 Pasal 1.

Indonesiaaqr.com

UIN SUSKA RIAU

PEDOMAN WAWANCARA

1. Strategi apa yang dilakukan UMKM Anugerah permai dalam memasarkan produk?
 2. Apa saja bahan yang diperlukan dalam pembuatan kerupuk udang?
 3. Bagaimana proses pembuatan kerupuk udang?
 4. Berapa lama proses produksi atau pembuatan kerupuk udang?
 5. Dimana saja biasanya kerupuk udang tersebut dipasarkan?
 6. Kapan UMKM Anugerah Permai di dirikan?
 7. Siapa yang menjadi penanggung jawab dalam UMKM Anugerah Permai?
 8. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan produksi maupun dalam memasarkan produk?
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Gambar 1 : Proses pembuatan adonan kerupuk udang di UMKM Anugerah Permai



Gambar 2 : Adonan kerupuk yang akan dikukus dengan kompor api sedang



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 3 : Bentuk Kemasan kerupuk udang UMKM Anugerah Permai



Gambar 4 : Pendistribusian kerupuk udang di salah satu toko dan swalayan terdekat



Gambar 5 : Lokasi menuju pembuatan kerupuk udang UMKM Anugerah Permai

- Hak Cipta Dikuasai oleh Pemerintah
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS

INDRA SETIAWAN, lahir pada tanggal 18 Juni 2001. Anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Ayahanda Heri dan Ibunda Tri Astuti . Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SDN 1 Tg.samak, Kecamatan Rangsang, lulus pada tahun 2013. Setelah itu, penulis melanjutkan sekolah ke SMPN 1 Rangsang, selama tiga tahun dan tamat pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan sekolah ke SMAN 1 Rangsang dan tamat pada tahun 2019, kemudian melanjutkan studi ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dengan mengambil jurusan D3 Manajemen Perusahaan.

Penulis melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN KERUPUK UDANG PADA UMKM ANUGERAH PERMAI DESA SUNGAI GAYUNG KIRI, KEC. RANGSANG, KAB. KEP. MERANTI, RIAU”**, dibawah bimbingan Ibu Astuti Meflinda, S.E. M.M. Alhamdulillah pada tanggal 16 Januari 2023, berdasarkan hasil Sidang Munaqasyah, penulis dinyatakan **“LULUS”** dan berhak menyandang gelar Ahli Madya (A.Md).