

**ANALISIS PROMOSI DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA SUMBER REZEKI KELURAHAN SIPOLU POLU KECAMATAN
PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

DEVI RAHMA SARI

NIM. 21090008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL**

T.A 2025

**ANALISIS PROMOSI DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
SUMBER REZEKI KELURAHAN SIPOLU POLU KECAMATAN
PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
Oleh:

DEVI RAHMA SARI
NIM. 21090008

Pembimbing I

Andy Hakim, M.M
NIP. 198609252019031009

Pembimbing II

Muhlisah Lubis, M.M
NIP.198804142019082001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**

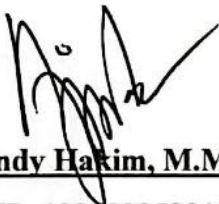
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Devi Rahma Sari, Nim 21090008 dengan judul **“Analisis Promosi Dalam Strategi Pengembangan Usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu Polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat diperlukan sepenuhnya.

Panyabungan, Juli 2025

Pembimbing I



Andy Hakim, M.M

NIP. 198609252019031009

Pembimbing II



Muhlisah Lubis, M.M

NIP.198804142019082001

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Hal : Lembar persetujuan dan pengesahan

Lamp : -

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

STAIN Mandailing Natal

Di

Mandailing Natal

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Devi Rahma Sari

NIM : 21090008

Judul skripsi : Analisis Promosi Dalam Strategi Pengembangan Usaha
Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-Polu Kecamatan
Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Sudah dapat diajukan kembali kepada program studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Pembimbing I



Andy Hartim, M.M

NIP. 198609252019031009

Pembimbing II



Muhlisah Lubis, M.M

NIP. 198804142019082001

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul “Analisis Promosi dalam Strategi Pengembangan Usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal” atas nama Devi Rahma Sari, NIM 21090008, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 31 Juli 2025.

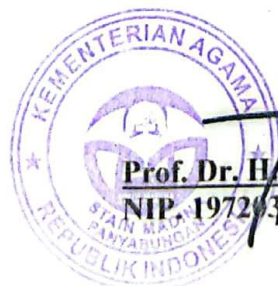
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Rizka Ar Rahmah, M.E NIP. 199108042019032016	Ketua Sidang Penguji I		06/08/2025
2	Muhammad Ardiansyah, M.M NIP. 199007162019081001	Sekretaris Sidang Penguji II		04/08/2025
3	Andy Hakim, M.M NIP. 198609252019031009	Penguji III		5/8/2025
4	Muhlisah Lubis, M.M NIP. 198804142019082001	Penguji IV		04/08-2025

Mandailing Natal, 2025

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devi Rahma Sari
NIM : 21090008
Tempat/Tgl Lahir : Panyabungan II, 16 Oktober 2003
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat :Kelurahan Panyabungan II, Kecamatan Panyabungan,
Kabupaten Mandailing Natal

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Promosi Dalam Strategi Pengembangan Usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-Polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”** adalah benar karya saya, kecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang dimuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Juli 2025



Devi Rahma Sari
Nim. 21090008

NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) ekp
Hal : Skripsi
A.n. Devi Rahma Sari

Panyabungan, Juni 2025
Kepada Yth
Bpk. Ketua STAIN MADINA
di-

Panyabungan

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi atas nama Devi Rahma Sari NIM: 21090008 yang berjudul **"Analisis Promosi Dalam Strategi Pengembangan Usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-Polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal"**. Maka ini kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di STAIN Mandailing Natal.

Untuk itu dalam waktu tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Pembimbing I



Andy Hakim, M.M
NIP. 198609252019031009

Pembimbing II



Muhlisah Lubis, M.M
NIP. 198804142019082001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Shalawat dan salam kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang syafaatnya sangat kita harapkan di akhirat kelak.

Sehubungan dengan terselesaikannya skripsi penulis yang berjudul **“Analisis Promosi dalam Strategi Pengembangan Usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-Polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”** yang merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan guna melengkapi syarat-syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S-1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Mandailing Natal.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak jarang menghadapi banyak tantangan, namun berkat taufik dan hidayah Allah SWT dan partisipasi dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikannya. Hal ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dan penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, dukungan, bimbingan, nasihat dan motivasi kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag.**, selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan persetujuannya terhadap judul skripsi yang penulis ajukan.
2. Bapak **Andy Hakim, M.M.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Skripsi I penulis yang telah memberikan izin dan persetujuan terhadap judul skripsi yang penulis ajukan serta memberikan arahan, bimbingan, masukan, kemudahan dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu **Rizka Ar Rahmah, M.E.**, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah penulis yang telah memberikan izin dan persetujuan terhadap judul skripsi yang penulis ajukan serta memberikan arahan, bimbingan, masukan, kemudahan dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Bapak **Vebri Sugiharto, M.M.**, selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah mendengarkan keluh kesah penulis selama dibangku perkuliahan serta telah memberikan izin dan persetujuan terhadap judul skripsi yang penulis ajukan.
5. Ibu **Muhlisah Lubis, M.M.**, selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, kemudahan dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan ilmunya selama penulis kuliah di Sekolah Tinggi Agama Islam Mandailing Natal.
7. Kepada Keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih atas segala perhatian, kasih sayang, do'a dan dukungan yang tiada henti. Terimakasih selalu menjadi support system dalam setiap langkah penulis.
8. Kepada sahabat terbaik penulis: Anita Khairani, Lailatul Jannah, Nur Maulida, dan Rosvita. Terimakasih atas setiap tawa, pelukan hangat di saat sulit, dan waktu yang kalian luangkan dari MABA era hingga saat ini. Terimakasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan menjadi tim kecil yang saling menguatkan. Semoga kebersamaan ini tak berhenti di lembar skripsi, tetapi terus hidup dalam setiap langkah masa depan kita.
9. Kepada keluarga besar PC PMII Mandailing Natal yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas kebersamaan dan bantuan yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Dan terakhir, terimakasih kepada Devi Rahma Sari, diri saya sendiri. Terimakasih telah kuat bahkan saat rasanya ingin menyerah. Terimakasih telah tetap melangkah meski dibalik senyum ada lelah yang tak selalu terlihat. Dari setiap air mata yang diseka diam-diam, dari setiap doa yang terucap dalam sepi, kamu tetap memilih untuk bertahan. Tidak mudah sampai di titik ini, tapi kamu berhasil.

Semoga Allah SWT melipatgandakan balasan kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Kritik dan saran yang bermanfaat

sangat diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan penelitian ini dan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Panyabungan, Agustus 2025
Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dey' or similar, with a long horizontal stroke extending to the right.

Devi Rahma Sari
NIM. 21090008

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN ACC SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
NOTA DINAS	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Penjelasan Istilah.....	13
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori	17
1. Promosi	17
a. Pengertian Promosi	17
b. Fungsi promosi	18
c. Tujuan Promosi	19
d. Bauran Promosi	21
e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	21
2. Strategi	23
a. Pengertian Strategi	23
b. Manfaat Strategi	24
c. Tipe-Tipe Strategi	25
3. Pengembangan Usaha	27
a. Pengertian Pengembangan Usaha	27
b. Jenis-Jenis Pengembangan Usaha	28
c. Unsur Pengembangan Usaha	30
d. Strategi Pengembangan Usaha	31

e. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam .	34
B. Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
C. Sumber Data Penelitian.....	42
D. Teknik Pengambilan Data	43
E. Teknik Keabsahan Data	44
F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	48
1. Temuan Umum.....	48
a. Profil Usaha Sumber Rezeki	48
b. Startegi Promosi yang Dilakukan Saat Ini	51
c. Kelemahan dalam Stategi Promosi.....	53
d. Dampak Promosi dalam Pengembangan Usaha.....	56
2. Temuan Khusus.....	59
a. Bentuk Promosi yang Telah Diterapkan oleh Uasaha Sumber Rezeki.....	59
b. Tingkat Pemahaman Pelaku Usaha Terhadap Promosi Modern	66
B. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	3
Tabel 3.1.....	47
Tabel 4.1.....	74

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Perubahan datang saat kita berhenti menyalahkan, dan mulai memperbaiki.”

Q.S Ar-Ra’d ayat 11:

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

ini menggambarkan semangat perubahan diri, usaha, dan tanggung jawab pribadi

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan ikhlas, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orangtua

Ayah :

Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada Ayah tercinta **Muhamad Rahman Lubis**. Yang telah menjadi tulang punggung keluarga dan tidak pernah mengatakan tidak untuk semua keinginan anak-anak nya. Yang telah menjadi sosok teladan dalam hidup saya. Dengan kerja keras, keteguhan hati, dan nasihat-nasihat bijaknya, Ayah telah mengajarkan arti tanggung jawab, ketekunan, dan semangat pantang menyerah. Doa dan dukungan Ayah menjadi salah satu kekuatan terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Ibu :

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Ibu tersayang **Dewi Siregar (alm)**. Yang telah berpulang kepangkuan Allah Swt tepatnya pada tanggal 07 Juni 2025 sebelum menyaksikan penulis memakai pakaian termahal sepanjang masa. Doa-doa Ibu yang tulus, kasih sayang yang tak pernah putus, serta dukungan moral dan emosional yang selalu menguatkan hati penulis dalam setiap langkah perjalanan ini, sungguh merupakan anugerah terindah. Ibu adalah sumber kekuatan dan inspirasi terbesar bagi hidup penulis. Terimakasih atas

segala perjuangan, pengorbanan waktu, tenaga, dan doa yang tak pernah henti dalam mendampingi setiap langkah penulis meskipun pada saat di penghujung tidak bisa menyaksikan secara langsung penulis mendapat gelar sarjananya. Tak ada balasan yang sebanding, selain daripada doa yang tulus. Berbahagialah di surganya Allah (Al-fatihah).

2. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing

Kepada Bapak Andy Hakim, M.M dan Ibu Muhlisah Lubis, M.M penulis mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingan, kesabaran, dan arahan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Wawasan dan ilmu yang bapak/ibu bagikan sangat berarti bagi perkembangan akademik penulis. Penulis berharap dapat menggunakan ilmu yang telah bapak/ibu ajarkan dimasa depan.

3. Sahabat

Kepada sahabat terbaik penulis: Anita Khairani, Lailatul Jannah, Nur Maulida, dan Rosvita. Terimakasih atas setiap tawa, pelukan hangat di saat sulit, dan waktu yang kalian luangkan dari MABA era hingga saat ini. Terimakasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan menjadi tim kecil yang saling menguatkan. Semoga kebersamaan ini tak berhenti di lembar skripsi, tetapi terus hidup dalam setiap langkah masa depan kita.

4. Seluruh Pihak yang Berkontribusi

Kepada seluruh pihak yang berkontribusi yang tidak dapat disebutkan satu per satu, dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih atas segala perhatian, kasih sayang, do'a dan dukungan yang tiada henti. Terimakasih selalu menjadi *support system* dalam setiap langkah penulis.

5. Keluarga Besar

Kepada Keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih atas segala perhatian, kasih sayang, do'a dan dukungan yang tiada henti. Terimakasih selalu menjadi *support system* dalam setiap langkah penulis.

Semoga skripsi ini tidak hanya menjadi kumpulan tulisan, tetapi jga menjadi sumbangsih nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi masyarakat. Semoga apa yang telah penulis pelajari dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi langkah awal untuk mewujudkan cita-cita yang lebih besar di masa depan.

ABSTRAK

Devi Rahma Sari (Nim: 21090008) Analisis Promosi dalam Strategi Pengembangan Usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-Polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh Usaha Sumber Rezeki dalam rangka pengembangan usaha, khususnya dalam memasarkan produk kerupuk bolak potong sebagai makanan tradisional khas daerah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung terhadap pemilik, karyawan, dan pelanggan Usaha Sumber Rezeki. Penelitian ini dilakukan dari Maret 2025-Juli 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan masih bersifat tradisional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Promosi dilakukan secara pasif melalui word of mouth tanpa dukungan alat promosi visual seperti banner, brosur, katalog, atau media sosial. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan tidak mampu menjangkau konsumen baru di luar wilayah lokal. Dari analisis SWOT, ditemukan bahwa kekuatan utama Usaha Sumber Rezeki terletak pada kualitas produk dan harga yang terjangkau, sementara kelemahan utamanya adalah kurangnya tenaga pemasaran khusus dan keterbatasan pengetahuan digital marketing. Peluang pengembangan sangat terbuka lebar, mengingat tren peningkatan konsumsi produk lokal, akses terhadap *e-commerce*, dan dukungan program digitalisasi UMKM dari pemerintah. Ancaman utama yang dihadapi adalah persaingan dengan usaha serupa yang telah lebih dahulu menerapkan strategi promosi berbasis digital. Berdasarkan hasil temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan berbagai strategi promosi modern, seperti pelatihan digital marketing, pemanfaatan media sosial dan *e-commerce*, perbaikan desain kemasan, serta kolaborasi dengan influencer lokal. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat posisi Usaha Sumber Rezeki dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Pengembangan Usaha, UMKM, Kerupuk Bolak Potong, Digital Marketing, SWOT.*

ABSTRACT

Devi Rahma Sari (Nim: 21090008) Promotional Analysis in the Business Development Strategy of Business Sumber Rezeki, Sipolu-Polu Sub-District, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency. This research aims to analyze the promotional strategies implemented by Business Sumber Rezeki as part of its business development efforts, particularly in marketing kerupuk bolak potong, a traditional regional snack. The study uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data collection techniques include interviews, observations, and direct documentation involving the business owner, employees, and customers of Business Sumber Rezeki. This research was conducted from March 2025 to July 2025.

The results show that the promotional strategies used remain traditional and have not yet optimally utilized digital media. Promotion is carried out passively through word of mouth, without the support of visual promotional tools such as banners, brochures, catalogs, or social media platforms. This has resulted in limited market reach and an inability to attract new consumers beyond the local area. The SWOT analysis reveals that the main strengths of Business Sumber Rezeki lie in its product quality and affordable pricing, while the main weaknesses include the absence of a dedicated marketing team and limited knowledge of digital marketing. There are wide opportunities for growth, considering the increasing trend in the consumption of local products, access to e-commerce, and government support for MSME digitalization programs. The primary threat faced is competition from similar businesses that have already adopted digital marketing strategies. Based on these findings, the study recommends several modern promotional strategies, including digital marketing training, the use of social media and e-commerce platforms, improved packaging design, and collaboration with local influencers. The implementation of these strategies is expected to increase brand awareness, expand market reach, and strengthen Business Sumber Rezeki competitive position in an increasingly dynamic market.

Keywords: Promotional Strategy, Business Development, MSMEs, Kerupuk Bolak Potong, Digital Marketing, SWOT.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Sumber Rezeki merupakan salah satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi makanan tradisional, yaitu kerupuk bolak potong. Usaha ini berlokasi di Kelurahan Sipolu Polu, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, dan telah berdiri cukup lama serta dikenal oleh masyarakat sekitar karena kualitas produk dan harga yang terjangkau. Penjualan produk ini masih mengandalkan promosi tradisional dari mulut ke mulut. Namun, di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, strategi ini belum cukup untuk memperluas pasar secara signifikan.

Sebagai salah satu produk pangan tradisional yang digemari oleh masyarakat, kerupuk bolak potong memiliki potensi pasar yang cukup besar. Namun, tantangan yang dihadapi oleh Usaha Sumber Rezeki termasuk adanya pesaing dengan produk yang sama, kurangnya penerapan promosi di media sosial, dan tidak adanya pelatihan karyawan tentang penggunaan promosi di media sosial. Oleh karena itu, analisis promosi dalam strategi pengembangan usaha krusial untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi promosi serta mencari solusi yang tepat guna meningkatkan produktivitas dan keuntungan usaha (Asiva Noor Rachmayani, 2015).

Usaha Sumber Rezeki, yang berlokasi di Kelurahan Sipolu polu, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, merupakan salah satu usaha lokal yang cukup berkembang. Namun, di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, penting bagi usaha ini untuk melakukan strategi promosi secara efektif. Strategi pengembangan usaha tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga memastikan bahwa tidak terjadi kekurangan dalam pendistribusian produk kepada konsumen, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Sebagai bagian dari upaya perluasan skala produksi dan efisiensi operasional, usaha Sumber Rezeki kini telah memiliki cabang produksi tambahan yang berlokasi di Pagaran, sebuah wilayah yang masih berada dalam lingkup Kabupaten Mandailing Natal. Cabang ini dikelola secara mandiri oleh anak dari pemilik usaha utama, sebagai bentuk regenerasi dan keterlibatan keluarga dalam pengelolaan usaha. Adapun fungsi utama dari cabang ini adalah memproduksi krupuk dalam bentuk mentah. Proses awal seperti pencetakan dan pengeringan dilakukan di cabang Pagaran, kemudian hasil produksi tersebut dikirim ke pabrik utama di Sipolu-Polu untuk menjalani proses lanjutan seperti penggorengan, pengemasan, dan persiapan distribusi ke pasar. Dengan sistem ini, usaha Sumber Rezeki mampu mengatur beban kerja produksi secara lebih efisien, membagi proses secara terstruktur antara dua lokasi, dan meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap.

Namun demikian, meskipun proses produksi telah menunjukkan kemajuan dalam hal pembagian peran dan efisiensi, dari sisi promosi usaha ini masih menghadapi sejumlah tantangan. Selama ini, promosi usaha masih sangat bergantung pada pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan loyalitas pelanggan setia yang merekomendasikan produk kepada orang lain. Belum adanya media promosi yang memadai, seperti papan nama usaha yang jelas, brosur, ataupun kehadiran aktif di media sosial, membuat keberadaan usaha ini kurang dikenal oleh masyarakat luar. Padahal, dengan potensi kualitas produk yang dimiliki dan cita rasa yang khas, usaha ini sebenarnya memiliki peluang besar untuk berkembang ke pasar yang lebih luas, termasuk ke tingkat regional maupun nasional.

Maka dari itu, sangat penting bagi usaha Sumber Rezeki untuk mulai berinvestasi dalam pengembangan strategi promosi yang lebih modern dan menjangkau konsumen digital. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, hingga WhatsApp Business dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan pelanggan, serta menampilkan proses produksi sebagai bentuk transparansi

dan daya tarik tersendiri. Selain itu, promosi kreatif seperti *bundling* produk, testimoni pelanggan, hingga program loyalitas juga dapat meningkatkan minat beli dan menjaga keberlanjutan hubungan antara produsen dan konsumen. Dengan penguatan di aspek promosi ini, diharapkan Sumber Rezeki tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan, tetapi juga terus tumbuh sebagai UMKM unggulan dari Mandailing Natal yang mampu bersaing di era digital.

Berikut ini data penjualan pabrik kerupuk selama 1 tahun terakhir;

Tabel 1.1 Data Penjualan Kerupuk Bolak Potong Usaha Sumber Rezeki Periode Tahun 2024

Nama Produk	Harga	Promosi	Bulan	Penjualan/bulan
Kerupuk Potong, Usaha Sumber Rezeki	2.500/pcs	100.000/karung (48pcs/karung)	Januari	73.920 pcs
			Februari	50.450 pcs
			Maret	68.440 pcs
			April	75.550 pcs
			Mei	49.338 pcs
			Juni	69.239 pcs
			Juli	70.280 pcs
			Agustus	72.590 pcs
			September	50.465 pcs
			Oktober	66.879 pcs
			November	69.682 pcs
			Desember	75.440 pcs

Sumber: Usaha Sumber Rezeki

Berdasarkan data penjualan pabrik kerupuk Usaha Sumber Rezeki selama satu tahun terakhir, terlihat adanya fluktuasi jumlah penjualan bulanan. Misalnya, pada bulan Februari dan Mei, penjualan mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan lainnya, sementara bulan-bulan

seperti Januari, April, Agustus, dan Desember menunjukkan angka penjualan yang lebih tinggi. Tantangan utama dari Usaha Sumber Rezeki ini adalah ketersediaan bahan baku yang ada di Mandailing Natal. Berdasarkan Pernyataan dari pemilik usaha Sumber Rezeki ini bahan baku dikirim dari luar daerah, meskipun tidak seluruhnya tapi ada bahan baku yang dikirim dari luar daerah Mandailing Natal. Hal ini menjadi tantangan bagi usaha Sumber Rezeki dalam memenuhi permintaan konsumen.

Pernyataan dari pemilik usaha dan beberapa karyawan menguatkan bahwa hingga kini, promosi masih belum menyentuh aspek digital marketing. Pelanggan baru umumnya datang karena rekomendasi, bukan karena upaya promosi aktif dari pihak usaha. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan inovasi dalam strategi pemasaran agar mampu bertahan dan bersaing di tengah gempuran produk sejenis dari pelaku usaha lain.

Menurut Ibu Siswanti yang merupakan pemilik dari Usaha Sumber Rezeki bahwa *“Usaha dagang Sumber Rezeki ini memiliki visi menjadi usaha yang dikenal luas dengan produk berkualitas dan harga terjangkau. Untuk mencapai tujuan tersebut, usaha ini mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dengan menjaga kepuasan pelanggan. Namun, persaingan yang ketat dan sulitnya menjangkau pelanggan baru menjadi tantangan utama dalam promosi. Target pasar utama Sumber Rezeki adalah kalangan menengah ke bawah yang mencari produk berkualitas dengan harga terjangkau. Usaha ini juga berupaya membangun hubungan baik dengan pelanggan tetap. Meskipun media sosial dan platform digital dapat membantu memperluas jangkauan pasar, usaha ini belum memanfaatkannya dalam strategi pemasarannya”* (Siswanti, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siswanti selaku pemilik Usaha Sumber Rezeki, strategi promosi yang digunakan masih bersifat konvensional, yaitu melalui promosi dari mulut ke mulut dengan fokus pada kepuasan pelanggan. Namun, persaingan yang ketat dan keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru menjadi tantangan utama. Meskipun menyadari potensi media sosial dan platform digital dalam memperluas jangkauan pasar, usaha Sumber Rezeki belum mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam strategi pemasarannya. Target pasar utama usaha ini adalah kalangan

menengah ke bawah, dan hubungan baik dengan pelanggan tetap menjadi prioritas dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Banyak usaha dagang skala kecil yang masih mengalami kendala dalam menerapkan strategi promosi yang tepat. Keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman tentang pemasaran, serta rendahnya adopsi teknologi menjadi tantangan utama dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, analisis terhadap strategi promosi yang diterapkan oleh usaha Sumber Rezeki menjadi penting untuk memahami efektivitasnya dalam mendorong pertumbuhan usaha.

Promosi dalam strategi pengembangan usaha merupakan salah satu aspek krusial dalam manajemen usaha, terutama bagi UMKM yang sering kali memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi. Kurangnya strategi promosi dapat mengurangi margin keuntungan dan menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, penting bagi usaha Sumber Rezeki untuk melakukan analisis promosi dalam strategi pengembangan usaha guna meningkatkan penjualan.

Dalam konteks ini, analisis promosi tidak hanya berfokus pada strategi pengembangan usaha, tetapi juga pada peningkatan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dengan memahami komponen strategi promosi yang terlibat dalam proses pendistribusian, seperti media yang digunakan, keahlian dalam mengoperasikan media sosial, dan keterampilan dalam membuat media promosi. Usaha Sumber Rezeki dapat mengidentifikasi jangkauan wilayah yang memerlukan strategi promosi yang lebih menarik dan mengimplementasikan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan pendistribusian produk.

Namun, dalam praktiknya, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi promosi, seperti keterbatasan dalam pemanfaatan media promosi, kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran, serta minimnya pemahaman tentang perilaku konsumen lokal. Oleh karena itu, analisis terhadap strategi promosi yang diterapkan oleh usaha Sumber Rezeki menjadi hal yang penting untuk dilakukan guna mengetahui

efektivitasnya serta merancang langkah-langkah pengembangan usaha yang lebih optimal.

Analisis strategi promosi merupakan salah satu faktor penting dalam keberlanjutan usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk usaha kuliner tradisional seperti produksi kerupuk bolak potong. Kerupuk bolak potong, sebagai makanan khas yang digemari masyarakat, memiliki potensi pasar yang luas. Namun, dalam proses pemasarannya, sering kali ditemukan permasalahan yang berkaitan dengan kurangnya materi promosi, seperti daftar harga yang jelas, foto produk yang menarik, serta promosi yang hanya mengandalkan mulut ke mulut. Hal ini dapat berdampak pada informasi yang sampai ke pelanggan terbatas atau tidak tersebar luas (L. Hidayat & Halim, 2013)

Kerupuk bolak potong adalah makanan tradisional khas Indonesia yang terbuat dari adonan tepung terigu dan tapioka, dicampur dengan bumbu dan rempah, seperti bawang putih, penyedap, dan garam. Adonan tersebut diberi perasa ikan/udang, kemudian dicetak pada pengukusan sebelum dijemur hingga kering. Kerupuk sering dijadikan camilan atau pelengkap makanan, seperti soto, pecel, atau nasi rames. Rasanya gurih dengan aroma khas dari ikan/udang yang digunakan dalam adonan.

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi promosi menjadi salah satu elemen kunci dalam pengembangan usaha dagang. Usaha Sumber Rezeki yang beralamat di Kelurahan Sipolu Polu, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, merupakan salah satu contoh usaha yang berpotensi untuk berkembang. Namun, untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, penting bagi usaha ini untuk menerapkan strategi promosi yang efektif.

Kelurahan Sipolu Polu memiliki karakteristik demografis dan ekonomi yang unik, di mana masyarakatnya bergantung pada sektor perdagangan lokal. Dengan adanya potensi pasar yang cukup besar, usaha dagang ini memiliki peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana cara menarik perhatian

konsumen di tengah banyaknya pilihan yang tersedia. Oleh karena itu, analisis promosi yang tepat sangat diperlukan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha ini.

Promosi yang efektif tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun citra merek yang positif di mata konsumen. Dalam konteks ini, usaha Sumber Rezeki perlu mengeksplorasi berbagai metode promosi, baik secara konvensional maupun digital, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan media sosial, iklan lokal, dan promosi langsung, usaha ini dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak pelanggan.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor lokal yang dapat mempengaruhi strategi promosi, seperti budaya, kebiasaan belanja masyarakat, dan kondisi ekonomi setempat. Dengan memahami karakteristik pasar lokal, usaha Sumber Rezeki dapat merancang kampanye promosi yang lebih relevan dan menarik bagi konsumen.

usaha Sumber Rezeki yaitu salah satu usaha kerupuk yang harus bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Namun, pada hasil observasi awal bahwa usaha Sumber Rezeki merupakan salah satu usaha yang cukup lama berdiri. Dengan kondisi lamanya usaha yang cukup tentunya usaha Sumber Rezeki telah mengalami perkembangan yang signifikan.

Dengan berhasilnya kegiatan promosi berarti usaha ini mencapai volume penjualan yang sudah optimal dengan pengeluaran tertentu. Begitu juga apabila kegiatan promosi itu gagal berarti usaha ini akan mengalami kemacetan dalam penjualan sehingga toko akan mendapatkan kerugian. Demikian juga dengan usaha Sumber Rezeki perlu mengadakan kegiatan promosi yang tepat termasuk promosi menggunakan media sosial.

Dengan banyaknya usaha yang sama maka usaha Sumber Rezeki memerlukan suatu inovasi agar menarik konsumen sebanyak mungkin. Inovasi produk kemudian diperkenalkan kepada masyarakat dalam hal ini usaha Sumber Rezeki melakukan promosi karena mempunyai manfaat yaitu

menarik minat konsumen. Pada dasarnya dalam mendirikan sebuah usaha adalah mencari laba semaksimal mungkin.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, salah satu cara yang harus dilakukan pada usaha Sumber Rezeki adalah melakukan promosi. Dengan promosi ini dapat menyampaikan informasi mengenai produk yang dijual. Promosi juga dapat dilakukan untuk membujuk, mengajak kepada konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan. Tujuan promosi sendiri yaitu memberikan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan kepada pelanggan tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan.

Penjualan adalah proses di mana barang atau jasa ditawarkan kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan imbalan berupa uang atau bentuk pembayaran lainnya. Penjualan merupakan salah satu aspek penting dalam bisnis karena berkontribusi langsung terhadap pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Proses penjualan melibatkan beberapa langkah, termasuk identifikasi calon pelanggan, presentasi produk, negosiasi harga, dan penutupan transaksi. Selain itu, penjualan juga mencakup hubungan jangka panjang dengan pelanggan, di mana perusahaan berusaha untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Untuk mengatasi ketidakstabilan penjualan dan meningkatkan pendapatan secara keseluruhan, pabrik kerupuk usaha Sumber Rezeki perlu menerapkan strategi pemasaran yang lebih optimal. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah meningkatkan promosi digital melalui media sosial, platform *e-commerce*, dan kerja sama dengan *influencer* kuliner untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Selain itu, pabrik juga dapat mengadakan program diskon atau paket *bundling* untuk menarik pembeli dalam jumlah besar, terutama pada bulan-bulan dengan penjualan rendah.

Dalam menghadapi persaingan usaha, strategi promosi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan. Promosi yang efektif dapat membantu usaha dagang memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta membangun loyalitas pelanggan. Beberapa strategi promosi yang umum digunakan meliputi pemasaran digital, iklan,

diskon, dan strategi pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (Sari, G. G., & Gusti, 2017).

Di samping itu, ekspansi pasar ke wilayah baru juga bisa menjadi solusi untuk meningkatkan jangkauan produk. Dengan memperluas jaringan distribusi, seperti bekerja sama dengan lebih banyak toko grosir, supermarket, dan warung makan, pabrik dapat memperkuat daya saingnya di industri makanan ringan. Selain itu, mengikuti pameran kuliner atau bazar UMKM juga dapat membantu memperkenalkan produk ke lebih banyak konsumen dan membangun loyalitas pelanggan.

Dengan menerapkan strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan inovatif, pabrik kerupuk usaha Sumber Rezeki berpotensi meningkatkan penjualannya secara konsisten, memperkuat posisinya di pasar, serta memastikan pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan di masa depan. Berikut merupakan beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh usaha Sumber Rezeki yakni;

1. Peningkatan Branding dan Desain Kemasan

Brand bukan sekadar nama, melainkan citra dan persepsi yang tertanam di benak konsumen. Branding yang kuat akan menjadikan kerupuk usaha Sumber Rezeki lebih dikenal, dipercaya, dan diminati. Brand yang kuat akan meningkatkan kepercayaan dan daya tarik produk. Beberapa langkah penting:

- a. Desain kemasan yang menarik dan informatif. Sertakan informasi gizi, izin edar, logo halal, serta *tagline* yang khas dan mudah diingat.
- b. Identitas lokal: Tonjolkan unsur daerah asal (misalnya “Oleh-oleh khas [Mandailing Natal]”) untuk memperkuat citra produk lokal yang otentik.
- c. Kemasan modern dan ramah lingkungan: Selain menjaga kualitas produk, kemasan yang ramah lingkungan memberi nilai tambah bagi konsumen yang peduli lingkungan.

2. Penguatan Saluran Distribusi dan Jangkauan Pasar

Distribusi yang kuat adalah kunci agar produk tidak hanya dikenal di lingkungan sekitar, tetapi juga bisa tersebar ke pasar regional hingga nasional. Penguatan saluran distribusi bertujuan memastikan produk tersedia di tempat dan waktu yang tepat sesuai kebutuhan konsumen.

Strategi yang bisa dilakukan:

- a. Kerja sama dengan toko oleh-oleh, warung, minimarket, hingga pasar tradisional.
- b. Membangun sistem keagenan/reseller di kota-kota besar untuk menjangkau konsumen luar daerah.
- c. Distribusi digital melalui marketplace dan media sosial: Produk bisa dijual di Tokopedia, Shopee, TikTok Shop, dan lainnya.

3. Pemanfaatan Digital Marketing

Digital marketing adalah salah satu cara paling efisien dan hemat biaya bagi UMKM untuk mempromosikan produk secara luas. Dengan strategi digital yang tepat, usaha Sumber Rezeki dapat membangun kehadiran online yang kuat dan menjangkau konsumen lintas daerah bahkan luar negeri. Strategi yang dapat dilakukan:

- a. Membuat akun media sosial aktif (Instagram, TikTok, Facebook) untuk menampilkan konten visual seperti proses produksi, testimoni pelanggan, atau ide penyajian produk.
- b. Gunakan video pendek yang viral untuk menarik minat generasi muda.
- c. Adakan promosi rutin, *giveaway*, atau kolaborasi dengan *influencer* lokal.

4. Optimalisasi Proses Produksi dan Kualitas

Agar bisnis kerupuk berkembang secara berkelanjutan, proses produksi harus dilakukan secara efisien, konsisten, dan higienis. Dengan kualitas produk yang stabil, usaha Sumber Rezeki akan lebih dipercaya oleh konsumen dan mampu memperluas jangkauan pasarnya.

- a. Penggunaan alat produksi modern: Seperti mesin pemotong otomatis dan penggorengan massal untuk efisiensi.
- b. Standarisasi kualitas: Tetapkan SOP (*Standard Operating Procedure*) agar rasa, tekstur, dan ukuran kerupuk tetap konsisten.
- c. Kebersihan dan sanitasi: Jaga kualitas produk dengan menerapkan *hygiene* yang baik di tempat produksi.

5. Pengurusan Legalitas dan Sertifikasi

Memiliki legalitas dan sertifikasi bukan hanya untuk memenuhi peraturan, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen, membuka akses ke saluran distribusi yang lebih besar, serta menjadi bukti bahwa produk aman dan berkualitas.

- a. Urus izin PIRT, sertifikasi halal dari MUI, dan jika memungkinkan, BPOM.
- b. Gunakan label resmi pada kemasan sebagai bukti bahwa produk aman dikonsumsi.

6. Strategi Promosi dan Penjualan

Promosi dan penjualan adalah ujung tombak keberhasilan usaha. Produk yang bagus harus disertai strategi promosi yang tepat agar dikenal luas dan menarik minat beli dari berbagai kalangan.

- a. Promo bundling dan diskon khusus: Misalnya beli 3 gratis 1, atau diskon akhir pekan.
- b. Sampel gratis di tempat strategis: Seperti pasar, sekolah, atau acara komunitas lokal.
- c. Ikut serta dalam pameran UMKM atau festival kuliner untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai bagaimana analisis promosi dapat berkontribusi pada pengembangan usaha di usaha Sumber Rezeki. Selain itu, hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola usaha dalam mengambil keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha di pasar. Dengan demikian, penelitian ini tidak

hanya relevan bagi usaha Sumber Rezeki, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lainnya dalam menghadapi tantangan serupa.

Dengan analisis yang mendalam terhadap promosi dalam strategi pengembangan usaha, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi praktis bagi usaha Sumber Rezeki. Rekomendasi ini tidak hanya berfokus pada analisis promosi, tetapi juga pada pengoptimalisasian seluruh strategi pengembangan usaha, mulai dari model promosi hingga ke efisiensi proses promosi terhadap keberlangsungan usaha. Langkah ini akan memberikan manfaat jangka panjang, seperti peningkatan profitabilitas, stabilitas usaha, dan peluang ekspansi usaha ke pasar yang lebih luas.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi biaya produksi saat ini, serta memberikan rekomendasi yang praktis dan aplikatif bagi usaha Peyek Bunda dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi. Dengan demikian, usaha ini dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana analisis promosi dalam strategi pengembangan usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan analisis promosi dalam strategi pengembangan usaha Sumber Rezeki Kelurahan Sipolu-polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis:
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengendalian biaya produksi dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM).
 - b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen biaya produksi.
2. Manfaat Praktis:
 - a. Memberikan informasi dan rekomendasi yang berguna bagi pemilik dan manajemen usaha Sumber Rezeki dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi.
 - b. Membantu usaha Sumber Rezeki dalam mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan promosi.
 - c. Menjadi referensi bagi usaha sejenis dalam menerapkan pengendalian biaya produksi yang efektif dan efisien.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan usaha Sumber Rezeki dapat menerapkan strategi promosi yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

E. Penjelasan Istilah

1. Analisis

Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya. Pengertian Analisis dapat juga diartikan sebagai usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut. Ada juga yang menganggap arti analisis sebagai kemampuan dalam memecahkan atau menguraikan suatu informasi atau materi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil

sehingga lebih mudah dimengerti dan mudah dijelaskan (Roland Carolos, 2015).

2. Pemasaran

Pemasaran adalah proses yang melibatkan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Pemasaran mencakup berbagai strategi dan teknik yang digunakan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta untuk mempromosikan produk atau layanan agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut (Rina Sari, 2017).

Beberapa elemen kunci dalam pemasaran meliputi (Rina Wulandari, 2015):

- a. Riset Pasar: Mengumpulkan dan menganalisis data tentang pasar, termasuk perilaku konsumen, tren industri, dan kompetisi.
- b. Segmentasi Pasar: Membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu, seperti demografi, perilaku, atau preferensi.
- c. Targeting: Memilih segmen pasar yang akan dijadikan fokus untuk pemasaran produk atau layanan.
- d. *Positioning*: Menentukan bagaimana produk atau layanan akan diposisikan di pasar untuk membedakannya dari *kompetitor*.
- e. 4P Pemasaran (*Marketing Mix*): Merupakan elemen dasar dalam pemasaran yang terdiri dari:
 - 1) *Product* (Produk): Apa yang ditawarkan kepada konsumen.
 - 2) *Price* (Harga): Penetapan harga produk atau layanan.
 - 3) *Place* (Tempat): Saluran distribusi yang digunakan untuk menjangkau konsumen.
 - 4) *Promotion* (Promosi): Strategi komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan.
- f. Analisis Kinerja: Mengukur efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menciptakan *loyalitas* merek. Dalam era digital saat ini, pemasaran juga mencakup pemasaran online, media sosial, dan strategi digital lainnya untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Secara keseluruhan, pemasaran adalah tentang memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

3. Strategi

Strategi adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks bisnis, strategi mencakup serangkaian tindakan dan keputusan yang diambil untuk mencapai visi dan misi organisasi, serta untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar. Strategi dapat diterapkan dalam berbagai aspek, termasuk pemasaran, manajemen, pengembangan produk, dan operasi (Fred R. David dan Forest R. David, 2020).

4. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah proses yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan kapasitas, efisiensi, dan daya saingnya di pasar. Proses ini mencakup berbagai strategi dan tindakan yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan produk atau layanan, serta meningkatkan profitabilitas (Dwi Suwiknyo, 2021).

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi sangat perlu untuk memberikan sebuah gambaran umum mengenai struktur penulisan skripsi yang akan dibuat peneliti dari penulisan awal hingga akhir sebagai bentuk dari laporan penelitian penulis. Dalam laporan penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiridari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat peneltian, batasan masalah dan sistematika penuliasan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari Landasan Teori, penelitian yang relevan, kerangka berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas tetang deskripsi dan pembahasan hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.