

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA UMKM
MARTABAK AL-BAROKAH**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**NAYLA AGUSTIN
NPM 062230601265**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA UMKM
MARTABAK AL-BAROKAH**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**NAYLA AGUSTIN
NPM 062230601265**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si
NIP 197301312001121002**

Palembang.....2025

Pembimbing II,

**Tsurayya Syarif Zain S.Psi., M.A
NIP 199005252022032009**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis,**

**Dwi Riana, S.E., M. AB
NIP 1990102020220320**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nayla Agustin

NPM : 062230601265

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Laporan Akhir : Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada
UMKM Martabak Al-Barokah

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang,^{Juli}.....2025

Yang membuat pernyataan,



Nayla Agustin
NPM 062230601265

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nayla Agustin
NPM : 062230601265
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
Pada UMKM Martabak Al-Barokah

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis dan dinyatakan
LULUS

Pada Hari: Jum'at

Tanggal: 01 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si Ketua Penguji		22 / 07 2025
2.	Dra. Esya Alhadi, MM Anggota Penguji		24 / 07 2025
3.	Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si Anggota Penguji		24 / 7 - 2025
4.	Billy Dewantara, S.E., M.Si Anggota Penguji		23 / 08 2025

MOTTO

“Allahumma yassir wa la tu’assir”

Segala proses pasti ada tantangan, tapi dengan doa dan usaha, Allah akan mudahkan.

Kupersembahkan Kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Kedua Saudara ku**
- **Pendidik dan Pembimbingku**
- **Sahabat dan Teman-teman ku**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur panjatkan atas kehadiran Allah Swt. karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul “Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada UMKM Martabak Al-Barokah”

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran yang digunakan oleh Martabak Al-Barokah serta untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke pada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan akhir ini tepat waktu. Dalam penulisan Laporan ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Kepala Program Studi D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Bapak Dr Hadi Jauhari, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama proses pembuatan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Tsurayya Syarif Zain., S.Psi., M.A selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama proses pembuatan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Ahmad Thoher selaku pemilik usaha Martabak Al-Barokah yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam mengetahui informasi terkait topik yang penulis teliti.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Kedua orang tua tersayang, cinta pertamaku, pintu surgaku ayah dan ebok (ibu). Terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Terima kasih telah mengusahakan segalanya untuk putri bungsumu yang satu ini. Meskipun ayah dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu mengusahakan dan memberikan yang

terbaik untuk anak-anaknya. Ayah, ebok, terimakasih atas do'a tulus yang selalu kalian panjatkan, semangat dan motivasi yang diberikan baik secara moril maupun material. Besar harapan penulis semoga ayah dan ebok sehat selalu, panjang umur, selalu dalam lindungan-Nya dan menyaksikan keberhasilan anak bungsumu, karena masih banyak episode kehidupan yang harus kita lalui bersama, lovee ayah ebok.

10. Kepada kedua saudaraku tersayang. Terima kasih sudah mendukung bungsu kalian sampai ke tahap ini, meskipun kita sekarang terpisah jarak sehat-sehat ya disana. Terima kasih yang senantiasa memberikan do'a, motivasi baik secara moril dan materil serta meyakinkan untuk dapat menyelesaikan laporan ini.
11. Kepada keempat keponakan tercinta. Terima kasih atas kelucuan dan keaktifan kalian yang membuat penulis terhibur.
12. Kepada sahabat seperjuangan sejak awal perkuliahan dan rekan satu bimbingan Regita Tri Cahyani. Terima kasih selalu menemani dan melakukan bimbingan bersama dari awal hingga akhir penulisan Laporan Akhir ini. Terima kasih telah mengingatkan satu sama lain untuk mengerjakan setiap revisi selama bimbingan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, dan kerja samanya selama proses penyusunan laporan akhir ini.
13. Kepada satu lagi teman seperjuangan sejak awal Perkuliahan Liesta Mega. Terima kasih telah menemani penulis, selalu memberikan semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
14. Kepada seseorang berinisial A yang jauh disana, terima kasih telah hadir menjadi tempat cerita dan berkeluh kesah selama penyusunan laporan ini, Meskipun terpisah jarak, terima kasih atas perhatian dan semangat yang diberikan, selalu menanyakan kabar penulis setelah melakukan bimbingan serta menyakinkan penulis mampu menyelesaikannya. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan ini. Semoga segala doa dan harapan baik yang ditiptkan kepada waktu dapat segera dipertemukan dalam pertemuan yang nyata. Semoga kita bisa secepatnya ketemu ya.

15. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki Impian besar, yaitu diriku sendiri, Nayla Agustin. Seorang anak bungsu yang menginjak usia 21 tahun,. Terima kasih telah meyakinkan dan menguatkan diri sendiri dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, meski sering kali rasanya ingin berhenti. Terima kasih telah membuktikan bahwa segala usaha, meski pelan, akhirnya sampai juga. Berbahagialah kepada dirimu sendiri. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan.

Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya maupun pihak yang ikut terlibat dalam pembuatan Laporan Akhir ini. Semoga Allah SWT memberikan karunia dan Rezeki-Nya kepada kita semua, aamiin.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi pada UMKM Martabak Al-Barokah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala Likert terhadap 30 responden yang merupakan pelanggan Martabak Al-Barokah. Analisis data dilakukan dengan metode distribusi frekuensi untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap masing-masing unsur bauran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek produk, indikator kualitas rasa dan tekstur martabak memperoleh interpretasi "sangat baik", sedangkan kemasan masih berada pada kategori "cukup". Pada aspek harga, seluruh indikator memperoleh penilaian "sangat baik", menandakan bahwa harga dianggap sesuai dengan kualitas dan isi produk. Untuk aspek tempat, lokasi usaha dinilai "baik", tetapi fasilitas kenyamanan dan layanan online masih perlu ditingkatkan. Sedangkan pada aspek promosi, penggunaan media sosial dan pemanfaatan sorotan konten kreator masih belum maksimal, dengan interpretasi "kurang baik", meskipun ada permintaan responden terhadap adanya promosi khusus seperti diskon. Secara keseluruhan, penerapan bauran pemasaran pada UMKM Martabak Al-Barokah berada pada kategori baik, namun masih diperlukan peningkatan khususnya dalam aspek kemasan produk, layanan digital, dan strategi promosi untuk mendukung pertumbuhan usaha yang lebih optimal.

Kata kunci: Bauran pemasaran, produk, harga, tempat, promosi, distribusi frekuensi.

ABSTRACT

This study aims to determine how the marketing mix is implemented (consisting of product, price, place, and promotion) in the Martabak Al-Barokah MSME. The approach used in this study is descriptive quantitative, with data collection techniques through questionnaires using a Likert scale to 30 respondents who are Martabak Al-Barokah customers. Data analysis was conducted using the frequency distribution method to determine customer perceptions of each element of the marketing mix. The results show that from the product aspect, the quality indicators of martabak taste and texture obtained an interpretation of "very good", while the packaging was still in the "sufficient" category. In the price aspect, all indicators received a rating of "very good", indicating that the price is considered appropriate for the quality and content of the product. For the place aspect, the business location was rated "good", but comfort facilities and online services still need to be improved. Meanwhile, in the promotion aspect, the use of social media and the utilization of content creator highlights were still not optimal, with an interpretation of "less good", despite respondents' requests for special promotions such as discounts. Overall, the implementation of the marketing mix in the Martabak Al-Barokah MSME is in the good category, but still requires improvement, especially in aspects of product packaging, digital services, and promotional strategies to support more optimal business growth.

Keywords: Marketing mix, product, price, place, promotion, frequency distribution.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	7
1.5.4 Populasi dan Sampel	10
1.5.5 Analisa Data	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Tujuan Pemasaran	13
2.1.3 Fungsi Pemasaran	14
2.2 Manajemen Pemasaran	15

2.3 Strategi Pemasaran	15
2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	15
2.3.2 Fungsi Strategi Pemasaran.....	16
2.3.3 Tujuan Strategi Pemasaran.....	17
2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
2.4.1 Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 4P.....	17
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	27
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	27
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	28
3.2.1 Visi Perusahaan.....	28
3.2.2 Misi Perusahaan.....	28
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	28
3.3.1 Struktur Organisasi	28
3.3.2 Pembagian Tugas	28
3.4 Macam-Macam Produk yang di Jual.....	30
3.5 Omzet Penjualan Martabak Al-Barokah	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Profile Responden.....	32
4.1.2 Tabel Distribusi Frekuensi Berdasarkan Skala Likert	33
4.2 Pembahasan.....	37
4.2.1 Analisis Produk (<i>Product</i>).....	37
4.2.2 Analisis Harga (<i>Price</i>).....	39
4.2.3 Analisis Tempat/Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	39
4.2.4 Analisis Promosi (<i>Promotion</i>).....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN- LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Varian Produk dan Harga pada Martabak Al-Barokah	3
Tabel 1. 2 Omzet Penjualan pada Martabak Al-Barokah	3
Tabel 1. 3 Pedoman Observasi	8
Tabel 1. 4 Skala Likert	11
Tabel 1. 5 Interpretasi Skor	12
Tabel 3. 1 Omzet Penjualan Martabak Al-Barokah	31
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	32
Tabel 4. 3 Hasil Distribusi Frekuensi Produk (Product)	33
Tabel 4. 4 Hasil Distribusi Frekuensi Harga (Price)	34
Tabel 4. 5 Hasil Distribusi Frekuensi Tempat/Saluran Distribusi (Place).....	35
Tabel 4. 6 Hasil Distribusi Frekuensi Promosi (Promotion)	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Martabak Al-Barokah.....	28
Gambar 3. 2 Macam-Macam Martabak	30
Gambar 4. 1 Lahan Parkir Martabak Al-Barokah	40
Gambar 4. 2 Saluran Distribusi Tidak Langsung	41
Gambar 4. 3 Facebook Martabak Al-Barokah	43
Gambar 4. 4 Konten Tiktok Martabak Al-Barokah.....	44

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Laporan Akhir

Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data

Lampiran 3 Surat Balasan Pengambilan Data

Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I

Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I

Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 8 Lembar Kunjungan

Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir

Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir

Lampiran 11 Lembar Persetujuan Laporan Akhir

Lampiran 12 Transkrip Hasil Wawancara

Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 14 Kuesioner

Lampiran 15 Hasil Kuesioner