

**PENGEMBANGAN USAHA AYAM GEPREK
DI KOMPLEKS POLITEKNIK MANADO**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Administrasi Bisnis
(AMd.M) Pada Program Studi Manajemen Pemasaran*

**Oleh
MONIATI MAKING
NIM. 19052037**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS PROGRAM
STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2022**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTARCT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PENGESAHAN	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Definisi UMKM	6
2.1.2 Manajemen Peemasaran.....	8
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	9
2.1.4 Fungsi dan Strategi Pemasaran.....	12
2.1.4 Level Strategi.....	13
2.1.5 Tipe-tipe Strategi	14

2.1.6	Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.7	Jenis-jenis Strategi Pemasaran.....	15
2.1.8	Unsur-unsur Strategi Pemasaran	18
2.1.9	Tahap Perumusan Strategi	19
2.2	Hasil Penelitian Yang Relevan	22
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		25
3.1	Gambaran Umum Usaha	25
BAB IV PENUTUP		30
4.1	Kesimpulan	30
4.2	Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA		31
LAMPIRAN.....		32

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang telah menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional, banyak usaha besar berbagai sector mengalami terhenti produksinya bahkan mengalami kebangkrutan di orde baru(1998) , di tengah krisis moneter itu UMKM bias memperbaiki perkeekonomian Indonesia. Usaha mikro Kecil Dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja secara luas ke masyarakat, menurut pemerintah daerah dapat mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah menurut asas otonom dan tugas pembantuan di atur dalam undang-undang dasar 1995.

Selain itu pemerintah daerah di arahkan untuk dapat mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah, dengan perhatian daya saing demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu daerah dalam system Negara kesatuan Indonesia.

UMKM di laksanakan di dasari 3 hal yaitu, umkm bertujuan memberikan lapangan kerja yang baru, pemerataan keuntungan daerah maupun nasional, memrerantas kemiskinan. Observasi dapat di lakukan untuk mengetahui kendala dan hambatan pelaku usaha yang ada di kota manado. Dalam memberikan strategi pemasaran untuk mengembangkan umkm yang belum sepenuhnya di rasakan oleh pelaku usaha kecil dari waktu ke waktu yang terus di sempurnakan, hal ini menjadi pendorong pelaku usaha dalam membantu perekonomian masyarakat berdasarkan latar belakang yang di kemukakan maka peneliti mengangkat judul “ **Pengembangan Usaha Ayam Geprek Di Kompleks Politeknik Negeri Manado**”

1.1.1 Identifikasi Masalah

1. Karakteristik Usaha ayam geprek di Manado
2. Menemukan langkah-langkah pengembangan pelaku usaha ayam geprek di manado
3. Rendahnya pengetahuan tentang pemanfaatan informasi digital sebagai media promosi

1.1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan rumusan masalah di penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pelaku usaha mendapatkan keuntungan dengan menggunakan strategi pemasaran?
2. Bagaimana strategi pelaku usaha mengetahui system strategi pemasaran agar terhindar dari skala yang tidak ekonomis?
3. Bagaimana menciptakan iklim usaha bagi usaha kecil dan menengah?

1.1.3 Tujuan

Bedasarkan Rumusan masalah yang telah di kemukakan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengembangkan lagi pelaku usaha ayam geprek
2. Untuk memanfaatkan media promosi sebagai landasan untuk mendapatkan keuntungan bagi pelaku usaha ayam geprek

1.1.4 Manfaat

Bedasarkan Penelitian yang telah di kemukakan maka manfaat penelitian ini adalah :

Penelitian ini di harapkan menjadi sumbangan pengetahuan dalam pengembangan mengenai strategi yang di lakukan dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah(UMKM) yang ada di kota manado dalam membuat iklim usaha yang baik, melakukan informasi terpadu dan pembuatan system pemasaran yang beda. Setelah penelitian ini di harapkan dapat memberikan pemikiran tentang pengembangan usaha kuliner yang ada di kota manado.