

BAURAN PEMASARAN TELUR ASIN SUMBER REZEKI DI DESA KAMAYAHAN KECAMATAN AMUNTAI UTARA KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

RAMONA HANDAYANI

Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email:monawafiq13@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan usaha telur asin ini cukup meluas tersedia berbagai pilihan kualitas telur asin, telur asin yang dinilai berkualitas tinggi, perkembangan industri telur asin terutama didorong oleh tersedianya bahan baku yang cukup memadai dan mudah diperoleh. Dengan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk bauran pemasaran yang digunakan oleh usaha Telur Asin sumber rezeki di desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang diamati. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, pengajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini diketahui bahwa dalam produk telur asin sumber rezeki ini tidak memiliki kemasan khusus dalam pemasarannya, saat harga telur mengalami kenaikan harga maka telur itik akan mengalami kelangkaan, sehingga produsen tidak memproduksi telur asin sementara waktu sampai harga telur itik kembali normal, dan juga ditemukan kelangkaan garam untuk mengasinkan telur sehingga pemasarannya terhambat.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Telur Asin Sumber Rezeki*

Abstrak

The growth of the salted egg business is quite widespread, there are various choices of quality salted eggs, salted eggs are considered high quality, the development of the salted egg industry is mainly driven by the availability of raw materials that are quite adequate and easy to obtain. This study aims to determine the form of the marketing mix used by the Salted Egg business as a source of sustenance in Kamayahan Village, North Amuntai District, Hulu Sungai Utara Regency. The research method used by the researcher is a qualitative method used as a research procedure that produces a description in the form of written or spoken words from the informant and the observed behavior. The data used in this study are primary and secondary data. The data analysis technique used is the stages of data collection, data reduction, data study and drawing conclusions. The results found in this study showed that the salted egg product, this source of sustenance, does not have a special packaging for marketing, when the price of eggs increases in price, duck eggs will experience scarcity, so that producers do not produce salted eggs for a while until the price of duck eggs returns to normal. and also found a scarcity of salt to marinate eggs so that marketing is hampered

Keywords: *Marketing Mix, Salted Egg Source of Sustenance*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang cenderung sudah menyatu atau global, dalam era globalisasi menuntut bangsa Indonesia untuk maju mengejar ketertinggalannya di semua sektor. Sektor

industri merupakan salah satu sektor utama sebagai mesin penggerak ekonomi nasional, di mana sektor industri merupakan salah satu prioritas pembangunan ekonomi, dengan tetap memperhatikan pembangunan di sektor

lain. Pembangunan industri selain dilakukan dalam segala tingkatan juga dilaksanakan diberbagai daerah di Indonesia. Telur asin merupakan teknologi hasil peternakan yang peminatnya cukup banyak. Sebagian besar telur asin dibuat dari telur bebek / itik. Hal ini disebabkan telur bebek mempunyai pori-pori yang besar sehingga baik untuk telur asin. Dengan pengasinan telur bebek menjadi tidak amis dan masa simpan telur lebih lama. Semakin lama waktu pengasinan akan semakin tahan lama masa simpan telur.

Di Kecamatan Amuntai Utara Hulu Sungai Utara tepatnya di desa Kamayahan merupakan daerah yang potensial dalam pembuatan telur asin, sebagai sentral produksi telur asin, sebenarnya memiliki akar sejarah yang tidak dilepaskan dari budaya yang melahirkan ketrampilan membuat makanan ringan seperti telur asin. Usaha telur asin ini semakin berkembang dan terkenal tidak hanya oleh masyarakat Hulu Sungai Utara, namun juga oleh masyarakat yang berasal dari luar daerah. Keterampilan mereka dalam mengolah industri telur asin ini tidak begitu saja, tetapi memerlukan proses yang panjang. Pada awalnya mereka hanya merebus telur itik saja, tetapi hasilnya tidak tahan lama. dengan kreativitas mereka dapat menghasilkan telur asin yang berbahan dasarnya telur itik yang tahan lama, memiliki nilai gizi yang cukup tinggi dan nilai jual.

Daerah ini sudah terkenal sebagai sentral penghasil telur asin di banding desa lainnya, Desa Kamayahan tidak mempunyai letak yang strategis untuk memasarkan hasil dari produksi telur asin, salah satu usaha yang ada di desa kamayahan yaitu usaha telur asin Sumber Rezeki yang merupakan usaha yang bergerak di bidang pembuatan telur asin, perusahaan ini sudah berdiri sejak lama. Terlihat bahwa pemasaran hasil produk usaha yang dijalankan oleh ibu Jumliah ini belum berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan pencapaian target

penjualan pada setiap bulannya seperti dikutip dari hasil wawancara dimana dijelaskan bahwa “yang menjadi permasalahan kita adalah dalam bentuk pemasaran, karena dari dulu hingga saat ini (waktu dilakukan wawancara) langkanya bahan baku seperti telur jika harga telur itik naik dan kurangnya kemasan produk. Melihat kondisi tersebut maka Usaha Telur asin ini memerlukan adanya perancangan pemasaran usaha yang tepat, agar mampu bersaing dengan usaha yang lain dan tetap mampu bertahan dalam persaingan industri yang semakin ketat serta dapat meningkatkan volume produksi dan penjualan. Sehubungan dengan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat yang diambil dari penelitian ini adalah **“BAURAN PEMASARAN TELUR ASIN SUMBER REZEKI DI DESA KAMAYAHAN KECAMATAN AMUNTAI UTARA KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA”**.

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah Pemasaran telur asin sumber rezeki di desa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara kabupaten Hulu Sungai Utara?
2. Faktor Apa Saja yang menghambat dalam Pemasaran telur asin sumber rezeki di desa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara kabupaten Hulu Sungai Utara?
3. Bagaimana Upaya dalam mengatasi Kendala pemasaran Telur asin sumber rezeki didesa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara kabupaten Hulu Sungai Utara ?

Tujuan

1. Untuk Mengetahui Bagaimanakah Pemasaran Telur asin sumber rezeki didesa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara kabupaten Hulu Sungai Utara.
2. Untuk mengetahui Faktor yang menghambat Dalam Pemasaran Telur

asin sumber rezeki didesa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara kabupaten Hulu Sungai Utara.

3. Untuk Mengetahui Bagaimana Solusi atau Upaya dalam mengatasi kendala Pemasaran Telur Asin sumber rezeki didesa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara kabupaten Hulu Sungai Utara.

KAJIAN TEORI

Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan pasar, mendefinisikan dan mengukur besarnya kebutuhan pasar, menentukan produk atau jasa dan program-program yang sesuai untuk melayani pasar yang ada dan meminta setiap jajaran organisasi untuk berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Dari definisi-definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang mempunyai nilai komoditas.

Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktif terkendali (produk, harga, distribusi dan promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2018, p. 79). Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tingkat permintaan terhadap produknya. Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produknya agar dapat diterima di pasar sesuai dengan sasarannya. Terdapat elemen yang merupakan unsur-unsur bauran pemasaran

dari teori Tjiptono (2018) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome mempopulerkan sebuah klasifikasi yang terdiri dari empat faktor variabel tersebut yaitu: produk, harga, distribusi dan promosi. Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) bauran pemasaran tersebut, adalah sebagai berikut:

- a. Produk adalah sesuatu yang memenuhi kebutuhan keinginan konsumen. Pengertian produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikombinasi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Menurut Tjiptono (2007:104) atribut produk adalah sebagai berikut:
 1. Merek
 2. Kemasan
 3. Pemberian Label
 4. Jaminan

- b. Harga (*Price*) Selain desain produk, harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting. Hal itu dikarenakan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk. Pelaku bisnis harus dapat menentukan harga jual yang minimum bagi konsumen.

1. Keterjangkauan harga
Keterjangkauan pada harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apabila semakin terjangkau maka keputusan pembelian konsumen semakin tinggi.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Kesesuaian harga dengan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen, apabila harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian konsumen semakin tinggi.

c. *Distribusi (Distribution)*

Pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen sampai kepada konsumen sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat yang dibutuhkan). Dalam hal ini produsen dan konsumen dihibungkan dalam kegiatan pembelian dan penjualan kembali barang yang dihasilkan produsen kepada konsumen. Berdasarkan teori pemilihan lokasi dari Tjiptono (2007, p. 92), dikembangkan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi yang dalam hal ini:

1. Kedekatan tempat dengan target konsumen.
2. Kemudahan untuk dilihat

d. *Promosi*

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran, sebagai suatu bentuk komunikasi pemasaran berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan.
2. Membujuk pelanggan sasaran (persuading).

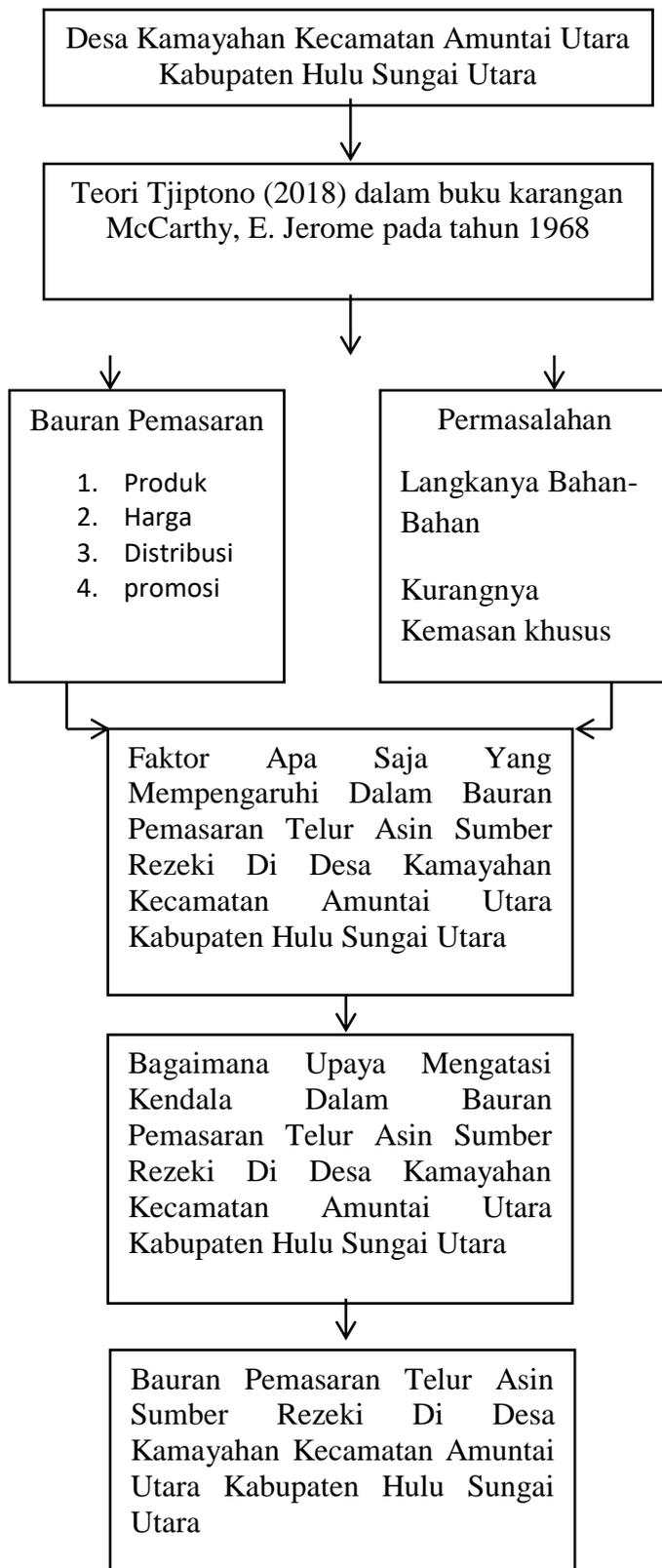
Telur Asin

Telur asin adalah hasil olahan dari telur itik yang mentah dengan menggunakan campuran adonan batu bata merah, garam dan abu gosok yang diperam selama beberapa hari, kemudian menghasilkan telur asin matang (Astawan, 1989). Telur itik yang diolah menjadi telur

asin, dapat meningkatkan kandungan kalsium pada telur itik serta dapat meningkatkan daya simpan telur itik (Damayanti et al., 2015). Telur asin dikonsumsi sebagai bahan makanan yang sudah diawetkan dan mempunyai daya tahan yang lebih lama terhadap kerusakan dibandingkan dengan telur itik mentah (Sarwono, 1994). Telur asin merupakan teknologi hasil peternakan yang peminatnya cukup banyak. Sebagian besar telur asin dibuat dari telur bebek. Hal ini disebabkan telur bebek mempunyai pori-pori yang besar sehingga baik untuk telur asin. Dengan pengasinan telur bebek menjadi tidak amis dan masa simpan telur lebih lama. Semakin lama waktu pengasinan akan semakin tahan lama masa simpan telur. Telur asin merupakan salah satu produk awetan dan sekaligus hasil olahan telur yang mempunyai masa simpan lama dan mempunyai rasa asin. Meskipun diawetkan, telur asin tidak mengalami penurunan kualitas gizi karena struktur cangkang. Telur itik asin ini, jarang dijumpai di luar Kalimantan Selatan.

Kerangka Pemikiran

Berikut ini gambaran kerangka berfikir Bauran Pemasaran Telur Asin Sumber Rezeki di Desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat digambarkan Sebagai berikut:



METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan

bukan berupa analisis angka-angka statistik, melainkan data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya. Pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap dan pemikiran orang secara individual atau kelompok. Data dihimpun dengan seksama, mencakup deskripsi dalam kontes yang mendetail disertai hasil wawancara yang mendalam, yang akan dilaksanakan di Desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara. Digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang dapat diamati. Penggunaan pendekatan penelitian ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian dan menggali informasi tentang bauran pemasaran pada usaha telur asin dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai.

Tipe penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah metode penelitian yang digunakan untuk peneliti objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna dari generalisasi (Sugiyono, 2018). Dan jenis penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini yaitu dengan menggunakan penelitian deskriptif, maksudnya adalah untuk mencoba menggambarkan atau melukiskan dari Bauran Pemasaran Telur Asin Sumber Rezeki di Desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Data dan Sumber Data

1. Data

Secara umum jenis data dapat diklarifikasikan menjadi dua bagian, yaitu

data primer dan data sekunder. Data primer adalah data pokok yang diperlukan dalam penelitian, yang diperoleh secara langsung dari sumbernya ataupun dari lokasi objek penelitian atau keseluruhan data hasil penelitian yang diperoleh dilapangan. Data sekunder adalah data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari kepustakaan baik berupa buku, artikel, jurnal maupun dokumen lainnya yang dibutuhkan.

2. Sumber data

Sumber data adalah subjek darimana data itu diperoleh, apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti baik secara tertulis maupun secara lisan.

Adapun dalam penelitian ini sumber data berasal dari wawancara dengan informan berjumlah 8 orang, sebagai berikut :

- a. 1 orang pemilik usaha telur asin Sumber rezeki.
- b. 2 orang karyawan usaha telur asin Sumber rezeki.
- c. 2 orang distributor
- d. 1 orang pemilik warung tempat dititipkan telur asin.
- e. 2 orang pembeli atau konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi, keterangan-keterangan dan data-data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Anggara (2015:109) observasi merupakan teknik teknik pengamatan dan pencatatan sistematis dari fenomena yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk menemukan data dan informasi dari gejala-gejala atau fenomena (kejadian atau peristiwa) secara sistematis dan didasarkan pada tujuan penyelidikan yang telah dirumuskan. Observasi

Pengamatan (Observasi) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi. selama penelitian.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:140) “wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu wawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewe*) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan” Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu mendengarkan secara langsung penelitian ini adalah dengan wawancara terbuka mengenai informasi-informasi atau keterangan - keterangan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk lisan misalnya catatan harian. Sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, sketsa, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam pengertian kualitatif. Hasil penelitian juga akan semakin dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data deskriptif kualitatif yaitu melakukan analisis dari beberapa penjelasan atau uraian pembahasan berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Data yang sudah diperoleh di lapangan

kemudian dianalisis. Analisis data dalam penelitian ini adalah data penelitian kualitatif. Data yang muncul berupa gagasan-gagasan informan. Analisis data pada penelitian ini menggunakan model interaktif. Aktivitas dalam analisis data yaitu, *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/ verification* (penarikan kesimpulan)".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi merek, label, kemasan, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba produk tersebut.

Bauran Pemasaran telur asin sumber rezeki di Desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Teori Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome bahwa bauran pemasaran sesuai.

1) Merek.

Telur asin sumber rezeki di desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara ini memang memiliki merek yaitu (Telur asin masak Sumber Rezeki). bahwa bauran pemasaran sesuai dengan pemasaran telur asin .

2) Kemasan

Telur asin sumber rezeki di desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara ini memang tidak memiliki kemasan dalam pemasarannya, tetapi salah satu distributor memiliki kemasan khusus dalam pemasarannya.

3) Jaminan

Telur asin sumber rezeki di desa Kamayahan Kecamatan Amuntai

Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara ini memang memiliki jaminan produk dalam masa penyimpanannya karena telur asin sumber rezeki tersebut bisa bertahan selama kurang lebih satu bulan, walaupun saat garam langka, karena telur asin sumber rezeki ini dimasak dengan cara dikukus selama hal itu tidak akan mengurangi takaran garam dalam mengasinkannya, karena itu bisa mengurangi kualitas rasa, otomatis rasanya pun akan berbeda. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Teori Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome.

Harga (*Price*)

Harga telur asin sumber rezeki yang dijual oleh penjual kepada konsumen, penetapan harga yang ditawarkan produsen ini sangat terjangkau sekali yaitu sebesar Rp. 3000 – 3500 perbijinya dan pada saat telur itik mentahnya mengalami kenaikan harga maka tidak ikut menaikkan harga jual, tetapi tidak memproduksi sementara sampai harga telur mentah kembali normal. Dan harga yang di tawarkan distributor penetapan harganya sangat sesuai dengan pasaran dan penetapannya bermacam-macam sesuai dengan penjual. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Teori Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome bahwa bauran pemasaran ini sesuai dengan harga pemasaran telur asin.

Distribusi (*Distribution*)

Pemasaran Telur asin sumber rezeki yang di salurkan di desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara, bahwa penetapan lokasinya sangat strategis dan penentuan lokasi penjualan distributor ini lokasi penjualannya kebanyakan memasarkannya ke luar daerah seperti Tanjung, Mambuun, Muara Uya dan Batu Kajang (Kaltim) karena daerah tersebut sangat langka dengan telur bebek (Telur Asin). Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Teori

Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome bahwa bauran pemasaran ini sesuai tempat pemasaran telur asin.

Promosi (*Promotion*)

Cara mempromosikan Telur asin sumber rezeki tersebut dengan dua cara yaitu menginformasikan dan membujuk pelanggan agar pembeli tertarik untuk membeli telur asin sumber rezeki tersebut dengan cara dari mulut kemulut lalu seiring berjalannya waktu dengan menggunakan medsos seperti Facebook, Wa, dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Teori Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome bahwa bauran pemasaran ini sesuai dengan promosi pemasaran telur asin.

Faktor Penghambat Pemasaran Telur Asin Sumber rezeki

Faktor yang dihadapi dalam pemasaran Telur Asin Sumber Rezeki di Desa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara, yang pertama adalah adanya kelangkaan telur itik/bebek yang kedua kelangkaan garam, dan tidak adanya kemasan khusus dalam pemasaran telur asin sumber rezeki. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Teori Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome, bahwa strategi pemasaran sesuai dengan kendala yang dihadapi.

Upaya yang dilakukan dalam hal mengatasi kendala pemasaran telur asin

Upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha Telur asin Sumber Rezeki di Desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara ialah dengan cara tidak memproduksi telur asin sementara waktu, yang kedua dengan men stok garam, dan mengatasi kurangnya kemasan ialah dengan cara membuat kemasan khusus untuk pemasarannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Bauran pemasaran yang digunakan oleh usaha Telur Asin Sumber Rezeki di desa Kamayahan kecamatan amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah dengan melakukan bauran produk, harga, distribusi, dan promosi, dimana produk yang di produksi memang telur asin saja dan telur asin tersebut memiliki merek (Telur asin Masak Sumber Rezeki), dari agennya langsung memang tidak memiliki kemasan khusus dalam pemasarannya tetapi disalah satu distribotur memiliki kemasan khusus dalam pemasarannya, dan juga telur asin sumber rezeki ini memiliki jaminan dalam masa penyimpanannya karena telur asin sumber rezeki tersebut bisa bertahan dalam kurung waktu satu bulan lebih. Dan penatapan harga yang ditawarkan produsen dan distribotur terhadap telur asin sumber rezeki ini sangat terjangkau sekali, lokasi rumah produsen juga sangat strategis sekali, sementara itu distributor juga memasarkan ke luar daerah. Mengenai promosi juga telur asin sumber rezeki yaitu mengimformasikan dengan cara dari mulut kemulut dan memposting di medsos.
2. Berdasarkan hasil dilapangan terhadap pengembangan telur asin sumber rezeki di Desa Kamyahan kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara. Faktor penghambat yang dihadapi dalam bauran pemasaran telur asin ialah pada saat telur itik mahal maka otomatis tekendala untuk memproduksi dan pemasarannya pun terhambat karena telur itiknya langka di dapat dan garam untuk mengasin telur asin tersebut langka didapat maka tidak memproduksi telur asin sehingga pemasarannya pun akan terhambat dan juga kurangnya kemasan khusus dalam pemasarannya.

- Upaya di lakukan dalam hal mengatasi kendala pemasaran Telur asin sumber rezeki di desa Kamayahan kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah dalam kelangkaan telur itik yaitu dengan tidak memproduksi telur asin dulu sampai harga telur itik kembali normal dan tetap menjual dengan harga Rp. 3000 – 3500 perbiji, karna tidak menaikkan harga jual. Dalam mengatasi kelangkaan garam yaitu dengan men stok garam lebih banyak, dan dalam mengatasi kurang kemasan khusus yaitu dengan membuat kemasan khusus yang menarik dari agen dan kemasan khusus dari distributor.

Saran

- Bagi para pemilik usaha Telur Asin Sumber Rezeki di desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara diharapkan sebelum melakukan pemasaran telur asin untuk dijual alangkah baiknya disiapkan kemasan khusus produk dalam pemasarannya terlebih dahulu agar pembeli lebih tertarik dalam membelinya. Dan tetap memproduksi telur asin walaupun harga telur itik mengalami kenaikan harga, agar pembeli tidak berpindah produk lain dan juga lebih memperluas area pemasarannya hingga nantinya mencapai seluruh wilayah kabupaten dalam provinsi Kalsel dan sekitarnya agar dapat meningkatkan kapasitas produksi serta volume penjualan.
- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih luas lagi, dan dihimbau untuk meneliti dalam jangka waktu lebih lama guna mendapatkan data yang lebih mendetail dan lebih realistis dalam segi bauran pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Anggito, A, & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Cv Jejak (Jejak Publisher).
- Arminsyurita. (2014). Analisis Strategi

Pemasaran Jamur Rimba Jaya Mushroom. Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi, Volume VI, No. 02. Hal 156-168 Indonesia: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala.

Assauri, Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: CV Rajawali.

<http://lib.unnes.ac.id/42844/1/7101413144%20-%20sadi%20chaola.pdf>

Indriyo Gitosudarmo. 2014. Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: BPFE UGM.

Kasmah, M. (2021). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA INDUSTRI TELUR ASIN TAMBAK ZALFA BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

Kotler, P.& Keller, KL. (2008) Manajemen Pemasaran. Jakarta:

Tjiptono, Fandy. (1997). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi

Erlangga.Marwanto, Deden. *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TELUR ASIN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada UD. Sukses Makmur Perumahan Surabaya Permai Kota Bengkulu)*. Diss. UIN Fatmawati Sukarno, 2021.

Maulana, A. Z., &Putrayanda, Y. (2018). Program Pengembangan Peternakan Itik Di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Jurnal Kebijakan Pembangunan, 13, 51-65,

Moleong, Lexy J. (2007). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Porter, Michael, E. (2008). Strategi Bersaing (competitive strategy). Tangerang: Karisma Publishing

grup.

Kotler, P, Armstrong, G. Ahli bahasa oleh Sabran, B. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran jilid 1 (edisi 12) Jakarta : Erlangga.

Tjiptono (2018, p.103) dalam buku karangan McCarthy, E. Jerome. Bauran. Pemasaran Jakarta : Erlangga.

<https://blog-pinta.blogspot.com/2013/06/kewirau-sahaan4953.html>, diakses pada tanggal 9 Juni 2017

Rangkuti, Freddy. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedakan kasus Bisnis.