



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR



ANALISIS HASIL PENJUALAN DAN STRATEGI PEMASARAN BURGER SYARIFAH *FOOD*

Disusun oleh: Syarifah Nuzullina

2308311013

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

Juli 2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR



ANALISIS HASIL PENJUALAN DAN STRATEGI PEMASARAN BURGER SYARIFAH *FOOD*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Disusun oleh: Syarifah Nuzullina
2308311013

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Juli 2026



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di Laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Syarifah Nuzullina

NIM : 2308311013

Tanda Tangan : 

Tanggal : Juli 2026

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Syarifah Nuzullina
NIM : 2308311013
Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Tugas Akhir : Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran Burger Syarifah Food.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 - Manajemen Pemasaran Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rahma Nur Praptiwi. S.Si., M.M ()
Anggota Penguji 1 : Kristin Lukitaningrum. S.Pd., M.M ()
Anggota Penguji 2 : Genesa Vernanda. S.Pd., M.Pd ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : Juli 2026

Ketua Jurusan Akutansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.

NIP 197009131999031002



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Hak Cipta :

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

Nama Penyusun : Syarifah Nuzullina
Nomor Induk Mahasiswa : 2308311013
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / D-3 Manajemen Pemasaran
Laporan Tugas Akhir / Skripsi : Judul Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran Burger Syarifah Food.

Disetujui oleh : Pembimbing

Genesa Vernanda, S.Pd, M.Pd.

NIP 199101302024061002

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Kepala Program Studi

Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M.

NIP 198811142019121001



KATA PENGANTAR

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran Burger “Syarifah Food” dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., Selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M.Selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Genesa Vernanda, S.Pd, M.Pd.selaku pembimbing tugas akhir yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama proses penyusunan tugas akhir.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar program studi D3 Manajemen Pemasaran, Politeknik Negeri Jakarta, atas ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya tercinta, ayahanda Khazali kadir,Ibunda Leila sarwindah. atas dukungan moral dan material yang tiada henti,
7. Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2023 yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya penulisan tugas akhir ini, Semoga dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi tambahan



© Hak Cipta milik Pemerintah Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

syawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai penerapan strategi pemasaran dalam dunia bisnis.

Depok, Juli 2026

Syarifah Nuzullina





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syarifah Nuzullina
NIM : 2308311013
Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran Burger Syarifah Food.

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : Juli 2026
Yang menyatakan

Syarifah Nuzullina



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Syarifah Nuzullina

D3 Manajemen Pemasaran, Warga Negara Berkebutuhan Khusus

Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran Burger Syarifah *Food*

Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh perorangan, keluarga atau kelompok kecil dengan modal dan skala usaha yang relative terbatas. Salah satu UMKM yang berkontribusi dalam ekonomi adalah UMKM kuliner. Tugas akhir ini bertujuan mengevaluasi hasil penjualan dan strategi pemasaran terhadap Burger Syarifah *Food* yang dipasarkan secara offline dan online oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Jakarta. Metode yang digunakan adalah Tinjauan pustaka, deskriptif kualitatif, data diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuesioner kepada 54 responden yang membeli produk selama periode Oktober – Desember 2025 dan Maret - Mei 2026 dengan hasil penjualan antara 52 -71 Pcs untuk setiap bulannya. Analisis menggunakan kerangka *Marketing Mix* 7P dan strategi STP. Tugas akhir ini menyimpulkan dengan mengutamakan kemasan ,Citarasa serta promosi yang tepat dapat meningkatkan hasil penjualan Burger Syarifah *Food*.

Kata Kunci: Kebutuhan konsumen, Strategi Pemasaran , Burger Syarifah *Food*, *Marketing Mix* 7P, STP

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



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

ABSTRACT

Syarifah Nuzullina

*Diploma III in Marketing Management, Student with Special Needs
Analysis of Sales Results and Marketing Strategy for Syarifah Food Burgers*

Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) constitute a vital sector of the Indonesian economy. UMKM are businesses operated by individuals, families, or small groups with relatively limited capital and operational scale. Culinary UMKM are among those contributing to the economy. This final project aims to evaluate the sales results and marketing strategies for Syarifah Food Burgers, which are marketed both offline and online by students of the Marketing Management Study Program at the Jakarta State Polytechnic. The study employs a literature review and a qualitative descriptive approach. Data were gathered through observation, interviews, and questionnaires administered to 54 respondents who purchased the product during the periods of October–December 2025 and March–May 2026, with monthly sales volumes ranging from 52 to 71 units. The analysis utilizes the 7P Marketing Mix framework and the STP (Segmentation, Targeting, Positioning) strategy. The project concludes that prioritizing packaging, taste, and appropriate promotional activities can enhance the sales performance of Syarifah Food Burgers.

Keywords: *Consumer needs, Marketing strategy, Syarifah Food Burgers, 7P Marketing Mix, STP*

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

Hak Cipta :

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

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penulisan	2
1.3 Manfaat Penulisan	2
1.4 Metode Penulisan	2
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Definisi Penjualan	4
2.1.1 Konsep Penjualan dalam Pemasaran	4
2.1.2 Pentingnya Penjualan bagi Bisnis	5
2.1.3 Jenis - jenis Penjualan	5
2.2 Pengertian Media	7
2.2.1 Pengertian Media Sosial	7
2.2.2 Pengertian Instagram	7
2.3 Strategi Pemasaran	7
2.3.1 <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar)	8
2.3.2 <i>Targeting</i> (Target Pasar)	9
2.3.3 Positioning	10
2.4 Bauran Pemasaran	11
2.5 Pengertian Tentang Produk Burger	14



Hak Cipta :

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

BAB III PROFIL DAN PELAKSANAAN USAHA.....	16
3.1 Profil Usaha.....	16
3.1.1 Jenis Usaha.....	16
3.1.2 Nama Usaha.....	16
3.1.3 Logo Usaha.....	16
3.1.4 Gambar produk beserta Label.....	17
3.1.5 Nota Penjualan.....	17
3.1.6 Deskripsi / spesifikasi barang yang di jual.....	18
3.2 Pelaksanaan usaha.....	20
3.2.1 Perencanaan (Business Plan).....	20
3.3 Produksi, Penjualan dan Pemasaran.....	24
3.3.1 Saluran Penjualan.....	26
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
4.1 Analisa Hasil Penjualan.....	30
4.1.1 Hasil Penjualan.....	30
4.2 Hasil Penjualan Burger Syarifah Food.....	32
4.3 Analisa Laporan Hasil Penjualan.....	32
4.4 Analisa Strategi Pemasaran.....	36
BAB V PENUTUP.....	35
5.1 Simpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Peralatan yang dibutuhkan	21
Tabel 3.2 Perlengkapan yang dibutuhkan 1 bulan	21
Tabel 3.3 Fixed Cost (Biaya Tetap)	22
Tabel 3.4 Variabel Cost (Biaya Tidak Tetap)	22
Tabel 3.5 Rekapitulasi modal	23
Tabel 4.1 Hasil Penjualan Oktober - Des 2025	30
Tabel 4. 2 Hasil Penjualan Maret - Mei 2026	31

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Syarifah Food	16
Gambar 3.2 produk burger Syarifah Food	17
Gambar 3.3 Nota Penjualan Burger	18
Gambar 3.4 Kemasan Burger Syarifah Food	19
Gambar 3.5 Flow Chart Proses Pembuatan Burger	24
Gambar 3.6 Beranda aplikasi Instagram	26
Gambar 3.7 Tampilan halaman pengaturan	27
Gambar 3.8 Tampilan halaman untuk input produk	27
Gambar 3.9 Tampilan Promo di Instagram	28
Gambar 3.10 Tampilan Promo menggunakan Hastag (#)	28
Gambar 3.11 Tampilan Beranda siap untuk penjualan	29
Gambar 3.12 Pembelian Burger melalui WhatsApp	29
Gambar 4. 1 Penjualan Periode Oktober - Desember 2025.....	30
Gambar 4. 2 Penjualan Periode Maret - Mei 2026.....	31

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penjualan di Kampus.....	42
Lampiran 2 Bazar di Kampus.....	43
Lampiran 3 Penjualan Rumah.....	43
Lampiran 4 Penjualan di Halal Bi Halal.....	44
Lampiran 6 Promosi di WhatsApp.....	45
Lampiran 7 Promosi di Instagram.....	45



Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM adalah usaha atau bisnis yang dijalankan oleh perorangan, keluarga, maupun kelompok kecil dengan modal dan skala usaha yang relatif terbatas. Keberadaan UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, serta membantu mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, UMKM juga menjadi salah satu penggerak ekonomi lokal karena mampu memanfaatkan potensi dan peluang usaha yang ada di lingkungan sekitar. Oleh karena itu perkembangan UMKM terus didorong agar mampu bersaing dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Salah satu UMKM yang berkontribusi dalam ekonomi adalah UMKM Kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang pesat di Indonesia. Usaha ini bergerak di bidang pengolahan dan penjualan makanan maupun minuman yang biasanya di kelola secara sederhana oleh individu atau keluarga. UMKM kuliner memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan yang praktis, lezat dan terjangkau. Selain itu, usaha kuliner juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. UMKM kuliner dapat terus berkembang dan bersaing di tengah banyaknya usaha makanan yang bermunculan salah satunya UMKM kuliner Burger Syarifah Food.

Burger merupakan Salah satu jenis makanan cepat saji yang cukup populer di berbagai negara termasuk di Indonesia. Makanan ini umumnya terdiri dari Roti Bundar yang diisi dengan daging, sayuran serta berbagai jenis saus yang memberikan cita rasanya. Burger banyak disukai oleh berbagai kalangan, mulai dari anak anak hingga orang dewasa, karena rasanya yang lezat dan cara penyajiannya yang praktis. Selain itu, Burger juga memiliki banyak variasi isi seperti daging sapi, ayam, keju, selada, tomat dan saus yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Dengan perpaduan rasa gurih dan tekstur yang menarik burger



Hak Cipta :

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

menjadi salah satu pilihan makanan yang digemari masyarakat.

Dengan demikian penulis mengambil judul “Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran”, Dalam hal ini Penulis berharap laporan ini bisa menjadi acuan alam meningkatkan usaha burger yang akan datang, sehingga usaha burger yang penulis jalankan bisa berkembang sesuai harapan.

2 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat penjualan produk Burger Syarifah *Food*.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan produk burger Syarifah *Food*.

3 Manfaat Penulisan

Manfaat yang diperoleh adalah sebagai:

A. Bagi penulis:

1. Dapat menambah wawasan dalam proses penjualan burger.
2. Sebagai media pembelajaran terbuka untuk menerima saran dan kritikan dari masyarakat.
3. Sebagai media atau alat untuk menyalurkan ide atau gagasan yang dimiliki penulis.
4. Dapat memberikan referensi berupa pengalaman dan pengetahuan pada masyarakat luas.

B. Bagi masyarakat:

1. Sebagai media untuk mendapatkan referensi kegiatan, ide atau gagasan, dan motivasi khususnya kalangan generasi muda.
2. Dapat menjadi acuan bagi masyarakat untuk memiliki hidup yang produktif dalam berwirausaha.
3. Sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengembangkan jiwa wirausaha.

1.4 Metode Penulisan

Metode penulisan untuk tugas akhir “Analisis Hasil Penjualan dan Strategi Pemasaran Burger Syarifah *Food*” yaitu menggunakan metode deskriptif, yakni



Hak Cipta :

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

menjelaskan tentang suatu peristiwa dari langkah-langkah kerja yang dilakukan.

5.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir pemasaran produk Burger Syarifah *Food* meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi informasi tentang latar belakang penulisan laporan tugas akhir yang memaparkan dasar atau alasan tentang pemilihan bidang kajian laporan tugas akhir, tujuan penulisan yang ingin dicapai, manfaat penulisan, metode penulisan, serta sistematika penulisan yang memberikan gambaran singkat setiap bab yang menjadi bagian dari laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka berisi teori rujukan yang berhubungan dengan bidang kajian.

BAB III PROFIL USAHA BURGER SYARIFAH *FOOD*

Bab ini berisi profil usaha, pelaksanaan usaha dan strategi usaha.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab Pembahasan terdiri dari Pembahasan yang sesuai dengan tujuan penulisan tugas akhir.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran terdiri dari Kesimpulan bahasan dan saran tugas akhir.

BAB V PENUTUP

Hak Cipta :

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

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap strategi penjualan burger Syarifah *Food* baik melalui *online* maupun *offline*, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penjualan burger “Syarifah *Food*” menunjukkan tingkat penjualan yang relatif stabil yaitu rata rata 71 pcs perbulan, dengan harga produk yang terjangkau dan kualitas rasa yang konsisten menjadi 2 faktor utama yang mendorong pembelian ulang oleh konsumen.
2. Berdasarkan evaluasi hasil laporan penjualan menunjukkan bahwa strategi pemasaran STP , 4P dan 7 P yang diterapkan cukup efektif untuk penjualan Burger ,karena penjualan rata rata stabil dengan jumlah setoran yang relatif konsisten. Hal ini menunjukkan produk burger “Syarifah *Food*” memiliki pelanggan setia dan permintaan yang terjaga. Oleh karena itu evaluasi ini menekankan pentingnya pemilihan segmen,target, posisi,harga, kualitas produk,tempat serta cara promosi yang tepat secara rutin dan berkelanjutan agar penjualan meningkat dan bisnis dapat berkembang secara stabil.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis memberikan beberapa saran yang yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan penjualan produk Burger, yaitu:

1. Lebih aktif memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Tik Tok* maupun *WhatsApp* sebagai sarana promosi utama. Kontenvisual yang menarik,testimoni pelanggan, serta kolaborasi dengan beberapa *Influencer* dapat memperluas jangkauan pemasaran.
2. Mengembangkan penjualan atau memperluas saluran penjualan melalui *Platform online* (*go Food*, *grab Food*, *shopee Food*) dan *marketplace* agar produk lebih mudah dijangkau oleh konsumen diberbagai lokasi.
3. Melakukan Inovasi olahan burger sesuai dengan selera dan perkembangan zaman.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Satria Maulana (2024), Makalah Prakarya dan Kewirausahaan “Burger sebagai makanan Internasional, SMAN 10 Pekanbaru, Riau.
- Alma (2016 dan 2018), Management Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Amamah (2015), dari Jurnal Ilmiah “ Pengaruhnya Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan belanja Hedonis (Hedonic Shopping) terhadap Impulsive Buying produk Matahari Plaza Medan Fair “Penerbit / nama penerbit : Jurnal Quanomic, vol 3, no 2
- Adam (2018), Burger (seri Object Lesson). Penerbit Bloom Sbury academic.
- Arief (2017), merujuk pada artikel jurnal ilmiah “ Pengaruh harga, promosi dan kualitas Produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A - 36.
- Sumber : Jurnal daftar Manajemen dan Start - Up Bisnis, vol 2, No 2.
- Assauri(2018), Manajemen Pemasaran (Dasar, konsep dan strategi), Penerbit PT.Rajagrafindo Persada (Rajawali Press).
- Fatmawati, Irma dan Burhanudin (2022), Kunjungan Usaha Mikro, Kecil Menengah Usaha Kuliner”Street Burger”. Diterbitkan Jurnal usaha (Jurnal kewirausahaan dan Management) pada vol 3, No 2.
- Izzaty dan Imsar (2022), berasal dari buku ajar atau jurnal bertema Management Pemasaran Syariah atau Pemasaran Jasa, diterbitkan oleh penerbit akademis(Deepublish atau Prenada Kencana).
- Kotler dan Armstrong (2020), Principle Of Marketing (Prinsip prinsip Pemasaran). Penerbit Pearson Education Limited/ Prentice Hall.
- Kotler dan Armstrong (2023), Principle Of Marketing, edisi 11, Penerbit Pearson Prentice Hall yang berbasis di Upper Saddle River, New Jersey, Amerika. Versi Indonesia, edisi ke 12 diterbitkan oleh Penerbit Erlangga (PT. Glora Aksara Pratama).
- Kotler dan Keller (2021), Manajemen Pemasaran, Penerbit Erlangga. Lupiyoadi (2013), Management Pemasaran Jasa berbasis kompetensi (edisi 13), Penerbit Salemba Empat Marwan (1991), Marketing, edisi pertama dan kedua. Penerbit UPP - AMP YKP Lokakarya.

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Manus dan Lumanauw (2015), Karya Ilmiah dengan Judul Karya / Jurnal : “Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan”, pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Penerbit / Nama Jurnal : Jurnal EMBA (Jurnal Riset Ekonomi, Management Bisnis dan Akuntansi) dari Universitas Sam Ratulangi.

Musfar (2020), Buku Ajar Management Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam management Pemasaran. Penerbit Media Saint Indonesia (Bandung).

Mulyadi (2016), Akuntansi Biaya. Penerbit UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Nurhadi, Ahmad, S.E., M.M. (2023) , Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy*), Penerbit Sahabat Alam Raflesia, Yogyakarta.

Reken bersama, B. Modding dan R. Dewi (2020), Merujuk pada peningkatan volume penjualan sebagai hasil dari strategi pemasaran (Pemasaran Digital / Personal Selling). Penerbit / sumber : Jurnal tata Kelola (Universitas Kristen Indonesia Paulus).

Rizal, Achmad 1 (2020), Management Sumber Daya Manusia dan Personalia. Penerbit / konteks tercantum sebagai referensi karya ilmiah / buku yang relevan dengan Topik Management Sumber Daya Manusia.

Rizal, Achmad (2020). *Buku ajar Management Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* Depublish (CV Budi Utama). Yogyakarta.

Sumiyati dan Yatimatun (2021), Akuntansi Keuangan SMK/Mak kelas XI (edisi ke 2). Penerbit PT. Gramedia.

Safitra (2017), merujuk pada penelitian mengenai Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk. Tempat terbit jurnal Ekonomika dan Management, Hasil Penjualan Periode Semester 5 Hasil Penjualan Periode Semester 5 Jurnal Ilmiah Universitas Budi Luhur.

Saladin (2016), Management Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Unsur - unsur Pemasaran. Penerbit CV. Linda Karya, Bandung.

Suharyadi (2019), merujuk pada statistika / pemasaran : untuk ekonomi dan keuangan modern. Penerbit Salemba Empat.

Sudarsono (2020), Buku Ajar Management Pemasaran. Penerbit Pustaka Abadi.

Sudaryono (2016), Manajemen Pemasaran Teori dan implementasi, Penerbit Andi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Press, Yogyakarta.

Udayat Ridwan Iskandar (2009), Pengertian Penjualan , Jurnal Pemasaran.Swastha Basu DH (2004), Management Pemasaran dan Penjualan, diterbitkan oleh Liberty, Yogyakarta.

Swastha Basu DH (2018), Manajemen Penjualan, diterbitkan oleh BPFE,Yogyakarta.

Simpson John, Edmund Weiner dan James Murry (2020), The Oxford EnglishDictionary, Penerbit Oxford University Press, Britania Raya.

Jiptono Fandy (2017), Pemasaran Strategi (edisi ke 3) : Mengupas Pemasaran Strategi, Branding Strategi, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga E - Marketing. Penerbit CV. Andi Offset.

Jiptono Fandy dan Gregorius Chandra (2012,2017 dan 2020). Pemasaran Strategi edisi 2, Penerbit Andi Offset (Yogyakarta).

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAMPIRAN

Lampiran 1 Penjualan di Kampus

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Bazar di Kampus



Lampiran 3 Penjualan di Rumah





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Penjualan di Halal Bi Halal



Lampiran 5 Bukti pembelian di Instragram





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 6 Promosi di WhatsApp



Lampiran 7 Promosi di Instagram

