



**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK UMKM KERUPUK UDANG
DESA TANAH MERAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR
(SWOT ANALISIS)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Skripsi Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam
Indragiri*



Oleh:

CINTYA CAHYA NINGSIH

101221010033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI**

TEMBILAHAN

2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen Pembimbing I dan II, dengan ini menyatakan :

Nama Mahasiswa : Cintya Cahya Ningsih
Nomor Induk Mahasiswa : 101221010033
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konaumen Pada Produk UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir

Bahwa skripsi mahasiswa tersebut diatas telah disetujui dan dinilai memenuhi standar ilmiah untuk diuji pada Ujian Skripsi (*Oral Comprehensive*) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

Terbilang, 20 April 2026

Menyetujui, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir (SWOT Analisis)

Pembimbing I
20/4/2026
[Signature]

YASWAR APRILIAN, S.E., MM
NIDN. 1012046801

Pembimbing II
20/4-2026
[Signature]

ASNIATI BINDAS, S.P., MM
NIDN. 1014068401

Ketua Program Studi

[Signature]
SYAFRINA DINA, S.E., M.M
NUPTK. 44477606611230183

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : CINTYA CAHYA NINGGSIH
Nim : 101221010133
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM kerupuk udang kabupaten inhil

Telah **LULUS** Ujian Skripsi (*Oral Comprehensive*) yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan Pada hari kamis 02 juli 2026 dengan Nilai (A)

TIM PENGUJI,

YASWAR APRILIAN,S.E.,MM
NIDN. 1012046801

Ketua

ASNIATI BINDAS,S.IP.,MM
NUPTK.7946762663230262

Sekretaris

HELLY KHAIRUDDIN,S.E.,M.Si
NUPTK.4251754655130143

Anggota

NAZARUDDIN,S.E.M,SI
NUPTK .4937752653130142

Anggota

Mengesahkan

Dekan



Ketua Program Studi

SYAFRINA DINA,S.E.,M.M
NUPTK. 44477606611230183

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



ABSTRAK

Analysis Of The Marketing Mix Strategy On Consumer Satisfaction Of Shrimp Cracker Msme Products In Tanah Merah Village, Indragiri Hilir Regency (A Swot Analysis)

Cintya Cahya Ningsih, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Indragiri Islamic University
Email : cintyacahyaningsih639@gmail.com

This research is motivated by the fact that the Shrimp Crackers UMKM in Tanah Merah Village often relies on offline sales limited to the surrounding area. E-commerce and social media systems can help expand market reach nationally. The research question is whether the marketing mix strategy can influence consumer satisfaction at the Shrimp Crackers UMKM in Tanah Merah Village, Indragiri Hilir Regency. The purpose of this study is to determine the marketing mix strategy that influences consumer satisfaction with the Shrimp Crackers UMKM in Tanah Merah Village, Indragiri Hilir Regency. The subjects of this study were Shrimp Crackers UMKM in Tanah Merah Village, Indragiri Hilir Regency. The object of this research is the influence of marketing mix strategies on consumer satisfaction for shrimp cracker MSMEs in Tanah Merah Village, Indragiri Hilir Regency. This research employs quantitative fieldwork. Data collection techniques included questionnaires and documentation. Data analysis employed a SWOT analysis. The results indicate that the top priority strategies are improving the quality of shrimp cracker products, introducing them to the public, maximizing the marketing process, and finally, intensifying product marketing efforts, even reaching out to other regions.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Satisfaction, Shrimp Cracker UMKM.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

ABSTRAK

Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir

Cintya Cahya Ningsih, Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri
Email : cintyacahayaningsih639@gmail.com

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah yang sering mengandalkan penjualan offline yang terbatas pada wilayah sekitar, sedangkan system E-commerce dan media sosial dapat membantu memperluas jangkauan pasar hingga ke nasional. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah pengaruh strategi bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir. Sedangkan tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir. Subjek penelitian ini adalah UMKM Kerupuk Udang di Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir. Adapun objek penelitian ini adalah Analisis strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM kerupuk udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir (SWOT Analisis) . Penelitian ini masuk kedalam penelitian lapangan (field research) dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yakni dengan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi prioritas utama yang harus dilakukan adalah meningkatkan kualitas produk Kerupuk Udang, lalu mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat, selanjutnya memaksimalkan proses pemasaran Kerupuk Udang dan yang terakhir lebih giat melakukan pemasaran produk bahkan sampai keluar daerah.

Kata kunci: bauran pemasaran, kepuasan konsumen, UMKM Kerupuk Udang