

ABSTRAK

Putri Dewi Waluyaningtyas, 2024. Mutu Daya Terima dan Strategi Pemasaran Telur Asin “MZ” Di Desa Tamanharjo Kecamatan Singosari. Karya Tulis Ilmiah, Program Studi Diploma III Gizi, Jurusan Gizi, Politeknik Kesehatan Malang.

(Di bawah bimbingan : **Tapriadi, SKM., M.Pd**)

Latar Belakang : Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya persaingan antar pelaku usaha rumahan khususnya dalam menarik minat konsumen terhadap produk sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnisnya. Strategi pemasaran harus disusun secara efektif untuk mampu menciptakan strategi yang tepat sebagai prioritas utama pada setiap usaha. **Tujuan** : Mengetahui Mutu Daya Terima dan Strategi Pemasaran Telur Asin di “MZ” di Desa Tamanharjo Kecamatan Singosari. **Metode** : Data yang yang dikumpulkan adalah dengan metode wawancara, observasi dan kuisioner. **Hasil** : Hasil uji mutu daya terima organoleptic Telur Asin “MZ terhadap 20 responden dari segi aroma 13 responden (65%) menyukai aroma telur asin, cita rasa 11 responden (55%) menyukai cita rasa telur asin, tekstur 14 responden (70%) menyukai tekstur telur asin dan warna 12 responden (60%) menyukai warna telur asin. Faktor terbesar yang mempengaruhi perkembangan minat pembeli Telur Asin “MZ” adalah *Communication World of Mouth* atau bisa disebut dengan *Getok Tular*. **Kesimpulan** : Uji daya terima organoleptik terhadap Telur Asin “MZ” yang telah dilakukan dengan 20 responden didapatkan bahwa Telur Asin MZ” banyak disukai dan dapat diterima dengan baik dari segi tekstur, warna, aroma dan rasa. Strategi pemasaran usaha industri yang dilakukan oleh Telur Asin “MZ” dengan mengembangkan produknya yaitu memperkuat kualitas produk yang ada dengan menawarkan harga yang terjangkau, Tempat usaha yang cukup strategis dan promosi menggunakan komunikasi mulut ke mulut atau getok tular.

Kata Kunci : UKM telur asin, daya terima, strategi Pemasaran