

**PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN
TELUR ASIN DESA KEBONSARI SIDOARJO PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Dena Puji Rahayu

NPM: 1702401077

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2022**

**PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN
TELUR ASIN DESA KEBONSARI SIDOARJO PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh :

Dena Puji Rahayu
NPM: 1702401077

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2022**

**PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN TELUR ASIN
DESA KEBONSARI SIDOARJO PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Diajukan oleh:

DENA PUJI RAHAYU

NPM: 17024010077

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada 07 Oktober 2022

Menyetujui:

Pembimbing Pendamping

Ir. Eko Priyanto, MP

NIP. 19580311 198503 1001

Pembimbing Utama

Ir. Sigit Dwi Nugroho, M. Si

NIP. 19590628 198803 1003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Nora Augustien K, MP

NIP. 19590824 198703 2001

plt. Koordinator

Program Studi Agribisnis

Dr. Ir Nuriah Yulianti, MP

NIP. 19620712 199103 2001

**PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN TELUR ASIN
DESA KEBONSARI SIDOARJO PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh:

DENA PUJI RAHAYU

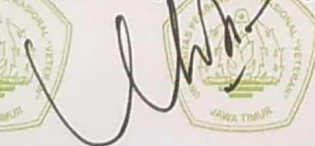
NPM : 17024010077

Telah direvisi pada tanggal

24 November 2022

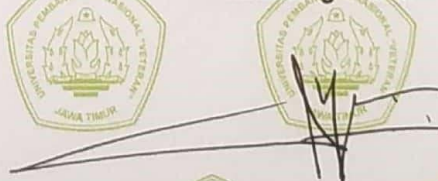
Menyetujui:

Pembimbing Pendamping



Ir. Eko Priyanto, MP
NIP. 19580311 198503 1001

Pembimbing Utama



Ir. Sigit Dwi Nugroho, M. Si
NIP. 19590628 198803 1003

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul:

Preferensi Konsumen Dan Strategi Pemasaran Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo Pada Masa Pandemi Covid-19

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 November 2022

Yang Membuat Pernyataaan



Dena Puji Rahayu

NPM : 17024010077

PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN TELUR ASIN DESA KEBONSARI SIDOARJO PADA MASA PANDEMI COVID-19

Dena Puji Rahayu, Sigit Dwi Nugroho*, Eko Priyanto

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Co-author e-mail : sigit.agri@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kecamatan Candi merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Sidoarjo dengan produksi telur itik yang cukup tinggi. Sejak munculnya wabah Covid-19 pada awal Maret di Indonesia dan meluas keseluruh pelosok negeri yang berdampak pada kehidupan masyarakat khususnya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap produk telur asin Desa Kebonsari Sidoarjo dan menganalisis strategi pemasaran yang tepat produk Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo pada Masa Pandemi Covid-19. Responden dalam penelitian ini adalah 70 konsumen telur asin Desa Kebonsari dan seluruh anggota Kelompok Tani Sumber Pangan sebanyak 25 orang. Metode riset menggunakan Analisis Konjoin, Matriks IFE, Matriks EFE, dan Analisis SWOT. Hasil riset menunjukkan bahwa penilaian preferensi konsumen berdasarkan tujuh atribut telur asin Desa Kebonsari memilih telur asin dengan tingkat keasinan yang sedang, ukuran sedang, varian ikan, harga sebesar Rp 3.000, tingkat keawetan selama 2-3 minggu, warna telur biru muda dan kemasan yang dipilih adalah aluminium foil. Alternatif strategi usaha telur asin pada Kelompok Tani Sumber Pangan Desa Kebonsari Sidoarjo adalah dengan meningkatkan variasi produk sesuai dengan selera konsumen, membuat varian telur asin mentah tanpa cangkang, membuat kemasan kedap suhu agar lebih tahan lama, mengadakan bebas antar produk dengan minimum jumlah pembelian, mengadakan diskon atau potongan harga pada saat memproduksi varian baru.

Kata Kunci: Telur asin, preferensi konsumen, strategi pemasaran.

CONSUMER PREFERENCES AND MARKETING STRATEGIES FOR SALT EGGS IN KEBONSARI VILLAGE, SIDOARJO DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Dena Puji Rahayu, Sigit Dwi Nugroho*, Eko Priyanto

Faculty of Agriculture, Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur University

Co-author e-mail : sigit.agri@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Candi District is one of the areas in Sidoarjo Regency with a fairly high production of duck eggs. Since the emergence of the Covid-19 outbreak in early March in Indonesia and has spread to all corners of the country, it has had an impact on people's lives, especially MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises). This study aims to analyze consumer preferences for salted egg products in Kebonsari Sidoarjo Village and analyze the right marketing strategy for salted egg products in Kebonsari Sidoarjo Village during the Covid-19 Pandemic. Respondents in this study were 70 consumers of salted eggs in Kebonsari Village and all members of the Sumber Pangan Farmer Group as many as 25 people. The research method uses Conjoint Analysis, IFE Matrix, EFE Matrix, and SWOT Analysis. The results showed that the assessment of consumer preferences based on the seven attributes of salted eggs in Kebonsari Village chose salted eggs with a medium level of saltiness, medium size, fish variant, price of Rp. 3,000, shelf life for 2-3 weeks, light blue egg color and selected packaging. is aluminum foil. Alternative salted egg business strategies at the Sumber Pangan Farmers Group in Kebonsari Sidoarjo Village are to increase product variety according to consumer tastes, make raw salted egg variants without shells, make temperature-resistant packaging to make it more durable, provide free delivery between products with a minimum number of purchases, hold discounts or rebates when producing new variants.

Keywords: *Salted egg, consumer preference, marketing strategy.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Preferensi Konsumen dan Strategi Pemasaran Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo Pada Masa Pandemi Covid-19.”

Penyusunan skripsi ini merupakan kewajiban akademik yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan studi tahap Strata 1 (S-1) untuk dapat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran “Jawa Timur”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis dapatkan. Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bimbingan intensif dari Bapak Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Ir. Eko Priyanto, MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping. Penulis tidak akan berhasil menyelesaikan tanpa bantuan dan kerjasama dari pihak lain yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. R.A. Nora Augustien K. MP, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP. Selaku plt.Koordinator Program Study Agribisnis S1 Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Nur Hidayat, selaku ketua kelompok Peternak itik dan Pengerajin Telur Asin yang telah membantu peneliti memberikan informasi dalam penyusunan skripsi.

4. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materi dan menjadi acuan bahwa saya harus menyelesaikan studi ini.
5. Habsah, Jihan dan Syafira teman seperjuangan dari semester 1 hingga saat ini yang telah banyak mendukung dan memberikan semangat.
6. Chory Ayu Ramadani, sahabat yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat agar saya menyelesaikan studi ini.
7. Suami saya KLS Mes Moh. Arjunnaja yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi dan waktunya untuk selalu mengingatkan saya agar skripsi segera diselesaikan sehingga beban hidup lebih berkurang.

Sidoarjo, 12 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Preferensi Konsumen.....	17
2.2.2. Strategi Pemasaran	21
2.2.3. Tujuan Strategi Pemasaran.....	27
2.2.4. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran	27
2.2.5. Analisis Konjoin.....	29

2.2.6. Analisis SWOT	29
2.2.7. Telur Asin.....	31
2.2. Kerangka Pemikiran	33
III. METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian	35
3.2. Penentuan Sampel	35
3.3. Pengumpulan Data.....	37
3.3.1. Pengumpulan Data Primer	37
3.3.2. Pengumpulan Data Sekunder	38
3.4. Definisi Operasional dan Pengumpulan Variabel	38
3.5. Analisis Data.....	41
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	41
3.5.2. Analisis Konjoin.....	42
3.5.3. Analisis SWOT	47
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Profil Usaha Telur Asin Kebonsari Sidoarjo	53
4.1.1. Karakteristik Usaha Telur Asin	53
4.1.2. Karakteristik Kelompok Tani Sumber Pangan	57
4.1.3. Proses Pembuatan Telur Asin.....	60
4.2. Preferensi Konsumen Telur Asin	63
4.2.1. Karakteristik Konsumen Telur Asin.....	63
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.2.3. Hasil Analisis Konjoin	68

4.3. Strategi Pemasaran Telur Asin	73
4.3.1. Matriks IFE dan EFE	73
4.3.2. Alternatif Strategi.....	76
V. KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	Produksi Telur di Indonesia Tahun 2015-2019.....	Error!
	Bookmark not defined.	
1.2.	Data Produksi Telur di Sidoarjo Tahun 2018.....	2
2.1.	Mapping Penelitian Terdahulu	Error!
	Bookmark not defined.	
3.1.	Atribut dan Level Atribut.....	Error!
	Bookmark not defined.	
3.2.	Jumlah Stimuli Design	Error!
	Bookmark not defined.	
3.3.	Variabel Dummy Berdasarkan stimuli	Error!
	Bookmark not defined.	
3.4.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	48
3.5.	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	49
3.6.	Matriks SWOT	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.	Kondisi sebelum, saat dan sesudah pandemi covid-19.....	57
4.2.	Karakteristik Kelompok Tani Berdasarkan Tingkat Pendidikan	58
4.3.	Karakteristik Kelompok Tani Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.4.	Karakteristik Kelompok Tani Berdasarkan Usia	59
4.5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	Error!
	Bookmark not defined.	
4.6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	Error!
	Bookmark not defined.	

4.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	65
4.8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	65
4.9. Uji Validitas.....	66
4.10. Uji Reliabilitas	67
4.11. Uji Reliabilitas Item Total.....	68
4.12. Total Penilaian Responden	69
4.13. Hasil Analisis Konjoin.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.14. Tingkat Kepentingan	Error!
Bookmark not defined.	
4.15. Korelasi.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.16. Hasil Matriks IFE.....	73
4.17. Hasil Matriks EFE	74
4.18. Matriks SWOT Usaha Telur Asin Desa Kebonsari	76

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1.	Peta Kabupaten Sidoarjo	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.	Skema Pemikiran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
3.1.	Diagram Analisis SWOT	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.	Lokasi Desa Kebonsari Sidoarjo	Error!
	Bookmark not defined.	
4.2.	Struktur Organisasi Kelompok Tani Sumber Pangan	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.	Proses Pencucian	Error!
	Bookmark not defined.	

4.4. Proses Pernyotiran Telur Asin	Error!
Bookmark not defined.	
4.5. Proses Perendaman Garam dan Batu Bata	Error!
Bookmark not defined.	
4.6. Telur Asin Varian Original	Error!
Bookmark not defined.	
4.7. Telur Asin Varian Rasa	Error!
Bookmark not defined.	
4.8. Diagram SWOT	75

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Preferensi Konsumen Telur Asin.....	83
2.	Kuesioner Strategi Pemasaran Telur Asin.....	88
3.	Data Responden Konsumen Telur Asin	92
4.	Data Responden Produsen Telur Asin	95
5.	Kuesioner Online	97
6.	Dokumentasi.....	99