

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM PENGEMBANGAN SENTRA
USAHA MIKRO KERUPUK PULI BAWANG DI DESA TAMBAKREJO
KECAMATAN WARU KABUPATEN SIDOARJO**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Magister Pertanian



Oleh:

HERWIN ISTYANINGRUM
NPM. 19064020048

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM PENGEMBANGAN SENTRA
USAHA MIKRO KERUPUK PULI BAWANG DI DESA TAMBAKREJO
KECAMATAN WARU KABUPATEN SIDOARJO**

Oleh:

HERWIN ISTYANINGRUM
NPM. 19064020048

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Tesis
Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 27 Desember 2022

Telah Disetujui oleh

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



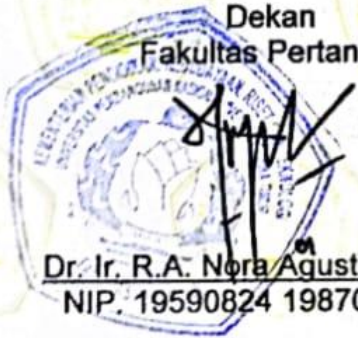
Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, MSI
19601227 199103 2001

Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, MM
19590211 198903 1001

Mengetahui

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis



Dr. Ir. R.A. Nora Agustien K. MP
NIP. 19590824 198703 2 001

Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M. Si
NIP. 19601227 199103 2001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dan disebutkan dalam sumber kutipan dan pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Magister) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 20 Januari 2023



HERWIN ISTYANINGRUM
NPM 19064020048

ABSTRAK

Herwin Istyaningrum. 19064020048. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Sentra Usaha Mikro Kerupuk Puli Bawang Di Desa Tambakrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

Berdasarkan Hasil Penelitian didapat bahwa secara umum persepsi pelaku usaha mikro kerupuk dalam penerapan strategi bauran pemasaran 7P adalah kategori baik untuk bauran produk, harga, tempat, orang dan bukti fisik. Sedang persepsi bauran proses adalah kategori sangat baik dan bauran promosi adalah kategori netral. Hasil analisis faktor internal dan eksternal didapat bahwa posisi sentra usaha mikro kerupuk puli bawang Desa Tambakrejo pada posisi "Grow" dan "Build" (tumbuh dan dibangun) dimana strategi yang cocok adalah strategi intensif atau strategi integrasi. Strategi intensif meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi integrasi meliputi integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal. Berdasarkan analisis SWOT, posisi koordinat sentra usaha mikro kerupuk Desa Tambakrejo berada pada kuadran III (W-O). Sentra usaha mikro kerupuk puli bawang Desa Tambakrejo memiliki peluang besar namun ada kelemahan internal yang harus dibenahi sehingga kelemahan internal tersebut harus diminimalkan agar dapat merebut peluang pasar yang lebih baik dan mendukung kebijakan pertumbuhan yang *turn around*. Rumusan strategi yang sesuai dengan urutan prioritas berdasarkan analisis QSPM yaitu : 1) pemenuhan legalitas ijin usaha dan penataan tata letak produksi dengan dukungan serta pendampingan dari Pemerintah untuk pengembangan pasar dan meningkatkan keuntungan, 2) mengembangkan inovasi produk dan kemasan sesuai permintaan pasar dengan meningkatkan dan mengoptimalkan produksi, pemanfaatan teknologi, pengelolaan manajemen usaha untuk meningkatkan keuntungan 3) mengembangkan strategi promosi dan pemasaran dengan meningkatkan kapasitas sumberdaya manusia tentang manajemen usaha guna memperluas pemasaran dan meningkatkan keuntungan.

Kata kunci : bauran pemasaran, strategi pengembangan, sentra usaha mikro kerupuk

ABSTRACT

Herwin Istyaningrum. 19064020048. Marketing Mix Strategy In The Development Of Onion Puli Crackers Micro Business Centers In Tambakrejo Village, Waru District, Sidoarjo Regency.

The results of the study found that in general the perception of micro cracker business actors in implementing the 7P marketing mix strategy is a good category for product mix, price, place, people and physical evidence. While the perception of the process mix is an excellent category and the promotion mix is a neutral category. The results of the analysis of internal and external factors obtained that the position of the onion puli cracker micro business center in Tambakrejo Village in the position of "Grow" and "Build" (grow and build) where the suitable strategy is an intensive strategy or integration strategy. Intensive strategies include market penetration, market development and product development. Integration strategies include forward integration, backward integration and horizontal integration. Based on the SWOT analysis, the coordinate position of the Tambakrejo Village cracker micro-business center is in quadrant III (W-O). The onion puli cracker micro business center of Tambakrejo Village has a great opportunity but there are internal weaknesses that must be corrected so that these internal weaknesses must be minimized in order to seize better market opportunities and support turn around growth policies. The formulation of strategies in accordance with the order of precedence based on the QSPM analysis is: 1) fulfillment of the legality of business licenses and structuring production layouts with support and assistance from the government for market development and increasing profits, 2) develop product and packaging innovations according to market demand by increasing and optimizing production, utilization of technology, business management management to increase profits 3) develop promotion and advice strategies by increasing the capacity of human resources on business management in order to expand marketing and increase profits.

Keywords: marketing mix, development strategy, cracker micro business center

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, serta kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Sentra Usaha Mikro Kerupuk Puli Bawang di Desa Tambakrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada program Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur.

Penulis menyadari bahwa dalam hal ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan Sang Khaliq dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada: Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M. Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

- Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M. Si selaku Koordinator Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- Seluruh Dosen Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

- Orang tua tercinta, Bapak Isman dan Ibu Kusmiarti, Bapak Harri Djati, ananda Hera Afidjati dan Herson Adam Harianto
- Semua sahabat, teman-teman serta semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu- persatu

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak.

Akhir kata semoga tesis ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 20 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Keaslian Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	24
2.2.1. Usaha Mikro	24
2.2.2. Strategi	31
2.2.3. Pemasaran	44
2.2.4. Bauran Pemasaran	49
2.2.5. Karakteristik dan Persepsi	68
2.3. Kerangka Pemikiran	71
BAB III METODE PENELITIAN	74

	3.1. Lokasi, Waktu dan Obyek Penelitian	74
	3.2. Penentuan Sampel	74
	3.3. Pengumpulan Data	75
	3.4. Analisis Data	77
	3.4.1. Identifikasi Karakteristik Responden	77
	3.4.2. Analisis Persepsi Strategi Bauran Pemasaran Pelaku Usaha	78
	3.4.3. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha	80
	3.5. Definisi Operasional	87
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	90
	4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	90
	4.1.1. Letak Geografis	90
	4.1.2. Topografi	91
	4.1.3. Iklim	92
	4.1.4. Wilayah Administratif	93
	4.1.5. Demografi Penduduk	94
	4.1.6. Visi dan Misi	96
	4.1.7. Sentra Usaha Mikro Kerupuk Desa Tambakrejo	97
	4.2. Identifikasi Karakteristik Responden Pelaku Usaha Kerupuk	100
	4.3. Presepsi Strategi Bauran Pemasaran Usaha Mikro Kerupuk	109
	4.4. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Sentra Usaha Mikro Kerupuk	123
	4.4.1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	123
	4.4.2. Tahap Pencocokan	129
	4.4.3. Pengambilan Keputusan	143
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	146

5.1. Kesimpulan	146
5.2. Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	149
LAMPIRAN	156

DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
1.1.	Konsumsi Kerupuk Per Kapita Per Tahun	4
2.1	Alternatif Strategi Dalam Tindakan dan definisinya	38
2.2	Matrik SWOT	41
3.1.	Skor Penilaian Terhadap Pernyataan Responden	79
3.2.	Tingkat Persepsi Berdasarkan Interval Nilai Tanggapan	80
3.3.	Form Analisis Faktor Internal	83
3.4.	Form Analisis Faktor Eksternal	84
4.1.	Luas tanah dan Jarak ke Pusat Kecamatan Waru	91
4.2.	Luas Wilayah Desa Tambakrejo	92
4.3.	Pengamatan Suhu (°C) dan Curah Hujan Menurut Bulan di Stasiun Meteorologi Kelas I Juanda, 2021	93
4.4.	Jumlah RT, RW dan Dusun di Kecamatan Waru Tahun 2021	94
4.5.	Jumlah RT dan RW di Desa Tambakrejo	94
4.6.	Jumlah Penduduk Kecamatan Waru Tahun 2021	95
4.7.	Rincian Bahan dan Biaya Dalam Proses Produksi Kerupuk	100
4.8.	Sebaran Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Usia Pelaku Usaha Kerupuk	104
4.9.	Sebaran Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pelaku Usaha Kerupuk	105
4.10.	Sebaran Jumlah Dan Presentase Responden Berdasarkan Lama Usaha Pelaku Usaha Kerupuk	106
4.11.	Sebaran Jumlah Dan Presentase Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga Pelaku Usaha Kerupuk	108
4.12.	Sebaran Jumlah Dan Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pelaku Usaha Kerupuk	109
4.13.	Kategori Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Produk, Harga Dan Orang	110

4.14.	Kategori Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tempat Dan Proses ...	111
4.15.	Kategori Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Promosi	112
4.16.	Kategori Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Bukti Fisik	112
4.17.	Kategori Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Bauran Pemasaran Usaha Kerupuk Secara Keseluruhan	113
4.18.	Perolehan Skor Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Masing – Masing Aspek Bauran Pemasaran Dan Secara Keseluruhan	114
4.19.	Hasil Analisis Faktor Internal Pada Sentra UM Kerupuk	124
4.20.	Hasil Analisis Faktor eksternal Pada Sentra UM Kerupuk	125
4.21.	Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Strategi Bauran Pemasaran Sentra Usaha Mikro Kerupuk Di Desa Tambakrejo	126
4.22.	Matriks Evaluasi Faktor Strategi Internal Dan Faktor Strategi Eksternal	128
4.23.	Hasil Analisis SWOT Pada Sentra UM Kerupuk	130
4.24.	Alternatif Strategi dengan Matriks SWOT	134
4.25.	Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM) pada Sentra UM kerupuk	145

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
2.1.	Matriks Internal Eksternal	37
2.2.	Kuadran SWOT	39
2.3.	Kerangka Pemikiran	73
4.1.	Peta Kecamatan Waru	91
4.2.	Proses Produksi Usaha Kerupuk Desa Tambakrejo	99
4.3.	Distribusi Pemasaran Sentra Usaha Kerupuk Desa Tambakrejo	101
4.4.	Matriks Posisi Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Sentra Usaha Mikro Kerupuk Desa Tambakrejo	129
4.5.	Hasil Analisa matriks Internal Eksternal pada Sentra Usaha Mikro Kerupuk Desa Tambakrejo	130
4.6.	Strategi Pengembangan Sentra Usaha Mikro Kerupuk Berdasarkan Hasil Analisis Matris IE	132

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
1.	Kuesioner Untuk Pelaku Usaha	156
2.	Kuesioner untuk Responden Ahli	161
3.	Rekapitulasi Karakteristik Responden Pelaku Usaha Mikro Kerupuk	167
4.	Rekapitulasi Karakteristik Responden Ahli	168
5.	Rekapitulasi Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Strategi Bauran Pemasaran	169
6.	Rekapitulasi Hasil Analisis SWOT	176
7.	Perhitungan Matrik Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Faktor Eksternal (EFE)	178
8.	Rekap Pendapat Responden Ahli.....	183
9.	Gambar Sentra Usaha Mikro Kerupuk Desa Tambakrejo	184