

**STRATEGI PEMASARAN LEDRE SUPER SEBAGAI JAJANAN  
TRADISIONAL DAN OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BOJONEGORO  
(Studi Kasus : Ledre Super Moro Tresno Kecamatan Padangan Bojonegoro)**

SKRIPSI



Oleh :

Della Agfy Dwi Andriyani  
19024010048

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024**

**STRATEGI PEMASARAN LEDRE SUPER SEBAGAI JAJANAN  
TRADISIONAL DAN OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BOJONEGORO  
(Studi Kasus : Ledre Super Moro Tresno Kecamatan Padangan Bojonegoro)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Agribisnis  
Untuk Menyusun Skripsi



Oleh :

Della Agfy Dwi Andriyani  
19024010048

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024**

**STRATEGI PEMASARAN LEDRE SUPER SEBAGAI JAJANAN  
TRADISIONAL DAN OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BOJONEGORO  
(Studi Kasus : Ledre Super Moro Tresno Kecamatan Padangan Bojonegoro)**

Oleh :

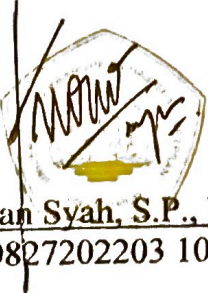
**DELLA AGFY DWI ANDRIYANI**  
NPM : 19024010048

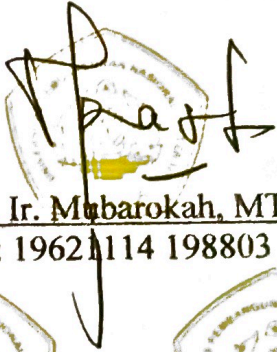
Telah Diterima pada  
Bulan Januari 2024

Telah Disetujui Oleh :

**Pembimbing Pendamping**

**Pembimbing Utama**

  
**Mirza Andrian Syah, S.P., M.P**  
NIP : 19960827202203 1012

  
**Dr. Ir. Mubarakah, MTP**  
NIP : 19621114 198803 2001

Mengetahui,

**Koordinator Program Studi Agribisnis**

  
**Dr. Ir. Nuziah Yulianti, M.P.**  
NIP : 19620712 199103 2001

**STRATEGI PEMASARAN LEDRE SUPER SEBAGAI JAJANAN  
TRADISIONAL DAN OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BOJONEGORO  
(Studi Kasus : Ledre Super Moro Tresno Kecamatan Padangan Bojonegoro)**

Oleh :

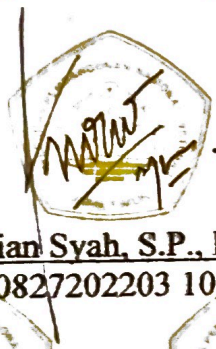
**DELLA AGFY DWI ANDRIYANI**  
NPM : 19024010048

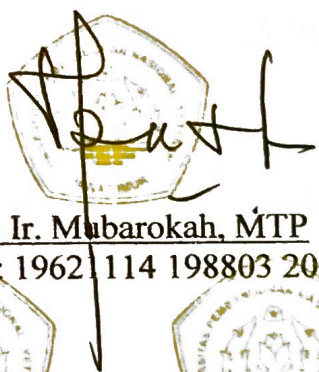
Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Hari Selasa Tanggal 02 Bulan Januari Tahun 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

  
**Mirza Andrian Syah, S.P., M.P**  
NIP : 19960827202203 1012

  
**Dr. Ir. Mubarakah, MTP**  
NIP : 19621114 198803 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi  
Agribisnis

  
**Dr. Ir. Wanti Mindari, MP**  
NIP : 19631208 199003 2001

  
**Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP**  
NIP : 19620712 199103 2001

## **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 : “STRATEGI PEMASARAN LEDRE SUPER SEBAGAI JAJANAN TRADISIONAL DAN OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BOJONEGORO (Studi Kasus : Ledre Super Moro Tresno Kecamatan Padangan Bojonegoro)” menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 02 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Della Agfy Dwi Andriyani  
NPM : 19024010048

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia serta hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik meskipun dalam penulisan atau penyampaian masih banyak memiliki kekurangan. Penyusunan Skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Ledre Super sebagai jajanan Tradisional dan Oleh-oleh khas Kabupaten Bojonegoro”** ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan. Skripsi ini merupakan kewajiban bagi setiap program studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam menyelesaikan program Sarjana.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan Skripsi ini masih adanya kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun serta sumbangan pemikiran yang konstruktif sangat penulis harapkan. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu **Dr. Ir. Mubarokah, MTP** selaku Dosen Pembimbing dan bapak **Mirza Andrian Syah, S.P., M.P** selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, masukan, saran dan waktunya untuk membantu Penulis dalam melakukan tahap-tahap Skripsi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam melakukan bimbingan terhadap penulis. Penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM Selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis S-1, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Kedua Orang Tua Penulis, Abdul Rokhim, Iswati serta adik tercinta Muhammad Husein Abdillah yang telah mendoakan dan memotivasi penulis.
6. Bapak Agus Ayub pemilik Usaha Ledre Super yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian Skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang mendukung dan membantu penulis Shinta Nur Fadilah, Sukma Kusuma Ambarwati, Erlin Ayu Krisnawati.
8. Seluruh Teman-teman Agribisnis B dan angkatan 2019 yang telah mendukung dan memberikan semangat.

Surabaya, 02 Januari 2024

Penulis

**STRATEGI PEMASARAN LEDRE SUPER SEBAGAI JAJANAN  
TRADISIONAL DAN OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN BOJONEGORO  
(Studi kasus : Ledre Super Moro Tresno Kecamatan Padangan Bojonegoro)**

**MARKETING STRATEGY OF SUPER LEDRE AS A TRADITIONAL SNACK  
AND SOUVENIR OF BOJONEGORO REGENCY  
(Case study: Ledre Super Moro Tresno in Padangan district, Bojonegoro)**

**Della Agfy Dwi Andriyani, Mubarokah, dan Mirza Ardian Syah**

**ABSTRAK**

Ledre Super merupakan salah satu merek dari jajanan tradisional khas Kabupaten Bojonegoro yang terletak di Kecamatan Padangan Bojonegoro. Seiring berjalannya waktu banyak usaha-usaha ledre baru yang bermunculan, dan di era modern saat ini banyak bermunculan juga jajanan modern yang mampu menggeser minat dan konsumsi masyarakat. Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran 7P, menganalisis faktor internal dan eksternal, serta menganalisis strategi yang tepat guna meningkatkan volume penjualan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah SOAR dan QSPM. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan matriks IE berdasarkan matriks IFE mendapatkan nilai sebesar 3,184, dan matriks EFE dengan nilai sebesar 3,301. Perumusan alternatif strategi yang dilakukan menggunakan matriks SOAR mendapatkan hasil bahwa terdapat strategi pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi horizontal, dan integrasi ke belakang, sedangkan strategi prioritasnya adalah strategi horizontal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Jajanan tradisional, Ledre

**ABSTRACT**

Ledre Super is one of the brands of traditional snacks typical of Bojonegoro Regency located in Padangan Bojonegoro District. Over time many new ledre businesses have sprung up, and in today's modern era many modern snacks have also sprung up which are able to shift public interest and consumption. The purpose was to determine the implementation of the 7P marketing mix, analyzed internal and external factors, and analyzed the right strategy to increase sales volume. The methods used in this research were SOAR and QSPM. The results of the research that has been done using the IE matrix based on the IFE matrix got a value of 3.184, and the EFE matrix with a value of 3.301. The formulation of alternative strategies carried out using the SOAR matrix found that there were market development strategies, market penetration, product development, horizontal integration, and backward integration, while the priority strategy is a horizontal strategy.

Keywords: Marketing Strategy, Traditional snacks, Ledre



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1Strategi Pemasaran.....	17
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.2.3 Jajanan Tradisional Ledre .....	23

2.2.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	25
2.2.5 Analisis SOAR.....	25
2.2.6 QSPM.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	29
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
3.2 Metode Penentuan Lokasi .....	31
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.5 Metode Analisis Data .....	36
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	45
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Ledre Super.....	50
4.2 Karakteristik Responden .....	52
4.2.1 Karakteristik Responden Utama .....	52
4.2.2 Karakteristik Responden Pendukung.....	54
4.3 Pelaksanaan Bauran Pemasaran Ledre Super .....	59
4.3.1 <i>Product</i> (Produk) .....	59
4.3.2 <i>Price</i> (Harga) .....	61
4.3.3 <i>Place</i> (Tempat).....	63
4.3.4 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	66

4.3.5 <i>People</i> (Orang).....	68
4.3.6 <i>Process</i> (Proses).....	69
4.3.7 <i>Physical Evidence</i> (Bukti fisik) .....	71
4.4 Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	73
4.4.1 Analisis Faktor Internal.....	73
4.4.1 Analisis Faktor Eksternal.....	85
4.4.2 Matriks IE (Internal-Eksternal).....	95
4.5 Analisis Matriks SOAR.....	98
4.6 Matriks QSPM.....	105
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	112
LAMPIRAN.....	116

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1. 1	Produksi Buah-buahan di Kabupaten Bojonegoro (Kw) .....	2
3. 1	Matriks IFE .....	39
3. 2	Matriks EFE .....	41
3. 3	Matriks SOAR.....	44
3. 4	Matriks QSPM .....	45
4. 1	Karakteristik Responden Utama .....	53
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	57
4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	58
4. 7	Jenis-Jenis Produk Ledre Super .....	60
4. 8	Harga Produk Ledre Super .....	62
4. 9	Teknik Pemasaran Ledre Super .....	67
4. 10	Hasil Matriks IFE ( <i>Internal Factors Evaluation</i> ) .....	82
4. 11	Hasil Matriks EFE ( <i>Eksternal Factors Evaluation</i> ).....	93
4. 12	Hasil Matriks SOAR .....	99
4. 13	Peringat Alternatif Strategi Matriks QSPM.....	106

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2. 1	Perkembangan analisis SOAR .....	26
2. 2	Transformasi SOAR.....	27
2. 3	Matriks QSPM .....	29
2. 4	Kerangka Pemikiran.....	30
3. 1	Matriks IE (Internal-Eksternal) .....	43
4. 1	Struktur Organisasi .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Kuesioner Wawancara .....	116
2	Kuesioner Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal .....	119
3	Dokumentasi Hasil Penelitian .....	124
4	Hasil Kuesioner Responden Utama Faktor Kekuatan.....	126
5	Hasil Kuesioner Responden Utama Faktor Aspirasi.....	126
6	Hasil Kuesioner Responden Utama Faktor Peluang .....	126
7	Hasil Kuesioner Responden Utama Faktor Hasil .....	126
8	Hasil Kuesioner Responden Pendukung Faktor Kekuatan .....	127
9	Hasil Kuesioner Responden Pendukung Faktor Apirasi .....	128
10	Hasil Kuesioner Responden Pendukung Faktor Peluang.....	129
11	Hasil Kuesioner Responden Pendukung Faktor Hasil .....	130
12	Hasil Kuesioner QSPM Kepada Pemilik Usaha .....	131