

**STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM TAYAMUM CRACKERS
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
KHOIRUL ROJAK
NPM : 17024010081

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

**STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM TAYAMUM CRACKERS
DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

KHOIRUL ROJAK
NPM: 17024010081

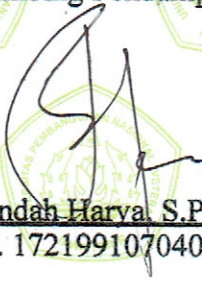
Telah diterima pada


Jumat, 28 Juni 2024

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping


Pembimbing Utama


Dr. Gyska Indah Harva, S.P., M.Agr.
NPT. 17219910704008


Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si.
NIDK. 8945660023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yudiati, M.P.
NIP. 196207121991032001

**STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM TAYAMUM CRACKERS
DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

KHOIRUL ROJAK
NPM: 17024010081

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

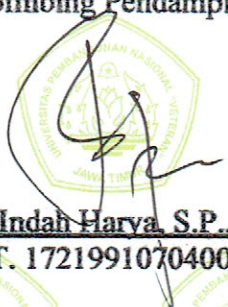
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

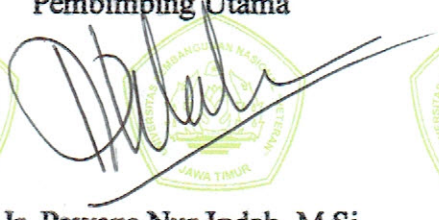
Pada Senin, 01 Juli 2024

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Dr. Gvaska Indah Harya, S.P., M.Agr.
NPT. 17219910704008



Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si.
NIDK. 8945660023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. If. Wanti Mindari, MP.
NIP. 196312081990032001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 196207121991032001

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 Pada UMKM Tayamum Crackers di Kota Surabaya, menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 01 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Khoirul Rojak
NPM 17024010081

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul skripsi ini adalah “**Strategi Pemasaran Pada UMKM Tayamum Crackers di Kota Surabaya**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Jawa Timur.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Sebagai bentuk rasa syukur penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Kepada Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Kepada Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kepada Ibu Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. sebagai Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Jawa Timur.
4. Kepada Ibu Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si. selaku Pembimbing Utama dan Ibu Dr. Gyska Indah Harya, S.P., M.Agr. selaku Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan

meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

5. Kepada Bapak dan sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Pemilik UMKM Tayamum Crackers yang telah membantu informasi penelitian skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Slamet dan Ibunda Rumiasih. Yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, perhatian, semangat, arahan dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Jawa Timur.
8. Teman-teman terdekat serta teman angkatan Agribisnis 2017 yang selalu memotivasi agar cepat menyelesaikan skripsi dan lulus bersama.
9. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, Juni 2024

Penulis

STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM TAYAMUM CRACKERS DI KOTA SURABAYA

MARKETING STRATEGY FOR TAYAMUM CRACKERS MSMEs IN THE CITY OF SURABAYA

Khoirul Rojak, Pawana Nur Indah, Gyska Indah Harya

ABSTRAK

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dengan banyak munculnya UMKM yang baru di masyarakat. Salah satunya adalah UMKM Tayamum Crackers. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik pelaku usaha dan pekerja, menganalisis faktor Internal & Eksternal dan rekomendasi strategi pemasaran. Metode penentuan sampel secara *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 6. Pengumpulan data primer dengan cara wawancara yang dibantu menggunakan kuesioner. Tujuan pertama dianalisis secara deskriptif kualitatif, tujuan kedua menggunakan analisis Matriks IFAS dan EFAS, dan tujuan ketiga menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Karakteristik pelaku usaha dan pekerja UMKM Tayamum Crackers bahwa usianya berada pada 30 – 49 tahun. Jenis kelamin didominasi oleh kaum perempuan. Tingkat pendidikan pelaku usaha yaitu S1, untuk pekerja yaitu SMA/SMK. Pengalaman usaha berada pada 8-27 tahun. 2) Tayamum Crackers memiliki kekuatan di sisi internal, dan pada analisis EFAS Tayamum Crackers memiliki peluang yang cukup dominan. 3) Rekomendasi strategi pemasaran yang di peroleh yaitu Strategi S-O.

Kata kunci: UMKM; Matriks IFAS EFAS; SWOT

ABSTRACT

Currently, the development of the business world is increasingly rapid. This can be seen from the emergence of many new MSMEs in society. One of them is Tayamum Crackers MSME. This research aims to identify the characteristics of business actors and workers, analyze Internal & External factors and recommend marketing strategies. The sample determination method was purposive sampling with a total of 6 respondents. Primary data was collected by means of interviews assisted by using a questionnaire. The first objective was analyzed descriptively qualitatively, the second objective used IFAS and EFAS Matrix analysis, and the third objective used SWOT analysis. The results of this research show that 1) The characteristics of Tayamum Crackers business actors and workers are that their age is between 30 - 49 years. Gender is dominated by women. The education level of business actors is S1, for workers it is SMA/SMK. Business experience ranges from 8-27 years. 2) Kerupuk Tayamum has internal strength, and in the EFAS analysis Kerupuk Tayamum has quite dominant opportunities. 3) The recommended marketing strategy that can be obtained is the S-O Strategy.

Keywords: MSMEs; IFAS EFAS Matrix; SWOT

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	9
1.3. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori.....	22
2.2.1. Definisi Kerupuk.....	22
2.2.2. Karakteristik Pelaku Usaha.....	22
2.2.3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	26
2.2.4. Strategi Pemasaran.....	28
2.2.5. Analisis SWOT	32
2.3. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
III. METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	41

3.3. Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	42
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1. Data Primer	43
3.4.2. Data Sekunder	45
3.5. Metode Analisis Data.....	45
3.5.1. Karakteristik Pelaku Usaha UMKM.....	48
3.5.2. Faktor Internal dan Eksternal Strategi Pemasaran	50
3.5.3. Strategi Pemasaran UMKM.....	52
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	56
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Keadaan Umum	59
4.1.1. Gambaran Umum UMKM Tayamum Crackers	59
4.1.2. Profil UMKM Tayamum Crackers	61
4.1.3. Tujuan UMKM Tayamum Crackers.....	63
4.1.4. Produk UMKM Tayamum Crackers.....	63
4.2. Karakteristik Pelaku Usaha dan Profil UMKM Kerupuk Tayamum Crackers	64
4.2.1. Umur Pelaku Usaha dan Pekerja Tayamum Crackers	64
4.2.2. Jenis Kelamin Pelaku Usaha dan Pekerja Tayamum Crackers	66
4.2.3. Tingkat Pendidikan Pelaku Usaha dan Pekerja Tayamum Crackers.....	67
4.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga Pelaku Usaha dan Pekerja Tayamum Crackers.....	67
4.2.5. Pengalaman Berusaha Pelaku Usaha dan Pekerja Tayamum Crackers.....	68
4.3. Faktor Internal dan Eksternal Strategi Pemasaran UMKM Tayamum Crackers	69

4.3.1. Strategi Pemasaran Yang Sudah Dilakukan UMKM Tayamum Crackers	69
4.3.2. Faktor Internal.....	78
4.3.3. Faktor Eksternal.....	82
4.4. Rekomendasi Strategi Pemasaran UMKM Tayamum Crackers Berdasarkan Analisis SWOT	86
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1. Simpulan	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	Digitalisasi UMKM.....	6
2.1.	Klasifikasi SWOT	35
2.2.	Matriks SWOT	39
3.1.	Matriks IFAS UMKM Tayamum Crackers	53
3.2.	Matriks EFAS UMKM Tayamum Crackers	54
4.1.	Distribusi Karakteristik Pelaku Usaha dan Tenaga Kerja.....	65
4.2.	Harga Produk Tayamum Cracker di Rumah Produksi.....	74
4.3.	Faktor Internal Tayamum Crackers	78
4.4.	Faktor Eksternal Tayamum Crackers.....	82
4.5.	Matriks IFAS Pemasaran Tayamum Crackers.....	87
4.6.	Matriks EFAS Pemasaran Tayamum Crackers.....	87
4.7.	Matriks SWOT dan Strategi Pemasaran Tayamum Crackers.....	90
4.8.	Strategi yang Sudah Dilakukan dan Rekomendasi Strategi.....	95

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1.	Persentase Penggunaan Internet K-UMKM di Jawa Timur.....	5
1.2.	Pendapatan UMKM Tayamum Crackers Tahun 2018 – 2023.....	8
2.1.	Kuadran Analisis SWOT	37
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	40
3.1.	Komponen Dalam Analisis Data (<i>Interactive Model</i>)	46
4.1.	Produk UMKM Tayamum Crackers.....	64
4.2.	Pekerja Perempuan Bertugas Melakukan Pengemasan Produk	66
4.3.	Macam-Macam Produk Tayamum Crackers	72
4.4.	Tempat Penyimpanan Etalase di Rumah Produksi	72
4.5.	Produk yang Siap di Distribusikan.....	73
4.6.	Macam-Macam Media Promosi Produk Tayamum Crackers.....	76
4.7.	Alur Saluran Pemasaran Tayamum Crackers	77
4.8.	Bekerja Sama dengan Rumah Makan Ayam Nelongso	77
4.9.	Bekerja Sama dengan Bebek Sinjay	78
4.10.	Foto Bersama Ibu Khofifah (Gubernur Jawa Timur) di Acara Pameran UMKM Grand City.....	84
4.11.	Acara Bazar di Balai Kota	85
4.12.	Diagram Hasil Analisis SWOT.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	104
2.	Kartu Bimbingan.....	106
3.	Data Informan “Strategi Pemasaran pada UMKM Tayamum Crackers di Kota Surabaya”	107
4.	Hasil Penilaian dengan Menggunakan Bobot dan Rating.....	108
5.	Dokumentasi Wawancara.....	109