

Strategi Pemasaran Produk Kerupuk Poli (Studi Kasus UD. Sulaiman Desa Gapura Barat Kec. Gapura Kab. Sumenep) Oleh : Rahwini Dibawah bimbingan Novi Diana Badrut Tamami SP.MP

ABSTRAK

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu daerah yang banyak memiliki usaha kecil menengah di bidang kuliner terutama makanan ringan. Salah satunya adalah Industri krupuk poli di Desa Gapura Barat yang merupakan sentra agroindustri krupuk poli dalam skala rumah tangga dan hanya terdapat sebuah industri yang telah memiliki ijin usaha yaitu UD. Sulaiman dan terbesar di Desa Gapura. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal, eksternal dan strategi pemasaran pada krupuk poli UD. Sulaiman di Desa Gapura Barat. Berdasarkan hasil analisis SWOT UD. Sulaiman berada pada posisi kuadran ke (II). Sehingga strategi yang disarankan adalah strategi ST, yaitu lebih menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Untuk meningkatkan penjualan UD. Sulaiman memiliki 3 model produk yaitu model segi empat, lonjong, segitiga dan warna yang dipakai yaitu putih, merah, serta kuning. Tempat produksi memiliki letak yang strategis, promosi yang dilakukan UD. Sulaiman yaitu masih rendah belum melakukan pemasaran secara efektif, pelanggan masih terbatas di area Madura.

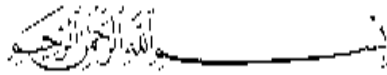
Kata kunci : Kerupuk Poli, UD. Sulaiman, Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

Sumenep is one of areas enterprising in the culinary field, especially snacks. One of them is the industry of Poli crackers in West Gapura Village as the center of household Poli crackers and UD.Sulaiman is the largestcrackers industry in the Gapura Village and the only one that had a business license. The aims of this research is to determine internal and external factors, also to know marketing strategies of Poli crackers UD.Sulaiman in the West Gapura Village. Based on the results of SWOT analysis, UD. Sulaiman is in the second (II) quadrant position. So the expected strategy is ST-strategy,that is, creates more strategies using the force for overcome the threat. To increase the selling of, UD. Sulaiman has three product models, that are, rectangular, oval, triangular whose colors are white, red, and yellow. The location of the production is strategic, the promotion used in UD. Sulaiman is still less effective marketing, customers are still limited in Madura.

Keywords: Poli Crackers, UD. Sulaiman, Marketing,Analysis SWOT

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puja dan puji serta syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga pelaksanaan dan penyusunan SKRIPSI yang berjudul “**Strategi Pemasaran Produk KerupukPoli (Studi kasus di Desa Gapura Barat,Kec Gapura Kab Sumenep)**” dapat terselesaikan dengan baik. SKRIPSI merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program Starata Satu (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan SKRIPSI ini banyak pihak yang membantu penulis sehingga SKRIPSI dapat terlaksana dengan baik. Penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi - tingginya kepada :

1. Allah SWT atas segala Rahmat, Hidayah dan Inayahnyakepadakeluargadanpenulis.
2. Ayah dan Ibu (Rahman dan Asbani) serta seluruh saudara ku (Faridatul Jannah, Mohammad Faisal Amin) yang selalu memberikan semangat, motivasi dan mendoa'kan kesuksesan serta keberhasilan kepada saya.
3. Bapak Slamet Widodo SP.,M.Sielaku Ketua Prodi dan dosen pembimbing kedua yang selalu memberikan motivasi serta nasehat terhadap saya.
4. Novi Diana Badrut Tamami SP.,MP selaku dosen pembimbing utama, terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan baik berupa masukan, nasehat serta motivasi kepada saya selama penyusunan SKRIPSI ini.
5. Aminah Happy MA, M.Si selaku anggota dosen penguji dan memberikan bahan materi dan masukan kami ucapkan banyak terimakasih.
6. Bellayang selalu setia untuk menemani, mendukung,menasehati dan membantu menyelesaikan SKRIPSI ini.
7. Teman–Teman Seluruh Anak kosToingterutama Mas Smile Mbah, Amin, Andy, Hudan, Muhlas, Wafidan Roky, Lukman, Punadin, dan A'ank, fandi,

awank yang senasib dan seperjuangan yang selalu memberikan semangat untuk meyesaikan SKRIPSI ini.

8. Temen – temen angkatan 2011 yang selalu memberikan semangat – setiap hari. *Muda – mudahan Cita – cita Mu tercapai Wahai Temen” Ku.*
9. Temen – temen di Jurla Anwar, Fausi, Izamdan Kepala Desa Ach Sanhaji S.Pd.I kami ucapkan banyak terimakasih atas bantuan selama penelitian dilapang.

Penulis menyadari bahwa SKRIPSI ini masih jauh dari kesempurnaan, Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif. Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bangkalan, 1 Juli 2015

Rahwini

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
BIODATA PENULIS	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat Penelitian.....	2
BAB IITINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1. Konsep Pemasaran	3
2.1.1. Konsep Produksi.....	3
2.1.2. Konsep Penjualan.....	3
2.1.3. Konsep Pemasaran	4
2.1.4. Konsep Pemasaran Sosial.....	4
2.2. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	5
2.2.1. Strategi Produk (<i>Product</i>).....	5
2.2.2. Strategi Harga (<i>Price</i>)	6
2.2.3. Strategi Distribusi (<i>place</i>).....	6
2.2.4. Strategi Promosi (<i>promotion</i>)	7
2.3. Volume Penjualan.....	7
2.4. Analisis SWOT	8
2.5. Penelitian Terdahulu.....	9
2.6. Kerangka Berpikir	11
BAB IIIMETODE PENELITIAN.....	12
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	12
3.2. Metode Pengumpulan Data	12
3.2.1. Penentuan Responden	12
3.2.2. Sumber Data.....	12
3.3. Metode Pengumpulan Data	12
3.4. Metode Analisis Data.....	13
3.4.1 Analisis SWOT.....	13
BAB IVGAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	18
4.1. Sejarah Singkat Usaha Krupuk Poli UD. Sulaiman	18
4.2. Struktur Organisasi.....	18

4.4. Aspek Teknis dan Produksi Krupuk Poli	19
4.5. Aspek Manajemen dan SDM	21
BAB VHASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
5.1. Analisis (SWOT) Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman	23
5.1.1. Kekuatan (<i>Strengths</i>)	23
5.1.2. Kelemahan (<i>weaknesess</i>).....	24
5.1.3. Peluang (<i>opportunities</i>).....	24
5.1.4. Ancaman (<i>threats</i>)	25
5.1.5 Matrik IFAS dan EFAS.....	25
5.2. Strategi Pemasaran Usaha Krupuk Poli.....	29
5.2.1. Strategi Produk (<i>Product</i>).....	29
5.2.2. Strategi Harga (<i>Price</i>)	30
5.2.3. Strategi Tempat (Place / Distribution).....	30
5.2.4. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>).....	31
BAB VIPENUTUP.....	34
6.1. Kesimpulan.....	34
6.2. Saran	34
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Bahan Baku per satu kali produksi krupuk poli.....	20
Tabel 4.2 Tingkat pendidikan pekerja Usaha UD. Sulaiman.....	22
Tabel 5.1 Hasil Matrik IFAS.....	25
Tabel 5.2 Hasil Matrik EFAS.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	11
Gambar 4.1 Struktur organisasi krupukpoli	19
Gambar 5.1 Matriks Posisi Usaha Krupuk poli.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	kuisioner, analisis SWOT untuk strategi pemasaran dari faktor internal dan eksternal padapemasaran produk kerupukpoli UD. Sulaiman.....	35
Lampiran 2	Data Hasil Observasi dan wawancara UD. Sulaiman.....	39
Lampiran 3	Dokumentasi Pengambilan data.....	40