

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UMKM GETHUK PISANG PEMUDA DUA DI KOTA KEDIRI

MOHAMAD YUS AL BAIHAQI



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



- 

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Formulasi Strategi Pemasaran UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua di Kota Kediri” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Mohamad Yus Al Baihaqi
H34170039

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

MOHAMAD YUS AL BAIHAQI. Formulasi Strategi Pemasaran UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua di Kota Kediri. Dibimbing oleh EVA YOLYNDA AVINY.

UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua adalah salah satu UMKM makanan tradisional yang menyediakan makanan khas Kota Kediri berupa gethuk pisang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran pada UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua dan memformulasikan strategi yang tepat untuk pemasaran pada UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah faktor strategis internal berupa kekuatan dan kelemahan meliputi mutu produk terjamin, lokasi strategis, penjualan sudah menggunakan *e-commerce*, harga terjangkau, target pasar jelas, tidak ada varian produk, media sosial belum optimal, dan belum tersedia pembayaran digital. Faktor strategis eksternal berupa peluang dan ancaman meliputi peningkatan permintaan pasar, perkembangan teknologi, akses modal yang mudah, munculnya pesaing, dan fokus pemerintah pada UMKM baru. Oleh karena itu, UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua harus segera menerapkan strategi untuk membantu pemasaran meliputi penggunaan teknologi untuk kemudahan transaksi dan media sosial, menerapkan pengawasan yang ketat dengan menambah divisi QC pada produk dan menjalin hubungan yang baik kepada semua *stakeholder*.

Kata kunci: Gethuk Pisang, Pemasaran, Strategi, UMKM

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRACT

MOHAMAD YUS AL BAIHAQI. Formulation of Marketing Strategy for MSME of Gethuk Pisang Pemuda Dua in Kediri City. Supervised by EVA YOLYNDA AVINY.

MSME of Gethuk Pisang Pemuda Dua is one of the traditional food MSMEs that provides typical Kediri City food in the form of gethuk pisang. This research aims to analyze the internal and external factors that influence marketing at Gethuk Pisang Pemuda Dua MSME and formulate appropriate strategies for marketing at Gethuk Pisang Pemuda Dua MSME. The research method used in this research are descriptive analysis method with a qualitative approach and strategy formulation using the SWOT matrix. The results of this research are internal strategic factors in the form of strengths and weaknesses including guaranteed product quality, strategic location, sales using e-commerce, affordable prices, clear target market, no product variants, social media not yet optimal, and digital payments not yet available. External strategic factors in the form of opportunities and threats include increasing market demand, technological developments, easy access to capital, the emergence of competitors, and the government's focus on new MSMEs. Therefore, Gethuk Pisang Pemuda Dua MSME must immediately implement strategies to help marketing including the use of technology for easy transactions and social media, implementing strict supervision by adding a QC division for products and establishing good relationships with all stakeholders.

Keywords: Banana Gethuk, Marketing, Strategy, MSMEs



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UMKM GETHUK PISANG PEMUDA DUA DI KOTA KEDIRI

MOHAMAD YUS AL BAIHAQI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Dr. Nia Rosiana, SP, M.Si
2. Maryono, SP, M.Si

Judul Skripsi : Formulasi Strategi Pemasaran UMKM Gethuk Pisang Pemuda
Dua di Kota Kediri
Nama : Mohamad Yus Al Baihaqi
NIM : H34170039

Disetujui oleh

Pembimbing:
Eva Yolynda Aviny, SP, MM



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:
Dr. Ir. Burhanuddin, MM
NIP: 19680215 199903 1 001





PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan kita jalan yang selalu diridhoi oleh Allah subhanaahu wa ta'ala dan semoga mendapatkan syafaat di akhirat kelak nanti.

Selesainya skripsi dengan judul “Formulasi Strategi Pemasaran UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua di Kota Kediri” tentunya tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Eva Yolynda Aviny, SP, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing, memberikan masukan, saran dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Rahmat Yanuar, SP, M.Si selaku dosen evaluator pada kegiatan kolokium, Dr. Anisa Dwi Utami, SE, M.Sc selaku dosen moderator pada kegiatan seminar hasil, Dr. Nia Rosiana, SP, M.Si selaku dosen penguji utama pada kegiatan sidang, dan Maryono, SP, M.Si selaku dosen penguji wakil ps pada kegiatan sidang, yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan staf Departemen Agribisnis yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan.
4. Pemilik UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua, Bapak Sunarto, yang telah bersedia untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu tercinta, Sunarso dan Yuli Purwati, dan adik tersayang yang selalu memberikan dukungan, mendoakan, menyemangati, dan memberikan kasih sayang kepada penulis.
6. Teman-teman Agribisnis, Tangguh Ranggiyuwana, Khoirul Bidayah, Muhammad Surya Fadhlurrohman, M. Rizqi Febriyantoro, Harira Nauli Siregar, Muhamad Perdana Kurniansyah dan Fitri Kamila yang telah menemani dan memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Mohamad Yus Al Baihaqi



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Permasalahan UMKM di Indonesia	7
2.2 Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran UMKM	7
2.3 Pendekatan dalam Merumuskan Strategi Pemasaran	9
III KERANGKA PEMIKIRAN	11
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	11
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	16
IV METODE PENELITIAN	19
4.1 Lokasi dan Waktu	19
4.2 Jenis dan Sumber Data	19
4.3 Metode Pengumpulan Data	19
4.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data	19
V HASIL DAN PEMBAHASAN	22
5.1 Gambaran Umum UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	22
5.2 Struktur Organisasi UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	23
5.3 Analisis Lingkungan Internal UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	23
5.4 Analisis Lingkungan Eksternal UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	29
5.5 Identifikasi Faktor Strategis Internal dan Eksternal	33
5.6 Formulasi Strategi	39
VI SIMPULAN DAN SARAN	43
6.1 Simpulan	43
6.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
RIWAYAT HIDUP	47



DAFTAR TABEL

1	Pengeluaran konsumsi rumah tangga (juta rupiah) Kota Kediri, Jawa Timur	31
2	Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kediri	32

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah industri makanan, minuman, dan tembakau Kabupaten Kediri	3
2	Jumlah kunjungan wisatawan nusantara di Kabupaten Kediri tahun 2019-2022	4
3	Data penjualan Gethuk Pisang Pemuda Dua	5
4	Kerangka pemikiran operasional UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	18
5	Matriks SWOT	21
6	Segmentasi pasar UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	24
7	Tampilan 1 Gethuk Pisang Pemuda Dua	26
8	Tampilan 2 Gethuk Pisang Pemuda Dua	26
9	Tampilan 3 Gethuk Pisang Pemuda Dua	27
10	Toko penjualan Gethuk Pisang Pemuda Dua	28
11	Piagam bintang keamanan pangan dari Badan POM RI untuk Gethuk Pisang Pemuda Dua	34
12	Lokasi toko Gethuk Pisang Pemuda Dua	34
13	Penjualan di <i>e-commerce</i>	35
14	Harga gethuk pisang pesaing pada platform Tokopedia	36
15	Matriks SWOT UMKM Gethuk Pisang Pemuda Dua	40