

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK “OTOK GORENG HLM”
DI MASA PANDEMI DI DESA WARU BARAT KABUPATEN
PAMEKASAN**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana pada Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian

Oleh:

**Yuke Nur Safira
718.3.1.0981**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIRARAJA
MADURA 2022**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK “OTOK GORENG HLM”
DI MASA PANDEMI DI DESA WARU BARAT KABUPATEN
PAMEKASAN**



Diajukan oleh:

Yuke Nur Safira

NPM. 718.3.1.0981

Telah disetujui untuk diujikan oleh :

Dosen Pembimbing Utama,

(Dody Tri Kurniawan, SP, MMA.)

Tanggal:

NIDN. 0719058301

Dosen Pembimbing Pendamping,

(Ribut Santosa, SP, MP)

Tanggal:

NIDN. 0710016802



Tanggal:

LEMBAR PENGESAHAN


Nama : Yuke Nur Safira
NPM : 718.3.1.0981
Prodi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Skripsi Berjudul : Strategi Pemasaran Produk “OTOK GORENG HLM” di Masa Pandemi di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada tanggal :

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dody Tri Kurniawan, SP., MAA
NIDN. 0719058301


Ribut Santosa, SP, MP
NIDN. 0710016802

Mengesahkan
Dekan,


Isdiantoni, SP., MP
NIDN. 0702127302

MAJELIS PENGUJI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa :

Nama : Yuke Nur Safira
NPM : 718.3.1.0981
Prodi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Telah melakukan perbaikan terhadap skripsi yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk "OTOK GORENG HLM" di Masa Pandemi di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan**" sebagai mana disarankan oleh majelis penguji pada tanggal :


Ketua,




Dody Tri Kurniawan, SP., MAA
NIDN. 0719058301

Anggota

Anggota



Ribut Santosa, SP, MP
NIDN. 0710016802



Ir. Fatmawati, MP
NIDN. 0712096802

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuke Nur Safira

NPM : 718.3.1.0981

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : “ *Strategi Pemasaran Produk Otok Goreng HLM di Masa Pandemi di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan* ”

“ adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Sumenep, 03 September 2022

Yang menyatakan,



Yuke Nur Safira

NPM : 718.3.1.0981

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademis Universitas Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuke Nur Safira

NPM : 718.3.1.0981

Fakultas : Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Pertanian Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ Strategi Pemasaran Produk “OTOK GORENG HLM” di Masa Pandemi di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan “

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Fakultas Pertanian berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep

Pada tanggal : 03 September 2022

Yang menyatakan,



Yuke Nur Safira

NPM : 718.3.1.0981

MOTTO

Ingatlah kehidupan kampus dengan terus mengasah, jangan habiskan waktumu untuk berkeluh kesah.

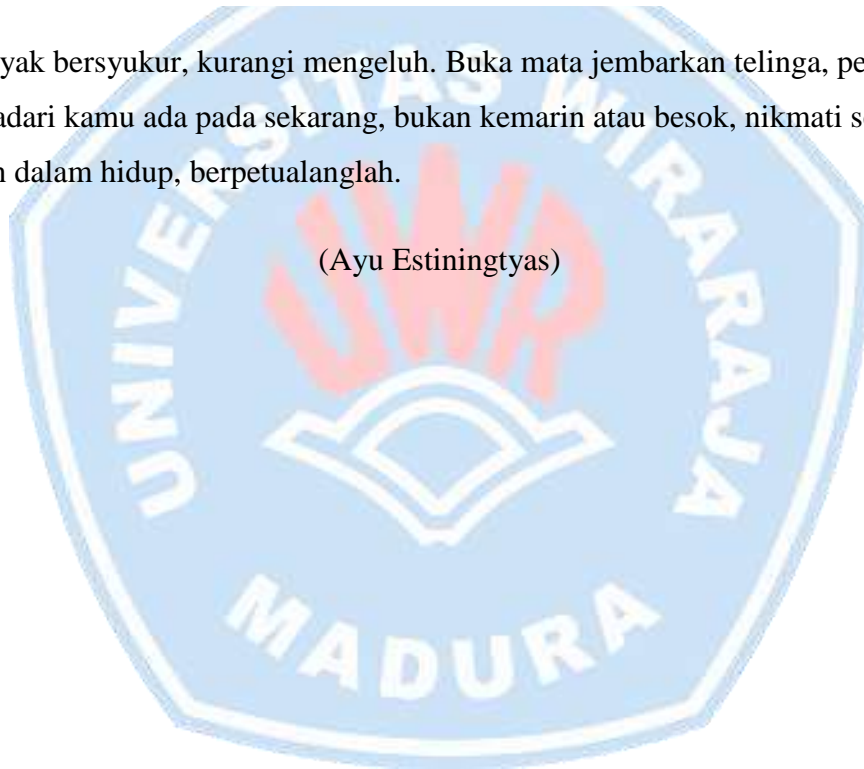
(Najwa Shihab)

Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu.

(Ali bin Abi Thalib)

Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.

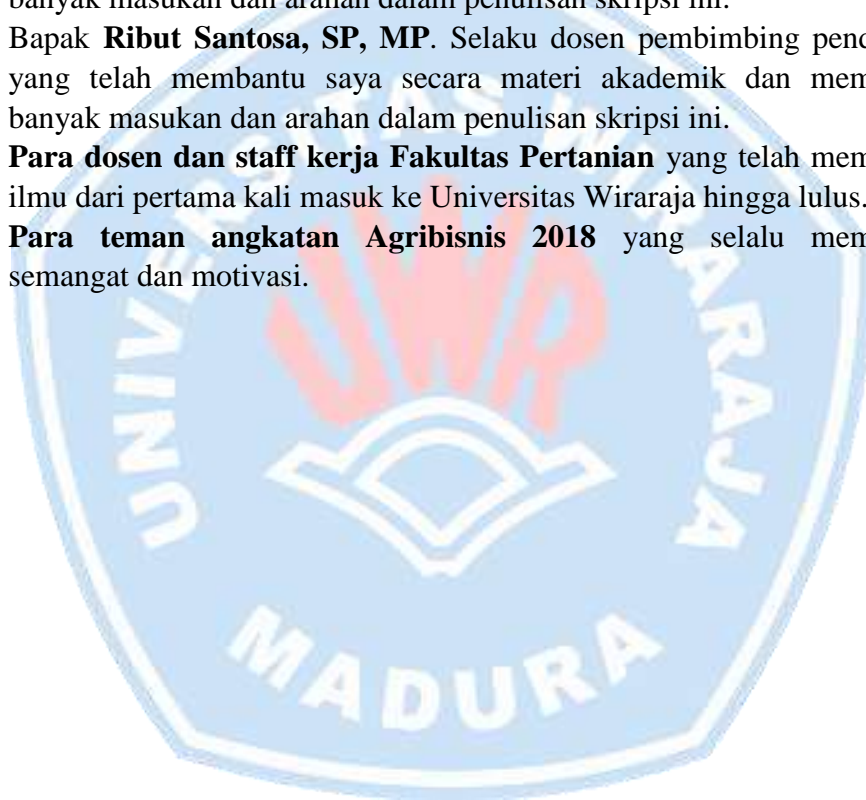
(Ayu Estiningtyas)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Untuk **diri saya** yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini dapat menyelesaikan perkuliahan.
2. Untuk **kedua orang tua** yang senantiasa memberikan doa dan limpahan kasih sayang yang tak ternilai dan adik saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
3. Bapak **Dody Tri Kurniawan, SP, MMA**. Selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu saya secara materi akademik dan memberikan banyak masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak **Ribut Santosa, SP, MP**. Selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu saya secara materi akademik dan memberikan banyak masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. **Para dosen dan staff kerja Fakultas Pertanian** yang telah memberikan ilmu dari pertama kali masuk ke Universitas Wiraraja hingga lulus.
6. **Para teman angkatan Agribisnis 2018** yang selalu memberikan semangat dan motivasi.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk “Otok Goreng Hlm” Di Masa Pandemi Di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja. Penyusunan karya tulis ilmiah ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sjaifurrachman, SH, CN, MH. Selaku Rektor Universitas Wiraraja Madura.
2. Bapak Isdiantoni, S.P., M.P. Selaku Dekan Fakultas Pertanian yang Memberikan izin dalam pelaksanaan penelitian.
3. Bapak Dody Tri Kurniawan, S.P., MMA. Selaku Ketua Program Studi Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja Madura yang telah menyetujui proposal penelitian yang diajukan peneliti.
4. Bapak Dody Tri Kurniawan, S.P., MMA dan Bapak Ribut Santosa, SP, MP. Selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi yang selalu membimbing peneliti sehingga berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Segenap dosen Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja Madura yang telah banyak memberikan bekal ilmu.
6. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung baik orang tua, Keluarga dan teman-teman dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semuanya dan semoga amal baik yang diberikan kepada penulis oleh beliau semuanya akan mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin.

Sumenep, 03 September 2023

Penulis

ABSTRACT

STRATEGI PEMASARAN PRODUK “OTOK GORENG HLM” DI MASA PANDEMI DI DESA WARU BARAT KABUPATEN PAMEKASAN

Oleh : Yuke Nur Safira

718310981

Covid -19 is an infectious disease caused by the SARS-CoV-2 virus. As a result of the Covid – 19 virus the Indonesia government made policies, including wearing masks and maintaining social distance, which caused Indonesians to work from home (WFH). Covid – 19 had an impact on the continuity of several MSMEs, one of which was the “Otok Goreng HLM” company in West Waru Village, Pamekasan Regency. Otok (cowpea) is a type of legume that is easy to grow, has a delicious taste and is rich in nutrients. The aim of this research is to find out what the appropriate marketing strategy is for the company “Otok Goreng HLM” during the Covid- 19 pandemic.

To overcome this problem, what can be done is to use 4P marketing mix method (Price, Product, Place, Promotion). And uses the AHP (analytical hierarchy process) method. The result of this research is that the system provides, a ranking for each alternative. From the calculation results, it was found that the greatest weight was on the price criterion (P2) at 0,40% and the alternative criteria based on global priorities, which is a combination of the criteria, was for the alternative of distributing products via social media at 0.023%.

Keywords : covid, otok (cowpea), marketing mix, AHP

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK “OTOK GORENG HLM” DI MASA PANDEMI DI DESA WARU BARAT KABUPATEN PAMEKASAN

Oleh : Yuke Nur Safira

718310981

Covid -19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Akibat virus covid - 19 pemerintah indonesia membuat kebijakan antara lain memakai masker dan menjaga jarak (social distancing) yang menyebabkan masyarakat indonesia menjadi Work From Home (WFH). Covid – 19 membawa dampak pada kelangsungan beberapa UMKM, salah satunya perusahaan “Otok Goreng HLM”. Otok (kacang tunggak) merupakan jenis kacang-kacangan yang mudah ditanam, memiliki rasa yang nikmat dan kaya zat gizi.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan “Otok Goreng HLM” di Masa Pandemi Covid-19. Untuk mengatasi permasalahan tersebut yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode bauran pemasaran 4p (Price, Product, Place, Promotion). Dan menggunakan metode AHP (Analytical Hierarchy Process). Hasil dari penelitian ini adalah sistem memberikan ranking pada tiap alternatif. Dari hasil perhitungan didapatkan bobot paling besar ada pada kriteria harga (P2) sebesar 0,40% dan kriteria alternatif berdasarkan prioritas global yang merupakan gabungan dari tiga kriteria ada pada alternatif menyebarkan produk melalui media sosial sebesar 0,023%.

Kata kunci : Covid, Otok (kacang tunggak), bauran pemasaran, AHP (*analytical Hierarchy Process*)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MAJELIS PENGUJI	iv
HALAMAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengertian Pandemi	10
2.2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.2.4 Pengertian AHP	16
2.3 Kerangka Pemikiran	17
BAB III. METODE PENELITIAN	19
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.2 Metode Penentuan Informan	19

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3.1 Data Primer	20
3.3.2 Data Sekunder	21
3.4 Metode Analisis Data.....	21
3.4.1 Bauran Pemasaran	21
3.4.2 Penerapan AHP (Analytical Hierarchy Process).....	25
3.5 Definisi Operasional	33
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.2 Karakteristik Responden.....	35
4.2.1 Jenis Kelamin.....	35
4.2.2 Usia	36
4.2.3 Pendidikan	37
4.3 Evaluasi dari Penerapan Bauran Pemasaran (marketing mix) pada Perusahaan “Otok Goreng HLM” di masa Pandemi Covid-19.....	37
4.3.1 Produk (product)	37
4.3.2 Harga (price)	39
4.3.3 Promosi (promotion).....	40
4.3.4 Tempat (place)	40
4.4 Perumusan Faktor, Aktor, Tujuan, dan Alternatif Strategi Pemasaran “Otok Goreng HLM”	41
4.5 Analisis Pemilihan Prioritas Strategi Pemasaran	43
BAB V. PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	49

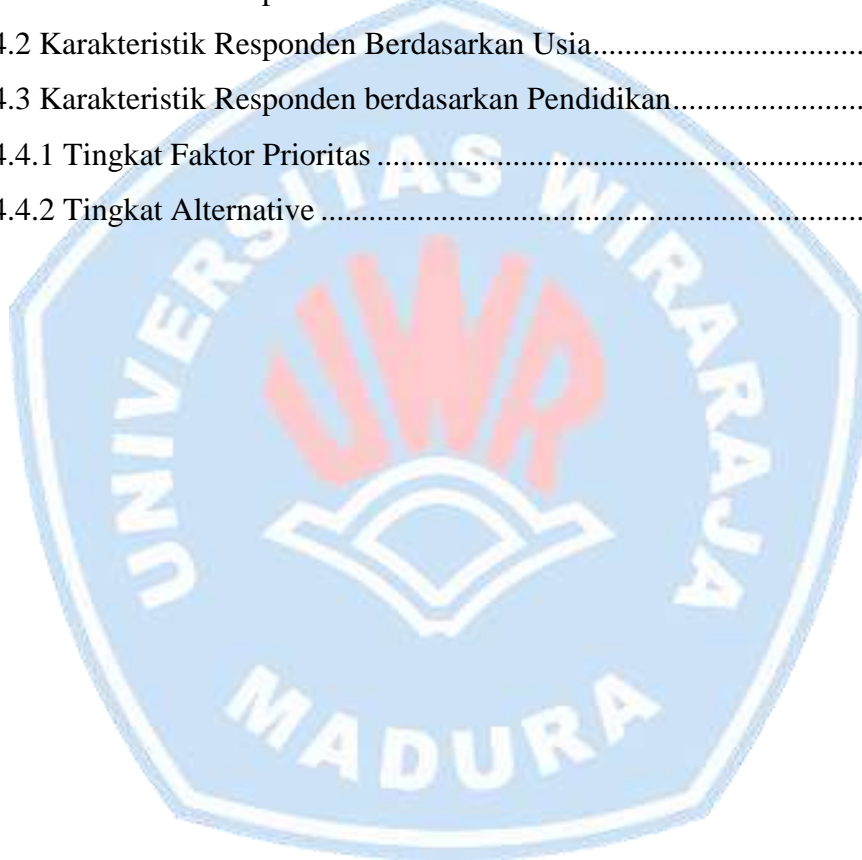
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 2.3 :	Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 3.1 :	Diagram Alur Analisis AHP	26
Gambar 3.2 :	Struktur Complete Hierarchy	27
Gambar 4.4:	Struktur Hierarki Prioritas.....	43



DAFTAR TABEL

Tabel	Uraian	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.3	Matriks Perbandingan Berpasangan.....	28
Tabel 3.4	Skala Nilai Prioritas Perbandingan Berpasangan	30
Tabel 3.5	Ratio Nilai Index Rata – Rata Konsisten	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	37
Tabel 4.4.1	Tingkat Faktor Prioritas	44
Tabel 4.4.2	Tingkat Alternative	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Uraian	Halaman
	1. Kuesioner Penelitian	54
	2. Petunjuk Pengisian Kuesioner.....	55
	3. Hasil Kuesioner.....	61
	4. Penyusunan Hierarki.....	54
	5. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Perbandingan dan Kriteria.....	54
	6. Menetapkan Bobot Prioritas Kriteria Dengan Menentukan Eigenvector .	54
	7. Mengukur Konsistensi Logis Dengan Menguji Consistency Index (CI) dan Consistency Ratio (CR)	54
	8. Matriks perbandingan berpasangan dan bobot prioritas antar alternative .	56

