

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI DESA RAMBAH UTAMA
KECAMATAN RAMBAH SAMO
(Studi Kasus UMKM MAHARANI SNACK)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

FITRI RAHMADENI
1726007

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
ROKAN HULU
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI DESA RAMBAH UTAMA
KECAMATAN RAMBAH SAMO
(Studi Kasus UMKM MAHARANI SNACK)**

SKRIPSI

Oleh:

FITRI RAHMADENI

NIM: 1726007

Telah Disetujui,

Pembimbing I



Rina Febrinova, SE., MMA
NIDN. 1002028102

Pembimbing II

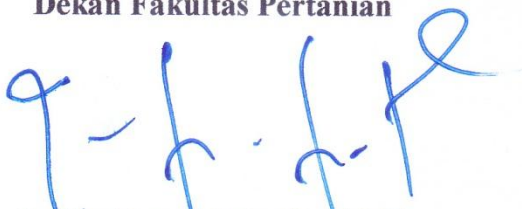


Ikhsan Gunawan, SP., MMA
NIDN. 1024097901

Pasir Pengaraian, Juli 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Lufita Nur Alfiah, SP., M.Si
NIDN. 1013038203

Ketua Program Studi Agribisnis



Sischa Febriani Y.A, S.Tr.P., M.App.Sc
NIDN. 1013029601

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI DESA RAMBAH UTAMA
KECAMATAN RAMBAH SAMO
(Studi Kasus UMKM MAHARANI SNACK)**

Yang disusun dan diajukan oleh :

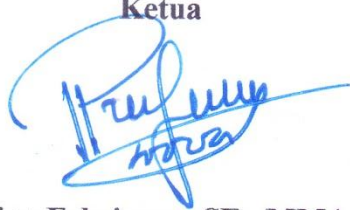
FITRI RAHMADENI

NIM. 1726007

**Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 23 Juli 2024
Dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

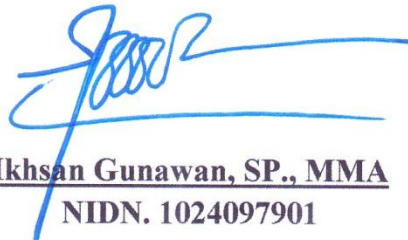
Susunan Dewan Penguji

Ketua



Rina Febrinova, SE., MMA
NIDN. 1002028102

Anggota I



Ikhsan Gunawan, SP., MMA
NIDN. 1024097901

Anggota II



Laily Fitriana, SP., M.Si
NIDN. 1017107501

Anggota III



Dr. Defidelwina, SP., M.Sc
NIDN. 1029098001

Anggota IV



Sischa Febriani Y.A, S.Tr.P., M.App.Sc
NIDN. 1013029601

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Rahmadeni
NIM : 1726007
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah
(UMKM) Di Desa Rambah Utama Kecamatan Rambah
Samo (Studi Kasus UMKM Maharani Snack)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya, gagasan rumusan dan penelitian saya sendiri serta arahan dari dosen pembimbing dan bukan hasil keseluruhan plagiat dari skripsi orang lain dan kutipan yang diambil untuk kelengkapan skripsi ini dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh melalui karya tulis ini.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pasir Pengaraian, Juli 2024
Pembuat Pernyataan



Fitri Rahmadeni
NIM. 1726007

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI DESA RAMBAH UTAMA
KECAMATAN RAMBAH SAMO
(Studi Kasus UMKM MAHARANI SNACK)**

**Fitri Rahma Deni¹⁾, Rina Febrinova, SE.MMA²⁾, Ikhsan Gunawan, SP. MMA²⁾
Mahasiswa¹⁾, Dosen Fakultas Pertanian²⁾, Universitas Pasir Pengaraian²⁾**

ABSTRAK

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor internal dan eksternal pada Maharani Snack dan mengetahui apa saja strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan survey dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian, total skor pada Matriks IFE adalah sebesar 3,21 dan pada Matriks EFE memiliki total skor 3,11. Pada Matriks IE Maharani Snack berada pada posisi I yaitu tumbuh dan bina yang memiliki peluang dan kekuatan. Strategi yang dapat digunakan adalah pengembangan pasar, pengembangan produk dan penetrasi pasar. Prioritas strategi yang dapat diterapkan berdasarkan analisis QSPM adalah Memenuhi permintaan pasar dengan cara menjual produk yang diinginkan oleh pasar yaitu dengan nilai TAS (*Total Attractive Score*) sebesar (6.71).

Kata Kunci : UMKM, SWOT

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES FOR MICRO SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (MSMEs) IN RAMBAH UTAMA VILLAGE TAMBAH SAMO
SUB-DISTRICT
(CASE STUDY OF MSMEs MAHARANI SNACK)**

*Fitri Rahma Deni¹⁾, Rina Febrinova, SE.MMA²⁾, Ikhsan Gunawan, SP. MMA²⁾
Student¹⁾, Lecturer at Faculty of Agriculture²⁾, Pasir Pengaraian University²⁾*

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are an important part of the economy of a country or region, including Indonesia. The development of the small and medium enterprise (MSME) sector provides its own meaning in efforts to increase economic growth and in efforts to reduce a country's poverty rate. This research was conducted with the aim of finding out what internal and external factors are in Maharani Snack and finding out what are the right strategies to increase product competitiveness. This research uses qualitative research methods with surveys and interviews. The data analysis technique used is SWOT analysis. The research results showed that the total score on the IFE Matrix was 3.21 and the EFE Matrix had a total score of 3.11. In the IE Matrix, Maharani Snack is in position I, namely growth and development that has opportunities and strengths. The strategies that can be used are market development, product development and market penetration. The priority strategy that can be implemented based on the QSPM analysis is to fulfill market demand by selling products desired by the market, namely with a TAS (Total Attractive Score) value of (6.71).

Keywords: SMEs, SWOT

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugrah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pada UKM Maharani Di Desa Rambah Utama Kecamatan Rambah Samo.

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa di antaranya adalah :

1. Bapak Dr. Hardianto.M.Pd Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Lufita Nur Alfiah, SP., M.Si Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Sischa Febriani Yamesa Away, S.Tr.P,M.App.Sc Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Rina Febrinova, SE.,MMA Selaku Pembimbing I yang selalu Sabar dan Setia Membimbing Dalam penyusunan Skripsi Penulis.
5. Bapak Ikhsan Gunawan, SP., M.MA Selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar.
6. Kedua orang tua serta keluarga dan seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan penulisan penelitian ini. Dan semua pihak yang membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan di masa yang akan datang dan semoga bermanfaat. Amin

Pasir Pengaraian, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	11
2.2.2. Strategi Pemasaran	13
2.2.3. Analisis SWOT	13
2.2.4. Faktor Lingkungan Internal	16
2.2.5. Faktor Lingkungan Eksternal	16
2.2.6. Matriks Internal Eksternal (IE Matriks)	16
2.2.7. Matriks SWOT	19
2.2.8. QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks)	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	23

3.3 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Teknik Analisis Data	26
3.6 Definisi Operasional	32
BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	34
4.1 Deskripsi Usaha	34
4.1.1. Sejarah Maharani Snack	34
4.1.2. Profil Usaha Maharani Snack	34
4.1.3. Logo Maharani Snack	35
4.1.4. Struktur Organisasi	35
4.1.5. Kegiatan Operasional	37
4.1.6. Data produksi dan penjualan Maharani Snack	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
5.1 Identitas Responden	39
5.2 Analisis Deskriptif	40
5.2.1 Faktor-Faktor Strategis Internal dan Eksternal Maharani Snack di Desa Rambah Utama	41
5.2.2. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal (IE)	50
5.2.3. Matriks SWOT	51
5.2.4. Prioritas strategi QSPM (<i>Quantitative Strategis Planning Matriks</i>)	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	59
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks SWOT	19
Tabel 2. 2 Matriks QSPM	21
Tabel 3. 1 Jumlah Responden	23
Tabel 3. 2 Tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	28
Tabel 3. 3 Tabel EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	29
Tabel 3. 4 Matriks analisis SWOT	31
Tabel 3. 5 Matriks QSPM	32
Tabel 4. 1 Data Produksi dan Penjualan Produk MAHARANI SNACK Desa Rambah Utama Tahun 2017 – 2019	37
Tabel 5. 1 Umur Responden Maharani Snack di Desa Rambah Utama Kecamatan Rambah Samo	39
Tabel 5. 2 Data Nama, pendidikan dan status pada Maharani Snack di Desa Rambah Utama	40
Tabel 5. 3 Penetapan Harga Produk Maharani Snack	43
Tabel 5. 4 Matriks IFE Maharani Snack di Desa Rambah Utama Kecamatan Rambah Samo	45
Tabel 5. 5 EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	49
Tabel 5. 6 Matriks Internal-Eksternal (IE) Maharani Snack di Desa Rambah Utama	51
Tabel 5. 7 Matriks SWOT pada Sampel Maharani Snack di Desa Rambah Utama	52
Tabel 5. 8 Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022	3
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT	15
Gambar 2. 2 Matriks Internal Eksternal	17
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Rambah Utama Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu (Studi Kasus MAHARANI SNACK).....	22
Gambar 4. 1 Logo MAHARANI SNACK	35
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi MAHARANI SNACK	35
Gambar 5. 1 Lokasi/ Tempat MAHARANI SNACK	44
Gambar 5. 2 Akun Media Sosial MAHARANI SNACK	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Pemilik MAHARANI SNACK

Lampiran 2. Kuisisioner Pengecer Produk MAHARANI SNACK

Lampiran 3. Penentuan Rating Faktor Strategis Internal dan Eksternal

Lampiran 4. Identitas Responden Pemilik dan Karyawan MAHARANI SNACK

Lampiran 5. Identitas Responden Pengecer MAHARANI SNACK

Lampiran 6. Identitas Responden Konsumen UMKM Maharani

Lampiran 7. Data UMKM di Rokan Hulu

Lampiran 8. Hasil Penilaian Rating Dari Responden