

**STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PASTA JAMBU BIJI  
DI AGROWISATA JAMBU BIJI MERAH  
DESA JATIREJO, KECAMATAN NGARGOYOSO,  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**Noel Timothy Siahaan**  
**H 0813125**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

*commit user*  
**2018**

**STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PASTA JAMBU BIJI  
DI AGROWISATA JAMBU BIJI MERAH  
DESA JATIREJO, KECAMATAN NGARGOYOSO, KABUPATEN  
KARANGANYAR**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

**Program Studi Agribisnis**

**Oleh**

**Noel Timothy Siahaan  
H0813125**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2018**

*commit to user*

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PASTA JAMBU BIJI  
DI AGROWISATA JAMBU BIJI MERAH  
DESA JATIREJO, KECAMATAN NGARGOYOSO, KABUPATEN  
KARANGANYAR**

**Yang diajukan dan disusun oleh :  
Noel Timothy Siahaan  
H0813125**

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal : 8 Juni 2018**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Tim Penguji  
Anggota I**

**Ketua**

**Anggota II**

**Setyowati S.P.,M.P  
NIP. 197103221996012001**

**Putriesti Mandasari S.P., M.Si.  
NIP. 198406082011012010**

**Mei Tri Sundari, S.P., M.Si  
NIP. 197805032005012002**

**Surakarta, Juni 2018  
Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas Pertanian  
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S  
NIP. 19560225 198601 1 001**

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak pernah lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

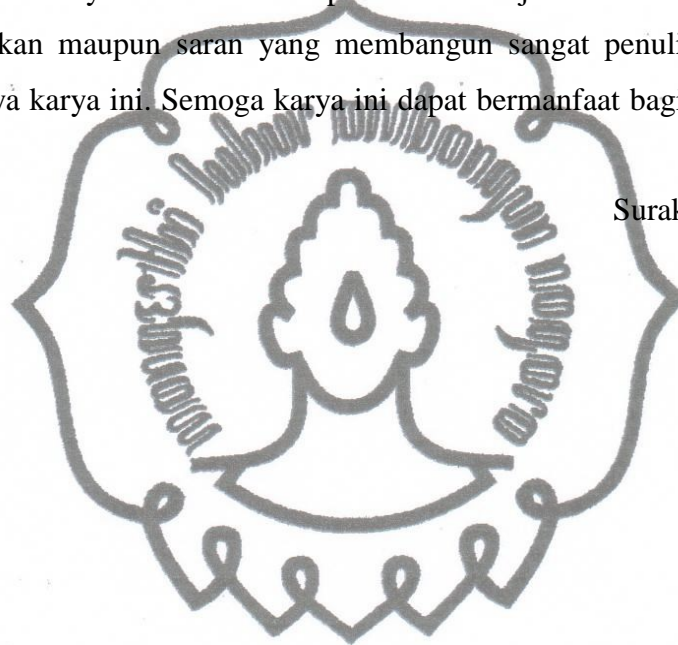
1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Timbul Siahaan, dan Ibu Dora Sinta Marpaung, yang merupakan kedua orang tua tercinta saya, Pemot, Lonet dan seluruh keluarga besar, terima kasih atas dukungan, doa, serta motivasinya selama ini.
3. Ibu Nuning Setyowati, S.P, M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Ibu Setyowati, S.P., M.P., selaku Pembimbing Utama sekaligus Penguji I yang telah memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Putriesti Mandasari, S.P., M.Si., selaku Pembimbing Pendamping, sekaligus Penguji II yang telah mendampingi dan memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Mei Tri Sundari, S.P., M.Si., selaku Penguji III yang bersedia menjadi penguji III pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staf dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.
9. Teman-teman agribisnis angkatan 2013 yang selalu mendukung saya dalam setiap proses yang saya lakukan.
10. Kakak-kakak dan adik-adik agribisnis angkatan 2012, 2014, dan 2015 yang telah banyak kebersamai dalam setiap proses yang saya lakukan.

11. Manusia-manusia KONSISI yang dibenci mas-mas depan kontrakan serta pak RT yaitu Zul, Alfa, Temin, Desto, Aswin, Sami, Sabil, Ipung, Kucing tetangga dan Gembul.
12. Pengurus Kamagrista periode 2016 yang telah membersamai perjuangan selama kepengurusan.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritikan maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Amin

Surakarta, Juni 2018

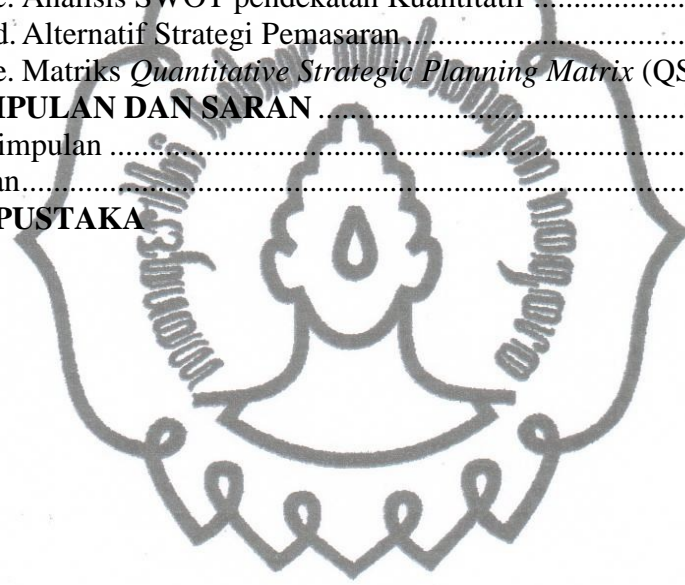
Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
RINGKASAN.....	x
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
<b>II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Pustaka.....	12
1. Strategi.....	12
2. Pemasaran.....	15
3. Strategi Pemasaran.....	17
4. Marketing Mix.....	19
5. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	21
6. Analisis SWOT Pendekatan Kuantitatif.....	22
7. Perumusan Alternatif Strategi (Matriks SWOT).....	24
8. Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	28
9. Jambu Biji Merah.....	31
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	32
D. Pembatasan Masalah.....	35
E. Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel.....	35
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Metode Dasar Penelitian.....	38
B. Metode Penentuan Lokasi.....	39
C. Metode Penentuan Key Informan.....	39
D. Jenis dan Sumber Data.....	40
1. Data Primer.....	40
2. Data Sekunder.....	40
E. Metode Pengumpulan Data.....	41
F. Metode Analisis Data.....	41
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	50
1. Lokasi Perusahaan.....	50
2. Profil Perusahaan.....	50
B. Hasil dan Pembahasan.....	54
1. Analisis Lingkungan Pemasaran Keripik Pasta Jambu Merah di Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo.....	54

a. Analisis Lingkungan Internal .....	54
b. Faktor Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran Keripik PastaJambu Biji pada Agrowisata Jambu Biji MerahDesaJatirejo .....	58
c. Analisis lingkungan eksternal .....	63
d. Faktor Peluang dan Ancaman Pemasaran keripik pasta jambu bijiAgrowisata Jambu Biji Merah .....	66
2. Strategi Pemasaran Keripik Pasta Jambu Biji pada Agrowisata Jambu Biji Merah .....	72
a. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	72
b. Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE) .....	73
c. Analisis SWOT pendekatan Kuantitatif .....	75
d. Alternatif Strategi Pemasaran .....	76
e. Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	78
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	81
C. Kesimpulan .....	81
D. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Produksi Tanaman Jambu Biji Merah Tahun 2010-2015 (ton).....	1
Tabel 2.	Konsumsi Buah Jambu Biji Per Kapita 2009 - 2013 .....	2
Tabel 3.	Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.	Daftar Informan Kunci Faktor Internal dan Eksternal.....	40
Tabel 5.	Matriks IFE .....	42
Tabel 6.	Matriks EFE.....	42
Tabel 7.	SWOT <i>Strategic Issues</i> .....	46
Tabel 8.	Matriks QSPM .....	48
Tabel 9.	Daftar Harga Produk Olahan di Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo .....	54
Tabel 10.	Analisis Faktor Internal pada pemasaran Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo.....	56
Tabel 11.	Analisis Faktor Eksternal pada pemasaran Agrowisata Jambu Biji Merah .....	65
Tabel 12.	Matriks IFE Pemasaran keripik pasta jambu biji di Agrowisata Jambu Biji Merah .....	70
Tabel 13.	Matriks EFE Pemasaran Keripik Pasta Jambu Biji di Agrowisata Jambu Biji Merah .....	72
Tabel 14.	Tabel SWOT .....	74
Tabel 15.	Matriks QSP Pemasaran Keripik pasta jambu biji pada Agrowisata Jambu Biji Merah .....	77



### DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Perumusan Posisi Strategi Perusahaan .....	23
Gambar 2.	Kerangka Teori Pendekatan Masalah .....	38
Gambar 3.	Matriks Kuadran SWOT .....	44
Gambar 4.	Struktur Organisasi Agrowisata Jambu Biji Merah .....	51



## RINGKASAN

Noel Timothy Siahaan, H0813125. **Strategi Pemasaran Keripik Pasta Jambu Biji Di Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar.** Dibawah bimbingan Setyowati S.P.,M.P dan Putriesti Mandasari S.P., M.Si.. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tanaman jambu biji merupakan tanaman yang mempunyai nilai ekonomi cukup tinggi serta memiliki khasiat dalam penyembuhan berbagai macam penyakit karena mengandung nilai gizi yang sangat bermanfaat bagi tubuh manusia. Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo menghasilkan kurang lebih sebanyak 30.000-35.000 ton Buah jambu biji pertahunnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa Agrowisata Jambu Biji Merah Jatirejo memiliki potensi sebagai penyedia jambu biji merah bagi masyarakat dan industri. Saat ini Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo memproduksi sebanyak 1.600 bungkus keripik pasta jambu biji per bulan dan hanya laku 70% dari jumlah produksi tersebut. Sehingga produk yang tidak terjual akan memengaruhi penjualan di bulan berikutnya. Kondisi ini umumnya disebabkan oleh faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yaitu produk, harga, distribusi, promosi, pesaing, konsumen, pemerintah, dan social budaya. Melihat dari permasalahan yang ada maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat supaya pemasaran keripik pasta jambu merah dapat terus berjalan dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pemasaran keripik pasta jambu biji di Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo, kemudian dilakukan perumusan strategi apa saja yang akan dilakukan yang nantinya akan diidentifikasi kembali strategi mana yang akan diprioritaskan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis dengan teknik pelaksanaan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis pendekatan kuantitatif SWOT, dan analisis QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan matriks IE dan analisis pendekatan kuantitatif SWOT menunjukkan perusahaan berada di posisi ST (Strength-Threats) antara lain memperluas pasar dengan menonjolkan keunikan serta khas yang dimiliki produk guna menarik minat konsumen, mempertahankan harga yang terjangkau guna merebut posisi pasar untuk perusahaan, dan meningkatkan kuantitas produksi dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku sehingga mampu memenuhi permintaan pasar. Prioritas strategi yang dapat dilakukan oleh Agrowisata Jambu Biji Merah Desa Jatirejo dalam memasarkan keripik pasta jambu biji adalah dengan Memperluas pasar dengan menonjolkan keunikan produk dengan total nilai daya tarik tertinggi. Perusahaan disarankan untuk membagi tugas tiap kelompok divisi produk olahan agar dalam produksinya perusahaan menjadi lebih maksimal, penambahan alat produksi agar mampu memenuhi permintaan pasar, memanfaatkan media-media yang tertarik untuk mempromosikan produk ke masyarakat dan memperluas jangkauan pasar untuk meningkatkan volume penjualan.

## SUMMARY

**Noel Timothy Siahaan.** H0813125. 2018. *“Marketing Strategy of Guava Paste Chips at Guava Agro-tourism in Jatirejo Village, Ngargoyoso sub-District, Karangnyar District”*. Under the guidance of Setyowati, S.P., M.P. and Putriesti Mandasari, S.P., M.Si. Faculty of Agriculture. SebelasMaret University, Surakarta.

Guava plants is a plant that has a high economic value and efficacy in healing various diseases because of its nutritional value is very beneficial to the human body. Jatirejo Guava Agro-tourism is able to produce more or less than 30.000-35.000 ton guavas every single year. This condition shows that Jatirejo Guava Agro-tourism has those potential to provide guava for the community and industry. Currently Jatirejo Guava Agro-tourism could be able to produce 1.600 packs Guava Paste Chips every single month and only sells 70% from the production. So the unsold products will affect sales in the next month. This thing's caused by internal and external factor in the company such as product, price, distribution, promotion, competitor, consumer, government, and socio-cultural. From the problem that we can see, the right marketing strategy is needed for the marketing of guava paste chips.

This study aims to identify the internal and external factors that affect guava paste chip's marketing in Jatirejo Guava Agro-tourism, then there is a formulation on marketing strategy that'll be listed and identified again so the strategy will be prioritized by the company. The basic method in this study is descriptive using primary and secondary data types. Technique of collecting data is done by interview. Method of analysis is Quantitative Matrix SWOT and QSPM.

The Result shows that alternative strategies obtained by IE matrix and Quantitative SWOT analysis indicating that the company is in ST (Strength-Threats) position which is expand the market by showing product uniqueness to attract consumers will, maintain the affordable price to seize their position in the market place, and increase the quantity of production by utilizing the availability of raw materials so the company can fulfill the market demand.

**HALAMAN PENGESAHAN**

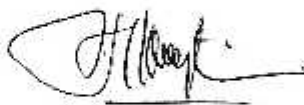
**STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PASTA JAMBU BIJI  
DI AGROWISATA JAMBU BIJI MERAH  
DESA JATIREJO, KECAMATAN NGARGOYOSO, KABUPATEN  
KARANGANYAR**

**Yang diajukan dan disusun oleh :  
Noel Timothy Siahaan  
H0813125**

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal : 8 Juni 2018**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Ketua**



**Setyowati S.P., M.P  
NIP. 197103221996012001**

**Susunan Tim Penguji  
Anggota I**



**Putriesti Mandasari S.P., M.Si.  
NIP. 198406082011012010**

**Anggota II**



**Mei Tri Sundari, S.P., M.Si  
NIP. 197805032005012002**

**Surakarta, Juni 2018  
Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas Pertanian**

**Dekan**



**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S  
NIP. 19560225 198601 1 001**