

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI UMKM KERUPUK AMPLANG

Oleh:

Rindia Augrelia Safira

C1021181063



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2023**

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI UMKM KERUPUK AMPLANG

Oleh :

**Rindia Augrelia Safira
NIM C1021181063**

**Skripsi Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Bidang Pertanian**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2023**

STRATEGI PROMOSI UMKM KERUPUK AMPLANG

Tanggung Jawab Yuridis Material Pada:

**Rindia Augrelia Safira
NIM C1021181063**

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus Ujian Skripsi Pada Tanggal: 12 Juni
2023, Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Nomor:
3886/UN22.3/TD.06/2023 Tanggal 29 Mei 2023**

Tim Penguji:

Pembimbing Pertama



**Dr. Nurliza, SP., MM
NIP. 1975072920021222001**

Pembimbing Kedua



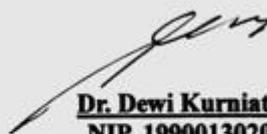
**Anita Suharyani, SP., MP
NIP. 199001302014042001**

Penguji Pertama



**Dr. Eva Dolorosa, MM., M.Sc
NIP. 196707151994032005**

Penguji Kedua



**Dr. Dewi Kurniati, SP., MM
NIP. 199001302015042001**

Disahkan Oleh:

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura**



**Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, M.P. IPU
NIP. 196805301989032001**

PERNYATAAN HASIL KARYA ILMIAH SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi “(STRATEGI PROMOSI UMKM KERUPUK AMPLANG)” , adalah karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan dan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pontianak, 24 Mei 2023

Penulis,

RINDIA AUGRELIA SAFIRA
NIM. C1021181063

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis **Rindia Augrelia Safira**, lahir di Kabupaten Ketapang, pada tanggal 28 Agustus 2000, merupakan anak kedua dari pasangan Ratjianto dan Eva Firnasari, beragama Islam. Menyelesaikan pendidikan pertama di Sekolah Dasar Negeri 04 Pak Nibung pada tahun 2012 dan kemudian melanjutkan menyelesaikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Muhammadiyah 2 Ketapang pada tahun 2015 dan menyelesaikan Sekolah Menengah Atas, SMA Swasta ST. Yohanes Ketapang dengan jurusan IPS pada tahun 2018. Pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi di Universitas Tanjungpura, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis melalui jalur Mandiri 1. Semasa perkuliahan penulis tergabung dalam organisasi kemahasiswaan, antara lain UKM Seni Sangserta Pertanian sebagai anggota Musik dan Vokal dan Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEP) sebagai pengurus di bidang Kewirausahaan periode 2020/2021.

RINGKASAN SKRIPSI

Promosi UMKM Kerupuk Amplang di Kabupaten Ketapang masih rendah dan cakupan pemasaran produk yang dijalankan masih terbatas. Karena rendahnya tingkat pengetahuan tentang teknologi, keterampilan dan minimnya pemahaman dalam manajemen secara profesional, pemasaran produk yang terbatas.

Tujuan penelitian untuk merumuskan strategi promosi UMKM Kerupuk Amplang dengan sampel yang digunakan sebanyak 34 Pemilik Kerupuk Amplang melalui metode kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* yang dianalisa melalui SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP).

Hasil Penelitian menunjukkan *Growth Oriented Strategy* meningkatkan kekuatan dan peluang yang menghasilkan meningkatkan jumlah promosi melalui media online lebih dari satu sosial media sebagai prioritas alternatif strategi. Membantu menjangkau peminat dalam membeli produk dan pemasaran yang lebih banyak dikenal dengan jangkauan pasar yang luas.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi UMKM Kerupuk Amplang”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan strata satu pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangkai perampungan penulisan proposal ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, M.P selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Dr. Maswadi, SP., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Dr. Nurliza, SP, MM selaku pembimbing 1 dan sebagai pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan serta saran kepada penulis.
5. Anita Suharyani, SP., MP selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan proposal ini.
6. Dr. Eva Dolorosa, MM., M.Sc selaku Dosen Penguji I dan Dr. Dewi Kurniati SP., MM selaku Dosen Penguji II.
7. Seluruh Dosen Prodi S1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Keluarga saya tercinta, khususnya Bapak Ratjianto, ST dan Ibu Eva Firnasari S.Pd serta Saudaraku tercinta Tamara Ulfa, S.Gz, Gilang Ramadhan dan Muhamad Irvanda yang telah memberikan dorongan motivasi dan doa untuk

penulis serta seluruh keluarga saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan semangat, doa, dan motivasi selama menyusun proposal ini.

9. Teman-teman Agribisnis 2018 yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
10. Semua pihak yang tidak mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan semangat dalam menyelesaikan proposal rencana penelitian ini.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan proposal rencana penelitian ini masih banyak kekurangan, mengingat kemampuan dan keterbatasan yang penulis miliki. Demi perbaikan kedepannya penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga diharapkan dalam penulisan-penulisan selanjutnya dapat diperoleh hasil yang lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap semoga proposal rencana penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Pontianak, Juni 2023

Rindia Augrelia Safira
C1021181063

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
RINGKASAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	5
2.1.2 Pemasaran	6
2.1.3. Promosi	7
2.1.4 Strategi	9
2.1.5 Diamond Porter.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1 Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	14
3.2 Populasi dan Sampel	14
3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	15
3.4 Variabel Penelitian	17
3.5 Analisis Data	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	22
4.2 Karakteristik Pemilik dan UMKM Kerupuk Amplang	22
4.3 Analisis Lingkungan Faktor Internal dan Faktor Eksternal	25
4.3.1 Identifikasi Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats.....	25
4.3.2 Matriks SWOT.....	29

4.4 Pemilihan Kebijakan Prioritas Alternatif Strategi.....	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. Jenis dan Sumber Data	16
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	17
Tabel 4. Penilaian Bobot dan Rating.....	19
Tabel 5. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	25
Tabel 6. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	27
Tabel 7. Matriks SWOT	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2. Diagram AHP-SWOT	21
Gambar 3. Karakteristik Pemilik dan UMKM Kerupuk Amplang	23
Gambar 4. Diagram Perbandingan Perizinan Administrasi	27
Gambar 5. Diagram SWOT.....	29
Gambar 6. Struktur Hierarki SWOT-AHP.....	31
Gambar 7. Hasil Grafik Goal Startegi Promosi	32
Gambar 8. Hasil Grafik Output Synthesis.....	33
Gambar 9. Perbandingan Penggunaan Media Sosial	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner SWOT dan AHP.....	45
Lampiran 2. Daftar Responden Penelitian	59
Lampiran 3. Tabulasi Kuisisioner Responden.....	61
Lampiran 4. Tabulasi Kuisisioner AHP.....	62
Lampiran 5. Output Olahan AHP.....	65
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	66
Lampiran 7. Dokumentasi Lapangan	71

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional (Budiman & Herkulana, 2021). Berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan (Suci, 2017). Terdapat 62,92 juta unit UMKM pada tahun 2017, 64,49 unit usaha pada tahun 2018, dan 65,47 unit pada tahun 2019 (BPS, 2019). UMKM terbukti telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,34% menempatkan sektor usaha ini pantas disebut sebagai pilar membangun ekonomi bangsa (Gunartin, 2017).

Salah satu UMKM yang berkembang pesat dan memberikan kontribusi besar terhadap Pendapatan Daerah Regional Bruto (PDRB) adalah UMKM yang bergerak di bidang pangan (Zulkarnaen, 2012). UMKM tersebut adalah UMKM yang bergerak dibidang pengolahan dan pendistribusian makanan ringan (Harsanto & Hidayat, 2017). Kerupuk Amplang salah satu makanan ringan khas Kalimantan yang terbuat dari ikan (Jubaidah & Milarisa, 2022). Bahan utama dalam pembuatan kerupuk amplang adalah daging ikan tenggiri, tepung tapioka, dan bahan tambahan seperti telur ayam, garam, gula, penyedap rasa dan soda (Rahman et al., 2014).

Amplang salah satu pangan yang berbahan dasar ikan yang pembuatannya cukup banyak di geluti masyarakat (H. Sari & Hafid, 2019). Berkontribusi terhadap sistem ekonomi, produksi, distribusi dan konsumsi pada pendapatan daerah masyarakat yang memproduksinya sebagai produk andalan khas daerah setempat (Natsir, 2009). UMKM kerupuk amplang merupakan usaha industri rumahan yang sudah berkembang sejak tahun 1970-an dan diwarisi secara turun-temurun oleh keluarga dan mampu bertahan dari gempuran krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1997 (Fransina, 2019). Kerupuk amplang memiliki potensi bahan baku ikan tenggiri yang mencapai 5000 ton/tahun untuk pembuatan kerupuk amplang (Agustina Fakhrida, Emmy Sri Mahreda, 2016). Ikan tenggiri tidak bersifat musiman, yang artinya tersedia di sepanjang tahun. Sehingga produk kerupuk amplang berpotensi

untuk dijadikan sebagai salah satu produk unggulan sebagai UMKM penghasil kerupuk amplang yang memproduksi 30kg/hari kerupuk amplang (Retno Damayanti, Sandra, 2020).

Namun, UMKM kerupuk amplang masih memiliki permasalahan promosi jangkauan pasar yang kurang luas. Sehingga produksi kerupuk amplang masih belum mendapatkan hasil yang maksimal (Natsir, 2009). UMKM saat ini masih menghadapi permasalahan seperti permodalan, pemasaran, bahan baku, informasi, teknologi, organisasi dan manajemen (Siagian et al., 2019). Hal inilah yang menyebabkan perkembangan UMKM ialah terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi untuk melakukan promosi. Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana sehingga sulit untuk bersaing secara kualitas dan kuantitas (Effendy & Sunarsi, 2020). Sehingga strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat, kualitas pelayanan kurang optimal dan strategi promosi yang kurang menarik (Maria Sendi & Vuspitasari, 2021).

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kerupuk amplang di atas dilatarbelakangi oleh salah satu rendahnya strategi promosi dan cakupan pemasaran produk yang dijalankan oleh pelaku usaha masih terbatas. Hal ini mengakibatkan produk UMKM Kerupuk Amplang belum dikenal oleh masyarakat secara luas sehingga belum mampu bersaing dengan produk kerupuk amplang maupun kerupuk ikan lainnya (Martanti et al., 2022). Strategi unsur-unsur 4P pada UMKM Kerupuk Amplang yang seharusnya ada masih belum terlalu diterapkan karena faktor kurangnya mesin produksi, pemberian paten merk, dan promosi keluar kota yang masih belum terlaksana (Maharani, 2011).

Namun, kelemahan dalam melakukan promosi pemilik UMKM yaitu rendahnya tingkat pengetahuan, keterampilan, dan minimnya pemahaman dalam manajemen secara profesional, terbatasnya pengetahuan pengusaha tentang teknologi, pemasaran produk masih terbatas (Sulinda, Nurliza, 2016; Tahirs et al., 2020). Kemasan yang digunakan kurang menarik, belum memiliki standar pengolahan produk yang menyebabkan ketidakkonsistenan kualitas produk, dan tidak adanya promosi menggunakan media sosial (Amalia et al., 2019). Akibatnya, peran pemerintah sebagai wadah promosi menjadi kurang aktif sehingga banyak UMKM yang dilibatkan dalam Expo (Fauzi, 2018).

Kendala yang dihadapi UMKM Amplang dalam melakukan promosi dari segi modal dan pengetahuan tentang pemasaran yang masih kurang. Penyebabnya dikatakan belum siap menerapkan pemasaran online dan melayani konsumen dengan jangkauan luas (Rokhmah & Yahya, 2020). Oleh sebab itu, tidak dipungkiri jika pelaku UMKM juga memiliki kendala dalam promosi melalui media sosial karena kemampuan mereka dalam promosi melalui media sosial masih terbilang kurang (LPPKM, 2021).

UMKM memerlukan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan kapasitas penjualan dan membangun branding di benak masyarakat (Mulyana, 2019). Promosi produk yang kurang menarik membuat kurang dapat bersaing dengan pihak lain, apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan dihadapi UMKM (Elfianti, 2022). Strategi yang tepat mengatasi permasalahan promosi UMKM yaitu dengan adanya label halal dan P-IRT (Lasander, 2013). Menambahkan strategi promosi untuk memanfaatkan peluang yaitu dengan mempertahankan hubungan baik dengan distributor, memperluas area penjualan, serta adanya dukungan dari pemerintah baik melalui promosi berbentuk baliho, maupun mengikuti pameran agar dikenal masyarakat luas (Amalia et al., 2019).

Oleh sebab itu, tujuan penulis mengangkat masalah berkaitan dengan merumuskan strategi *promotion* UMKM Kerupuk Amplang menggunakan teori *promotion mix* (Kotler & Keller, 2016) dan *Diamond Porter* sebagai dasar pengambilan sub kriteria dari SWOT dan dianalisis menggunakan AHP, guna memberikan kontribusi berupa strategi *promosi* untuk menstimulus pemulihan usaha, dan pentingnya promosi maupun pemasaran produk untuk restrukturisasi usaha kecil yang tengah mengalami naik turun pendapatan dan penjualan. Sehingga menghasilkan strategi promosi yang bertujuan untuk meningkatkan penghasilan dan penjualan produk UMKM Kerupuk Amplang yang berada di Kabupaten Ketapang, menambah pemasukan daerah, serta pemasaran produk Kerupuk Amplang memiliki jangkauan pasar yang luas.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana strategi *promosi* pemasaran yang dapat diterapkan kepada UMKM Kerupuk Amplang di Kabupaten Ketapang?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi *promosi* menggunakan bauran promosi kepada UMKM Kerupuk Amplang di Kabupaten Ketapang.