

**STRATEGI PEMASARAN KECAMBAH KACANG HIJAU
(*Vigna radiata*) DI DESA HULAAN KECAMATAN MENGANTI
KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI



Oleh :

Meyrisca Herdiana Putri
20220014

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2024**

**STRATEGI PEMASARAN KECAMBAH KACANG HIJAU
(*Vigna radiata*) DI DESA HULAAN KECAMATAN MENGANTI
KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Agribisnis Pada Fakultas Pertanian
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**

Oleh :

**Meyrisca Herdiana Putri
20220014**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN KECAMBAH KACANG HIJAU (*Vigna radiata*) DI DESA HULAAAN KECAMATAN MENGANTI KABUPATEN GRESIK

NAMA : MEYRISCA HERDIANA PUTRI

NPM : 20220014


PROGRAM : AGRIBISNIS
STUDI

Menyetujui,
Pembimbing,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Ir. Erna Harvanti, M.MA.
NIP. 19590720 198703 2 001



Dr. Yennyka Leilasariyanti, S.Farm., M.Agr.Apt.
NIK : 22862-ET

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, MSi
NIK : 19620403 198811 2 001


Ristani Widya Inti, SP., M. Agr
NIK : 21850-ET

LEMBAR DIREVISI
Tanggal : 15 Januari 2024

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN
KECAMBAH KACANG HIJAU (*Vigna radiata*) DI DESA HULAN
KECAMATAN MENGANTI
KABUPATEN GRESIK

NAMA : MEYRISCA HERDIANA PUTRI

NPM : 20220014

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS


TELAH DIPERTAHANKAN : 03 Januari 2024

Menyetujui
Dewan Penguji,

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II


Ir. Erna Haryanti, M.M.A.
NIP. 19590720 198703 2 001



Dr. Yennyka Leilasari, S.Farm., M.Agr.Apt.
NIK : 22862-ET

Mengetahui,

Dosen Penguji III

Dosen Penguji IV


Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, MSi
NIK : 19620403 198811 2 001


Ir. Endang Siswati, M.M.
NIK : 03380-ET

KATA PENGANTAR

Penulis ingin mengungkapkan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya yang memungkinkan penulis untuk menuntaskan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Kecambah Kacang Hijau (*Vigna radiata*) di Desa Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik”. Skripsi ini dihasilkan sebagai salah satu prasyarat dalam menuntaskan pendidikan di program studi Agribisnis. Dalam perjalanan penulisan proposal tugas akhir ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Orang tua saya yang telah memberi dorongan moral dan dukungan tanpa henti selama proses penulisan proposal tugas akhir ini.
3. Ibu Ir. Erna Haryanti, M.MA, yang bertindak sebagai dosen pembimbing I saya. Beliau telah memberikan arahan yang berharga, masukan yang konstruktif, dan motivasi yang kuat dalam membimbing saya hingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
4. Ibu Dr. Yennyka Leilasariyanti, S.Farm.,M.Agr.Apt., yang bertindak sebagai dosen pembimbing II saya, telah memberikan banyak petunjuk, saran, dan dorongan yang memotivasi saya dalam menuntaskan laporan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
5. Ibu Ristani Widya Inti, SP., M.Agr, yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

6. Ibu Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si, yang memegang jabatan sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Bapak Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, M.S.CRA., yang berperan sebagai dosen wali saya, telah memberikan petunjuk dan dorongan yang berarti sejak saya mulai perkuliahan hingga saat ini.
8. Teman-teman seangkatan saya, khususnya Angkatan 2020, yang telah memberikan dukungan moral serta pengalaman belajar yang sangat berharga.

Saya menyadari bahwa skripsi saya masih memiliki banyak ruang untuk peningkatan, oleh karena itu saya dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Di akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa lain dan para pembaca, serta berkontribusi dalam peningkatan ilmu pengetahuan. Saya ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada semua yang telah berkontribusi dalam proses penulisan laporan tugas akhir ini.

Surabaya, 15 Januari 2024



Penulis

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meyrisca Herdiana Putri

NPM : 20220014

Alamat : Jl Raya Darkun Rt 06/Rw 03 Menganti Gresik

No. Telp/HP : 081331944303

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Kecambah Kacang Hijau (*vigna radiata*) di
Desa Hulaan Kecamatan Menganti Gresik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan, maupun analisis yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, saya siap menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang elah di peroleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 15 Januari 2024



Meyrisca Herdiana Putri

Strategi Pemasaran Kecambah Kacang Hijau (*Vigna radiata*) di Desa Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Pembimbing 1 Ir. Erna Haryanti, M.MA. Pembimbing 2 Dr. Yennyka Leilasariyanti, M.Agr.

ABSTRAK

Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Kecambah Kacang Hijau di Desa Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik bertujuan untuk 1. Menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pemasaran kecambah kacang hijau. 2. Menganalisis strategi pemasaran kecambah kacang hijau yang dilaksanakan di Desa Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik yang ditentukan secara purposif dengan pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan sentra produksi kecambah terbanyak di Kecamatan Menganti. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha kecambah sebanyak 5 orang, kepala desa, dan konsumen yang ditentukan secara sengaja. Untuk membuktikan tujuan penelitian maka data primer dan sekunder yang dianalisa dengan Analisis SWOT dan diolah dengan menggunakan aplikasi microsoft Excel. Dari penelitian ini dapat disimpulkan hasil analisis faktor internal kecambah kacang hijau menunjukkan 11 kekuatan, yaitu lama pengalaman berusaha, produk unggulan Desa Hulaan, dan dukungan pemerintah. Namun, ada juga 5 kelemahan, termasuk penguasaan teknologi pemasaran yang rendah dan ketergantungan pada suplai kacang hijau dari luar. Faktor eksternal melibatkan 6 peluang, seperti meningkatnya permintaan dan lokasi strategis, serta 4 ancaman, seperti kemarau panjang dan persaingan produk makanan modern. Hasil analisis SWOT menunjukkan strategi pemasaran kecambah kacang hijau di Desa Hulaan menggunakan strategi S-O. Dengan memanfaatkan produk unggulan dan dukungan pemerintah, pemasaran berada di kuadran 1 (1,33 ; 0,74), menandakan posisi kuat dan berpotensi dikembangkan. Dengan strategi pemasaran yang agresif, pengusaha kecambah dapat memanfaatkan keunggulan mereka untuk meningkatkan kecambah kacang hijau ini lebih lanjut.

Kata Kunci: Agribisnis, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

Marketing Strategy for Green Bean Sprouts (*Vigna radiata*) in Hulaan Village, Menganti District, Gresik Regency. First supervisor Ir. Erna Haryanti, M.MA. Second supervisor Dr. Yennyka Leilasariyanti, M.Agr.

ABSTRACT

The research entitled Marketing Strategy for Green Bean Sprouts in an effort to increase sales value in Hulaan Village, Menganti District, Gresik Regency aims to 1. Analyze internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in marketing green bean sprouts. 2. Analyze the marketing strategy for green bean sprouts implemented in Hulaan Village, Menganti District, Gresik Regency, which was determined purposively with the consideration that this village is the largest sprout production center in Menganti District. The respondents in this research were 5 sprout entrepreneurs, village heads, and consumers who were determined deliberately. To prove the research objectives, primary and secondary data were analyzed using SWOT analysis and processed using the Microsoft Excel application. From this research, it can be concluded that the results of the internal factor analysis of green bean sprouts show 11 strengths, such as length of business experience, superior products from Hulaan Village, and government support. However, there are also 5 weaknesses, including low mastery of marketing technology and dependence on external supplies of green beans. External factors involve 6 opportunities, such as increasing demand and strategic location, as well as 4 threats, such as long droughts and competition for modern food products. The results of the SWOT analysis show that the marketing strategy for green bean sprouts in Hulaan Village uses the S-O strategy. By utilizing superior products and government support, marketing is in quadrant 1 (1.33 ; 0.74), indicating a strong position and potential for development. With an aggressive marketing strategy, sprout entrepreneurs can leverage their advantages to improve these green bean sprouts further.

Keywords : Agribusiness, Marketing Strategy, SWOT Analysis

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR DIREVISI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Klasifikasi dan Morfologi Kacang Hijau.....	4
2.1.2 Syarat Tumbuh Kacang Hijau.....	5
2.2 Teori Usaha	5
2.3 Konsep Strategi.....	6
2.4 Konsep Strategi Pemasaran.....	7
2.5 Teori Pemasaran.....	7
2.6 Teori Manajemen Pemasaran.....	7
2.7 Teori Bauran Pemasaran	8
2.8 Analisis SWOT	10
2.8.1 Lingkungan Internal dan Eksternal Analisis SWOT	12
2.8.2 Matriks IFAS dan EFAS	13
2.8.3 Matriks SWOT.....	15
2.9 Focus Group Discussion	18
2.10 Penelitian Terdahulu	19
2.11 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	32
3.2 Penentuan Responden.....	32

3.3	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4	Analisis Data.....	37
3.5	Metode Analisis SWOT	38
3.6	Batasan Operasional.....	40
3.7	Devinisi dan Pengukuran Variabel.....	42
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH.....		44
4.1	Letak Geografis Desa Hulaan Menganti.....	44
4.2	Kondisi Demografis Lokasi Penelitian	44
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		48
5.1	Karakteristik Pengusaha Kecambah Kacang Hijau	48
5.1.1	Usia Pengusaha Kecambah	48
5.1.2	Jenis Kelamin Pengusaha.....	50
5.1.3	Jumlah Tanggungan Keluarga Pengusaha.....	51
5.1.4	Tingkat Pendidikan Pengusaha	53
5.2	Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	56
5.2.1	Faktor – Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	59
5.2.2	Faktor-Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman).....	65
5.3	Analnsis SWOT Pemasaran Kecambah Kacang Hijau	68
5.3.1	Matriks SWOT.....	72
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
6.1	Kesimpulan	75
6.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Internal Factors Analysis Summary	14
Tabel 2. 2 Matriks Eksternal Factors Analysis Summary	15
Tabel 2. 3 Matriks SWOT	17
Tabel 4. 1 Jarak Desa Hulaan.....	44
Tabel 4. 2 Distribusi Penduduk Desa Hulaan Berdasarkan Kelamin	45
Tabel 4. 3 Distribusi Penduduk Desa Hulaan berdasarkan Tingkat Pendidikan	46
Tabel 4. 4 Distribusi Penduduk Desa Hulaan berdasarkan Mata Pencaharian.....	47
Tabel 5. 1 Jumlah Pengusaha Kecambah Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 5. 2 Pengusaha Kecambah Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 5. 3 Pengusaha Kecambah Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	52
Tabel 5. 4 Pengusaha Kecambah Kacang Hijau berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 5. 5 Pengusaha Kecambah Kacang Hijau Berdasarkan Pengalaman Pengusaha	55
Tabel 5. 6 Hasil Identifikasi Faktor Internal & Eksternal Kecambah Kacang Hijau	57
Tabel 5. 7 Kalkulasi Matriks SWOT Pemasaran Kecambah Kacang Hijau	69
Tabel 5. 8 Matriks SWOT Pemasaran Kecambah Kacang Hijau.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 5. 1 Distribusi Pengusaha Kecambah Berdasarkan Usia	49
Gambar 5. 2 Distribusi Pengusaha Kecambah Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 5. 3 Distribusi Pengusaha Kecambah Berdasarkan Tanggungan Keluarga.....	52
Gambar 5. 4 Distribusi Pengusaha Kecambah Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Gambar 5. 5 Distribusi Pengusaha Kecambah Berdasarkan Pengalaman Pengusaha	56
Gambar 5. 6 Diagram Matriks Analisis SWOT Pemasaran Kecambah Kacang Hijau	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Daftar Responden Kecambah Desa Hulaan, Kecamatan Menganti	85
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	86
Lampiran 4 Hasil Analisis SWOT	88
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian Bersama Responden	90