

STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS BAWANG MERAH
(*Allium ascalonicum L.*) **DI PASAR KEPUTRAN SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

HANIFAH NUR FAJARI
NPM : 20220011

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2024

STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS BAWANG MERAH

(Allium ascalonicum L.) **DI PASAR KEPUTRAN SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Agribisnis Pada Fakultas Pertanian

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Oleh :

HANIFAH NUR FAJARI

NPM : 20220011

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

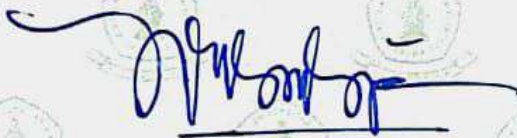
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum L.*) DI PASAR
KEPUTRAN SURABAYA
Nama : HANIFAH NUR FAJARI
NPM : 20220011
Program Studi : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ir. Koesriwulandari, MP.
NIK : 92164-ET



Ir. Erna Haryanti K., M.Ma.
NIP. 19590720 198703 2 001

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nugrahini S.W.M.Si
NIP. 19620403 198811 2 001



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

TELAH DI REVISI
Tanggal : 20 Januari 2024

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS
BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum L.*)
DI PASAR KEPUTRAN SURABAYA
NAMA : HANIFAH NUR FAJARI
NPM : 20220011
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Menyetujui
Dewan Penguji,

Dosen Penguji I



Ir. Koesriwulandari, MP.
NIK : 92164-ET

Dosen Penguji II



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

Mengetahui,

Dosen Penguji III



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

Dosen Penguji IV



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

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, saya panjatkan terima kasih kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga saya berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Judul skripsi yang saya ajukan adalah "Strategi Pemasaran Komoditas Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*) di Pasar Keputran Surabaya." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pendidikan Agribisnis. Selama proses penyusunan skripsi, saya juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Suwito dan Ibu Sari Mulyaningsih yang sudah menyemangati dan selalu mendoakan kebaikan – kebaikan untuk anaknya.
2. Ibu Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, Msi. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Ristani Widya Inti, S.P., M.Agr. Selaku ketua Program Studi Agribisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Ir. Koesriwulandari, MP. Selaku dosen pembimbing 1.
5. Ibu Ir. Erna Haryanti K., M.MA. Selaku dosen pembimbing 2.
6. Kakak dan adik – adik saya yang telah memberi semangat, dukungan dan doanya dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Orang yang saya cintai, yang sudah memberi dukungan dan semangat, serta menemani proses mengerjakan skripsi ini.
8. Teman - teman baik saya angkatan 2020 dan sahabat saya yang sudah memberikan semangat dan sarannya yang telah banyak menginspirasi.
9. Untuk beberapa pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang sudah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

Sebagai penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dengan segala kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini jauh lebih baik. Akhir kata penulis berharap, dengan tersusunnya skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi teman – teman dan pembaca untuk menambah wawasan.

Surabaya, 23 Oktober 2023

Penulis

Hanifah Nur Fajari

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama ; Hanifah Nur Fajari
Alamat ; Simo Gunung Kramat Timur 3/2 Surabaya
No. Telp ; 0857-1732-0151
NPM ; 20220011
Fakultas ; Pertanian
Program Studi ; Agribisnis
Judul Skripsi ; STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum L.*) DI PASAR
KEPUTRAN SURABAYA

Dengan jujur, skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan, dengan menyajikan gagasan dan analisis orisinal dari diri saya sendiri, baik dalam naskah laporan maupun bagian analisis yang terdapat dalam skripsi ini. Apabila terdapat karya orang lain yang diikutsertakan, saya akan memberikan referensi yang jelas.

Dengan tulus, saya menyampaikan pernyataan ini, dan apabila kemudian hari terdapat ketidakakuratan atau penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima konsekuensi akademis, seperti pencabutan gelar yang telah diperoleh dari pembuatan karya tulis ini, dan sanksi lain yang sesuai dengan peraturan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 27 November 2023

Yang menyatakan,



Hanifah Nur Fajari

NPM. 20220011

Hanifah Nur Fajari. 20220011. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2023. Strategi Pemasaran Komoditas Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) di Pasar Keputran Surabaya. Pembimbing Satu : Ir. Koesriwulandari, MP. Pembimbing Dua : Ir. Erna Haryanti, M.MA.

ABSTRAK

Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Komoditas Bawang Merah (*Allium Ascalonicum* L.) di Pasar Keputran Surabaya bertujuan (1) untuk menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) di dalam pemasaran bawang merah di pasar Keputran Surabaya, (2) untuk menganalisis strategi pemasaran bawang merah di pasar Keputran Surabaya. Penelitian dilakukan di pasar Keputran Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah koordinator pasar Keputran Surabaya, pedagang bawang merah, dan konsumen bawang merah di Surabaya. Teknik Sampling dalam penelitian ini adalah secara sengaja (*purposive*). Untuk menjawab tujuan penelitian digunakan analisis SWOT, dimaksudkan untuk mengetahui strategi pemasaran bawang merah yang efisien di Pasar Keputran Surabaya. Dalam menganalisis SWOT diidentifikasi factor internal dan factor eksternal, selanjutnya dilakukan pemberian bobot untuk mengetahui nilai supaya bisa ditentukan strategi pemasarannya. Identifikasi factor internal dan factor eksternal dilakukan dengan cara membuat Focus Group Discussion (FGD) dengan coordinator pasar, pedagang bawang merah dan pembeli bawang merah yang berjumlah 15 orang. Berdasarkan dari hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor internal strategi pemasaran komoditas bawang merah memiliki 4 kekuatan (Strength) dan memiliki 4 kelemahan (Weakness) dengan hasil IFAS sebesar 0,46. Untuk faktor eksternal terdapat 3 peluang (Opportunities) dan 3 ancaman (Threats) dengan hasil EFAS sebesar 1,05. Dari hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa strategi pemasaran komoditas bawang merah mengarah pada kuadran I yang berarti melakukan dengan cara memanfaatkan adanya kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Strategi aggressive adalah strategi yang mengarahkan pada posisi yang menguntungkan bagi para pedagang, dengan menggunakan kekuatan untuk mencapai peluang yang ada.

Kata Kunci : Analisa SWOT, Strategi Pemasaran, Bawang merah

Hanifah Nur Fajari. 20220011. Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2023. Marketing Strategy of Shallot Commodity (*Allium ascalonicum* L.) in Keputran Market Surabaya. First Supervisor : Ir. Koesriwulandari, MP. Second Supervisor : Ir. Erna Haryanti, M.MA.

ABSTRACT

The research entitled Shallot Commodity Marketing Strategy (*Allium Ascalonicum* L.) in Keputran Surabaya Market aims (1) to analyze internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in shallot marketing in Keputran Surabaya market, (2) to analyze shallot marketing strategy in Keputran Surabaya market. The research was conducted in Keputran market Surabaya. The respondents in this study were Keputran Surabaya market coordinators, shallot traders, and shallot consumers in Surabaya. The sampling technique in this study is *purposive*. To answer the purpose of the study, a SWOT analysis was used, intended to determine the efficient marketing strategy of shallots in the Surabaya Keputran Market. In analyzing SWOT in identifying internal factors and external factors, then weighting is carried out to determine the value so that the marketing strategy can be determined. Identification of internal and external factors is carried out by making Focus Group Discussion (FGD) with market coordinators, onion traders and shallot buyers totaling 15 people. Based on the results of the research analysis, it can be concluded that the internal factors of the shallot commodity marketing strategy have 4 strengths and 4 weaknesses with an IFAS result of 0.46. For external factors, there are 3 opportunities and 3 threats with an EFAS result of 1.05. From the results of the SWOT diagram analysis, it shows that the marketing strategy of onion commodities leads to quadrant I, which means doing it by utilizing the power to capture existing opportunities. Aggressive strategies are strategies that lead to profitable positions for traders, using strength to achieve opportunities.

Keywords : SWOT Analysis, Marketing Strategy, Shallots

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN REVISI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
SURAT PERNYATAAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
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 Tanaman Bawang Merah.....	4
2.1.2 Syarat Tumbuh Tanaman Bawang Merah.....	8
2.2 Pemasaran	9
2.2.1 Lembaga Pemasaran.....	10
2.2.2 Saluran Pemasaran	11
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.3 Konsep Pasar	14
2.4 Strategi Pemasaran	15
2.5 Pengertian Analisis SWOT	16
2.5.1 Lingkungan Internal dan Eksternal SWOT	17
2.5.2 Matriks EFAS dan IFAS	19
2.5.3 Analisis Matriks SWOT	21
2.6 Penelitian Terdahulu.....	25
2.7 Kerangka Pemikiran	33

2.8 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penentuan Lokasi.....	35
3.2 Metode Penentuan Responden	35
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Teknik Pengambilan Data	37
3.4 Metode Analisis Data	39
3.4.1 Matriks Faktor Strategi Internal.....	41
3.4.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal	43
3.5 Definisi Operasional	45
3.5.1 Indikator Kriteria Kuesioner	46
BAB IV KEADAAN UMUM WILAYAH.....	54
4.1 Keadaan Umum Kota Surabaya	54
4.2 Keadaan Demografis	54
4.3 Letak Geografis Pasar Keputran, Surabaya	56
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	58
5.1 Karakteristik Pelaku Ekonomi Pemasaran Bawang Merah	58
5.1.1 Usia	58
5.1.2 Tingkat Pendidikan	59
5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga	61
5.1.4 Pendapatan.....	62
5.2 Identifikasi Faktor-Faktor SWOT	63
5.2.1 Faktor – faktor internal (kekuatan dan kelemahan)	63
5.2.2 Faktor-faktor Eksternal (peluang dan ancaman).....	67
5.3 Analisis SWOT Strategi Pemasaran Bawang Merah	69
5.4 Matriks Kuadran SWOT	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Internal Factors Analysis Summary	20
Tabel 2. Matriks eksternal factors analysis summary	21
Tabel 3. Internal Factor Analysis Summary	41
Tabel 4. Matriks Internal Factors Analysis Summary	42
Tabel 5. Eksternal Factor Analysis Summary	43
Tabel 6. Matriks Eksternal Factors Analysis Summary	44
Tabel 7. Jumlah penduduk Surabaya	55
Tabel 8. Tingkat pendidikan kota Surabaya	55
Tabel 9. Hasil identifikasi faktor internal dan faktor eskternal strategi pemasaran bawang merah	70
Tabel 10. Kalkulasi matriks SWOT strategi pemasaran komoditas bawang merah di Pasar Keputran	71
Tabel 11. Matriks SWOT strategi pemasaran komoditas bawang merah	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Matriks analisis SWOT	23
Gambar 2. Diagram analisis SWOT	24
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4. Matriks SWOT	39
Gambar 5. Peta Kondisi Wilayah Surabaya	88
Gambar 6. Peta Pasar Keputran	88
Gambar 7. Denah Pasar Keputran	89
Gambar 8. Tampak depan Pasar Keputran	89
Gambar 9. Tampak dalam Pasar Keputran	90
Gambar 10. Grafik usia pelaku ekonomi pemasaran bawang merah di Pasar Keputran Surabaya	59
Gambar 11. Grafik tingkat pendidikan pelaku ekonomi pemasaran bawang merah di Pasar Keputran Surabaya	60
Gambar 12. Grafik jumlah tanggungan keluarga pelaku ekonomi pemasaran bawang merah di Pasar Keputran Surabaya	61
Gambar 13. Grafik pendapatan pelaku ekonomi pemasaran bawang merah di Pasar Keputran Surabaya	62
Gambar 14. Diagram Matriks Analisis SWOT Strategi Pemasaran Bawang Merah	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2. Daftar Responden Pedagang Bawang Merah di Pasar Keputran Surabaya	78
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Responden.....	80
Lampiran 4. Hasil Analisis SWOT	82
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian dengan Pedagang.....	84
Lampiran 6. Gambar peta Kota Surabaya dan denah lokasi Pasar Keputran.....	88