

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum* L.)
DI UPT PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN
PANGAN DAN HORTIKULTURA, LEBO SIDOARJO**

SKRIPSI



**Oleh :
MELINDA WINING ANGGUN WULANDARI
NPM.21220012**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERRANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA 2025**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum* L.)
DI UPT PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN
PANGAN DAN HORTIKULTURA, LEBO SIDOARJO**

SKRIPSI

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

Oleh:

MELINDA WINING ANGGUN WULANDARI
NPM.21220012

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERRANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum* L.) DI UPT
PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN
PANGAN DAN HORTIKULTURA,LEBO SIDOARJO

Nama : MELINDA WINING ANGGUN WULANDARI

NPM : 21220012

Program Studi : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Ir. Koesriwulandari, MP.
NIK.92164-ET

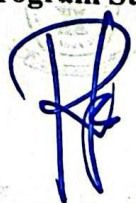

Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., MSi.
NIP.196204031988112001

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Program Studi


Prof. Dr. Ir. Nugrahini S.W., MSi.
NIP.196204031988112001


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

TELAH DIREVISI
Tanggal : 7 Januari 2025

**Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum* L.) DI UPT
PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN
PANGAN DAN HORTIKULTURA,LEBO SIDOARJO**

Nama : MELINDA WINING ANGGUN WULANDARI

NPM : 21220012

Program Studi : AGRIBISNIS

**Menyetujui,
Dewan Penguji**

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II


Ir. Koesriwulandari, MP.
NIK.92164-ET


Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W. MSi.
NIP.196204031988112001

Mengetahui,

Dosen Penguji III

Dosen Penguji IV


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


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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Melinda Wining Anggun Wulandari
Alamat : Jl. Kedurus Sawah Gede 3, Surabaya
No. Telp : 0858-5066-2688
NPM : 21220012
Fakultas : Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BAWANG
MERAH (*Allium ascalonicum L.*) DI UPT
PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN PANGAN
DAN HORTIKULTURA,LEBO SIDOARJO.

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, November 2024

Yang Menyatakan,

Melinda



Wulandari

(MELINDA . WINING ANGGUN WULANDARI).

NPM . 21220012 .

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, saya panjatkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan petunjuknya sehingga saya berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Judul skripsi yang saya ajukan adalah “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BAWANG MERAH (*Allium ascalonicum.L*) DI UPT PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA, LEBO SIDOARJO”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pendidikan agribisnis. Selama proses penyusunan skripsi, saya juga ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof.Dr.Rr.Nugrahini Susantinah Wisnujati,MSi. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan Selaku Dosen Pembimbing II.
2. Ibu Ristani Widya Inti.S.P.M,Agr. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Koesriwulandari,MP. Selaku Dosen Pembimbing I.
4. Kedua orang tua saya, Bpk.Budi dan Ibu Atik yang sudah menyemangati dan selalu mendoakan kebaikan untuk anaknya.
5. Kakak dan Adik-Adik saya yang telah memberi semangat, dukungan dan doanya dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Orang yang saya cintai Muhammad Syaifudin Amirullah NPM 21220008, yang sudah memberi dukungan dan semangat serta menemani proses mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman baik saya angkatan 2021 dan sahabat saya yang sudah memberikan semangat dan sarannya yang telah banyak menginspirasi.

Sebagai ini penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dengan segala kekurangan, 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, 9 Oktober 2024

Melinda Wining Anggun Wulandari
NPM. 21220012

Melinda Wining Anggun Wulandari 21220012. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2024. Analisis Strategi Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*) DI UPT Pengembangan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura, Lebo Sidoarjo. Pembimbing Satu : Ir.Koesriwulandari,MP. Pembimbing Dua : Prof. Dr.Ir.Rr.Nugrahini Susantinah Wisnujati,MSi.

ABSTRAK

Analisis strategi pemasaran di Indonesia adalah pendekatan sistematis untuk memahami, mengembangkan dan menerapkan cara terbaik untuk menjual produk atau layanan di pasar tertentu. Di Indonesia, namun strategi pemasaran menjadi kunci keberhasilan bisnis, terutama di sektor pertanian seperti bawang merah. Sasarannya adalah membuat produk lebih kompetitif, menciptakan nilai tambah, dan menjangkau target pasar secara efektif. Penelitian ini berjudul Analisis Strategi Pemasaran UPT Pengembangan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura, Lebo Sidoarjo, merupakan rumah bagi Bawang Merah (*Allium ascalonicum L.*). Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada tanaman bawang merah di UPT PATPH Lebo Sidoarjo. (2) Untuk menganalisis strategi pemasaran bawang merah pada UPT PATPH Lebo Sidoarjo. Meski bawang merah merupakan komoditas penting di Indonesia pemasaran produk bawang merah ini menghadapi beberapa masalah yaitu seperti perbedaan varietas yang mempengaruhi minat konsumen dan fluktuasi harga pasar yang mempengaruhi penjualan. Penelitian dilakukan di UPT PATPH, Lebo Sidoarjo. Responden dalam penelitian ini adalah Kepala Produksi, Kepala Pemasaran, Pengelola koperasi dan Konsumen bawang merah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sengaja (*purposive*). Analisis SWOT digunakan untuk menentukan tujuan penelitian, dan disarankan untuk mengetahui efektivitas strategi analisis bawang merah. Setelah faktor internal dan eksternal diidentifikasi melalui analisis SWOT, bobot digunakan untuk mengetahui keberhasilan proses pengembangan strategi. Identifikasi faktor internal dan eksternal memerlukan pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan koordinator UPT PATPH. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor internal yang terkait dengan strategi pemasaran bawang merah menunjukkan kekuatan yang rendah dan delapan kelemahan, sehingga menghasilkan IFAS sebesar 1,36. Sementara itu, faktor eksternal menghadirkan peluang dan ancaman yang terbatas, sehingga menghasilkan EFAS sekitar 0,68. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pemasaran bawang merah di kuadran I menyarankan pemanfaatan semua sumber daya yang tersedia untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi agresif memposisikan konsumen dengan cara yang memastikan keberhasilan hanya dengan memanfaatkan kemampuan mereka untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Kata Kunci : SWOT, Strategi, Pemasaran, Bawang Merah, UPT PATPH

Melinda Wining Anggun Wulandari 21220012. Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2024. Analysis of Shallot (*Allium ascalonicum* L.) Marketing Strategy at the Food Crops and Horticulture Agribusiness Development Unit, Lebo Sidoarjo. Supervisor One: Ir.Koesriwulandari,MP. Supervisor Two: Prof. Dr.Ir.Rr.Nugrahini Susantinah Wisnujati,MSi.

ABSTRACT

Marketing strategy analysis in Indonesia is a systematic approach to understanding, developing and implementing the best way to sell a product or service in a particular market. In Indonesia, however, marketing strategy is the key to business success, especially in the agricultural sector such as shallots. The goal is to make products more competitive, create added value, and reach target markets effectively. This study is entitled Marketing Strategy Analysis of UPT Food Crops and Horticulture Agribusiness Development, Lebo Sidoarjo, which is home to Shallots (*Allium ascalonicum* L.). The objectives of this study are (1) Identifying internal and external factors in shallot plants at UPT PATPH Lebo Sidoarjo. (2) To analyze the shallot marketing strategy at UPT PATPH Lebo Sidoarjo. Although shallots are an important commodity in Indonesia, the marketing of this shallot product faces several problems, such as differences in varieties that affect consumer interest and fluctuations in market prices that affect sales. The study was conducted at UPT PATPH, Lebo Sidoarjo. Respondents in this study were the Head of Production, Head of Marketing, Cooperative Manager and Consumers of shallots. The sampling technique used in this study was the purposive technique. SWOT analysis is used to determine the research objectives, and it is suggested to know the effectiveness of the shallot analysis strategy. After the internal and external factors are identified through SWOT analysis, the weight is used to determine the success of the strategy development process. Identification of internal and external factors requires the implementation of Focus Group Discussion (FGD) with the UPT PATPH coordinator. The results of the analysis show that the internal factors related to the shallot marketing strategy show low strength and eight weaknesses, resulting in an IFAS of 1.36. Meanwhile, external factors present limited opportunities and threats, resulting in an EFAS of around 0.68. Based on the results of the SWOT analysis, the shallot marketing strategy in quadrant I suggests utilizing all available resources to take advantage of existing opportunities. An aggressive strategy positions consumers in a way that ensures success only by utilizing their ability to take advantage of those opportunities.

Keywords: SWOT, Strategy, Marketing, Shallots, UPT PATPH

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
TELAH DIREVISI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batas Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Klasifikasi dan Morfologi Tanaman Bawang Merah.....	5
2.1.2 Syarat Tumbuh Tanaman Bawang Merah.....	7
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2.2 Saluran Pemasaran	9
2.2.3 Lembaga Pemasaran	9
2.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.4 Analisis SWOT	10
2.4.1 Tujuan Analisis SWOT	12
2.4.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal SWOT.....	13
2.4.3 Matriks IFAS dan EFAS	14
2.4.4 Matriks SWOT.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Pemikiran.....	25
2.7 Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Metode Penentuan Lokasi	27
3.2 Metode Penentuan Responden	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Metode Analisis Data	30
3.4.1 Matriks Faktor Strategi Internal	31
3.4.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal	34
3.5 Definisi Operasional	35
BAB IV KEADAAN UMUM WILAYAH	40
4.1 Keadaan Umum Kabupaten Sidoarjo	40
4.2 Kondisi Geografis	40
4.3 Sejarah Singkat Instansi	40
4.4 Lokasi UPT Pengembangan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura, Lebo Sidoarjo	43
4.5 Struktur Organisasi	44
4.6 Visi dan Misi UPT PATPH, Lebo Sidoarjo	47
4.7 Tujuan dan Sasaran	48
4.8 Sumber Daya Manusia	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Karakteristik Konsumen Produk Bawang Merah	50
5.1.1 Tingkat Usia Konsumen Bawang Merah di UPT PATPH	50
5.1.2 Tingkat Pendidikan Konsumen Bawang Merah di UPT PATPH	51
5.2 Identifikasi Faktor-Faktor SWOT	51
5.2.1 Faktor-Faktor Internal (Kekuatan & Kelemahan)	52
5.2.2 Faktor-Faktor Eksternal (Peluang & Ancaman)	57
5.3 Analisis SWOT Strategi Pemasaran Bawang Merah	62
5.4 Matriks Kuadran SWOT	66
KESIMPULAN DAN SARAN	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Internal Factors Anlysis Sumarry	16
Tabel 2. Matriks Eksternal Factors Analysis Sumarry.....	16
Tabel 3. Matriks SWOT.....	17
Tabel 4. Matriks SWOT.....	30
Tabel 5. Internal Factor Analysis Sumarry	32
Tabel 6. Matriks Internal Factors Anlysis Sumarry	33
Tabel 7. Eksternal Factors Anlysis Sumarry.....	34
Tabel 8. Matriks Eksternal Factors Anlysis Sumarry	35
Tabel 9. Indikator Kriteria Kuesioner	37
Tabel 10. Tingkat Usia Konsumen Bawang Merah di UPT PATPH.....	50
Tabel 11. Tingkat Pendidikan Konsumen Bawang Merah di UPT PATPH	51
Tabel 12. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	62
Tabel 13. Kalkulasi Matriks SWOT Strategi Pemasaran Komoditas	63
Tabel 14. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Komoditas Bawang Merah	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT	18
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3. Peta UPT PATPH, Lebo Sidoarjo.....	43
Gambar 4. Lokasi UPT PATPH, Lebo Sidoarjo.....	44
Gambar 5. Struktur Organisasi UPT PATPH, Lebo Sidoarjo.....	45
Gambar 6. Sertifikat Prima 3	53
Gambar 7. Diagram Matriks Analisis SWOT	65
Gambar 8. Gambar sertifikat prima	79
Gambar 9. Peta Kondisi Wilayah Kabupaten Sidoarjo.....	80
Gambar 10. Peta UPT PATPH, Lebo sidoarjo.....	80
Gambar 11. Menanam Bawang Merah	81
Gambar 12. Pemupukan Bawang Merah	81
Gambar 13. Penyiraman Bawang Merah	81
Gambar 14. Panen Hasil Bawang Merah.....	81
Gambar 15. Pemasaran Bawang Merah di Bazar	81
Gambar 16. Pemasaran Pasar Tani	81
Gambar 17. Diskusi Penelitian Skripsi	82
Gambar 18. Wawancara Terhadap Konsumen Bawang Merah.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2. Daftar Responden Konsumen Bawang Merah Di UPT PATPH	74
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Responden	74
Lampiran 4. Hasil Analisis SWOT	75
Lampiran 5. Data Pegawai UPT PATPH.....	77
Lampiran 6. Sertifikat Prima 3.....	79
Lampiran 7. Gambar Peta Kabupaten sidoarjo dan denah lokasi UPT	80
Lampiran 8. Dokumentasi waktu penelitian	81
Lampiran 9. Hasil Turnitin	83