

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PADA UMKM
TEMPE DI CV. ADNIK KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh:

GANDES HUTAMI ILMU

22220005

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PADA UMKM
TEMPE DI CV. ADNIK KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Agribisnis**

Oleh:

GANDES HUTAMI ILMU

22220005

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
PADA UMKM TEMPE DI CV. ADNIK
KABUPATEN JOMBANG**

NAMA : GANDES HUTAMI ILMU

NPM : 22220005

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



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


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

Mengetahui,

**Dekan
Fakultas Pertanian**

**Ketua
Program Studi**


Dr. Ir. Markus Patiung, M.P.
NIK: 9093-ET


Evi Mafidatul Ilmi, S.P., M.P.
NIK: 24873-ET

LEMBAR REVISI

Tanggal: 23 Januari 2026


**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
PADA UMKM TEMPE DI CV. ADNIK
KABUPATEN JOMBANG**
NAMA : GANDES HUTAMI ILMU
NPM : 22220005
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


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


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

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II


Ir. Koesriwulandari, MP.
NIK: 92164-ET


Evi Maf'idatul Ilmi, S.P., M.P
NIK: 24873-ET

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gandes Hutami Ilmi
NPM : 22220005
Alamat : Desa Sumput RT:11 Rw:02 Driyorejo, Gresik.
No. Telepon : 085964406074
Judul skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PADA
UMKM TEMPE DI CV. ADNIK KABUPATEN
JOMBANG

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli penulis, baik untuk naskah laporan maupun analisis data yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat pemikiran hasil orang lain, maka akan tercantum sumber-sumbernya dengan jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila kemudian hari ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Surabaya, 23 Januari 2026

Yang menyatakan



Gandes Hutami Ilmi

22220005

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena telah memberikan kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Pemasaran Pada UMKM Tempe di CV. Adnik Kabupaten Jombang” dengan baik dan tepat waktu. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terkait. Dimana telah memberikan dukungan moral serta juga bimbinganya kepada kami. Ucapan terimakasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Markus Patiung, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Evi Mafidatul Ilmi, SP., M.P selaku Ketua Program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Ir. Endang Siswati, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing penulis selama menyusun Skripsi.
4. Ibu Ristani Widya Inti, SP. M.Agr selaku dosen pembimbing II yang telah sabar membimbing, memberikan saran dan dukungan moral kepada penulis selama menyusun Skripsi.
5. Orang tua dan saudara penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan finansial dalam proses menyusun skripsi.
6. Dan teman teman terkhusus Adella, Salwa, dan Resa yang telah saling memberi dukungan moral dan selalu menemani selama proses menyusun skripsi.

Skripsi ini telah dibuat dengan sebaik-baiknya, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan didalamnya. Oleh karenanya, jika ada kritik maupun saran dimana yang sifatnya membangun bagi penulis, maka dengan senang hati akan penulis terima. Akhir kata penulis berharap, skripsi ini bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa dan pembaca demi menambah pengetahuan.

Surabaya, Januari 2026

Penulis

GANDES HUTAMI ILMU. 22220005. Strategi Pengembangan Pemasaran Pada UMKM Tempe di CV. Adnik kabupaten Jombang. Dibawah bimbingan Ir. Endang Siswati, MM. sebagai pembimbing I, dan Ristani Widya Inti, SP., M.Agr. sebagai dosen pembimbing II

ABSTRAK

Saat ini menurut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang, pada bidang usaha tempe di Kabupaten Jombang terdapat 175 unit usaha produsen tempe dengan persaingan bisnis yang sangat ketat. Diantara produsen tempe tersebut, terdapat pelaku usaha yang ingin berkembang dan mengalami perubahan yaitu produsen tempe dengan merek tempe Adnik yang diproduksi oleh CV. Adnik. Namun demikian, pengembangan pemasaran tempe masih menjadi kendala bagi CV. Adnik, dikarenakan tempe merupakan produk home industri yang mudah dibuat, sehingga terdapat persaingan harga.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada CV. Adnik, mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi CV. Adnik dan menganalisis alternatif strategi pengembangan yang tepat bagi CV. Adnik.

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Adnik yang berlokasi di Desa Pandanwangi RT/RW 16/05, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, pada periode Oktober hingga Desember 2025. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT melalui identifikasi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi strategis CV. Adnik berada pada Kuadran I (positif, positif), yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang lebih dominan dibandingkan kelemahan serta peluang eksternal yang lebih besar daripada ancaman yang dihadapi.

Kata Kunci: UMKM, Tempe, SWOT, Pengembangan, Pemasaran

GANDES HUTAMI ILMI. 22220005. *Marketing Development Strategy for Tempe UMKM at CV. Adnik, Jombang Regency. Under the guidance of Ir. Endang Siswati, MM. as Supervisor I, and Ristani Widya Inti, SP., M.Agr. as Supervisor II*

ABSTRACT

Currently, according to the Jombang Regency Cooperative and Micro Business Office, there are 175 tempe producers in Jombang Regency, with very intense business competition. Among these tempe producers, there are business actors who want to grow and undergo change, namely the tempe producer with the Adnik tempe brand, which is produced by CV. Adnik. However, tempeh marketing development remains an obstacle for CV. Adnik, as tempeh is a home industry product that is easy to make, resulting in price competition.

The purpose of this study is to identify the strengths and weaknesses of CV. Adnik, identify the opportunities and threats faced by CV. Adnik, and analyze appropriate development strategy alternatives for CV. Adnik.

This research was conducted at CV. Adnik, located in Pandanwangi Village RT/RW 16/05, Diwek District, Jombang Regency, East Java, from October to December 2025. The method used in this study was SWOT analysis through the identification of internal and external factors of the company. The results of the analysis showed that CV. Adnik's strategic position was in Quadrant I (positive, positive), which indicated that the company had more dominant internal strengths than weaknesses and greater external opportunities than threats.

Keywords: UMKM, Tempe, SWOT, Development, Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR REVISI	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
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	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 UMKM	5
2.1.2 Strategi.....	6
2.1.3 Perumusan Strategi	7
2.1.4 Manajemen SDM.....	7
2.1.5 Manajemen Operasional	8
2.1.6 Manajemen Keuangan	9
2.1.7 Pemasaran	9
2.1.8 Bauran Pemasaran	10
2.2 Analisis SWOT.....	12
2.2.1 Pengertian SWOT	12
2.2.2 Tahapan Pengukuran SWOT	14
2.2.3 Diagram Analisis SWOT	15
2.2.4 Matriks SWOT.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.4 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Pengambilan Responden	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Analisis Data	28
3.4.1 Analisis Deskriptif Kualitatif.....	29
3.4.2 Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)	29
3.4.3 Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	32

3.4.4 Kuadran SWOT	34
3.4.5 Matriks SWOT.....	35
3.5 Definisi Operasional	36
3.5.1 Kekuatan (<i>Strenght</i>).....	36
3.5.2 Kelemahan (<i>Weakneess</i>).....	37
3.5.3 Peluang (Opportunity)	39
3.5.4 Ancaman (<i>Threats</i>)	41
BAB IV KEADAAN UMUM WILAYAH	43
4.1 Gambaran Umum Kota Jombang	43
4.1.1 Keadaan Geografis dan Topografi.....	43
4.2 CV. Adnik Tempe	44
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Penentuan SWOT Pada Pengembangan Usaha CV. Adnik	48
5.2 Identifikasi dan Klarifikasi SWOT.....	48
5.2.1 Kekuatan (<i>Strenght</i>).....	48
5.2.2 Kelemahan (<i>Weakneess</i>).....	51
5.2.3 Peluang (Opportunity)	53
5.2.4 Ancaman (<i>Threats</i>)	55
5.3 Indikator SWOT	57
5.4 Matriks Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS).....	58
5.5 Matriks Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	60
5.6 Matriks Kuadran SWOT.....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 1.	Matriks SWOT	18
Tabel 2.	Matriks IFAS	31
Tabel 3.	Matriks EFAS	33
Tabel 4.	Faktor-Faktor SWOT.....	57
Tabel 5.	Matriks Hasil IFAS.....	58
Tabel 6.	Matriks Hasil EFAS.....	60
Tabel 7.	Matriks SWOT	64

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
Gambar 1.	Diagram Analisis SWOT	15
Gambar 2.	Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.	Kuadran SWOT	34
Gambar 4.	Peta Kabupaten Jombang	43
Gambar 5.	Struktur Organisasi CV. Adnik	46
Gambar 6.	Proses membuat Tempe	79
Gambar 7.	Mesin <i>pakaging</i> dan tempe kemasan Adnik.....	79
Gambar 8.	Wawancara dengan Direktur CV. Adnik.....	80
Gambar 9.	Wawancara dengan Wakil Direktur CV. Adnik	80
Gambar 10.	Wawancara dengan karyawan administrasi CV. Adnik	81
Gambar 11.	Dokumentasi bersama staff CV. Adnik.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
	Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	75
	Lampiran 2. Hasil Perhitungan IFAS dan EFAS	78
	Lampiran 3. Tempe CV. Adnik.....	79
	Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara.....	80