

**STRATEGI PEMASARAN KELAPA UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PETANI (STUDI KASUS
DI DESA LEGUNG TIMUR KECAMATAN BATANG BATANG
KABUPATEN SUMENEP)**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

RATIH TRIANA DEWI
24220022

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITASWIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

**STRATEGI PEMASARAN KELAPA UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING PETANI (STUDI KASUS
DI DESA LEGUNG TIMUR KECAMATAN BATANG-BATANG
KABUPATEN SUMENEP)**

SKRIPSI

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

oleh:

**RATIH TRIANA DEWI
24220022**

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

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN KELAPA UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PETANI (STUDI
KASUS DI DESA LEGUNG TIMUR KECAMATAN
BATANG-BATANG KABUPATEN SUMENEP.

NAMA : RATIH TRIANA DEWI

NPM : 24220022

PRODI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Ir. Koesriwulandari, M.P.
NIK : 92164-ET

Dosen Pembimbing II



Evi Ma'fidatul Ilmi, S.P., M.P.
NIK : 24873-ET

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



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

Ketua Program Studi



Evi Ma'fidatul Ilmi, S.P., M.P.
NIK : 24873-ET

LEMBAR REVISI

Telah Direvisi

Tanggal : 22 Juli 2026

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN KELAPA UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PETANI (STUDI
KASUS DI DESA LEGUNG TIMUR KECAMATAN
BATANG-BATANG KABUPATEN SUMENEP.

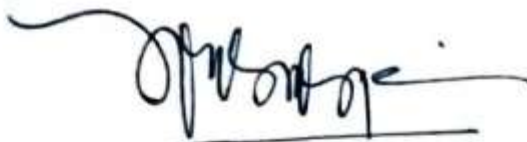
NAMA : RATIH TRIANA DEWI

NPM : 24220022

PRODI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Penguji I



Ir. Koesriwulandari, M.P.
NIK : 92164-ET

Dosen Penguji II



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

Dosen Penguji III



Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, M.S., CRA
NIK : 8736-ET

Dosen Penguji IV



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

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini

Nama : Ratih Triana Dewi
NPM : 24220022
Alamat : Perumahan Toyomarto Indah Residence Kav.6 Desa
Toyomarto, Kecamatan Singosari Kabupaten Malang
No Telp/HP : 081235051289
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Kelapa untuk Meningkatkan Daya Saing
Petani (Studi Kasus di Desa Legung Timur, Kecamatan
Batang-Batang Kabupaten Sumenep)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul diatas adalah hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, telah diberi tanda kutip dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan dan/atau pencabutan gelar yang telah saya peroleh dari Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juli 2026

Yang Membuat



Ratih Triana Dewi

NPM. 24220022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelapa untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pendapatan Petani (Studi Kasus di Desa Legung Timur Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, proposal ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam setiap langkah penyusunan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Markus Patiung, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian.
3. Ibu Ristani Widya Inti, SP., M.Agr selaku wadek I dan dosen wal.
4. Ibu Ir. Koesriwulandari, MP selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Evi Maf'idatul Ilmi, SP., MP selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Ketua Program Studi Agribisnis yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan akademik selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, serta motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, akademisi, maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang agribisnis dan pemasaran hasil pertanian.

Surabaya, 2026

Penulis,

Ratih Triana Dewi

NPM. 24220022

Ratih Triana Dewi. 24220022. Strategi Pemasaran Kelapa untuk Meningkatkan Daya Saing Petani Studi Kasus Di Desa Legung Timur Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep. Dosen Pembimbing Pertama: Ir.Koesriwulandari,M.P, dan Dosen Pembimbing Kedua: Evi Mafidatul Ilmi, S.P,M.P

ABSTRAK

Kelapa merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berperan penting sebagai sumber pendapatan masyarakat di Desa Legung Timur, Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep. Namun demikian, sistem pemasaran kelapa yang masih bersifat tradisional, ketergantungan petani terhadap pedagang pengepul, rendahnya nilai tambah produk, serta keterbatasan akses informasi pasar menyebabkan daya saing dan pendapatan petani belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi pemasaran kelapa serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing petani kelapa. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei–Juni 2026 di Desa Legung Timur, Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep dengan menggunakan metode studi kasus melalui pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Penentuan responden dilakukan secara purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 20 petani kelapa. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), *Matriks External Factor Analysis Summary* (EFAS), dan *analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatan terdiri atas produksi kelapa yang melimpah, kualitas kelapa yang baik, pengalaman petani, kemudahan pemasaran, ketersediaan tenaga kerja, serta kelapa sebagai sumber pendapatan utama masyarakat. Faktor kelemahan meliputi sistem pemasaran yang masih tradisional, ketergantungan terhadap pedagang pengepul, rendahnya harga jual, keterbatasan informasi pasar, keterbatasan modal, minimnya pengolahan hasil, dan rendahnya promosi. Faktor peluang terdiri atas tingginya permintaan pasar, peluang pengembangan produk olahan, perkembangan teknologi digital, dukungan pemerintah, serta terbukanya pasar luar daerah, sedangkan faktor ancaman meliputi fluktuasi harga, persaingan dengan daerah lain, perubahan cuaca, dominasi pengepul dalam penentuan harga, dan tingginya biaya transportasi. Hasil analisis menunjukkan nilai IFAS sebesar -0,653 dan EFAS sebesar 0,737, sehingga posisi strategi pemasaran berada pada Kuadran III (*Weaknesses–Opportunities*/WO). Strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan peluang yang tersedia untuk mengatasi kelemahan internal melalui pengembangan agroindustri kelapa berbasis masyarakat, penguatan kelembagaan kelompok tani, peningkatan akses permodalan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pemasaran digital sehingga diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan pendapatan petani kelapa di Desa Legung Timur.

Kata Kunci : *kelapa, strategi pemasaran, daya saing, SWOT, IFAS, EFAS.*

Ratih Triana Dewi. 24220022. Coconut Marketing Strategy to Improve Farmers' Competitiveness: A Case Study in Legung Timur Village, Batang-Batang District, Sumenep Regency. Supervised by Ir. Koesriwulandari, M.P. as the First Supervisor and Evi Mafidatul Ilmi, S.P., M.P. as the Second Supervisor.

ABSTRACT

Coconut is one of the plantation commodities with high economic value and plays an important role as a source of income for the community in Legung Timur Village, Batang-Batang District, Sumenep Regency. However, the traditional marketing system, farmers' dependence on middlemen, the low value-added of coconut products, and limited access to market information have reduced farmers' competitiveness and income. This study aimed to identify the internal and external factors influencing coconut marketing and to formulate appropriate marketing strategies to improve the competitiveness of coconut farmers. The research was conducted from May to June 2026 in Legung Timur Village, Batang-Batang District, Sumenep Regency, using a case study method with qualitative and quantitative descriptive approaches. Respondents were selected using purposive sampling, involving 20 coconut farmers. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation, and were analyzed using descriptive analysis, the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) matrix, the External Factor Analysis Summary (EFAS) matrix, and Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis. The results revealed that the main strengths consisted of abundant coconut production, good product quality, farmers' experience, ease of marketing, adequate labor availability, and coconut farming as the primary source of household income. The main weaknesses included traditional marketing practices, dependence on middlemen, low selling prices, limited access to market information, insufficient capital, limited product processing, and weak promotional activities. External opportunities included high market demand, the potential for developing value-added coconut products, advances in digital technology, government support, and broader market opportunities outside the region. Meanwhile, the major threats comprised price fluctuations, competition from other coconut-producing regions, climate change, the dominant role of middlemen in price determination, and increasing transportation costs. The SWOT analysis produced an IFAS score of -0.653 and an EFAS score of 0.737 , indicating that the coconut marketing strategy is positioned in Quadrant III (Weaknesses–Opportunities/WO). Therefore, the recommended strategy is to capitalize on existing opportunities to overcome internal weaknesses through the development of community-based coconut agro-industry, strengthening farmer organizations, improving access to capital, and enhancing human resource capacity through training and digital marketing, thereby improving the competitiveness and income of coconut farmers in Legung Timur Village.

Keywords: *coconut, marketing strategy, competitiveness, SWOT, IFAS, EFAS.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR REVISI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Produk Kelapa.....	7
2.1.2 Keraagaan Produk Dan Nilai Tambah Kelapa.....	9
2.1.3 Pemasaran Pertanian.....	11
2.1.4 Konsep Daya Saing.....	12
2.1.5 Strategi Pemasaran	14
2.1.6 Analisis SWOT	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	24
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Desain atau Jenis Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5 Metode Analisis Data.....	31
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	33
BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	35
4.1 Kondisi Geografis Desa Legung Timur.....	35
4.2 Kondisi Demografis Desa Legung Timur.....	37
4.3 Kondisi Perekonomian dan Pertanian Desa Legung Timur.....	40
4.4 Gambaran Usahatani Kelapa di Desa Legung Timur.....	43
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1 Karakteristik Petani.....	46

5.1.1	Karakteristik Petani Berdasarkan Umur.....	46
5.1.2	Karakteristik Petani Berdasarkan Pendidikan... ..	50
5.1.3	Karakteristik Petani Berdasarkan Luas Lahan.	54
5.1.4	Karakteristik Petani berdasarkan Hasil Produksi Kelapa	58
5.1.5	Karakteristik Petani Berdasarkan Jumlah Pendapatan... ..	62
5.2	Identifikasi Internal & Eksternal Pemasaran Kelapa.....	66
5.2.1	Identifikasi Faktor Internal (IFAS).....	67
5.2.2	Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS).....	77
5.3	Penentuan Posisi Strategi Pemasaran Kelapa Berdasarkan Analisis SWOT.....	87
BAB VI	KESIMPULAN.....	96
6.1	Kesimpulan	96
6.2	Saran.....	97
	DAFTAR PUSTAKA.....	99
	LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1	Bagan Kerangka Pikir Penelitian... ..	27
Gambar 2	Peta Administrasi Desa Legung Timur... ..	35
Gambar. 3	Diagram SWOT	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 2	Data Jumlah Penduduk Desa Legung Timur Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 3	Jumlah Penduduk Desa Legung Timur Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	39
Tabel 4	Jumlah Penduduk Desa Legung Timur Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	40
Tabel 5	Kondisi Usahatani Kelapa Petani Responden Desa Legung Timur.....	43
Tabel 6	Karakteristik Petani Berdasarkan Umur.....	47
Tabel 7	Karakteristik Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
Tabel 8	Karakteristik Petani Berdasarkan Luas Lahan.....	54
Tabel 9	Karakteristik Petani Berdasarkan jumlah kelapa yang diproduksi.....	58
Tabel 10	Karakteristik Petani Berdasarkan Jumlah pendapatan yang diperoleh.....	63
Tabel 11	Matrik IFAS Pemasaran Kelapa.....	68
Tabel 12	Matrik EFAS Pemasaran Kelapa.....	78
Tabel 13	Matriks Strategi SWOT Pemasaran Kelapa di Desa Legung Timur.....	88
Tabel 14	Strategi Pengembangan Pemasaran Kelapa Berdasarkan Matriks SWOT (Strategi WO).....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.	1	Instrumen Penelitian.....	103
Lampiran.	2	Data Karakteristik Responden.....	107
Lampiran.	3	Tabulas Data Penelitian.....	108
Lampiran.	4	Perhitungan IFAS.....	111
Lampiran.	5	Perhitungan EFAS.....	113
Lampiran.	6	Diagram SWOT.....	115