

**IMPLEMENTASI MODEL PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) AGRIBISNIS TANAMAN HIAS
DI KOTA SURABAYA (STUDY FENOMENOLOGI)**

TESIS



**Oleh :
ARI IKA SARI
NPM. 18240007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA
2022**

**IMPLEMENTASI MODEL PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) AGRIBISNIS TANAMAN HIAS
DI KOTA SURABAYA (STUDY FENOMENOLOGI)**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Magister
Managemen Agribisnis pada Program Studi Magister Agribisnis,
Program Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya Jawa Timur

Oleh :
ARI IKA SARI
NPM. 18240007

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA
2022

TESIS

**IMPLEMENTASI MODEL PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) AGRIBISNIS TANAMAN HIAS
DI KOTA SURABAYA (STUDY FENOMENOLOGI)**

**Disusun Oleh:
ARI IKA SARI
18240007**

**Mengetahui,
Komisi Pembimbing**

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Achmadi Susilo., MS.



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si

Dekan

**Ketua
Program Studi Magister Agribisnis**



Ir. Koesriwulandari, M.P.



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S. W., M.Si

LEMBAR REVISI

**IMPLEMENTASI MODEL PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) AGRIBISNIS TANAMAN HIAS
DI KOTA SURABAYA (STUDY FENOMENOLOGI)**

**Disusun Oleh:
ARI IKA SARI
18240007**

**Teah di pertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 22 Januari 2022
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Ketua Dewan Penguji

Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si

Anggota

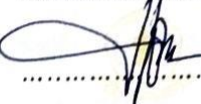
Prof. Dr. Achmadi Susilo., MS.

Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si

Dr. Ir. Hary Sastrya wanto., MS

Dr. Ir. Markus Patiung., MP

Tanda Tangan



**Mengetahui
Ketua Program Studi
Magister Agribisnis**



Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ARI IKA SARI, SP
Alamat : Kebonsari VII/11 Surabaya
Tempat dan tanggal lahir : Surabaya, 7 Maret 1977
NIM : 18240007

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian saya yang berjudul “IMPLEMENTASI MODEL PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) AGRIBISNIS TANAMAN HIAS DI KOTA SURABAYA (STUDY FENOMENOLOGI)” bersifat original dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam Tesis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2021

Yang menyatakan,



ARI IKA SARI, SP
18240007

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan YME, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Implementasi Model Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Tanaman Hias Di Kota Surabaya (Study Fenomenologi)”. Penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ir. Koesriwulandari, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya;
2. Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sekaligus sebagai Ketua Tim Penguji tesis yang berkenan memberikan masukan dan saran;
3. Prof. Dr. Achmadi Susilo., MS dan Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si, selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Anggota yang berkenan meluangkan waktu guna membimbing, mengarahkan dan memberikan saran yang berharga dalam penulisan tesis ini.

Penulis menyampaikan permohonan maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang ada. Semoga tesis ini bermanfaat bagi yang membacanya.

Surabaya, Januari 2022

Ari Ika Sari.
18240007

RINGKASAN

ARI IKA SARI. 18240007. Implementasi Model Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Tanaman Hias Di Kota Surabaya (Study Fenomenologi). Pembimbing: Prof. Dr. Achmadi Susilo., MS dan Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agribisnis tanaman hias semakin banyak, dengan menerapkan strategi yang tepat maka UMKM agribisnis tanaman hias akan tetap eksis dalam menyikapi persaingan usaha karena banyak pedagang yang akan mendirikan usaha yang serupa. Untuk mempertahankan dalam jangka waktu panjang usaha tanaman hias milik CV Duta Riyan Sakduluran memerlukan strategi penelitian, salah satunya dengan pendekatan fenomenologi. Tujuannya yaitu untuk mengetahui bagaimana model pemasaran dan strategi yang tepat yang diterapkan oleh UMKM agribisnis tanaman hias milik CV Duta Riyan Sakduluran. Pendekatan fenomenologi dengan melakukan wawancara serta menggunakan analisis SWOT. Dari hasil penelitian menunjukkan posisi berada di kuadran 1, yang menunjukkan posisi tersebut kuat dan berpeluang untuk dikembangkan. Untuk mempertahankan posisi. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Strategi yang digunakan yaitu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Kata kunci : Strategi pemasaran, analisis SWOT

SUMMARY

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of ornamental plant agribusiness are increasing, by implementing the right strategy, MSMEs of ornamental plant agribusiness will continue to exist in responding to business competition because many traders will set up similar businesses. To maintain in the long term the ornamental plant business of CV Duta Riyan Sakduluran requires a research strategy, one of which is a phenomenological approach. The goal is to find out how the right marketing model and strategy are applied by CV Duta Riyan Sakduluran's ornamental plant agribusiness SMEs. Phenomenological approach by conducting interviews and using SWOT analysis. The results of the study indicate that the position is in quadrant 1, which indicates that the position is strong and has the opportunity to be developed. To maintain position. There are several factors that influence the marketing strategy, namely internal factors and external factors. The strategy used is to take advantage of existing strengths and opportunities.

Keywords: Marketing strategy, SWOT analysis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	6
2.2. UMKM Tanaman Hias.....	7
2.3. Pemasaran.....	9
2.4. Analisis SWOT	14
2.5. Penelitian Terdahulu	15
2.6. Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III. METODE PENELITIAN	18
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.2. Metode Penentuan Responden	18
3.3. Jenis dan Sumber Data	20
3.4. Metode Analisis Data	21
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Hasil.....	26
4.2. Pembahasan	34
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	38
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Gambar Skema Kerangka Pemikiran.....	17
2.	Gambar Diagram SWOT.....	21
3.	Gambar Struktur Organisasi.....	26
4.	Gambar Lokasi Penjualan Tanaman Hias di sekitar.....	32
5.	Gambar Kuadran Matriks SWOT.....	34
6.	Gambar Grafik Trend penjualan.....	36
7.	Gambar Pintu Masuk Lokasi.....	56
8.	Gambar Pintu Masuk Green House.....	56
9.	Gambar Lahan Lokasi.....	57
10.	Gambar Green House.....	57
11.	Gambar Green House.....	57

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Tabel alat dan Teknis Analisi Startegi.....	12
2.	Tabel Matriks SWOT.....	23
3.	Tabel Data Perhitungan Trend Penjualan..... Tahun 2017-2021.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Lampiran Identifikasi dan Klasifikasi SWOT.....	43
2.	Lampiran Matriks Internal Factor Analysis (IFA)	44
3.	Lampiran Matriks Eksternal Factor Analysis (EFA)	45
4.	Lampiran Kuisisioner Penelitian.....	46
5.	Lampiran Kuisisioner Penelitian.....	50
6.	Lampiran Kuisisioner Penelitian.....	52
7.	Lampiran Jenis Tanaman.....	54
8.	Lampiran Denah Lokasi.....	56