

**STRATEGI PEMASARAN EMPING JAGUNG  
PADA UD. MAWAR INDAH KABUPATEN LAMONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S1) Pada  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan  
Universitas Muhammadiyah Malang



**OLEH:**  
**MUHAMMAD DONI DWI KRISNADI**  
**201810210311253**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN EMPING JAGUNG PADA UD. MAWAR  
INDAH KABUPATEN LAMONGAN

Oleh:

MUHAMMAD DONI DWI KRISNADI

NIM: 201810210311253

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Malang, 23 Juni 2025

  
M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.

NIP: 180912071994

Pembimbing Pendamping

Malang, 23 Juni 2025

  
Yohana Agustina, S.P., M.Sc.

NIP: 190903081992

Malang, 23 Juni 2025

Wakil Dekan I

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Herik Sukorini, M.P., Ph.D., IPM  
NIP: 10593110359



Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 170801011992

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN EMPING JAGUNG PADA UD. MAWAR  
INDAH KABUPATEN LAMONGAN**

Oleh:

**MUHAMMAD DONI DWI KRISNADI**

**NIM: 201810210311253**

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan  
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang  
Nmor: E.2.c/188/FPP-UMM/V/2025 dan rekomendasi Komisi Skripsi  
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal:  
Keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 23 Juni 2025

Dewan Penguji

Penguji I

  
M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.  
NIP: 180912071994

Penguji II

  
Yohana Agustina, S.P., M.Sc.  
NIP: 190903081992

Penguji III


  
Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si  
NIP: 199607161990031002

Penguji IV


  
Fithri Mufrianti, S.P., M.P.  
NIP: 20210722071976

Malang, 23 Juni 2025

Dekan Fakultas Pertanian Peternakan

  
Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU. ASEAN Eng.  
NIP: 196405141990031 002

Ketua Program Studi Agribisnis

  
Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP: 170801011992

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah in:

Nama : Muhammad Doni Dwi Krisnadi

NIM : 201810210311253

Jurusan : Agribisnis


Fakultas : Pertanian – Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN EMPING JAGUNG PADA UD. MAWAR INDAH KABUPATEN LAMONGAN” adalah bukan karya orang lain baik sebagai manapun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Pembimbing Utama

Malang, 23 Juni 2025

  
M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc.  
NIP: 180912071994

  
Muhammad Doni Dwi Krisnadi  
201810210311253



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

### AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

Nomor : E.2.g/259b/AGRI-FPP/UMM/VI/2025  
Lampiran : -  
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Muhammad Doni Dwi Krisnadi  
NIM : 201810210311253  
Judul TA : Strategi Pemasaran Emping Jagung pada UD Mawar Indah Kabupaten Lamongan

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	10	10	Sesuai
	Bab II	17	25	Sesuai
	Bab III	33	35	Sesuai
	Bab IV	15	15	Sesuai
	Bab V	5	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Ditandatangani oleh  
Ketua Program Studi Agribisnis,

H. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.  
NIP. 170801011992



Malang, 18 June 2025

Admin Deteksi Plagiasi  
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P  
NIP. 20240715031997

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutarni No. 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

Muhammad Doni Dwi Krisnadi, 201810210311253 “Strategi Pemasaran Emping Jagung Pada UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan”. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang, Dosen Pembimbing Utama: M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc. dan Pembimbing Pendamping: Yohana Agustina, S.P., M.Sc

---

Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan strategi pemasaran emping jagung pada UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan. Desain penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden, dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan yaitu menggunakan strategi agresif. Adapun pertimbangan dalam penetapan strategi tersebut yaitu usaha memiliki kekuatan yaitu memiliki ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing, kualitas produk yang baik dan menawarkan produk yang bervariasi. Kekuatan selanjutnya yaitu mengenai harga sesuai dengan kualitas, terjangkau dan bersaing, kekuatan untuk lokasi strategis,nyaman dan bersih. Promosi sesuai dengan kenyataan dan mudah dipahami oleh pelanggan. UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan memiliki sarana dan prasarana yang lengkap dan bersih, karyawan ramah, jujur dan memiliki ketepatan dalam memberikan pelayanan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman

## **ABSTRACT**

*Muhammad Doni Dwi Krisnadi, 201810210311253 " Marketing Strategy of Corn Chips at UD. Mawar Indah, Lamongan Regency". Agribusiness Study Program. Faculty of Agriculture and Animal Husbandry. University of Muhammadiyah Malang. The Main Supervisor is M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc..and Accompanying Supervisor: Yohana Agustina, S.P., M.Sc*

*The purpose of this study is to describe and analyze the implementation of corn chips marketing strategies at UD. Mawar Indah, Lamongan Regency. The research design used in this study is qualitative research. The population of this study were consumers of UD. Mawar Indah, Lamongan Regency with a sample of 30 respondents, using SWOT analysis. Based on the results of the research and discussion that have been carried out, it can be concluded that the marketing strategy in increasing sales at UD. Mawar Indah, Lamongan Regency is to use an aggressive strategy. The considerations in determining this strategy are that the business has strengths, namely having distinctive characteristics that differentiate it from competing products, good product quality and offering a variety of products. The next strength is regarding prices according to quality, affordable and competitive, strengths for strategic locations, comfortable and clean. Promotions are in accordance with reality and easy for customers to understand. UD. Mawar Indah, Lamongan Regency has complete and clean facilities and infrastructure, friendly, honest employees and have precision in providing services.*

*Keywords: Marketing Strategy, Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“STRATEGI PEMASARAN EMPING JAGUNG PADA UD. MAWAR INDAH KABUPATEN LAMONGAN”** dengan baik dan lancar.

Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan pencapaian gelar Sarjana Program Studi Agribisnis pada Fakultas Pertanian Pertenakan Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya dukungan dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala hormat penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa berupa kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN Eng. selaku Dekan Fakultas Pertanian Pertenakan Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc. selaku pembimbing satu dan Ibu Yohana Agustina, S.P., M.Sc. selaku pembimbing dua.
4. Bapak Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., Asean Eng. selaku Ketua Jurusan Agribisnis fakultas Pertanian Pertenakan Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Orang Tua saya tercinta Ayahanda Rudi Krisno dipurnomo dan Ibunda Wiwik Astutik yang telah berjuang untuk membesarkan anaknya sampai bisa menyekolahkan anaknya hingga selesai dan memberikan doa dan dukungan selama dalam proses Pengerjaan Skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
6. Terimakasih kepada kakak saya Dini Krisnawati Afiki Astutik yang tidak pernah berhenti memberi segala motivasi, doa yang terus di panjatkan, dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan pendidikan tinggi ini dengan penuh semangat dan tekad yang sangat besar.

7. Kepada sahabat seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan menjadi tempat saya untuk bercerita.
8. Semua pihak yang telah membantu selesainya skripsi ini tidak dapat penulissebutkan satu-persatu.
9. Terakhir saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri, karena telah melakukan semua kerja keras ini. Hingga dapat mencapai titik ini, serta dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstuktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan penelitian selanjutnya. Terimakasih.

Malang, 23 Juni 2025

**MUHAMMAD DONI DWI KRISNADI**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HASIL PLAGIASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Definisi Operasional.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.2.2 Pemasaran .....	17
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	23
2.2.4 Analisis SWOT .....	28
2.2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian .....	31
3.2 <b>Sumber Data</b> .....	<b>31</b>
3.3 <b>Waktu dan Tempat</b> .....	<b>33</b>
3.4 <b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>33</b>
3.5 <b>Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	<b>35</b>
3.6 Metode Analisis Data .....	36

<b>BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan .....	40
4.1.2 Visi dan Misi.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan.....	41
<b>BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
5.1 Hasil Penelitian.....	45
5.1.1 Indikator Kuesioner Penelitian.....	45
5.1.2 Hasil Validitas dan Reliabilitas .....	46
5.1.3 Rata-Rata Atribut .....	48
5.1.4 Internal Faktor Evaluation (IFE) .....	50
5.1.5 Faktor Eksternal .....	52
5.1.6 Eksternal Faktor Evaluation (EFE) .....	53
5.1.7 Analisis SWOT.....	54
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Pesaing UD. Mawar Indah .....	2
Tabel 2 Jumlah Konsumen UD. Mawar Indah.....	3
Tabel 3 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	33
Tabel 4 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	39
Tabel 5 Indikator Kuesioner.....	45
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 8 Rata-Rata Atribut .....	48
Tabel 9 Faktor Internal.....	49
Tabel 10 Internal <i>Factor Evaluation</i> (IFE) .....	50
Tabel 11. Hasil Identifikasi Faktor Eksternal .....	52
Tabel 12. Eksternal Factor Evaluation (IFE) .....	53
Tabel 13. Analisis SWOT pada UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan ...	55

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

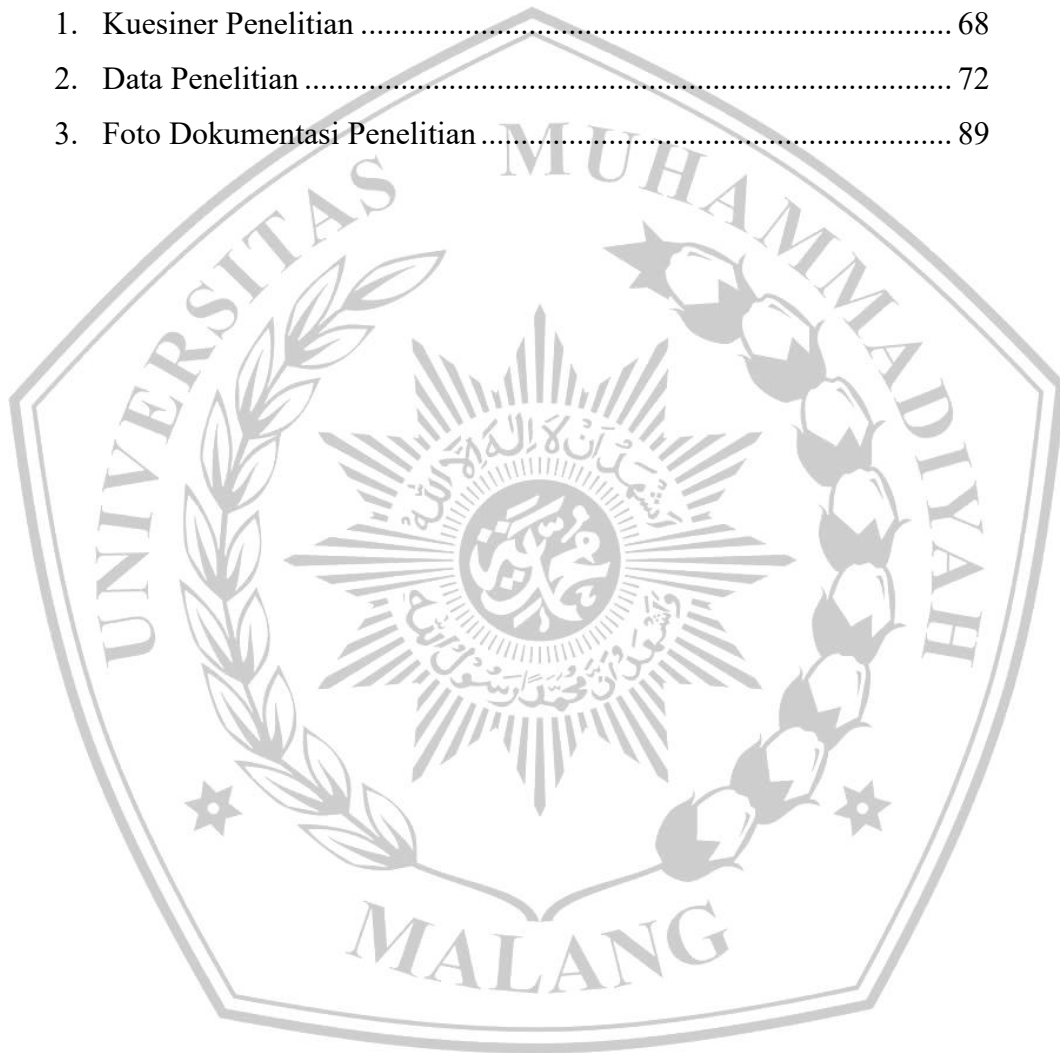
Gambar 1	Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.	Stuktur Organisasi UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan ....	42
Gambar 3	Analisis SWOT UD. Mawar Indah Kabupaten Lamongan.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesiner Penelitian .....	68
2. Data Penelitian .....	72
3. Foto Dokumentasi Penelitian .....	89



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N.R (2023), Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT), *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 41–48.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Anthony, W.P, Parrewe, P. L, and Kacmar. (2013) *Strategic Human Resource Management*. Orlando: Harcourt Brace and company
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, M.A (2023) Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis Pasca Pandemi Covid-19 pada Toko Hijup Putri, *MAMEN (Jurnal Manajemen) Vol. 2 No. 3 (2023) 385 – 395*
- David, Fred, (2010). *Strategic Management. Manajemen Strategis*, Edisi Keduabelas. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, A (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Jakarta : CV. Penerbit Qiara Media
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks
- Hamel, G. and Prahalad, C.K. (2015). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*. Vol. 68 No. 3, pp. 79-91.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta : Penerbit Gosyen Publishing.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT.Sunindo Varia motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah methoekonomi*, Vol. 3, No. 1.
- Ikhsan, R.F (2020), Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Kota Depok, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(1), 22-47

- Indra, B.W, (2013). Analisis Pengaruh Jenis Produk dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepatu Leaque Pada Showroom Sportindo Tubjungan Plaza 2 Surabaya.
- Irham, F. (2013), *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Alfabeta: Bandung.
- J.Moleong, Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran* Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, Terjemahan : Firmansyah.
- Mulyadi, D. dkk., (2012) Analisis Strategi Pemasaran jasa Lembaga NonBank Pada PT Oto Multiartha Karawang”. *Jurnal Manajemen* Vol. 09 No. 2.
- Rangkuti, F. (2017) *Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Setyanto, A. (2022), Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Kota Tangerang, *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin Universitas Muhammadiyah Tangerang Volume 4, 2022*
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Tampi, E. (2023), Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada PT. Suluh Jaya Abadi, *Jurnal EMBA* Vol. 11, No. 3. Juli 2023, Hal. 126-137
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Yanti, M.I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Vol. 1 No. 1 hal. 3

Zebua, D.P.F, (2022) Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli, *Jurnal EMBA Vol. 10 No. 4 Oktober 2022, Hal. 1299-1307*

Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Surkarta: Yuma Pustaka.

