STRATEGI PEMASARAN PRODUK AGRIKU(SAMBAL IKAN TONGKOL) DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare

HERI SETIAWAN
220 170 024

Telah Diperiksa dan Disetujui,

Pada tanggal:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa, S.P., M.Si.	Abd. Rahim, S.P.,M.P.
NBM. 938319	NBM. 1463077

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Kaprodi
Dr.Sukmawati,S.P,M.P.	Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr.
NBM.1175442	NBM.1108201

Tanggal Lulus

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
PAREPARE
2025

ii

STRATEGI PEMASARAN PRODUK AGRIKU(SAMBAL IKAN TONGKOL) DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

SKRIPSI

HERI SETIAWAN
220 170 024

Telah Diperiksa dan Disetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa, S.P., M.Si.	Abd. Rahim, S.P.,M.P.
NBM. 938319	NBM. 1463077

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Ketua Program Studi
Dr.Sukmawati,S.P,M.P.	Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr.
NBM.1175442	NBM.1103201

Isi Skripsi Dipertahankan Didepan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 27 Agustus 2025

Susunan Dewan penguji:

Ketua	Tanda Tangan
Dr. Nurhapsa, S.P., M.Si. **NBM. 938319**	
Anggota I	
Abd. Rahim, S.P.,M.P. **NBM. 146 3077**	
Anggota II	
Irninthya Nanda Pratamilrwan, S.E., M.Agr. **NBM. 1300771**	
Anggota III	
Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr. **NBM. 1103201**	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Tanggal : 06 SEP 2025

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan

Dr.Sukmawati,S.P,M.P
NBM.1175442

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Heri Setiawan
Nomor Induk Mahasiswa	: 220 170 024
Program Studi	: Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) Di Universitas Muhammadiyah Parepare"** adalah benar-benar hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan sebagian atau keseluruhan tulisan atau pemikiran orang lain, semua sumber data dan informasi telah jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 27 Agustus 2025

Membuat pernyataan



Heri Setiawan
220 170 024

v

ABSTRAK

Heri Setiawan (220 170 024). Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) di Universitas Muhammadiyah Parepare. Dibawah bimbingan **Nurhapsa** dan **Abd. Rahim**.

Sambal ikan tongkol merupakan salah satu produk olahan lokal dari UMKM Agriku yang dipasarkan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Parepare. Produk ini memiliki cita rasa khas dan potensi pasar yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa dan sivitas akademika. Namun, pemasaran sambal ikan tongkol ini masih menghadapi beberapa kendala, seperti kapasitas produksi yang terbatas dan promosi yang belum maksimal. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi penjualan sambal ikan tongkol Agriku di Universitas Muhammadiyah Parepare; 2) Untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan sambal ikan tongkol di lingkungan kampus. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode analisis SWOT serta teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatan terletak pada kualitas rasa sambal dan kemasan yang menarik, sedangkan kelemahannya adalah terbatasnya promosi dan kapasitas produksi. Faktor peluang meliputi tingginya minat pasar dan dukungan dari institusi kampus, sementara ancamannya adalah persaingan dari produk sejenis. Penelitian ini menghasilkan beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan, antara lain: mengoptimalkan kekuatan produk melalui promosi aktif di media sosial, memperluas jangkauan distribusi di luar kampus, meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap, serta mengembangkan variasi produk untuk menghadapi persaingan pasar. Strategi ini diperoleh dari analisis SWOT yang menempatkan produk pada kuadran II (strategi diversifikasi), di mana organisasi memiliki kekuatan namun menghadapi ancaman eksternal. Strategi pemasaran yang dihasilkan adalah ST (Strenght-Threath) dengan fokus pada digital aktif agar tetap eksis dan mendorong pertumbuhan Agriku.

Kata Kunci: Sambal Ikan Tongkol, Agriku, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Bauran Pemasaran.

ABSTRACT

Heri Setiawan (220 170 024). Marketing Strategy of Agriku Product (Tuna Chili Sauce) at Muhammadiyah University of Parepare. Under the supervision of **Nurhapsa** dan **Abd. Rahim**.

Tuna chili sauce is one of the local processed products from the Agriku MSME, marketed within the Muhammadiyah University of Parepare. This product has a distinctive taste and considerable market potential among students and academic staff. However, the marketing of this product still faces several challenges, such as limited production capacity and suboptimal promotional efforts. The objectives of this study are: 1) To identify internal and external factors affecting the sales of Agriku's tuna chili sauce at Muhammadiyah University of Parepare; and 2) To analyze effective marketing strategies to increase its sales within the campus environment. This research uses a descriptive quantitative method with a SWOT analysis approach, and data collection techniques including observation, questionnaires, and documentation. The results show that the product's strengths lie in its flavor quality and attractive packaging, while its weaknesses are limited promotion and production capacity. Opportunities include high market demand and support from the university, whereas threats come from competing products. This study resulted in several applicable marketing strategies, including optimizing product strengths through active promotion on social media, expanding distribution reach beyond the campus, gradually increasing production capacity, and developing product variations to address market competition. These strategies were derived from a SWOT analysis that positioned the product in Quadrant II (diversification strategy), where the organization possesses internal strengths but faces external threats. The resulting marketing strategy is ST (Strength-Threat) with a focus on active digital to remain present and encourage Agriku's growth.

Keywords: Tuna Chili Sauce, Agriku, Marketing Strategy, SWOT Analysis, Marketing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang karena atas rahmat dan taufiq-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) di Universitas Muhammadiyah Parepare" dapat diselesaikan pada waktu yang tepat. Salawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga kepada orang tua saya tercinta yakni ayahanda Muhtar B dan ibunda Sumarni serta saudara-saudaraku dan segenap keluarga besar. Berkat doa, dukungan dan kasih sayang yang tiada hentinya diberikan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Jamaluddin Ahmad S.Sos., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Parepare.
3. Ibu Dr. Sukmawati, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan. Wakil Dekan I Ibu Syamsiar Zamzam, S.P.,M.Si. Ibu Dr.Rahmawati Semaun selaku Wakil Dekan II.

4. Ibu Dr.Nurhapsa, S.P., M.Si. selaku pembimbing I dan Abd.Rahim.S.P.,MP. Selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Edi kurniawan S.P.,M.Agr. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan. Sekaligus Penguji II yang telah memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Irninthya Nanda Pratami Irwan,S.E.,M.Agr.. selaku Penguji I yang telah memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Dosen-dosen Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan terkhususnya dosen-dosen program studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Parepare.
8. Seluruh Staf Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare yang selalu melayani dan memberikan arahan dalam pengurusan di Fakultas.
9. Terimaksih kepada Kepala Pusat Riset Pengelolaan Pasca Panen FAPETRIK UMPAR, Yang telah mengizinkan dan

mempercayakan saya untuk melakukan proses penelitian salah satu produk Agriku Yang merupakan produk unggulan dari Pusat Riset Pengelolaan Pasca Panen Fapetrik Umpar.

10. Terimakasih Lembagaku, Organisasiku Sekaligus Rumahku BEM FAPETRIK UMPAR, Dan seluruh masyarakat KBM Fapetrik Yang pernah terlibat dalam proses belajar dan bertumbuh.
11. Terima kasih banyak untuk teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2020 yang awalnya kita hanyalah orang asing hingga akhirnya kita menjadi keluarga. Akan menjadi suatu hal yang dapat penulis kenang bahwa kita pernah merasakan pahit dan manisnya selama perkuliahan dan semoga kita masih bisa dipertemukan lagi dalam keadaan yang lebih baik.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang selalu mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Parepare,
27 Agustus
2025

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL I
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI v
ABSTRAK ii
ABSTRACT vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
BAB I. PENDAHULUAN xvi
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 2
1.3. Tujuan Penelitian 3
1.4. Manfaat Penelitian 3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 4
2.1. Penelitian Terdahulu 4
2.2. Produk Pasca Panen 7
2.3. Ikan Tongkol 8
2.4. Strategi pemasaran 10
2.6. Digital Marketing 14

2.7. Analisis SWOT 17
a. Pengertian Analisis SWOT 17
b. Matriks SWOT 18
c. Analisis IFAS dan EFAS 19
2.8. Kerangka Pikir 25
BAB IV. METODE PENELITIAN 26
4.1. Tempat dan Waktu 26
4.2. Sampel 27
4.3. Jenis dan Sumber Data 27
4.4. Teknik Pengumpulan Data 28
4.5. Analisis Data 30
4.6. Definisi Operasional 32
BAB V GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 34
5.1 Letak dan Luas Wilayah 34
5.2 Keadaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare 35
5.3 Topografi dan Iklim 35
5.4 Keadaan Ekonomi Sekitar 36
5.5 Profil Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) 36
5.6 Struktur Organisasi Usaha Agriku 36
5.7 Kegiatan Usaha yang Diteliti 37
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN 39
6.1 Karakteristik Responden 39
6.2 Deskripsi Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) 42
6.3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal 50

6.3.1 Analisis Faktor Internal (IFAS)..... 42
6.3.2 Analisis Faktor Eksternal (EFAS) 44
6.4 Analisis Strategi Pemasaran Produk Agriku 55
6.4.1 Posisi Strategis Produk 55
6.4.2 Posisi Strategis Produk Berdasarkan Matriks SWOT 56
6.4.3 Strategi Pemasaran yang Direkomendasikan 59
6.5 Implikasi Hasil Penelitian 85
BAB VII PENUTUP 87
7.1 Kesimpulan 87
7.2 Saran 88
DAFTAR PUSTAKA..... 90
Lampiran..... 89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks SWOT 18

Tabel 2. 2 IFAS (Internal Factor Analysis Summary) 21

Tabel 2. 3 EFAS (External Factor Analysis Summary) 23

Tabel 6. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 39

Tabel 6. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur 40

Tabel 6. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 41

Tabel 6. 4 Matriks IFAS Proudk Agriku 44

Tabel 6. 5 Matriks EfAS Produk Agriku 44

Tabel 6. 6 Matriks Swot 49

Tabel 6. 7 tabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman 4549

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2. Kuadran SWOT 24
2. Gambar 3. Kerangka Pikir Penelitian..... 27
3. Gambar 6. Kuadran SWOT 52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 rating skor bobot …….....96
Lampiran 1.2 hasil kosioner responden.....98
Lampiran 1.3 dokumentasi responden 107
Lampiran 1.4 dokumentasi pembuatan produk Agriku 108
lampiran 1.5 produk Agriku……..108
Lampiran 1.6 surat izin penelitian.....109
Lampiran 1.7 surat keterangan bebas plagiat……110