LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1.1 rating skor bobot

Kekuatan					
No	**Nama Reponden**	**Pertanyaan 1**	**Pertanyaan 2**	**Pertanyaan 3**	**pertanyaan 4**
		Rating	**Rating**	**Rating**	**Rating**
1	Rahmi	4	3	3	4
2	Ana	3	3	2	3
3	Irda	3	3	3	3
4	Ahmad	4	4	3	3
5	Na'mal	4	4	3	3
6	Ibu Nanda	3	4	3	3
Nilai rata		**3.5**	**3.5**	**2.8**	**3.1**

Kelemahan					
No.	**Nama Reponden**	**Pertanyaan 1**	**Pertanyaan 2**	**Pertanyaan 3**	**pertanyaan 4**
		Rating	**Rating**	**Rating**	**Rating**
1	Rahmi	3	3	4	4
2	Ana	2	4	3	4
3	Irda	3	3	3	3
4	Ahmad	2	3	3	2
5	Na'mal	3	3	4	3
6	Ibu Nanda	2	3	2	4
Nilai rata		**2.5**	**3.1**	**3.1**	**3.3**

Peluang					
No.	**Nama Responden**	**Pertanyaan 1**	**Pertanyaan 2**	**Pertanyaan 3**	**pertanyaan 4**
		Rating	**Rating**	**Rating**	**Rating**
1	Fitri	3	4	3	3
2	Asrul	3	4	3	4
3	Umar	3	4	4	3
Nilai rata		**3.0**	**4.0**	**3.3**	**3.3**

Ancaman					
No.	**Nama Responden**	**Pertanyaan 1**	**Pertanyaan 2**	**Pertanyaan 3**	**pertanyaan 4**
		Rating	**Rating**	**Rating**	**Rating**
1	Fitri	4	4	3	3
2	Asrul	4	3	3	3
3	Umar	4	4	4	4
Nilai rata		**4.0**	**3.6**	**3.3**	**3.3**

Lampiran 1.2 hasil kosioner responden

Fitri'

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20–25 tahun ☐ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☐ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif			✓		3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat			✓		3
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru			✓		3
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar				✓	3
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah			✓		2
4	produksi yang tidak berkelanjutan				✓	2

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas			✓		2
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah			✓	✓	3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)			✓		2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku			✓		1

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama				✓	3
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini				✓	3
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat			✓		2
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan			✓		2

CS Dipindai dengan CamScanner

Ibu Nanda

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☑ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20–25 tahun ☑ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	FAPERTAN / AGRIBISNIS
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☑ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif			✓		2
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat				✓	4
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		3

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru		✓			2
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar			✓		3
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah		✓			2
4	produksi yang tidak berkelanjutan			✓		2

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas			✓		2
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah				✓	3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)			✓		2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku				✓	3

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama			✓		2
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini			✓		2
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat			✓		3
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan				✓	3

CS Dipindai dengan CamScanner

HAsrul

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20–25 tahun ☐ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☐ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif			✓		3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat				✓	3
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru			✓		2
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar				✓	2
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah			✓		3
4	produksi yang tidak berkelanjutan				✓	3

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas			✓		3
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah				✓	2
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)			✓		2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku				✓	2

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama				✓	3
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini			✓		2
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat			✓		2
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan			✓		2

CS Dipindai dengan CamScanner

ANA

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☑ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20–25 tahun ☑ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	PMIPA TIK
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☑ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif			✓		3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat	✓				3
3	Daya tahan produk agriku lebih lama		✓			2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru				✓	2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru		✓			3
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar				✓	3
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah			✓		2
4	produksi yang tidak berkelanjutan				✓	2

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas				✓
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah			✓	
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)			✓	
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku				

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama				✓
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini			✓	
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat				✓
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan				✓

Dipindai dengan CamScanner

Na'mal Shoalo

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☑ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☑ 20–25 tahun ☐ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	FAPETRIK
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☑ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif				✓	3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat			✓		2
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru			✓		2
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar			✓		2
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah				✓	3
4	produksi yang tidak berkelanjutan			✓		2

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas				✓	3
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah				✓	3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)				✓	2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku				✓	2

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama			✓		2
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini			✓		2
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat				✓	3
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan				✓	3

CS Dipindai dengan CamScanner

umar.

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20–25 tahun ☐ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☐ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif				✓	3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat			✓		3
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru			✓		2
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar				✓	3
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah			✓		2
4	produksi yang tidak berkelanjutan				✓	2

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas			✓		3
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah				✓	3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)				✓	2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku			✓		2

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama				✓
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini				✓
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat				✓
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan				✓

CS Dipindai dengan CamScanner

RAHMI

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☑ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☑ 20–25 tahun ☐ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	FARETEK
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☑ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif				✓	3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat			✓		2
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		3

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru			✓		2
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar			✓		2
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah				✓	3
4	produksi yang tidak berkelanjutan			✓		1

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas				✓	3
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah				✓	3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)				✓	2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku				✓	2

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama			✓		2
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini			✓		2
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat				✓	4
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan				✓	3

Dipindai dengan CamScanner

Irda

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☑ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20–25 tahun ☑ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	PAPOTRIK
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☑ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif			✓		3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat			✓		3
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓	✗	2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓	.	2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru			✓		3
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar			✓		3
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah			✓		2
4	produksi yang tidak berkelanjutan			✓		2

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas			✓		3
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah			✓		3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)			✓		2
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku			✓		2

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama				✓	3
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini			✓		3
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat				✓	2
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan				✓	2

CS Dipindai dengan CamScanner

Ahmad Ozacky

KUESIONER PENELITIAN Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol)

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin	☑ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia	☐ < 20 tahun ☑ 20–25 tahun ☐ > 25 tahun
3. Fakultas/Jurusan	
4. Pernahkah Anda mendengar produk Agri-ku?	☑ Ya ☐ Tidak

(Sambal Ikan Tongkol & Brownies Chips)

Petunjuk: Berikan tanda centang (✓) pada angka yang sesuai dengan pendapat Anda.

Skala:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

A. Kekuatan (Strengths)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Harga kompetitif dengan kualitas rasa dan juga kemasan yang unik dan kreatif				✓	3
2	Segmentasi pasar luas, cocok untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa sebagai cemilan ataupun makanan berat				✓	3
3	Daya tahan produk agriku lebih lama			✓		2
4	Inovasi produk agri ku sangat kreatif dengan 2 produk andalannya yaitu sambal ikan tongkol siap saji , dan brownis cips yang renyah mampu menarik minat konsumen yang suka hal baru			✓		2

B. Kelemahan (Weaknesses)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Belum banyak dikenal pasar karna produk ini termasuk inovasi baru		✓			1
2	Kebutuhan peralatan khusus membuat produksi belum memadai untuk produksi skala besar			✓		3
3	Rasa tidak disukai semua kalangan terutama yang belum terbiasa dengan makanan siap saji seperti sambal ikan tongkol atau orang yang biasa menemui brownis dengan tekstur lembut kini menjadi brownis yang renyah			✓		2
4	produksi yang tidak berkelanjutan		✓			1

C. Peluang (Opportunities)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Minat konsumen terhadap produk lokal meningkat, makin banyak masyarakat yang mendukung produk lokal dan UMKM apalagi dikemas menarik dan berkualitas			✓		3
2	Cocok dijadikan oleh" atau hampers produk ini berpotensi untuk masuk ke pasar oleh" daerah				✓	3
3	potensi pasar online sangat luas penjualan melalui market place (shoope) (toko pedia) Dan media sosia seperti (Facebook) (instagram) dan (Tiktok)				✓	3
4	Kolaborasi dengan influencer kuliner untuk memperkenalkan produk agriku				✓	3

D. Ancaman (Threats)

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Banyak produk yang serupa namun tidak sama				✓	3
2	Kritik dan ulasan di media sosial bisa menyebar dan mempengaruhi citra brand apa lagi di era digital saat ini				✓	3
3	perubahan selera konsumen, trend makanan cepat berubah , produk yang sedang digemari sekarang bisa saja di tinggalkan dalam waktu singkat			✓		2
4	Kenaikan harga bahan baku bisa menurunkan margin keuntungan			✓		2

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 1.3 dokumentasi responden







Lampiran 1.4 dokumentasi pembuata produk Agriku





lampiran 1.5 produk Agriku



Lampiran 1.6 surat izin penelitian

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
(RESEARCH INSTITUTE AND COMMUNITY SERVICES)
Alamat : Gedung F3.19 Kampus II UMPAR, Jl. Jend. Ahmad Yani KM. 6 Kota Parepare, Kode Pos 91113, e-mail : lppm@umpar.ac.id

بسم الله الرحمن الرحيم

Nomor : 085/LPPM/II.3.AU/IP/2025
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth
Kepala Pusat Studi Riset Pengelolaan Pasca Panen FAPETRIK UMPAR
di-
Tempat

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Parepare, menerangkan bahwa:

Nama	**: Heri Setiawan**
NIM	**: 220 170 024**
Fakultas/Prodi	**: FAPETRIK/Agribisnis**

Adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare yang bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "**Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) di Universitas Muhammadiyah Parepare".**
Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin penelitian kepada Mahasiswa tersebut selama 1 (satu) Bulan di **Pusat Studi Riset Pengelolaan Pasca Panen FAPETRIK UMPAR.**
Atas Perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.
Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Parepare, 17 Februari 2025
Ketua,

Prof. Dr. Iradhatullah Rahim, M.P.
NIDN. 0926117601

Tembusan Yth.
1. Ketua BPH UMPAR
2. Wakil Rektor I UMPAR
3. Wakil Rektor III UMPAR
4. Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan UMPAR
5. Sdr. Heri Setiawan
6. Arsip

Dipindai dengan CamScanner

Llmpiran 1.7 surat keterangan bebas plagiat

220170024 HERI SETIAWAN

strategi pemasaran

AGRIBISNIS 2025
FAPETRIK
Universitas Muhammadiyah Pare-Pare

Document Details

Submission ID
trn:oid:::1:3320243251

Submission Date
Aug 25, 2025, 10:39 AM GMT+7

Download Date
Aug 25, 2025, 10:48 AM GMT+7

File Name
HERI_SETIAWAN_skripsi221.docx

File Size
253.9 KB

97 Pages

15,518 Words

101,498 Characters

24% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

23% Internet sources
15% Publications
11% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Heri Setiawan (220170024), lahir di passembarang 21 oktober 2000. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Muhtar B. Dan Ibu Sumarni.Penulis memulai jenjang pendidikan pada Sekolah dasar (SD) di MI DDI Passembarang 2007 Dan selesai pada tahun 2013. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan Pendididkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTS DDI KANANG dan selesai 2016. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendididkan pada jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di MAN 2 KOTA PAREPARE dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2020 Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di salah satu perguruan tinggi yang ada di kota parepare yaitu Universitas Muhammadiyah Parepare dengan mengambil program studi Agribisnis Fakultas Pertanian , Peternakan dan Perikanan. Pada Tahun 2025, Penulis menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Agriku (Sambal Ikan Tongkol) Di Universitas Muhammadiyah Parepare”.