

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CAMILAN USAHA
BERKAT MOTEKAR DI KABUPATEN TANAH LAUT**



DWI CHOIRUNISA

**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2026

LAPORAN HASIL PENELITIAN

STRATEGI PEMASARAN PRODUK CAMILAN USAHA
BERKAT MOTEKAR DI KABUPATEN TANAH LAUT

Oleh
Dwi Choirunisa
1910514220010

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU

2026

RINGKASAN

DWI CHOIRUNISA. Strategi Pemasaran Produk Camilan Usaha Berkat Motekar di Kabupaten Tanah Laut, di bawah bimbingan Hairi Firmansyah dan Nurmelati Septiana.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran produk camilan di Usaha Berkat Motekar serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk camilan di Usaha Berkat Motekar. Penelitian dilakukan di Desa Pemuda Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari 2025 sampai Mei 2026.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *purposive sampling*. Responden dipilih dengan kriteria populasi yang telah ditentukan dan terdiri dari *key informan* dan *informan tambahan*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, dan matriks SWOT.

Faktor internal yang memengaruhi strategi pemasaran produk usaha Berkat Motekar, yaitu memiliki *reseller* tetap, kemasan mendukung pengiriman ke luar kota, Produk bersertifikat halal dan terdaftar di BPOM, kualitas produk yang baik, keterbatasan modal, keterbatasan tenaga kerja, promosi belum optimal serta belum menjalankan fungsi manajemen secara menyeluruh. Sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran produk usaha Berkat Motekar, yaitu dianggap sebagai oleh-oleh daerah, event yang diadakan pemerintah sebagai tempat promosi, dukungan pemerintah, berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, fluktuasi harga bahan baku, tantangan distribusi, perubahan peraturan pemerintah terkait bahan bakar atau bahan baku lain, dan industri di bidang yang sama.

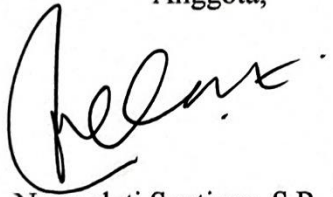
Berdasarkan analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), kekuatan utama usaha Berkat Motekar adalah produk bersertifikat halal dan terdaftar di BPOM, sementara kelemahan utamanya adalah promosi yang belum optimal. Di sisi lain, peluang utama dari usaha ini adalah adanya dukungan pemerintah, sedangkan ancaman utamanya adalah industri

di bidang yang sama. Usaha Berkat Motekar berada pada sel IV/tumbuh dan berkembang (*Grow and Build*), disarankan strategi intensif yang mencakup penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan integrasi ke depan, dengan fokus pada memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal sambil mengatasi kelemahan dan ancaman.

Judul : Strategi Pemasaran Produk Camilan Usaha Berkat
Motekar di Kabupaten Tanah Laut
Nama : Dwi Choirunisa
NIM : 1910514220010
Jurusan : Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing:

Anggota,



Nurmelati Septiana, S.P., M.Si.
NIP. 19810905 200501 2 003

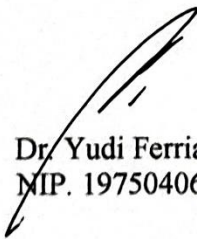
Ketua,



Hairi Firmansyah, S.P., M.Si.
NIP. 19810822 200312 1 003

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan Agribisnis,



Dr. Yudi Ferrianta, S.P., M.P.
NIP. 19750406 200003 1 001

Tanggal lulus: 13 Mei 2026

RIWAYAT HIDUP



Dwi Choirunisa lahir di Tanah Laut, pada tanggal 18 September 2001 sebagai anak kedua dari dua bersaudara, pasangan Miftachul Huda dan Soimatin. Lulus sekolah menengah atas SMAN 1 Pelaihari pada tahun 2019, dan melanjutkan studi ke Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat pada tahun 2019 melalui jalur SBMPTN.

Penulis aktif mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Sosial-Ekonomi Pertanian Faperta ULM sebagai anggota Departemen Pendidikan dan Keprofesian di Kabinet Selaras pada tahun 2021 dan sebagai Koordinator Departemen Pendidikan dan Keprofesian di Kabinet Harmoni pada tahun 2022.

Penulis juga mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kedaireka pada bulan Juli 2021 - 18 Agustus 2021 di Desa Jombang, Kecamatan Satui, Kabupaten Tanah Bumbu. Pada bulan Januari 2025, penulis mulai merancang penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Produk Camilan Usaha Berkat Motekar di Kabupaten Tanah Laut. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2025, disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya yang telah melimpahkannya kepada kami sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian ini dengan baik. Adapun judul laporan hasil penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran Produk Camilan Usaha Berkat Motekar di Kabupaten Tanah Laut” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian.

Dalam penyelesaian laporan hasil penelitian ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan semangat dan motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi tingginya atas pemikiran dan bimbingan secara akademik kepada:

1. Bapak Hairi Firmansyah, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Nurmelati Septiana, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing II atas bimbingannya
2. Kedua orang tua dan saudara penulis atas segala dukungan dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
3. Bapak dan ibu dosen Program Studi Agribisnis atas segala ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
4. Bapak Momo Aris selaku pemilik usaha Berkat Motekar yang telah membantu penulis dalam proses pengumpulan data.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan dukungan dan menemani penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini.

Banjarbaru, September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian.....	6
Manfaat Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
UMKM	7
Strategi Pemasaran	9
Analisis SWOT	10
Matriks IFE dan EFE.....	11
Matriks IE.....	11
Matriks SWOT	12
Penelitian Terdahulu	13
METODE PENELITIAN.....	15
Tempat dan Waktu Penelitian	15
Jenis dan Sumber Data	15
Metode Pemilihan Responden.....	15
Variabel Penelitian	17
Batasan Masalah.....	18
Analisis Data	18
Definisi Operasional.....	21

Halaman

GAMBARAN UMUM WILAYAH	23
Gambaran Umum Tempat Penelitian	23
Gambaran Umum Usaha	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
Gambaran Umum Responden	34
Strategi Pemasaran Usaha Berkat Motekar	37
Analisis Matriks IFE	39
Analisis Matriks EFE	41
Analisis Matriks IE (<i>Internal-External</i>)	43
Analisis Matriks SWOT	45
KESIMPULAN DAN SARAN	50
Kesimpulan	50
Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. UMKM bidang usaha kuliner yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Perdagangan Kabupaten Tanah Laut	3
2. UMKM pengolahan produk komoditi hortikultura Kecamatan Pelaihari.....	4
3. Total penjualan produk camilan Usaha Berkat Motekar bulan Januari 2025 - Maret 2025	5
4. Matriks faktor strategi internal (IFE) dan eksternal (EFE)	18
5. Matriks Internal-Eksternal (IE)	20
6. Matriks SWOT	21
7. Alat-alat produksi	26
8. Bahan baku dan tambahan	27
9. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin.....	34
10. Gambaran umum responden berdasarkan umur.....	35
11. Gambaran umum responden berdasarkan pendidikan	36
12. Gambaran umum responden berdasarkan pekerjaan.....	36
13. Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal usaha Berkat Motekar	38
14. Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	40
15. Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	41
16. Analisis Matriks IE	43
17. Analisis Matriks SWOT	45

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Peta wilayah penelitian.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta lokasi usaha Berkat Motekar	55
2. Sub Variabel.....	56
3. Identitas responden.....	58
4. Perhitungan Bobot IFE dan EFE	59
5. Tabulasi skor <i>rating</i> responden terhadap analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>)	60
6. Dokumentasi di lapangan	61