

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KEMPLANG
PADA UMKM IBU MARIA DI DESA BUBUSAN
KECAMATAN JEJAWI KABUPATEN
OGAN KOMERING ILIR**

**OLEH
RAHMA ALDI**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG

2022

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KEMPLANG
PADA UMKM IBU MARIA DI DESA BUBUSAN
KECAMATAN JEJAWI KABUPATEN
OGAN KOMERING ILIR**

Oleh
RAHMA ALDI

SKRIPSI

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

Pada
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG

2022

Motto :

“ Kamu harus bisa menerima berbagai keputusan yang mengecewakan, tapi jangan pernah putus harapan. ”

Terucap syukur kepada Allah SWT karena atas ridho-Nya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik, skripsi ini kupersembahkan untuk:

- ❖ Kedua orang tuaku tersayang, Ayah dan Ibu yang selalu dengan ikhlas, sabar memberikan dukungan dan semangat berupa do'a dan materi kepada anaknya*
- ❖ Keluarga besarku yang selalu memberikan semangat untukku*
- ❖ Saudara dan saudariku yang selalu memberikan semangat dan suport berupa do'a dan materi untukku*
- ❖ Kedua pembimbing saya, Ibu Sisvaberti Afriyatna, SP.,M.Si Dan Ibu Innike Abdillah Fahmi, SP., M.Si yang telah membimbing saya selama ini.*
- ❖ Terimakasih untuk teman-teman seperjuanganku atas suport dan dukungannya selama ini.*
- ❖ Almamater hijauku.*

RINGKASAN

RAHMA ALDI. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kemplang pada UMKM Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir (dibimbing oleh **SISVABERTI AFRIYATNA** dan **INNIKE ABDILLAH FAHMI**).

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui Analisis Pemasaran Usaha Kemplang pada UMKM Ibu Maria. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bubusan Kecamatan Kabupaten Ogan Komering Ilir pada bulan juni sampai dengan agustus 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah *Case Study* dimana pelaku UMKM yang di jadikan sebagai sampel dalam penelitian ini hanya 3 orang sebagai sample responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan alat bantu berupa pertanyaan yang dipersiapkan sebelumnya serta data - data yang didapat dari lembaga - lembaga terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan. Faktor Internal Kekuatan, produk mempunyai cita rasa, memberikan jaminan kualitas produk, harga terjangkau. Kelemahan, daya tahan produk tidak tahan lama, dan pemasaran belum menggunakan sosial media. Faktor Eskternal Peluang, teknologi pemasaran melalui internet semakin berkembang, dan minat pembeli tinggi. Ancaman, munculnya pesaing, pesaing menggunakan medial sosial dalam pemasaran, dan harga bahan baku tidak stabil. Strategi SWOT yang diterapkan Ibu Maria Strategi SO Memberikan kualitas produk kemplang, Memperluas pemasaran kemplang, Strategi WO Menjamin kualitas produk UMKM, Memajukan penggunaan teknologi dan informasi, Strategi ST Melakukan terobosan olahan dan tampilan produk, Strategi WT Memanfaatkan media sosial, Mencari karyawan.

SUMMARY

RAHMA ALDI. Analysis of the Kemplang Business Marketing Strategy on Ms. Maria's MSMEs in Bubusan Village, Jejawi District, Ogan Komering Ilir Regency (supervised by **SISVABERTI AFRIYATNA** and **INNIKE ABDILLAH FAHMI**).

This research was conducted to determine the Marketing Analysis of Kmeplang's Business on MSMEs, Ibu Maria. This research was conducted in Bubusan Village, Ogan Komering Ilir District, from June to August 2022. The research method used was a survey. The sampling method used is the Case Study where the MSME actors who are used as samples in this study are only 3 person as a sample of respondents. Data collection methods used in this study were observation, documentation and direct interviews with respondents using tools in the form of questions that were prepared in advance and data obtained from related institutions that were related to this research. The data processing and analysis method used is qualitative descriptive analysis. The results of this study show. Internal factors Strength, the product has a taste, provides product quality assurance, affordable prices. Weaknesses, product durability does not last long, and marketing has not used social media. External Factors Opportunities, internet marketing technology is growing, and buyer interest is high. Threats, emergence of competitors, competitors using social media in marketing, and unstable raw material prices. The SWOT strategy applied by Mrs. Maria SO Strategy Providing quality kemplang products, Expanding kemplang marketing, WO Strategy Ensuring the quality of MSME Product, Advancing the use of technology and information, ST Strategy Making breakthroughs in product processing and display, WT Strategy Utilizing social media, Looking for employees.

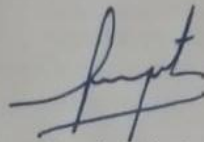
HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KEMPLANG
PADA UMKM IBU MARIA DI DESA BUBUSAN
KECAMATAN JEJAWI KABUPATEN
OGAN KOMERING ILIR**

Oleh
Rahma Aldi
412017069

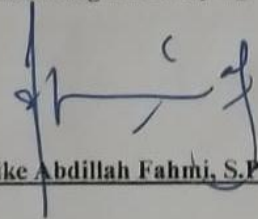
Telah dipertahankan pada ujian, 27 Agustus 2022

Pembimbing Utama,



(Sisvaberti Afriyatna, S.P.,M.Si)

Pembimbing Pendamping,



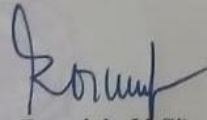
(Innike Abdillah Fahmi, S.P.,M.Si)

Palembang, 06 September 2022

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang



(Ir. Rosmiah, M.Si)

NIDN/NBM. 0003056411/913811

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahma Aldi
Tempat tanggal lahir : Serdang Menang, 8 Mei 1999
NIM : 412017069
Program studi : Agribisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hal kepada perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan media secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 20 Agustus 2022



(Rahma Aldi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas Rahmat dan Ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian ini dengan judul , **Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kemplang pada UMKM Ibu Maria Di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir.** yang merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu **Sisvaberti Afriyatna, S.P.,M.Si** selaku pembimbing utama dan kepada Ibu **Innike Abdillah Fahmi, S.P.,M.Si** selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan saran dalam penulisan proposal rencana penelitian. arahan dalam penyusunan proposal ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini tentu masih memiliki banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diperlukan dalam perbaikan di masa yang akan datang.

Palembang, 20 Agustus 2022

Penulis

RIWAYAT HIDUP

RAHMA ALDI, dilahirkan di Desa Serdang Menang 08 Mei 1999 merupakan putra ke Dua dari Dua bersaudara dari Bapak M Yunus dan Ibu Meri.

Pendidikan Sekolah Dasar telah di selesaikan Tahun 2011 di SD N 3 SP PADANG, Sekolah Menengan Pertama Tahun 2014 di SMP N 1 SP PADANG, Sekolah Menengah Atas tahun 2017 di SMA N 1 SP PADANG, Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2017 Program Studi Agribisnis.

Pada bulan juli 2020 penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Indralaya.

Pada bulan januari sampai maret 2021 penulis mengikuti Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) angkatan 55 di Desa SP Padang Kecamatan SP Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir .

Pada bulan juni 2022 penulis melaksanakan penelitian tentang Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kemplang Pada UMKM Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis.....	8
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Model Pendekatan	21
2.4 Batasan Penelitian	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Tempat dan Waktu.....	23
3.2 Metode Penelitian	23
3.3 Metode Penarikan Contoh	24
3.4 Metode Pengolahan Data.....	24
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	24
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil	29
4.1.1 Gambaran umum usaha kemplang pada UMKM Ibu Maria.....	29
4.1.2 Indentiras Responden	30
4.1.3 Faktor internal dan eksternal dalam pengembangan industri kemplang pada UMKM Ibu Maria	30
4.1.2 Bagaimana Strategi pemasaran kemplang pada UMKM Ibu Maria	32
4.2 Pembahasan.....	35
4.2.1. Indentifikasi internal dan eksternal dalam pengembangan industri kemplang pada UMKM Ibu Maria	35
4.2.2. Strategi pemasaran kemplang pada UMKM Ibu Maria.....	38

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Jumlah Usaha Kecil dan Menengah di Sumatera selatan Tahun 2020.....	3
2. Jumlah Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2018.....	4
3. Kajian terhadap Penelitian Terdahulu Sejenis.....	10

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Diagramatik Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kemplang UMKM di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	21
2. Matriks SWOT	27
3. Proses pembuatan kemplang	31
4. Matriks SWOT Usaha UMKM kemplang di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir	33

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir	44
2. Indentitas Responden umkm Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir.....	45
3. Hasil Wawancara Peneliti	48
4. Dokumentasi Penelitian di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir.....	47
5. Surat telah selesai penelitian dari kantor Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir.....	50

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian dalam arti seluas - luasnya merupakan sektor andalan (*basic sector*) bagi suatu bangsa. Sebab kebutuhan akan bahan pangan, serat, obat-obatan, dan energi, serta sebagian dari bahan baku industri dipasok oleh kegiatan sektor pertanian dan pangan. Disamping itu, sektor ini merupakan sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dengan berbagai tingkat kemahiran (*skill levels*). Sementara Indonesia, yang saat ini merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat didunia, dituntut untuk menyediakan pangan, sandang, obat - obatan, dan lapangan kerja bagi penduduknya. Tantangan yang dihadapi dalam pembangunan sektor pertanian dan pangan, tidak hanya terbatas pada cara meningkatkan efisiensi dan produktivitas, tetapi juga cara memperluas keanekaragaman produk pertanian untuk mewujudkan ketahanan pangan (*food security*), memperkokoh keterkaitan pertanian dengan industri, dan meningkatkan nilai tambah hasil pertanian, serta memperluas kesempatan kerja disektor pertanian sehingga dapat berdampak positif bagi kesejahteraan petani (Rahman, 2014).

Sektor pertanian tidak hanya pada usahatani tetapi pada usaha kecil yang berperan dalam pengolahan hasil - hasil pertanian. Khususnya pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mulai berkembang pesat setelah terjadinya krisis ekonomi berkepanjangan di Indonesia pada tahun 1997. UMKM dianggap sebagai penyelamat ekonomi karena pelaku ekonomi dapat berperan untuk mengurangi pengangguran dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Usaha mikro kecil menengah juga banyak berkontribusi terhadap pendapatan daerah maupun negara.

Industri merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Sektor industri terhadap pembangunan nasional dari tahun ke tahun menunjukkan kontribusi yang signifikan terutama pada negara-negara berkembang. Keunggulan sektor industri tersebut diantaranya memberikan

kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan. Kontribusi yang semakin tinggi dari sektor industri menyebabkan perubahan struktur perekonomian negara yang bersangkutan secara perlahan ataupun cepat dari sektor pertanian ke sektor industri (Saragih, 2010).

Strategi pemasaran didasarkan pada analisis menyeluruh terhadap pengaruh faktor - faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut. Unsur Tak tik pemasaran ada dua, salah satunya bauran pemasaran adalah yang berkaitan dengan kegiatan - kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat (Rangkuti, 2016).

Usaha kecil menengah mikro (UMKM) di Indonesia telah mendapatkan perhatian dari pemerintah dan masyarakat. Berbagai keringanan dan kemudahan disediakan pemerintah Indonesia untuk merangsang dan membina usaha kecil. Keringanan pajak, kemudian dalam perizinan, dan kemudahan mendapatkan kredit khusus telah disediakan pemerintah. Kedudukan usaha kecil di tengah-tengah kehidupan berusaha telah mendapatkan tempat yang layak, banyak menyerap tenaga kerja, ikut melancarkan perekonomian negara, dan mampu berdampingan dengan perusahaan - perusahaan besar. Diakui bahwa usaha kecil dapat memegang peranan penting dan menompang usaha besar. Mereka dapat menyediakan bahan - bahan mentah, suku cadang, pembungkus, bahan pembantu, dan sebagainya. Usaha kecil juga dapat berfungsi sebagai ujung tombak bagi usaha besar dengan menyalurkan dan menjual hasil usaha kepada konsumen (Wibowo, 2007).

Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM, maka dibutuhkan suatu strategi pengembangan UMKM agar perkembangan UMKM di Indonesia berjalan dengan cepat, permasalahan yang dihadapi UMKM

dapat direduksi dan UMKM mempunyai keunggulan yang lebih kompetitif. Dengan demikian, semua permasalahan yang dihadapi UMKM sebaiknya dijadikan input atau bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pengembangannya agar strategi tersebut bersifat komprehensif dan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Pada dasarnya strategi pengembangan UMKM yang diusulkan oleh para peneliti tersebut tidak berbasis keunggulan atau potensi lokal (potensi UMKM) dan peluang eksternal, serta strategi pengembangan yang diusulkan masih didasarkan pada pendekatan kualitatif. Adapun perkembangan UMKM di Sumatera Selatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Usaha Kecil dan Menengah di Sumatera Selatan Tahun 2020.

No.	Kabupaten	Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (unit)	Persentase (%)
1.	Musirawas Utara	13	0,01
2.	Empat Lawang	67	0,03
3.	OKU Selatan	115	0,05
4.	Musirawas	130	0,06
5.	PALI	177	0,08
6.	OKU Timur	270	0,13
7.	Musi Banyuasin	275	0,13
8.	OKU	383	0,18
9.	Banyuasin	435	0,21
10.	Ogan Ilir	521	0,25
11.	Ogan Komering Ilir	1.009	0,48
12.	Lahat	3.241	1,55
13.	Muaraenim	3.852	1,84
14.	Lubuk Linggau	13.003	6,20
15.	Pagaralam	13.867	6,61
16.	Prabumulih	16.832	8,03
17.	Palembang	155.467	74,1
	Jumlah	209.737	100,00

Sumber: Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah di Sumatera Selatan 2021

Berdasarkan tabel ini jumlah UMKM di OKI adalah 0,48% dari keseluruhan di Sumatera Selatan. Minat masyarakat OKI dalam berwirausaha masih rendah dikarenakan kemungkinan adanya keterbatasan modal.

Potensi dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Sumatera Selatan ini sangat besar jika dimaksimalkan. Salah satu upaya dalam meningkatkan pembangunan dan pemberdayaan guna mewujudkan industri kecil dan menengah yang dapat berdaya saing, adalah ikut berperan aktif dalam perluasan kesempatan kerja dan lapangan usaha, ikut berperan dalam pengentasan kemiskinan serta dapat menghasilkan barang atau jasa industri baik industri kecil maupun menengah yang dapat diekspor. Pengembangan UMKM harus diarahkan pada industri - industri kecil di daerah dan dengan memberdayakan industri-industri kecil yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015 - 2035 “Dengan berorientasi kepada pemberdayaan pada industri kecil tidak hanya pada industri besar saja, dengan mendukung pelaku industri kecil dan usaha kecil di daerah”. Adapun jumlah UMKM di Kabupaten OKI dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten OKI Tahun 2020.

No	Kecamatan	Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (unit)	Persentase (%)
1.	Cengal	1	0,10
2.	Sungai Menang	2	0,22
3.	Sirah Pulau Padang	6	0,59
4.	Pampangan	12	1,19
5.	Mesuji Raya	13	1,29
6.	Teluk Gelam	14	1,39
7.	Mesuji Makmur	16	1,59
8.	Tulung Selapan	16	1,59
9.	Pedamaran Timur	21	2,08
10.	Mesuji	29	2,87
11.	Pangkalan Lampam	29	2,87
12.	Pedamaran	63	6,24
13.	Air Sugihan	70	6,94
14.	Lempuing	93	9,22
15.	Jejawi	101	10,01
16.	Tanjung Lubuk	148	14,67
17.	Kayu Agung	375	37,02
	Jumlah	1.009	100,00

Sumber: Kementrian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten OKI Tahun 2021.

Pada Tabel 2. Tersebut dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Kecamatan jejawi 10,01%, dalam UMKM di Kabupaten Ogan Komering Ilir yang tersebar di setiap desa/kelurahan. Pelaku UMKM yang terbanyak berada di Kecamatan Kayu Agung dengan jumlah UMKM 37,2%. Pemerintah terus Dengan memberikan bantuan baik berupa pelatihan atau penyuluhan tentang pemasaran produk, pelatihan tentang menarik daya beli melalui merk produk usaha sehingga masyarakat dapat mengetahui apa yang belum mereka ketahui. Dengan melakukan pemberdayaan dalam masyarakat dapat meningkatkan produk yang dibuat oleh masyarakat dan dapat melakukan pemasaran produk secara luas. Hal ini juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan masyarakat.

Kabupaten Ogan Komering Ilir khususnya Kecamatan Jejawi Desa Bubusan merupakan salah satu penghasil kemplang. Kemplang sangat mudah ditemukan dan merupakan salah satu oleh-oleh khas kota Palembang yang dapat dengan mudah dijumpai karena banyak diproduksi dan tersebar diberbagai tempat seperti di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir, disana banyak dijumpai usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang melakukan baik skala kecil hingga skala yang cukup besar. Pertumbuhan usaha kemplang yang terus berdampak pada persaingan yang ketat guna memperebutkan pasar. Agar UMKM dapat berkembang lebih baik dan dapat bersaing salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan strategi pemasaran yang tepat seperti penetapan harga dan memberikan produk yang berkualitas Dilihat dari bahan olahan utama pembuatan kemplang yaitu ikan yang berasal dari sungai. Potensi yang dimiliki Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komering Ilir merupakan faktor pendukung yang dibutuhkan dalam proses produksi UMKM Kemplang.

Di Desa Bubusan yang memproduksi kemplang sekitar 15 orang, ada sekitar 10 orang yang aktif dalam memproduksi kemplang dan 5 terkadang

memproduksi kemplang dikarenakan kekurangan modal dalam memproduksi kemplang. Dengan memproduksi kemplang panggang sebelum di jual ke konsumen membutuhkan sekitar 3 hari dalam proses pemanggangan kemplang dan produk yang dihasilkan itu sekitar 90 bungkus 40 bungkus kecil dan 30 bungkus besar. Untuk jumlah / isi kemplang panggang dengan ukuran besar sekitar 50 pcs dan ukuran kemasan kecil sekitar 30 pcs. Memasarkan produk kemplang panggang ini pun terbilang sepi dikarenakan ada pesaing umkm di daerah tersebut dan Ibu Maria ini pun hanya menjual produk kemplang perhari sekitar 10 - 20 bungkus 13 bungkus kecil dan 7 bungkus besar.

UMKM Ibu Maria ini tidak hanya menjual di tempat itu saja, Ibu Maria menjual produk kemplangnya hingga sampai ke agen. Saluran pemasaran tersebut dalam waktu tertentu mengakibatkan pendapatan menurun. Hal ini dapat dilihat dari catatan penjualan produk yang tidak terjual akibat adanya kerusakan. Dalam memasarkan produk yang langsung dimakan selain produk yang sudah jadi Ibu Maria juga menjual produk kemplang yang belum dipanggang dan menjual produk mentah dengan pesanan dari konsumen terlebih dahulu untuk bisa menjual produk mentah.

Harga jual kemplang ini pun relatif sama dengan pedagang lainnya dari harga dan bentuk pengemasannya, untuk ukuran kemasan kemplang panggang harga Rp. 15.000 dan ukuran kemasan Besar harga Rp. 25.000. Kemplang yang dibuat UMKM Ibu Maria memiliki cara tersendiri dalam pembuatan, dari sisi harga produk UMKM Ibu Maria relatif sama dengan harga produk kemplang milik UMKM lain, promosinya dilakukan dari agen dan pengecer lainnya, sedangkan di media sosial produk jarang dipromosikan. Konsumen yang ingin membeli dapat datang langsung ke Desa Bubusan. Usaha industri kemplang Ibu Maria memang mengalami sedikit permasalahan dalam upaya pengembangannya. Dalam penjualan kemplang masih kesulitan dalam pemasaran sehingga perlu dilakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Usaha Produksi Kemplang pada**

UMKM Ibu Maria Di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka permasalahan menarik yang akan di teliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan industri kemplang pada UMKM Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir ?
2. Bagaimana strategi pemasaran kemplang Pada UMKM Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir ?

1.3. Tujuan dan Manfaat penelitian

Adapun dilakukan penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan industri kemplang Pada UMKM Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir.
2. Menganalisis strategi pemasaran kemplang Pada UMKM Ibu Maria di Desa Bubusan Kecamatan Jejawi Kabupaten Ogan Komerling Ilir.

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan dari suatu proses belajar yang harus ditempuh sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammdiyah Palembang.
2. Bagi peneliti lain, sebagai landasan dan bahan informasi untuk penelitian yang sejenis, serta sebagai titik tolak ukur untuk melakukan penelitian serupa dalam lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma B, 2006. Kewirausahaan, Alfabeta, Bandung, Indonesia.
- Apriansyah D. 2017. Analisis Strategi Pemasaran dan Nilai dari Produk Berbahan Baku Ikan Patin di Desa Pudak Kecamatan Muaro Jambi. Palembang. Program Studi Agribisnis Pertanian Univesitas Sriwijaya University. (dipublikasikan).
- Arief S, dan Subyantoro. 2007. Metode dan Teknik Penelitian Sosial. Andi Publisher. Yogyakarta. Indonesia.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta. Indonesia.
- Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah 2020. UMKM Di Sumatera Selatan, 2021. Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Sumatera Selatan.
- Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah 2020. UMKM Di Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2021. Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan.
- Nurdwitami, Ridah A. 2019. Strategi Pemasaran Usaha Kopra Di Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba. Makassar. Program Studi Ekonomi Universitas Negeri Makasar. (dipublikasikan).
- Rahman S. 2014. Pentingnya Ilmu Pertanian dan Pangan Digeluti Generasi Muda Volume 3 Number 2, (<http://journal.ift.or.id>, diakses 1 maret 2022).
- Rangkuti F, 2016. Analisis SWOT :Teknik Membedakan Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Ilmiah, Jakarta, Indonesia.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabet. Bandung. Indonesia.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Alfabeta. Bandung. Indonesia.
- Tjiptono dan Fandy. 2016. Strategi Pemasaran. Andi Publisher. Yogyakarta. Indonesia.
- Wibowo 2007. Manajemen Kinerja. Grafindo Prasada. Jakarta. Indonesia.

Widagdo H, Ayu C. P, Pratiwi R. 2017. Analisis Strategi Pemasaran terhadap minat beli Kerupuk Kemplang UKM. Jurnal. <https://jurnal.darmajaya.ac.id>. Vol. 1 No. 1.

Mardiana S, Yanis M.N. dan Ayu S.F. 2018. judul Analisis Strategi Pemasaran Tempe Usaha Kecil Menengah (UKM). Jurnal. <http://journal.uma.ac.id>. Vol. 11 No.2

Saragih, B. 2010. Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. IPBpres. Bogor. Indonesia.

Teguh. 2010, Produksi (Ekonomi) Industri. Grafindo Persada. Jakarta. Indonesia.

Yuniarti R, Rahman A. Dan Choiri M.. 2013, Strategi Pemasaran Pada UKM Keripik Tempe Sanan Malang. <https://journal.umm.ac.id>. Vol.14 No.2