

**STRATEGI PEMASARAN KACANG METE DI
KABUPATEN WONOGIRI PROVINSI JAWA TENGAH**

SKRIPSI



Oleh :

Fataha Ali

NPM. 2160118100037

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2025**

**STRATEGI PEMASARAN KACANG METE DI
KABUPATEN WONOGIRI PROVINSI JAWA TENGAH**

SKRIPSI

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian dari Fakultas Pertanian Universitas Tulungagung**

Oleh :

Fataha Ali

NPM. 2160118100037

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : **Strategi Pemasaran Kacang Mete di Kabupaten
Wonogiri Provinsi Jawa Tengah**

Nama Mahasiswa : **Fataha Ali**

NPM : **2160118100037**

Program Studi : **Agribisnis**

Menyetujui :

Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dr. Ir. Bambang Tri Kurnianto, M.MA)
NIDN. 013126103

(Mufida Diah Lestari,SP., M.Agr)
NIDN. 0707088507

Dekan

(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA)
NIDN. 0710066101

Tanggal Penyetujuan :

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI BERJUDUL STRATEGI PEMASARAN KACANG METE DI KABUPATEN WONOGIRI PROVINSI JAWA TENGAH

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Fataha Ali
NPM : 2160118100037

Yang dipertimbangkan di depan Dewan Penguji pada Tanggal :
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji Pertama

Penguji Kedua

(Dr. Ir. Bambang Tri Kurnianto, M.MA)
NIDN. 013126103

(Mufida Diah Lestari,SP., M.Agr)
NIDN. 0707088507

Penguji Ketiga

(Hery Nur Faisal, SPt. M. Agr)
NIDN. 0720128102

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan penuh hormat dan ketulusan, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber inspirasi dan motivasi dalam setiap langkah kehidupan penulis.
2. Saudara dan keluarga besar. Atas doa, dukungan, dan semangat yang senantiasa mengiringi perjuangan penulis hingga titik ini.
3. Dosen pembimbing dan seluruh dosen. Yang telah membimbing, membagikan ilmu, serta memberikan arahan selama proses studi dan penyusunan karya ini.
4. Sahabat dan rekan seperjuangan. Yang telah menjadi bagian penting dalam proses perjalanan akademik, berbagi pengalaman, serta memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Almamater tercinta. Sebagai tempat menimba ilmu dan mengembangkan diri yang telah memberikan banyak pengalaman berharga selama masa studi.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi langkah awal untuk pengabdian yang lebih luas di masa depan.

MOTTO

"Ilmu tanpa amal adalah sia-sia, dan amal tanpa ilmu adalah buta."

"Kesuksesan adalah hasil dari kerja keras, ketekunan, dan doa yang tak pernah putus."

RIWAYAT HIDUP

Nama: Fataha Ali dilahirkan di Wonogiri, pada tanggal 08 oktober 2001. Penulis merupakan anak ke- 1 dari 3 bersaudara dari pasangan Parjito dan Puji Lestari Rahayu.

Penulis memulai pendidikan formalnya di Sd Negeri 3 Slogohimo dan lulus pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di Smp negeri 6 Tanjung Selor dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah atas di Spnf Skb Negeri Wonogiri dan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tulungagung

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul: **“Strategi Pemasaran Kacang Mete di Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah”**. Karya ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tulungagung. Dalam proses penyusunan karya ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Ir. Bambang Tri Kurnianto, M.MA dan Mufida Diah Lestari, S.P., M.Agr, selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan karya ini.
2. Orang tua dan keluarga tercinta, atas doa, dukungan moral dan material, serta kasih sayang yang senantiasa menyertai perjuangan penulis.
3. Rekan-rekan dan sahabat seperjuangan, atas kebersamaan, bantuan, serta semangat yang diberikan sepanjang proses penyusunan karya ini.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Tulungagung, 25 Juni 2025

Fataha Ali

RINGKASAN

FATAHA ALI Strategi Pemasaran Kacang Mete di Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah, di bawah bimbingan Dr. Ir. Bambang Tri Kurnianto, M.MA dan Mufida Diah Lestari,SP., M.Agr

Kacang mete adalah salah satu jenis komoditas pertanian yang menjadi salah satu komoditas unggulan dari Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha kacang mete di Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan sampel dari penelitian adalah produsen kacang mete. Strategi pemasaran yang diterapkan pelaku usaha di Wonogiri masih bersifat sederhana dan konvensional. Strategi produk difokuskan pada pengolahan mete dengan beberapa variasi rasa, namun sebagian besar masih menggunakan kemasan sederhana tanpa label. Strategi harga dilakukan secara kompetitif, namun belum berdasarkan analisis biaya yang sistematis. Distribusi lebih banyak dilakukan secara langsung atau melalui reseller lokal, dan promosi terbatas pada media sosial serta promosi dari mulut ke mulut. Faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran mencakup kekuatan seperti kualitas produk dan ketersediaan bahan baku lokal, serta kelemahan seperti keterbatasan modal dan promosi. Peluang meliputi tren makanan sehat, kemudahan akses digital, dan dukungan pemerintah, sementara ancaman datang dari kompetitor luar daerah dan fluktuasi harga bahan baku. Untuk meningkatkan daya saing adalah strategi berbasis analisis SWOT, antara lain: mengembangkan kemasan produk premium, memperluas promosi melalui digital marketing, meningkatkan legalitas produk, serta memperkuat distribusi ke pasar luar daerah dan nasional. Kolaborasi dengan pemerintah atau lembaga pendamping UMKM juga menjadi langkah penting untuk mendukung pengembangan usaha mete di Wonogiri secara berkelanjutan

Kata Kunci: *strategi pemasaran, kacang mete, analisis SWOT*

SUMMARY

FATAHA ALI Cashew Nut Marketing Strategy in Wonogiri Regency, Central Java Province, under the guidance of Dr. Ir. Bambang Tri Kurnianto, M.MA dan Mufida Diah Lestari,SP., M.Agr

Cashew nuts are one type of agricultural commodity that is one of the leading commodities of Wonogiri Regency, Central Java Province. This study aims to analyze the marketing strategies implemented by cashew nut entrepreneurs in Wonogiri Regency. This study uses a qualitative research method and the sample of the study is cashew nut producers. The marketing strategy implemented by entrepreneurs in Wonogiri is still simple and conventional. The product strategy is focused on processing cashew nuts with several flavor variations, but most still use simple packaging without labels. The pricing strategy is carried out competitively, but not yet based on a systematic cost analysis.

Distribution is mostly done directly or through local resellers, and promotion is limited to social media and word of mouth. Internal and external factors that influence marketing strategies include strengths such as product quality and availability of local raw materials, as well as weaknesses such as limited capital and promotion. Opportunities include healthy food trends, easy digital access, and government support, while threats come from competitors outside the region and fluctuations in raw material prices. To increase competitiveness is a SWOT analysis-based strategy, including: developing premium product packaging, expanding promotion through digital marketing, increasing product legality, and strengthening distribution to markets outside the region and nationally. Collaboration with the government or MSME support institutions is also an important step to support the development of cashew nuts in Wonogiri sustainably

Keywords: *marketing strategy, cashew nuts, SWOT analysis*

DAFTAR ISI

COVER.....	i
COVER DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
SUMMARY	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian.	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	10
2.3 Kerangka berfikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Metode penentuan daerah penelitian	26
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Teknis Analisis Data	27
3.5 Fokus dan Batasan Penelitian	29
BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	30
4.1 Topografi Daerah Penelitian	30

4.2	Keadaan Sosial Ekonomi Daerah Penelitian.....	33
4.3	Kondisi Pendidikan di Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		35
5.1	Hasil dan Pembahasan.....	35
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		43
6.1	Kesimpulan.....	43
6.2	Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA		45
LAMPIRAN		47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil analisis SWOT dair peneliti Ketika dilapang adalah sebagai berikut	40
--------------------------------------------------------------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka berfikir.....	25
Gambar 2. Peta Lokasi Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah.....	32