

**STRATEGI PEMASARAN CABAI RAWIT (*CAPSICUM
FRUESTENCENT,L*) DI KECAMATAN NGANTRU,
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI



Oleh:

FIFI DWI NIRMAWATI

NPM. 2160118100007

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

2025

**STRATEGI PEMASARAN CABAI RAWIT (*CAPSICUM
FRUSTENCENT,L*) DI KECAMATAN NGANTRU,
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

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

Oleh:

FIFI DWI NIRMAWATI

NPM. 216011810007

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

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI :STRATEGI PEMASARAN CABAI RAWIT(*CAPSICUM FRUESCENS*,L) DI KECAMATAN NGANTRU KABUPATEN TULUNGAGUNG

NAMA MAHASISWA : FIFI DWI NIRMAWATI

NPM : 2160118100007

PROGAM STUDI : Agribisnis

MENYETUJUI : Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.M.A.)

NIDN. 0710066101

Dosen Pembimbing II



(Chusnatul Ulaela S., SP.,MP.)

NIDN.0728119105

Dekan



(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.M.A.)

NIDN.0710066101

Tanggal Penyetujuan:

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI BERJUDUL

STRATEGI PEMASARAN CABAI RAWIT (*CAPSICUM FRUESTENCENS,L*) DI
KECAMATAN NGANTRU, KABUPATEN TULUNGAGUNG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Fifi Dwi Nirmawati

NPM : 2160118100007

Yang dipertimbangkan di depan Dewan Penguji pada

Tanggal:

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji Pertama



(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti., M.M.A.)

NIDN.0710066101

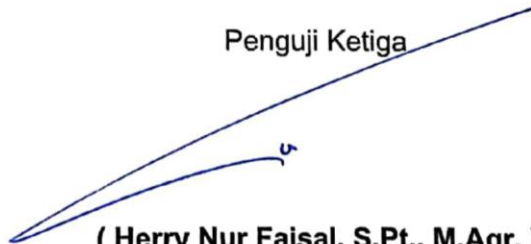
Penguji Kedua



(Chusnatul Ulaela S., SP., MP.)

NIDN. 0728119105

Penguji Ketiga



(Herry Nur Faisal, S.Pt., M.Agr.)

NIDN. 0720128102

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini di tunjukkan kepada almarhum ayah tersayang saya dan juga di semangati oleh ibu saya tercinta, kakak adikku tersayang Dan juga teman-teman yang telah mendukung dalam pembuatan skripsi ini

HALAMAN MOTTO

“Yang buruk sengaja Allah lepaskan agar yang baik punya kesempatan untuk datang, Sebab tumbuh juga berarti merelakan beberapa hal berguguran”

“Sedewasa apapun, aku tetap butuh ibu.”

RIWAYAT HIDUP

Fifi Dwi Nirmawati lahir di Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur pada tanggal 11 Juni 2003. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan suami istri, Alm. Bpk Turkhanudinn dan Ibu Mujiati. Penulis mengenyam pendidikan dasar di Madrasah Ibtida'iyah (MI) di Desa Pucung Lor, pada tahun 2010. Dilanjutkan dengan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah (MTS) Di Pucung Lor, kemudian pada tahun 2018 penulis lulus dan kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) PGRI 1 Tulungagung dan lulus pada tahun 2021.

Pada tahun 2021 penulis tidak ada pikiran untuk melanjutkan jenjang Strata Satu, dikarenakan masih terhalang oleh biaya, tetapi ibu saya ingin sekali anaknya melanjutkan di jenjang kuliah. Kemudian pada tahun 2021 penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata Satu (S1) di Universitas Tulungagung. Alasan penulis menempuh pendidikan di Universitas Tulungagung dikarenakan ingin menambah ilmu dan wawasan serta mengembangkan keterampilan agribisnis dan dapat membantu mengembangkan keterampilan dalam bidang pertanian, bisnis, dan, manajemen.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Cabai Rawit (*capsicum fruestentent, L*) di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung”. Diajukan sebagai tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Tulungagung.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti., M.MA. selaku Dosen Pembimbing I.
2. Chusnatul Ulaela Sajali, SP., MP. selaku Dosen Pembimbing II.
3. Semua keluarga terutama Ibu saya yang sangat saya cintai yang telah memberikan semangat dan dukungan.
4. Seluruh teman satu angkatan fakultas pertanian yang senantiasa selalu mewarnai hari-hari saya setiap hari.
5. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi terhadap skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan saran-saran dari pembaca untuk kesempurnaan isi dari skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dalam menambah pengetahuan dan wawasan kita khususnya dalam bidang pertanian.

Tulungagung, 2025

Penulis

RINGKASAN

FIFI DWI NIRMAWATI Strategi Pemasaran Cabai Rawit (*capsicum fuestescent. L*) di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung, di bawah bimbingan Dr.Ir. Yuniar Hajar Prasekti.,M.MA dan Chusnatul Ulaela Sajali S..SP..MP

Penelitian yang dilakukan di Kecamatan Ngantru, Kabupaten Tulungagung bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran cabai rawit, untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran cabai rawit dan menganalisis tingkat efisiensi strategi pemasaran cabai rawit yang dilakukan pada usahatani cabai rawit di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari petani sejumlah 4 orang di ke empat desa di Kecamatan Ngantru. Untuk menentukan sampel petani cabai rawit, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* atau dengan sengaja yang sesuai dengan kriteria peneliti. Pengumpulan data primernya dilakukan wawancara dengan petani cabai rawit dan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan (kuesioner) dan observasi di tempat penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi pemasaran yang tepat di lakukan di Kecamatan Ngantru yaitu dengan mempertahankan kualitas cabai rawit untuk meningkatkan daya beli konsumen, memperluas pembudidayaan cabai rawit. (2) Faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan untuk pemasaran cabai rawit di Kecamatan Ngantru. (3) Tingkat efisiensi pemasaran cabai rawit di ketahui dari efisiensi saluran pemasarannya. Yakni saluran nol, saluran I, dan saluran II yang rentang 0-50%. Saluran nol efisiensi pemasarannya sebesar 0%, saluran I efisiensi pemasarannya sebesar 12,5%, dan saluran II efisiensi pemasarannya sebesar 22,2%.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran Cabai Rawit, faktor internal, Tingkat efisiensi, Saluran pemasaran*

SUMMARY

FIFI DWI NIRMAWATI Marketing Strategy For Cayenne Pepper (Capsicum Frutescens L) In Ngantru Sub District, Tulungagung, District, Under the guidance of Dr.Ir. Yuniar Hajar Prasekti., M.MA dan Chusnatul Ulaela Sajali S..SP..MP

The research conducted in Ngantru sub-district, Tulungagung regency aims to analyse the marketing strategy of cayenne pepper, to identify factors that influence the marketing strategy of cayenne pepper and to analyse the level of efficiency of the marketing strategy of cayenne pepper carried out in cayenne farming in Ngantru sub-district, Tulungagung regency. The sample used in the study consisted of 4 farmers in four villages in Ngantru sub-district. To determine the sample of cayenne pepper farmers, the researcher used the purposive sampling method or intentionally in accordance with the researcher's criteria. and using a list of questions that had been prepared (questionnaire) and observations at the research site.

The results of the study show that: (1) The right marketing strategy carried out in Ngantru District is to maintain the quality of cayenne pepper to increase consumer purchasing power, expand cayenne pepper cultivation. (2) Internal factors that are the strength for marketing cayenne pepper in Ngantru District. (3) The level of efficiency of cayenne pepper marketing is known from the marketing channels, namely zero channel, channel 1, and channel 2, the result of which in Ngantru sub-district are at an efficient level, in the range 0-5%, zero channel marketing efficiency is 0%, channel 1 marketing efficiency is 12,5%, and channel 2 marketing efficiency is 22,2%.

Keywords: *Chilli Pepper Marketing Strategy, Internal factor, Efficiency level, Marketing Channels*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan penelitian.....	4
1.3.2 Kegunaan penelitian	5
1.4 Pembatasan Masalah	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pengertian Strategi	12
2.2.2 Teori Manajemen Pemasaran	14
2.2.3 Pemasaran Cabai	16
2.2.4 Strategi Pemasaran	18
2.2.5 Produksi Cabai Rawit.....	20
2.2.6 Pengertian Analisis SWOT	21
2.2.7 Analisis Matriks SWOT.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Saluran Pemasaran	29

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2 Metode Pengambilan Sampel	33
3.3 Metode Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4 Metode Analisis Data	35
3.5 Metode Matriks SWOT.....	36
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	38
4.1 Topografi Daerah	38
4.2 Keadaan Sosial Ekonomi	39
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Mengidentifikasi Faktor – Faktor SWOT.....	45
5.1.1 Strenght (Kekuatan)	45
5.1.2 Weakness (Kelemahan)	48
5.1.1 Peluang (Opportunity).....	49
5.1.4 Threats (Ancaman)	51
5.2 Faktor – faktor SWOT	52
5.3 Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Rawit	60
BAB VI KESIMPULAN DAN PENUTUP	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Halaman
1.	Matriks SWOT	25
2.	Matriks SWOT	37
3.	Usia Petani Cabai Rawit	41
4.	Luas Panen Cabai Rawit	42
5.	Pengalaman Usaha Tani Cabai Rawit	43
6.	Matriks Internal Faktor	54
7.	Matriks Eksternal Faktor	56
8.	Matriks SWOT	58

DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Halaman
1.	Analisis SWOT.....	23
2.	Kerangka Pemikiran Strategi Pemasaran Cabai Rawit	28
3.	Saluran Pemasaran Cabai Rawit	30
4.	Analisis SWOT.....	35
5.	Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Ngantru	62

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Uraian	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	71
2.	Hasil Jawaban Responden	73
3.	Dokumentasi Penelitian Ke Petani Cabai Rawit	74
4.	Gambar Cabai Rawit.....	76