

**STRATEGI PEMASARAN UMKM DODOL  
DI DESA BENGKEL SETELAH BEROPERASINYA  
JALAN TOL TRANS SUMATERA MEDAN-TEBING TINGGI  
(Studi Kasus : Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan,  
Kabupaten Serdang Bedagai)**

**SKRIPSI**

**OLEH  
RIZKY ARIF SINAGA  
178220004**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/4/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/4/24

**STRATEGI PEMASARAN UMKM DODOL  
DI DESA BENGKEL SETELAH BEROPERASINYA  
JALAN TOL TRANS SUMATERA MEDAN-TEBING TINGGI  
(Studi Kasus : Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan  
Kabupaten Serdang Bedagai)**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/4/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)1/4/24

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran UMKM Dodol Di Desa Bengkel Setelah Beroperasinya Jalan Tol Trans Sumatra Medan-Tebing Tinggi (Studi Kasus : Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)  
Nama : Rizky Arif Sinaga  
NPM : 178220004  
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS  
Pembimbing I



Rahma Sari Siregar, SP. M.Si  
Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si  
Dekan Fakultas Pertanian



Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 19 September 2023

...

### HALAMAN PERNYATAAN

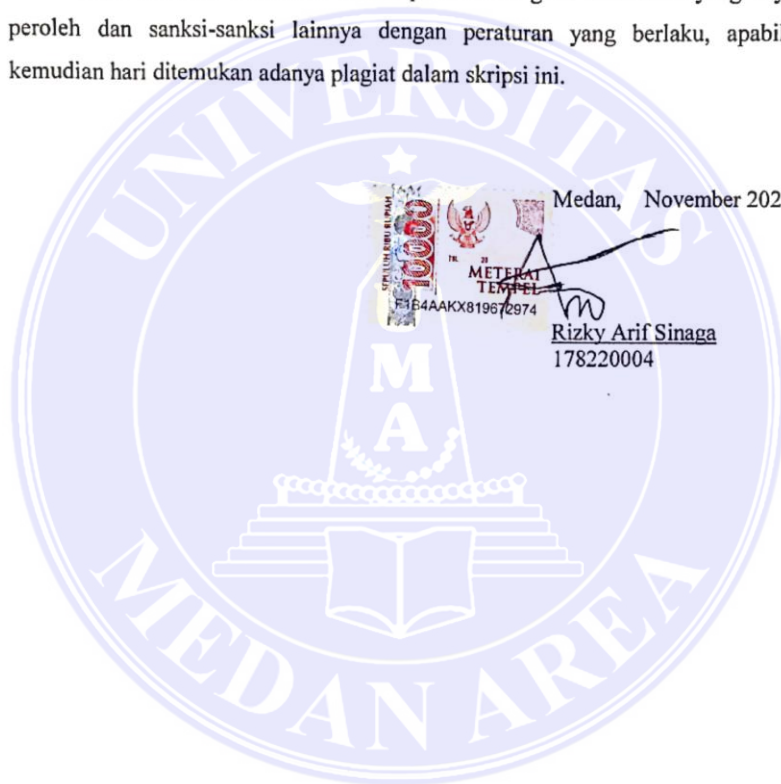
Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, November 2023



Rizky Arif Sinaga  
178220004



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rizky Arif Sinaga  
NPM : 178220004  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul : “Dampak Keberadaan Jalan Tol Medan-Tebing Tinggi Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus : Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai)”. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hal bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : November 2023  
Yang Menyatakan

  
Rizky Arif Sinaga

## ABSTRAK

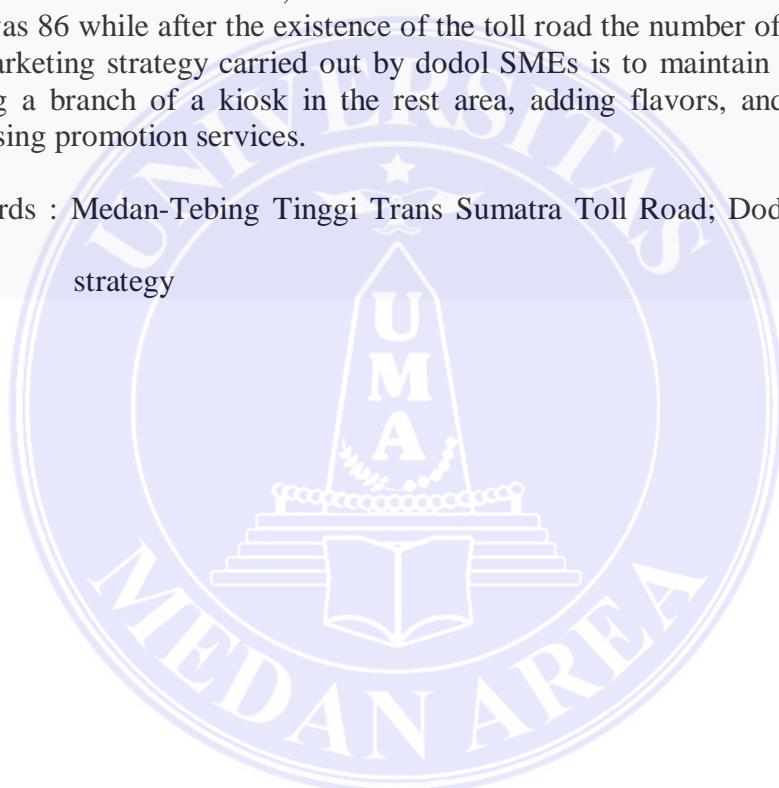
Pembangunan jalan tol sangat penting bagi perkembangan suatu daerah untuk mendorong penyaluran dan pengiriman barang dan manusia. Dodol merupakan makanan tradisional beberapa daerah di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi dan untuk menentukan strategi pemasaran dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Oktober 2022. Jumlah sampel sebanyak 55 pelaku usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus, analisis data menggunakan analisis swot. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kondisi UMKM dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan mengalami penurunan yang drastis, pada saat sebelum keberadaan jalan tol jumlah kios sebanyak 86 sementara setelah keberadaan jalan tol jumlah kios sebanyak 55. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM dodol adalah dengan mempertahankan kualitas dodol, membuka cabang kios di rest area, menambah varian rasa, dan menggunakan promosi jasa iklan secara online.

Kata Kunci : Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi; Dodol; Strategi Pemasaran

## ABSTRACT

The construction of toll roads is very important for development to encourage the distribution of goods and people. Dodol is a traditional food in several regions in Indonesia. Dodol has become a regional characteristic of Indonesia, so the demand for it will continue. The purpose of this study to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats to dodol marketing in Bengkel Village after the operation of the Medan-Tebing Tinggi trans Sumatra toll road and to determine the marketing strategy of dodol in Bengkel Village after the operation of the Medan-Tebing Tinggi trans Sumatra toll road. Research was carried out in October 2022. The total sample was 55 business actors. The method used in this study is the census method, data analysis using swot analysis. The results showed that the condition of dodol SMEs in Bengkel Village, Perbaungan Sub-District experienced a drastic decline, before the existence of the toll road the number of stalls was 86 while after the existence of the toll road the number of stalls was 55. The marketing strategy carried out by dodol SMEs is to maintain quality dodol, opening a branch of a kiosk in the rest area, adding flavors, and using online advertising promotion services.

Keywords : Medan-Tebing Tinggi Trans Sumatra Toll Road; Dodol; Marketing strategy

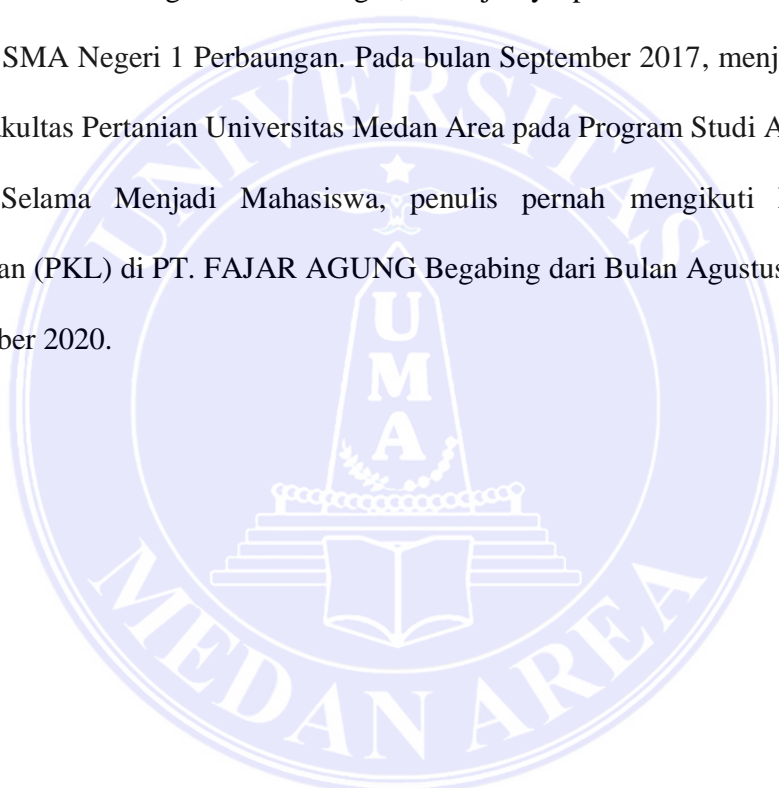


## RIWAYAT HIDUP

Rizky Arif Sinaga dilahirkan pada tanggal 10 Februari 1999 di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Ir. H. Riduan Sinaga dan Hj. Nur Asiah AH, SH.

Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 101943 Bengkel dan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Perbaungan, selanjutnya pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Perbaungan. Pada bulan September 2017, menjadi Mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis.

Selama Menjadi Mahasiswa, penulis pernah mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. FAJAR AGUNG Begabing dari Bulan Agustus sampai Bulan September 2020.





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, atas kasih dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran UMKM dodol di desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol Tran Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Studi kasus : Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Rahma Sari Siregar, SP, M.Si. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
6. Kedua Orang tua Ayahanda Ir. H. Riduan Sinaga dan Ibunda tercinta Hj. Nur Asiah AH, SH. Atas jerih payah dan doa serta dorongan moral dan material kepada penulis.

7. Seluruh teman-teman yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi penelitian ini.

Medan, November 2023

Rizky Arif Sinaga



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat.....	11
1.5. Kerangka Pemikiran.....	11
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). .....	14
2.1.1 Peranan Usaha Mirko Kecil dan Menengah .....	16
2.1.2 Manfaat Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	17
2.2 Dodol.....	18
2.3 Konsep Pemasaran.....	20
2.4 Analisis SWOT .....	22
2.4.1 Matriks SWOT .....	27
2.5 Penelitian Terdahulu .....	31
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.5 Definisi dan Batasan Operasional Variabel.....	39
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	42
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	42
4.1.1. Keadaan Penduduk .....	43
4.1.2. Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan .....	43
4.1.3. Janis Pekerjaan Penduduk .....	44
4.2. Keadaan UMKM Dodol di Desa Bengkel .....	44
4.3. Karakteristik Responden.....	47
4.3.1. Jenis Kelamin .....	47
4.3.2. Umur .....	48

4.3.3. Pendidikan.....	48
4.3.4. Lama Usaha.....	49
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>50</b>
5.1. Evaluasi Faktor Internal.....	52
5.2. Evaluasi Faktor Eksternal.....	56
5.3. Matriks IE.....	60
5.4. Hasil Analisis Matriks Swot.....	62
5.5. Pembahasan.....	66
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>73</b>
6.1. Kesimpulan.....	73
6.2. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>79</b>

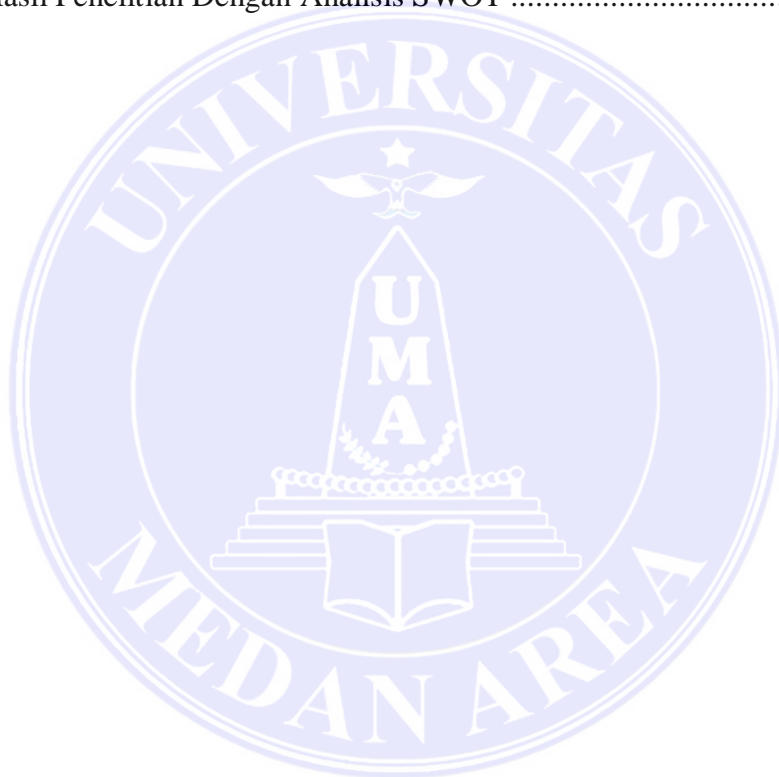


## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.	Banyaknya Pedagang Menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai, 2019 .....	5
2.	Pelaku UMKM Dodol di Kecamatan Perbaungan Pada Tahun 2019 .....	5
3.	Rekapitulasi Penerimaan dan Pendapatan UMKM Dodol.....	9
4.	Syarat Mutu Dodol .....	17
5.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia Desa Bengkel ....	43
6.	Distribusi Penduduk Menurut Pendidikan Desa Bengkel.....	44
7.	Jenis Pekerjaan Penduduk Desa Bengkel.....	44
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	47
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden.....	48
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Responden.....	48
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	49
12.	Identifikasi Evaluasi Faktor Internal (IFE) .....	55
13.	Identifikasi Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	59
14.	Matriks SWOT .....	63
15.	Identifikasi Evaluasi Faktor Internal (IFE) .....	67
16.	Identifikasi Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	67

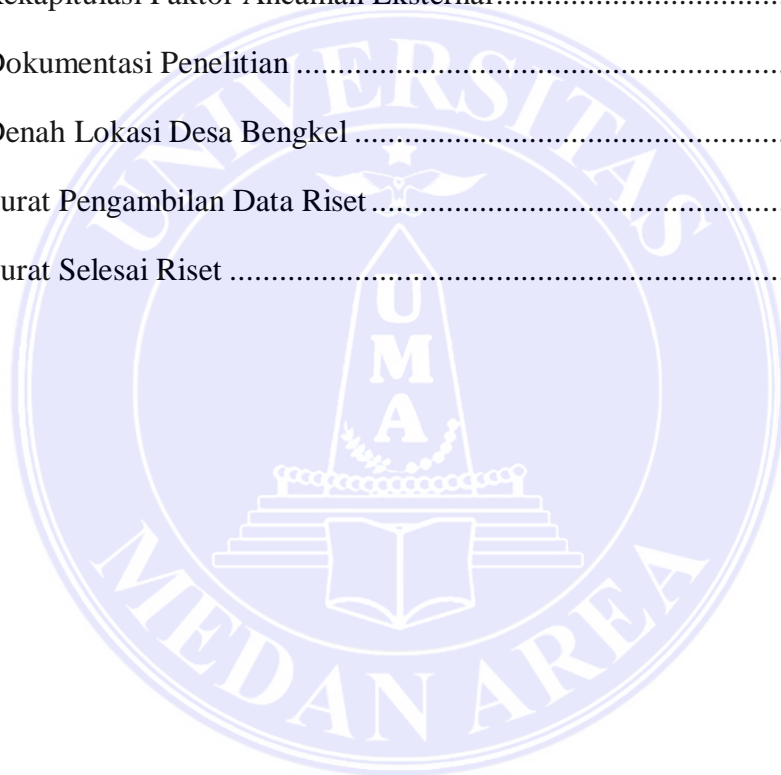
## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran .....	13
2.	Diagram Analisis SWOT .....	26
3.	Matriks SWOT .....	28
4.	Peta Desa Bengkel .....	42
5.	Matriks IE.....	61
6.	Hasil Penelitian Dengan Analisis SWOT .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner Peneltian .....	79
2.	Karakteristik Responden .....	86
3.	Rekapitulasi Faktor Kekuatan Internal .....	87
4.	Rekapitulasi Faktor Kelemahan Internal.....	88
5.	Rekapitulasi Faktor Peluang Eksternal .....	89
6.	Rekapitulasi Faktor Ancaman Eksternal.....	90
7.	Dokumentasi Penelitian .....	91
8.	Denah Lokasi Desa Bengkel .....	93
9.	Surat Pengambilan Data Riset .....	94
10.	Surat Selesai Riset .....	95



## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pembangunan jalan tol sangat penting bagi kemajuan dan perkembangan suatu wilayah atau daerah, pembangunan jalan tol mendorong percepatan penyaluran dan pengiriman barang dan manusia. Pembangunan jalan tol sedikit banyaknya berdampak terhadap pembangunan wilayah yang dilintasi, pembangunan jalan tol yang baik tidak akan merugikan wilayah atau kawasan yang dilintasi. Dampak yang sering terjadi dalam pembangunan jalan tol adalah berkurangnya wilayah perkebunan atau persawahan, tidak dimanfaatkannya masyarakat setempat dalam pembentukan UMKM dalam hal ini pembangunan rest area (Kasindi, 2020).

Pembangunan jalan tol merupakan salah satu solusi dari pendistribusian baik barang dan manusia dengan cara mudah dan efektif dari sisi waktu dan jarak. Pembangunan jalan tol merupakan salah satu solusi yang ditawarkan oleh pemerintah sekarang ini untuk mempercepat pertumbuhan disuatu daerah dan melakukan perataan pembangunan disetiap daerah. Pembangunan jalan tol akan memberikan kontribusi yang negatif ketika pembangunan itu dilakukan dengan cara tidak mementingkan beberapa unsur, baik itu dari unsur masyarakat maupun lingkungan. Dampak negatif ini akan membuat pertumbuhan dibeberapa pihak akan terhambat, sehingga sedikit banyaknya akan mempengaruhi pembangunan secara keseluruhan (Sihombing, 2020).

Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara (2017), pembangunan jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi akan mempengaruhi kehidupan yang dari aspek sosial maupun aspek ekonomi yang



berada di lintasan jalan arteri Medan-Tebing Tinggi. Peletakan batu pertama pembangunan jalan tol dilaksanakan pada 23 September 2013. Seksi I dibangun pemerintah Indonesia sedangkan Seksi II dibangun Konsorsium BUMN yang terdiri dari Jasa Marga, Pembangunan Perumahan, Waskita Karya dan Utama karya. Ruas Parbarakan-Sei Rampah sepanjang 41,7 kilometer diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada 13 Oktober 2017. Kemudian pada 11 Juni 2018, ruas Tanjung Morawa ke Kualanamu diresmikan pembukaannya oleh Gubernur Sumatera Utara, Tengku Erry Nuradi. Terakhir, ruas Sei Rampah hingga Tebing Tinggi dibuka pada 25 Maret 2019.

Dari aspek sosial yang akan menimbulkan perubahan mendasar diantaranya adalah struktur penduduk (kepadatan dan komposisi penduduk), proses penduduk (pertumbuhan dan mobilitas penduduk), rencana usaha, pola mata pencaharian penduduk, dan pendapatan/pengeluaran rumah tangga, sedangkan dari aspek ekonomi diantaranya akan menimbulkan perubahan dari sisi ekonomi rumah tangga diantaranya adalah tingkat pendapatan, pola pemanfaatan sumber daya alam, pola penggunaan lahan, nilai tanah dan sumber daya alam lainnya, sumber daya alam milik umum (*common property*) dan lain-lain. Pembangunan jalan tol akan berpengaruh pada perkembangan wilayah dan peningkatan ekonomi antara dua wilayah yang dihubungkan oleh jalan tol tersebut yang akan meningkatkan perekonomian dikarenakan oleh tumbuhnya UMKM di daerah-daerah tersebut (Noor *dkk.*, 2015).

Pembangunan ekonomi memiliki tujuan menciptakan kesejahteraan, keadilan, dan kemakmuran bagi masyarakat. Untuk melaksanakan hal tersebut, pemerintah menciptakan berbagai program dan proyek pembangunan untuk

meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Penetapan otonomi daerah melalui Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah memberikan kewenangan daerah dalam mengurus rumah tangganya sendiri termasuk didalamnya upaya pemerintah daerah dalam percepatan pembangunan wilayahnya sendiri. Salah satu upaya pemerintah daerah dalam percepatan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dilakukan melalui pengembangan UMKM (Kusdiana, 2014).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian nasional. Hal ini dapat kita lihat pada krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008. Banyak negara-negara maju mendapatkan imbas yang cukup besar dan menyebabkan banyak perusahaan mengalami kebangkrutan. Namun Indonesia tidak mendapatkan imbas yang begitu besar, dikarenakan Indonesia mempunyai pengalaman dalam menghadapi krisis ekonomi tahun 1997 yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk UMKM, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai berhenti aktifitasnya pada tahun tersebut (Januardin, 2019). Namun, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian ditengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi (Putri, 2017).

Sebagai pelaku bisnis harus menyiapkan rencana pemasaran yang meliputi keputusan mengenai pasar sasaran, ragam, pengolahan produk, dan suasana toko agar pelanggan tertarik. Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha kecil di Indonesia memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan dan memperlancar perekonomian negara. Banyak

sekali pengusaha yang berpotensi untuk diangkat dan digali menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan (*income*) keluarga sekaligus dapat menyerap tenaga kerja. Peluang kerja yang tersedia untuk membuka usaha sangat besar, dapat dikatakan bahwa sektor perdagangan merupakan sektor yang berpotensi memberi peluang kerja untuk mendapatkan sumber penghasilan (Sihombing, 2020). Jenis usaha makanan ringan yang beredar di pasaran saat ini sangat beragam, baik yang berupa makanan ringan modern seperti snacks, biskuit, kue, kembang gula dan lain sebagainya, maupun makanan ringan tradisional, diantaranya adalah dodol.

Dodol merupakan makanan tradisional yang cukup populer di beberapa daerah di Indonesia. Dodol telah menjadi ciri khas daerah Indonesia sehingga permintaannya akan tetap ada. Makanan ini memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan karena bahan baku untuk pembuatannya tersedia secara lokal. Dilihat yang dari sifat produknya, dodol mempunyai tekstur yang halus, liat, lunak, memiliki bentuk yang unik, rasa yang beragam dan dapat disimpan untuk jangka waktu tiga sampai empat bulan. Sedangkan berdasarkan karakteristik produknya, dodol memang tergolong ringan dan bukan sebagai makanan utama atau lauk pauk. Soekarto (2010) *dalam* Hamid (2017), menyatakan bahwa dodol adalah jenis makanan ringan yang dapat langsung dimakan tanpa mengalami rehidrasi dan bentuknya tidak begitu basah atau relatif kering, sehingga dapat disimpan untuk jangka waktu lama. Jenis makanan ringan ini bementrisi tinggi, mengandung bahan-bahan makanan alami seperti karbohidrat dan protein, serta menawarkan kepraktisan dan keefisienan dalam penyajiannya dengan berbagai

cita rasa, aroma, bentuk, kemasan yang khas sehingga memberikan peluang kepada konsumen dari berbagai kalangan untuk mengkonsumsinya.

Salah satu sentra ekonomi yang mendapat dampak dari pembangunan jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi adalah sentra ekonomi yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2019 yang dari 17 Kecamatan yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai, Kecamatan Perbaungan memiliki jumlah pedagang terbanyak dengan jumlah 1.002 pedagang kecil dan 14 pedagang menengah seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Banyaknya UMKM Menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai, 2019.

Kecamatan	UMKM
<b>Perbaungan</b>	<b>1.016</b>
Pantai Cermin	242
Pegajahan	189
Teluk Mengkudu	231
Tanjung Meringin	427
Sei Rampah	332
Sei Baman	196
Tebing Tinggi	102
Tebing Syahbandar	147
Bandar Khalipah	71
Dolok Merawan	60
Sipispis	86
Dolok Masihul	256
Bintang Bayu	59
Sebajadi	77
Kotarih	27
Silinda	23
<b>Serdang Bedagai</b>	<b>3.541</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai (2019)

Pada Tabel 1 dapat dilihat pelaku UMKM di Kecamatan Perbaungan memiliki potensi yang cukup besar dalam memberikan pendapatan daerah Kabupaten Serdang Bedagai. Dari total 3.541 pedagang di Kabupaten Serdang Bedagai, pedagang di Kecamatan Perbaungan memiliki jumlah pedagang sekitar 28,6%. Dari beberapa UMKM yang ada di Kecamatan Perbaungan, UMKM dodol

merupakan sudah cukup lama dikenal oleh masyarakat. Jumlah pelaku UMKM dodol yang berada pada Kecamatan Perbaungan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Pelaku UMKM Dodol di Kecamatan Perbaungan pada Tahun 2019.

Desa	Jumlah	Proporsi(%)
<b>Bengkel</b>	<b>55</b>	85%
Sei Sijenggi	5	8%
Sei Buluh	2	3%
Kota Galuh	2	3%
Fortuna	1	2%
Total	65	100%

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai 2019.

Berdasarkan data pada tabel 2 dapat dilihat Di Kecamatan Perbaungan bahwasanya Desa Bengkel berada pada urutan pertama dengan jumlah pelaku UMKM Dodol sebanyak 55 UMKM Dodol dengan Proporsi 85%, sedangkan pada urutan terakhir yaitu Desa Fortuna dengan Jumlah UMKM Dodol sebanyak 1 UMKM dengan Proporsi 2%.

Kurangnya perkembangan kreativitas dalam UMKM dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai adalah faktor kurangnya pengetahuan produsen dalam bervariasi banyak rasa pilihan, disini produsen hanya menawarkan beberapa varian rasa seperti rasa original, durian dan nenas. Varian rasa ini mungkin telah berada di titik jenuh atau bosan bagi para konsumen dodol itu sendiri. Para konsumen mungkin ingin merasakan dodol yang banyak lagi varian rasa, sehingga ada rasa baru yang membuat konsumen menyukai dodol itu sendiri. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa pengusaha yang ada didesa bengkel, hasil penjualan dodol mencapai 20 kg hingga 30 kg perharinya. Harga dodol Rp 25.000/bungkus dengan ukuran 500 gram. Sedangkan setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi penjualan dodol mengalami penurunan.

Permasalahan yang dihadapi para usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi adalah berkurangnya angkutan pribadi dan umum untuk singgah di desa bengkel yang berakibat menurunnya penghasilan pedagang sehingga berdampak banyaknya para pedagang tutup karena omzet berkurang drastis. Menurut Afrizal (2021), sebelum keberadaan jalan tol diperoleh data penerimaan rata-rata mencapai Rp. 42.099.459 perbulan dan pendapatan Rp. 14.967.990 perbulan dengan rata-rata penjualan sebesar 912 kg/bulan. Sedangkan sesudah keberadaan jalan tol, data penerimaan pedagang menurun sebesar 58 % sehingga menjadi Rp. 17.651.216 perbulan dan pendapatan menurun sebanyak 66 % menjadi Rp. 4.947.555 perbulan dengan penjualan rata-rata menurun pula sebanyak 55 % menjadi 412 kg/bulannya.

Menurut Januardin (2019), penghasilan dari 36 toko yang ada di sekitaran desa Bengkel sesudah ada jalan tol menurun drastis sampai 50%. Dampak pembangunan jalan tol Medan- Tebing Tinggi sangat terasa bagi masyarakat UMKM yang ada di Desa Bengkel. Dampak juga terhadap tenaga kerja yang dipekerjakan oleh pihak UMKM yang semakin sedikit, dimana tadinya biasa mempekerjakan 2 sampai 5 orang per toko maka sekarang hanya mampu mempekerjakan 1 sampai 2 orang saja. Dengan keberadaan jalan tol ini, mereka melakukan strategi menjual dagangan dodol dengan ukuran yang berbeda, awalnya packaging yang dibuat dengan ukuran 0,5 hingga 1 kg dengan harga pada saat itu per kilonya dapat mencapai Rp. 50.000 hingga Rp. 55.000 dan sekarang menjadi ¼ hingga 1 kg dengan harga mencapai Rp. 40.000/kg, Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengurangi tingkat kerugian para pedagang, dan menarik minat

pengguna jalan atau calon pembeli yang melewati pusat UMKM tersebut untuk membeli oleh-oleh di Desa Bengkel ini.

Hal yang sama juga ditemukan dari hasil penelitian Afirzal Ridho (2021) dengan judul penelitian Analisis Pendapatan UMKM dodol Bengkel Sebelum dan Sesudah Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi (Studi Kasus : Di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan UMKM dodol sebelum dan sesudah keberadaan jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Penelitian dilaksanakan pada bulan september 2020. Jumlah sampel sebanyak 37 pedagang dodol. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan mempertimbangkan beberapa kriteria tertentu. Analisis data menggunakan Uji Beda (*paired sample t-test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi membawa pengaruh negatif terhadap penurunan pendapatan pada UMKM dodol di Desa Bengkel, dan terdapat perbedaan rata-rata sebesar 66 % antara pendapatan sebelum dan sesudah yang artinya terdapat pengaruh yang keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera terhadap UMKM dodol di Desa Bengkel. Perbedaan ini diakibatkan oleh banyak dari pengendara jalan yang beralih menggunakan jalan tol. Hal ini mengakibatkan semakin sedikit pengendara yang singgah atau membeli dodol di Pusat UMKM yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Rekapitulasi penerimaan dan pendapatan UMKM dodol di Desa Bengkel sebelum dan sesudah beroperasinya jalan tol dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Penerimaan dan Pendapatan UMKM Dodol.

	Penerimaan Dodol	Rata-rata	Pendapatan Dodol	Rata-Rata
<b>Sebelum</b>	1.598.820.000	43.211.351	768.909.000	20.781.324
<b>Sesudah</b>	406.100.000	10.975.676	166.495.500	4.499.878
<b>Selisih</b>	1.192.720.000	32.235.676	602.413.500	16.281.446

Sumber: Ridho Afrizal 2021.

Pada tabel diatas menunjukkan rekapitulasi penerimaan dan pendapatan UMKM dodol di desa Bengkel sebelum dan sesudah keberadaan Jalan Tol. Diperoleh data keseluruhan dari penerimaan UMKM Dodol sebelum keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera sebesar Rp. 1.598.820.000 per bulan dengan persentase sebesar 80 %, kemudian dirata-ratakan dengan 37 usaha yang masih bertahan menjadi Rp. 43.211.351 perbulan. Kemudian diperoleh data pendapatannya sebesar Rp. 768.909.000 perbulan dengan persentase 82 %, dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 20.781.324 perbulan. Sedangkan diperoleh penerimaan UMKM Dodol sesudah keberadaan jalan Tol Trans Sumatera sebesar Rp. 406.100.000 perbulan dengan persentase 20 % dan diperoleh data rata-rata sebesar Rp. 10.975.676 perbulan. Kemudian diperoleh data pendapatan keseluruhan sebesar Rp. 166.495.500 perbulan dengan persentase 18 %, juga dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 4.499.878 perbulan.

Akibat penurunan pendapatan yang dialami UMKM dodol sesudah adanya jalan tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi perlu mencari strategi. Strategi mempunyai peranan yang signifikan dalam membawa usaha dalam mengoptimalkan pendapatan. Perumusan strategi perlu diidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Pengidentifikasiian dapat dilakukan dengan analisis SWOT yaitu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), dan peluang (*opportunities*), secara bersamaan dapat



meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap Strategi Pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Studi kasus : Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Mengidentifikasi apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi?
2. Bagaimana strategi pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi
2. Untuk menentukan strategi pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi para UMKM dodol di Desa Bengkel agar dapat mendapatkan strategi pemasaran yang efisien.
2. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
3. Sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

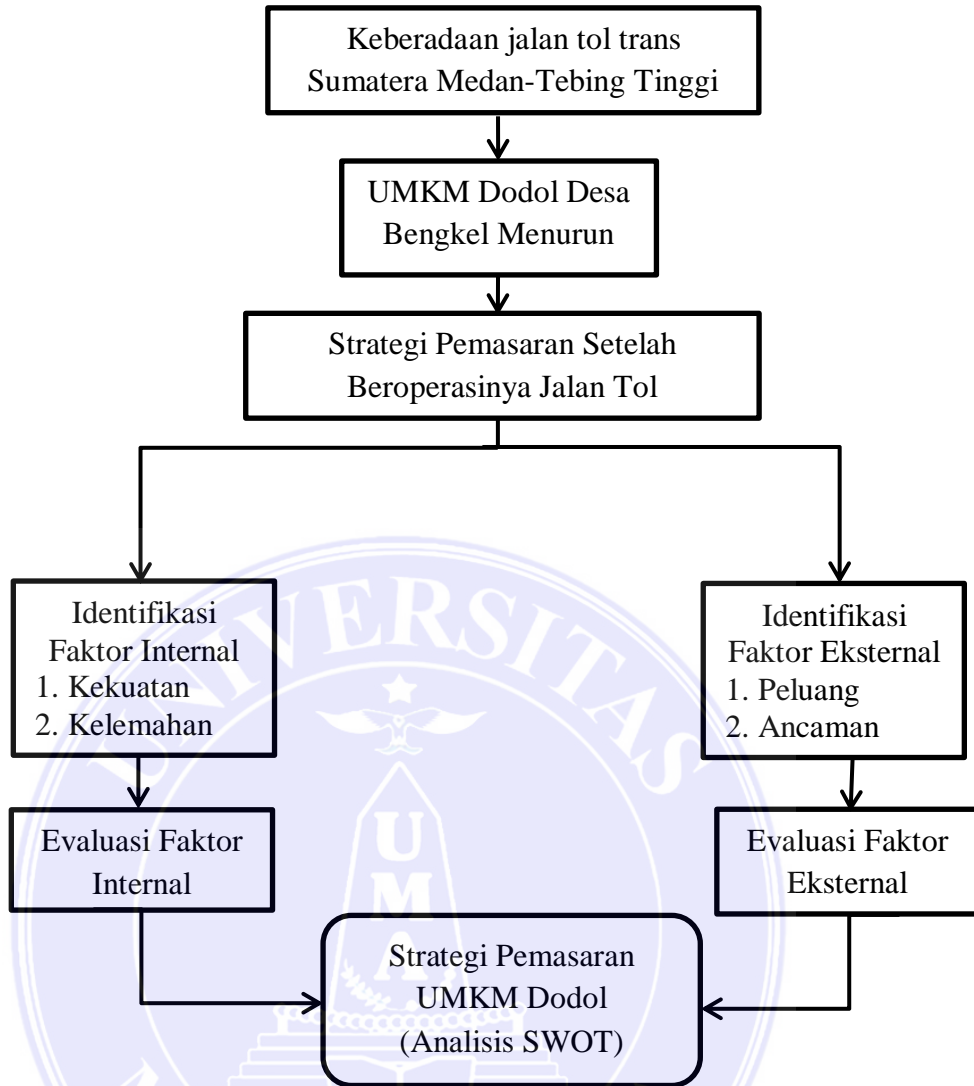
## 1.5. Kerangka Pemikiran

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dodol di Desa Bengkel selama ini telah membantu perekonomian masyarakat di Kecamatan Perbaungan. Langkah awal UMKM yang diambil untuk membuat perencanaan strategis sebagai kekuatan awal agar dapat menjalankan sebuah usaha beberapa segmen pasar yang diinginkan. Langkah tersebut dilakukan sehingga dapat bersaing dengan sesama para pesaing pelaku pasar itu sendiri. Mendirikan usaha tidak lepas dari kendala yang muncul dari dalam maupun luar lingkungan sekitar usaha atau perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya persaingan, agar dapat bertahan untuk itu diperlukan sebuah strategi.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM dodol adalah setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi mengakibatkan penurunan penjualan UMKM di Desa Bengkel. Hal inilah yang menyebabkan semakin berkurangnya UMKM di Desa Bengkel, agar dapat bertahan untuk itu diperlukan sebuah strategi. Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru (Rangkuti, 1997). Dengan adanya permasalahan tersebut, pedagang dodol di Desa Bengkel memerlukan strategi yang tepat untuk memajukan UMKM dodol di Desa Bengkel agar penjualan dodol dapat bertambah dan berkembang bahkan setelah adanya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Analisis SWOT merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk merumuskan alternatif strategi sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang ada. Dengan

demikian, strategi pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel setelah beroperasinya jalan tol trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi perlu dikaji secara komprehensif menggunakan analisis SWOT berdasarkan dalam kondisi usaha UMKM dodol tersebut. Maka yang dari itu penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel. Skema/kerangka pemikiran penelitian dalam skripsi penelitian ini dapat dibuat sebagai berikut :





Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, tetapi sampai saat ini batasan mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam. Rumusan pengertian usaha mikro, kecil, dan menengah yang terdapat dalam pasal 1 angka 1 sampai 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (selanjutnya disebut Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/UU UMKM). Dalam Undang-Undang ini pasal 1 angka 1 berisi, “Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini”. Pasal 1 angka 2 berisi, “Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, langsung yang dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang-Undang ini. Selanjutnya pasal 1 angka 3 berisi, “Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil, atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahun sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (Afnil, 2008).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ini memiliki tujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan yang tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Afnil, 2008).

Secara umum UMKM memiliki ciri-ciri yaitu, manajemen berdiri sendiri, modal disediakan sendiri, daerah pemasarannya lokal, aset perusahaannya kecil, dan jumlah karyawan yang dipekerjakan terbatas. Sedangkan asas pelaksanaan UMKM sendiri terdiri atas kebersamaan, ekonomi yang demokrasi, kemandirian, keseimbangan kemajuan, berkelanjutan, efisiensi keadilan, serta kesatuan ekonomi nasional.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada seminar di Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Tahun 2009, landasan hukum penyusunan variabel UMKM 2006-2008 adalah UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM meliputi :

1. Usaha mikro : memiliki kekayaan paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil : memiliki kekayaan paling banyak lebih yang dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), sampai dengan Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), atau hasil penjualan lebih yang dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah), sampai dengan Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha menengah : memiliki kekayaan bersih lebih yang dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), sampai dengan Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), atau hasil penjualan lebih yang dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah), sampai dengan Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

### **2.1.1. Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Sejarah perekonomian telah ditinjau kembali untuk mengkaji ulang peranan usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM). Beberapa kesimpulan, setidak-tidaknya hipotesis telah ditarik mengenai hal ini. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat sebagaimana terjadi di Jepang, telah dikaitkan dengan besaran sektor usaha kecil. Kedua, dalam penciptaan lapangan kerja di Amerika Serikat sejak perang dunia II, sumbangan UKM ternyata tidak bisa diabaikan. Negara-negara berkembang yang mulai mengubah orientasinya ketika melihat pengalaman di negara-negara UMKM maju tentang peranan dan sumbangan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi.

Ada perbedaan titik tolak antara perhatian terhadap UMKM di Negara Sedang Berkembang (NSB) dengan di negara-negara industri maju. Di Negara sebelum berkembang, UMKM berada dalam posisi terdesak dan tersaingi oleh usaha skala besar. UMKM sendiri memiliki berbagai ciri kelemahan, namun begitu karena UMKM menyangkut kepentingan rakyat/masyarakat banyak, maka Pemerintah terdorong untuk mengembangkan dan melindungi UMKM. Sedangkan di negaranegara maju UMKM mendapatkan perhatian karena memiliki faktor-faktor positif yang selanjutnya oleh para cendekiawan (sarjana-sarjana) diperkenalkan dan diterapkan ke NSB. Peranan UMKM menjadi bagian yang

diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen :

1. Departemen Perindustrian dan Perdagangan.
2. Departemen Koperasi dan UMKM

Kegiatan UMKM meliputi berbagai kegiatan ekonomi, namun sebagian besar berbentuk usaha kecil yang bergerak disektor pertanian. UMKM juga mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi Nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil pembangunan. Kebijakan yang tepat untuk mendukung UKM seperti : (a) Perizinan, (b) Teknologi, (c) Struktur, (d) Manajemen, (e) Pelatihan, dan (f) Pembiayaan.

### **2.1.2. Manfaat Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

UMKM memiliki pengaruh besar terhadap jumlah pendapatan Negara. Beberapa jenis UMKM menjadi sumber devisa Negara, dengan kata lain UMKM telah menjadi investasi bagi Negara. Terutama UMKM dibidang pertanian dan kerajinan. Sektor pertanian di Indonesia telah menjadi salah satu komoditas yang besar bagi kebutuhan dalam negeri atau bahkan sabagai komoditas ekspor bagi Indonesia. Tidak lain halnya dengan produksi kerajinan Indonesia, produksi kerajinan beberapa daerah di Indonesia tidak hanya laku di pasaran domestik saja, namun telah mampu merambah di pasar dunia khususnya Negara di Asia. Selain bermanfaat bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, tanpa disayang dari UMKM juga mampu mengurangi angka pengangguran di masyarakat, sekaligus juga meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat. Sebab banyaknya UMKM yang berdiri telah mampu memperkerjakan jutaan tenaga kerja yang tadinya



menjadi pengangguran. Dengan begitu, kesejahteraan masyarakat akan meningkat serta lebih terjamin.

## 2.2. Dodol

Dodol merupakan suatu olahan pangan yang dibuat yang dari campuran tepung ketan, gula kelapa, santan kelapa, yang dididihkan hingga menjadi kental dan berminyak tidak lengket dan apabila dingin pasta akan menjadi padat, kenyal dan dapat diiris. Jenis dodol sangat beragam tergantung keragaman campuran tambahan dan juga cara pembuatannya. Dodol memiliki warna coklat, rasa manis dan gurih yang khas. Komponen utama dodol ialah tepung ketan, sebagai pendukung utama tekstur dodol (Haryadi, 2008).

Bahan baku utama dalam pembuatan dodol adalah tepung beras ketan. Jenis makanan ini berkadar air sekitar 10-40% sehingga tidak efektif untuk pertumbuhan bakteri dan khamir pathogen, tidak mudah rusak, serta tahan terhadap penyimpanan yang cukup lama tanpa proses pengawetan (Mursaddad dan Hartuti, 2003). Pada umumnya proses pembuatan dodol masih dilakukan secara tradisional dan masih diproduksi oleh industri rumah tangga yang masih kurang memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi cara penimbangan bahan dan cara penggunaan bahan serta kualitas bahan yang digunakan dalam pembuatan dodol sehingga dodol yang diproduksi terkadang tidak tahan terhadap penyimpanan, karna mudah ditumbuhi jamur dan terjadi perubahan aroma/tengik (Satuhu dan Sunarmani, 2004).

Menurut SNI (1992) Dodol adalah sejenis makanan yang terbuat yang dari tepung beras ketan, santan kelapa dan gula dengan atau tanpa penambahan bahan lainnya yang diizinkan. Tepung ketan umumnya digunakan sebagai bahan

pengikat utama dalam pembuatan dodol. Kandungan pati tepung ketan yang tinggi mampu memaksimalkan perannya sebagai binding agent, namun apabila penggunaan tepung ketan 100% dalam adonan dodol akan mengakibatkan tekstur menjadi keras. Proporsi tepung ketan sedikit tekstur yang dihasilkan akan lembek, sedangkan tepung ketan yang terlalu banyak akan menghasilkan tekstur yang keras, karena gelatinisasi pati yang tersusun oleh amilopektin akan menghasilkan viskositas gel yang tinggi, akibatnya produk pangan menjadi keras (Qinah, 2009).

Tabel 4. Syarat Mutu Dodol

No	Uraian	Persyaratan
1	Keadaan (aroma, rasa dan warna)	Normal
2	Air maks	20%
3	Abu maks	1,50%
4	Gula dihitung sebagai sakarosa	Min. 40%
5	Protein	Min. 3%
6	Lemak	Min 7%
7	Serat Kasar	Max 1%
8	Pemanis Buatan	Tidak boleh ada
9	Logam-logam berbahaya (pB, Cu, Hg)	Tidak ternyata
10	Arsen	Tidak ternyata
11	Kapang	Tidak boleh ada

Sumber : SNI Dodol 1992

Menurut Turyoni (2007) faktor yang mempengaruhi kualitas dodol adalah penimbangan bahan, penimbangan bahan harus menggunakan alat ukur yang telah distandarkan. Karena kurang atau lebihnya bahan dapat mempengaruhi kualitas dodol. Kualitas dan penggunaan, tepung ketan harus baru dan tidak berbau apek serta gula pasir harus bersih dan tidak basah dan susu harus dalam keadaan baik sesuai standar. Suhu dan lama pemasakan, suhu ideal dalam pemasakan dodol berkisar 80-90oC. Suhu harus stabil agar dodol matang secara merata. Lama proses pemasakan dodol dilihat yang dari seberapa banyak bahan dodol. Semakin banyak dodol yang dibuat maka semakin lama proses pemasakan. Dodol yang telah matang ditandai dengan berubah warna menjadi coklat kental dan dodol tidak lengket diwajan.

### 2.3. Konsep Pemasaran

Pemasaran menjadi sebuah faktor penting bagi perusahaan maupun pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam suatu perusahaan, pemasaran menjadi salah satu kegiatan pokok yang menunjang perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Tak hanya itu saja, melalui kegiatan pemasaran, perusahaan bisa berkembang dengan belajar dari kegiatan pemasaran perusahaan lain dan juga bisa mendapatkan laba. Selain itu, kegiatan pemasaran ini juga harus mampu memberi kepuasan pada konsumen jika ingin usahanya tetap berjalan. Pemasaran adalah suatu proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler, 2008:6).

Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan yang mampu membuat pelanggan memiliki nilai tersendiri bagi perusahaan yang dituju dimana nilai yang dibuat oleh pelanggan akan mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan. Proses dalam pemahaman kebutuhan dan keinginan konsumen inilah yang menjadi konsep pemasaran. Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya terampil dalam merangsang permintaan akan produk-produk perusahaan agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju. Menurut Kotler dan Keller (2009), "Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan,

menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.”

Dalam pemasaran terdapat lima konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi (Kotler, 2009) :

a. Konsep Produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana - mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi yang didistribusi dengan luas. Disini tugas manajemen adalah memproduksi barang sebanyak mungkin, karena konsumen dianggap akan menerima produk yang tersedia secara luas dengan daya beli mereka.

b. Konsep Produk

Konsep ini mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat membuat produk berkualitas karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri - ciri terbaik.

c. Konsep Penjualan

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen dibiarkan begitu saja maka organisasi harus berupaya melaksanakan penjualan dan promosi yang agresif.

d. Konsep Pemasaran

Konsep ini mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

#### e. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep ini sebenarnya sudah ada sejak lama. namun mulai berkembang sejak beberapa tahun terakhir. Minat terhadap pemasaran makin banyak dan semakin ketatnya persaingan, membuat konsep ini muncul dan berkembang. Di Indonesia sendiri, hanya beberapa perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran sosial. Hal ini terbukti karena perusahaan lokal tidak memperhatikan aspek tertentu dengan hanya menciptakan produk biasa.

Konsep pemasaran sosial ini tidak hanya berfokus pada inti produk, produk yang diinginkan dan sekadar keuntungan perusahaan, namun juga berorientasi pada memberikan kepuasan lebih pada konsumen. Pada prakteknya, banyak konsumen yang mengatakan bahwa produk yang dikonsumsi memang lebih bagus dan konsumen merasakan manfaat lainnya sehingga bersedia untuk membayar lebih bagi produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang menggunakan konsep pemasaran sosial ini. Konsep ini juga berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien dari pada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Kotler, 2009).

#### 2.4. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2006:18) Analisis SWOT adalah “identifikasi” berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor - faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara

bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan Misi, Tujuan, Strategi, dan kebijakan perusahaan.

Menurut Boon (2008) SWOT analisis adalah suatu perencanaan strategi yang penting untuk membantu perencanaan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal. Menurut Thompson (2008:97), analisis Swot Adalah simpel tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat uuntuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidak efisienan sumber daya perusahaan, kesempatan dari pasar dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi.

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Menurut Gitosudarmo (2001), kata SWOT merupakan pendekatan dari *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunity*, and *Threats*, yang dapat diterjemahkan menjadi : Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi “KEKEPAN”. Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau perusahaan kita kemudian kita juga harus melihat kesempatan atau *opportunity* yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus

mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan (AGHT) yang menghadang di depan kita.

Menurut Rais (2009), pengertian analisis SWOT adalah metode analisis yang paling mendasar yang berguna untuk mengetahui topik dan permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil akhir dari analisis ini adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan atau meningkatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengurangi kelemahan dan ancaman.

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

#### 1. Kekuatan (*Strengths*)

Menurut Situmorang (2009) kekuatan adalah segala sesuatu yang bagus dan dapat diperbuat oleh perusahaan, atau suatu karakteristik yang memiliki kapasitas penting. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

#### 2. Kelemahan (*Weakness*)

Menurut Situmorang (2009), kelemahan adalah segala sesuatu yang merupakan kekurangan perusahaan dan kondisi yang tidak menguntungkan

perusahaan. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan

### 3. Peluang (*Opportunities*)

Menurut Jatmiko (2004) peluang adalah suatu kecenderungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan seperti, divisi perusahaan, fungsi-fungsi perusahaan, serta produk dan jasa perusahaan.

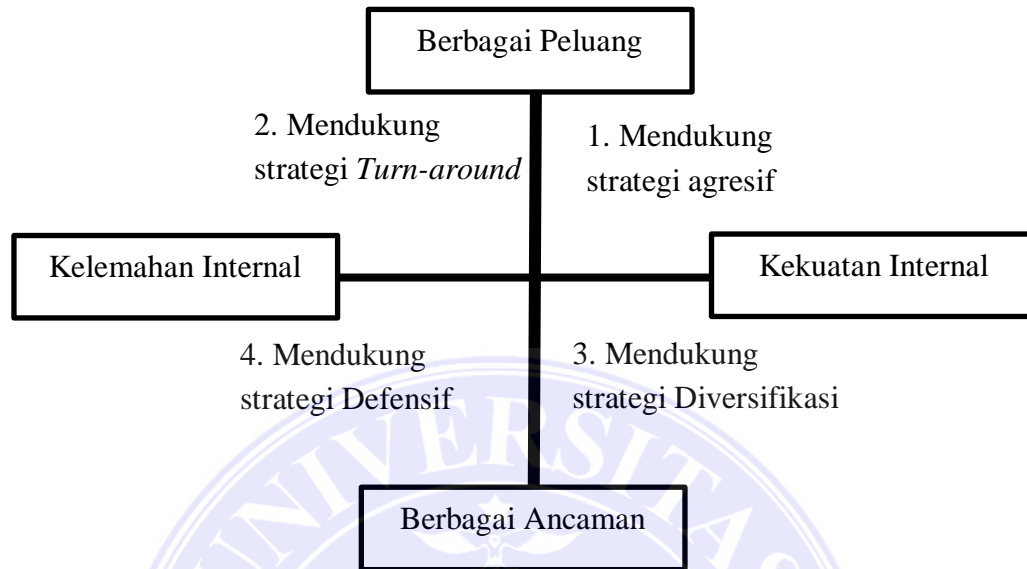
### 4. Ancaman (*Threats*)

Menurut Jatmiko (2004) ancaman adalah suatu kecenderungan lingkungan yang tidak menguntungkan dan dapat merugikan posisi perusahaan seperti, divisi perusahaan, fungsi perusahaan, produk atau jasa. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Dalam analisis SWOT, umumnya masalah kekuatan atau keunggulan dan kelemahan adalah masalah internal, sementara masalah kesempatan dan ancaman adalah masalah eksternal. Masalah eksternal umumnya sulit dikuasai dan bahkan masuk ke dalam kategori variabel yang tidak terkontrol (Soekartawi, 1995). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*)



dan kelemahan (*weaknesses*) yang menghasilkan pilihan strategi. Pilihan strategi tersebut dapat dilihat dari diagram SWOT berikut ini:



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Sumber : Rangkuti (2006)

- a) Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
- b) Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan yang dari strategi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c) Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan question mark pada BCG matrik. Fokus

strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

d) Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

#### **2.4.1. Matriks SWOT**

Menurut Rengkti (2006) matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Terdapat 8 (delapan) langkah dalam menyusun matrik SWOT, yaitu:

1. Menentukan faktor-faktor peluang eksternal UMKM dodol di Desa Bengkel.
2. Menentukan faktor-faktor ancaman eksternal UMKM dodol di Desa Bengkel.
3. Menentukan faktor-faktor kekuatan internal UMKM dodol di Desa Bengkel.
4. Menentukan faktor-faktor kelemahan internal UMKM dodol di Desa Bengkel.
5. Menyesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O.
6. Menyesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O.
7. Menyesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T.
8. Menyesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T.

<b>IFAS</b>	<b>Strengths (S)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weakness (W)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunity (O)</b> Menentukan 1-10 faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Menentukan 1-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari dari ancaman

Gambar 3. Matriks SWOT

Sumber : Rangkuti (2001)

a) Strategi SO (Strength-Opportunity)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Pernyataan ini ditegaskan oleh pernyataan Umar (2003) strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.

b) Strategi ST (Strength-Threat)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Sedangkan menurut Umar (2003) bahwa strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

c) Strategi WO (Weakness- Opportunity)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Selanjutnya menurut Umar (2003) melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal

#### d) Strategi WT (Weakness-Threat)

Menurut Rangkuti (2006: 32) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta ancaman. Sedangkan menurut Umar (2003) strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya.

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dapat dikembangkan dalam lima langkah :

1. Buat daftar faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang disebut dalam proses audit. Masukkan 10-20 faktor eksternal termasuk peluang dan ancaman yang memengaruhi perusahaan atau industrinya. Daftar terlebih dahulu kekuatannya, kemudian kelemahannya dan peluangnya, kemudian ancamannya. Buat sespesifik mungkin dengan menggunakan persentase, rasio, dan angka-angka perbandingan jika dimungkinkan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot berkisar yang dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Jumlah total keseluruhan bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengidentifikasi apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2),

kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapatkan peringkat 1 dan 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot dilangkah 2 berbasis industri.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Jumlahkan skor rata-rata bobot untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = responnya sangat bagus, 3 = responnya diatas rata-rata, 2 = responnya rata-rata, dan 1 = responnya dibawah rata-rata. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karenanya, peringkat tersebut berbeda antar perusahaan, sementara bobot dilangkah 2 berbasis industri. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat meneroma peringkat 1, 2, 3, atau 4.

Terlepas dari beberapa banyak faktor yang dimasukkan kedalam matriks IFE, skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total dibawah 2,5 mencirikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat. Seperti dari jumlah peluang dan ancaman utama yang dimasukkan dalam matriks EFE skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai untuk sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total

terbesar 4,0 mengidentifikasi bahwa sebuah organisasi merespon secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mampu menarik keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan pengaruh negatif potensial dari ancaman eksternal. Skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul (Fred R. David, 2011). Matriks IFE harus memasukkan antara 10-20 faktor. Jumlah faktor tidak memengaruhi kisaran skor bobot total karena bobot selalu berjumlah 1,0. Ketika suatu faktor internal merupakan kekuatan sekaligus kelemahan organisasi, faktor itu harus dimasukkan dua kali dalam matriks IFE, dan bobot serta peringkat harus diberikan pada masing-masing. (Fred R. David, 2011).

## 2.5. Penelitian Terdahulu

Afirzal, Ridho (2021) dengan judul penelitian Analisis Pendapatan UMKM dodol Bengkel Sebelum dan Sesudah Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi (Studi Kasus : Di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan UMKM dodol sebelum dan sesudah keberadaan jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi. Penelitian dilaksanakan pada bulan september 2020. Jumlah sampel sebanyak 37 pedagang dodol. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan mempertimbangkan beberapa kriteria tertentu. Analisis data menggunakan Uji Beda (*paired sample t-test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi membawa pengaruh negatif terhadap penurunan pendapatan pada UMKM dodol di Desa Bengkel, dan

terdapat perbedaan rata-rata sebesar 66 % antara pendapatan sebelum dan sesudah yang artinya terdapat pengaruh yang keberadaan Jalan Tol Trans Sumatra terhadap UMKM dodol di Desa Bengkel. Perbedaan ini diakibatkan oleh banyak dari pengendara jalan yang beralih menggunakan jalan tol. Hal ini mengakibatkan semakin sedikit pengendara yang singgah atau membeli dodol di Pusat UMKM yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai.

Sihombing, Tri (2020) dengan judul Analisis Pengembangan Dan Keuntungan Produsen Dodol Di Pasar Bengkel (Studi Kasus : Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai). Berdasarkan hasil penelitian bahwa yang dapat diperoleh dalam analisis pengembangan dan keuntungan produsen dodol di pasar bengkel di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Menjalankan strategi pemasaran progresif. Pada strategi ini menandakan bahwa sebuah usaha yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan, yang artinya usaha yang kondisi prima dan bagus sehingga memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, dengan cara memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan yang secara maksimal. Strategi progresif pada usaha dodol yaitu dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan dodol, mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru, hubungan pemilik usaha dengan pekerja pembuatan dodol berjalan dengan baik, para pekerja pembuatan dodol giat bekerja, dan cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual. Pada analisis keuntungan produsen dodol mengalami keuntungan dalam sekali usaha maka diperoleh penerimaan produsen dodol di Desa Bengkel dalam 1 minggu produksi adalah sebesar Rp. 758.948 dengan total biaya yang dikeluarkan Rp.

667.000, sehingga keuntungan yang diperoleh produsen dodol di Desa Bengkel adalah Rp. 91.948.

Dinar Tresnawati (2010) dengan judul Analisis Pengembangan Agroindustri Dodol Nanas di Kabupaten Subang Penelitian ini bertujuan mengetahui besarnya biaya, penerimaan, keuntungan, dan efisiensi usaha dari agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang, merumuskan alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran (deskripsi) tentang suatu fenomena sosial kemudian dicari saling hubungannya. Fenomena yang terjadi digambarkan secara sistematis, dianalisis, kemudian dijelaskan sesuai dengan permasalahan yang ada. Hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar pengusaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang melakukan penjualan dodol nanas dengan dua saluran pemasaran tersebut. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya variabel usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya bahan bakar, biaya pengemasan, dan biaya transportasi yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Penerimaan yang diperoleh UMKM dodol nanas di Kabupaten Subang dalam 4 minggu produksi adalah sebesar Rp 5.783.345,93 dengan biaya total yang dikeluarkan sebesar Rp 3.831.695,92 sehingga keuntungan yang diperoleh pengUMKM dodol nanas di Kabupaten



Subang adalah sebesar Rp 1.951.650,01 dengan efisiensi usaha sebesar 1,51 yang berarti usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang telah efisien.

Nasution, Ahmad Al Farizy (2020), yang berjudul Dampak Pembangunan Jalan Tol Terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak pembangunan jalan tol terhadap pendapatan UMKM di Desa Bengkel, serta untuk menganalisis dampak pembangunan jalan tol terhadap jumlah tenaga kerja UMKM di Desa Bengkel. Disamping itu, kajian ini juga menganalisis dampak pembangunan jalan tol terhadap jumlah pembeli UMKM di Desa Bengkel, dan untuk menganalisis ekspektasi pelaku UMKM di Desa Bengkel terhadap pengembangan usahanya setelah pembangunan jalan tol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan UMKM di Desa Bengkel terjadi penurunan karena sebelum pembangunan jalan tol UMKM mencapai pendapatan sebesar Rp 6.000.000 - Rp 7.000.000 perbulannya sedangkan setelah pembangunan jalan tol pendapatan hanya Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000. Terjadinya penurunan pendapatan juga menyebabkan terjadinya pengurangan tenaga kerja 2 – 3 orang, serta terjadinya pengurangan jumlah pembeli sebanyak 75 – 76 orang perbulannya. Dan untuk ekspektasi pelaku UMKM di Desa Bengkel berharap dapat direlokasikan ke tempat lain seperti tempat penitipan atau rest area jalan tol Medan-Tebing Tinggi.

Hidayat (2018), yang berjudul Dampak Pembangunan Jalan Tol Cikopo-Pemalang Terhadap Perkembangan Perdagangan dan Rumah Makan di Kabupaten Indramayu, Cirebon dan Brebes (Studi Kasus di Jalur Pantai Utara). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskriptif dan menganalisis dampak pembangunan jalan tol Cikopo-Pemalang terhadap perekonomian pada sektor perdagangan dan rumah

makan di kabupaten Indramayu, Cirebon dan Brebes dengan mengambil studi kasus jalur pantai utara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan fokus penelitian menganalisis pendapatan, promosi dan tenaga kerja setelah adanya pembangunan jalan tol Cikopo-Pemalang terhadap perdagangan oleh-oleh dan rumah makan di jalur pantura. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara dan angket. Analisis data dilakukan dengan memberikan penjelasan terhadap data yang telah dikumpulkan dan ditarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu adanya pembangunan jalan tol Cikopo-Pemalang berdampak pada pendapatan dan tenaga kerja yang dari masing-masing pengusaha rumah makan dan pedagang oleh-oleh yang ada di pantai utara. Pendapatan dan tenaga kerja mengalami penurunan signifikan. Untuk promosi sebagian besar pengusaha tidak melakukan promosi dan hanya berserah diri pada situasi yang ada.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) di desa Bengkel Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan lokasi UMKM yang banyak pedagang dodol berdasarkan data jenis-jenis produk UMKM dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai tahun 2019.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pedagang dodol yang tinggal di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari sumber yang bervariasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan tujuan penelitian, bisa jadi objeknya manusia atau makhluk hidup lainnya, benda mati, ataupun objek lainnya. Keseluruhan individu-individu yang merupakan objek pengambilan data ini disebut dengan populasi dikatakan sebagai anggota populasi, sedangkan banyaknya anggota populasi ini disebut dengan ukuran populasi (Zulkarnain, 2010). Berdasarkan data dari dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai tahun 2019 terdapat pedagang dodol di Desa Bengkel sebanyak 55 UMKM dodol. Dalam penelitian menggunakan metode sensus, dimana keseluruhan UMKM dodol dijadikan sampel.

#### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengambilan data dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan

atau kuisisioner kepada pelaku usaha dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur, dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

Langkah–langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu :

1. Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi se perangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner ini terdiri dari informasi tentang identitas responden, beberapa item dan sub item yang berkaitan dengan umur, tingkat pendidikan, dan keuntungan terhadap penjualan dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Observasi yaitu pengamatan langsung kelokasi penelitian di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berlandasan pada tujuan penelitian yang dijadikan sebagai sampel untuk melengkapi data dan informasi yang dibutuhkan.
4. Studi Pustaka yaitu catatan atau dokumentasi resmi tertulis dan dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik dan lembaga lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Perumusan strategi pengembangan UMKM dodol di Desa Bengkel dilakukan melalui tiga tahap, yaitu tahap masukan (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*) dan tahap pengambilan keputusan (*decision stage*). Tahap masukan adalah menyimpulkan informasi dasar permasalahan usaha yang di sesuaikan untuk merumuskan strategi deskriptif dengan menggunakan matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*) dan EFE (*External Faktor Evaluation*).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan alat analisis SWOT dengan menentukan kekuatan dan kelemahan (internal) serta peluang dan ancaman (eksternal) untuk merumuskan Strategi Pengembangan UMKM dodol Di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.

Berikut faktor internal UMKM dodol di Desa Bengkel:

#### **KEKUATAN (STRENGTH)**

1. Produk unggulan daerah
2. Harga produk terjangkau
3. Bahan baku selalu tersedia
4. Permintaan dodol selalu ada
5. Memiliki pelanggan tetap
6. Pengalaman yang sudah lama

#### **KELEMAHAN (WEAKNESSES)**

1. Produk tidak tahan lama
2. Variasi rasa yang sedikit
3. Pemasaran produk yang masih tradisional

4. Tidak menggunakan jasa promosi iklan
5. Modal terbatas
6. Belum ada manajemen dan pembukuan keuangan usaha

Berikut faktor eksternal UMKM dodol di Desa Bengkel :

#### **PELUANG (OPPORTUNITES)**

1. Memperluas pemasaran di rest area
2. Teknologi media pemasaran yang dapat dimanfaatkan
3. Kemungkinan bertambahnya pedagang pengecer
4. Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan usaha dodol
5. Menjadi lokasi wisata kuliner

#### **ANCAMAN (THREATS)**

1. Keberadaan jalan tol
2. Menurunnya minat konsumen pada dodol tradisonal
3. Daya beli konsumen menurun
4. Produk sejenis bermunculan dari berbagai daerah
5. Harga bahan baku yang tidak stabil

#### **Matriks IE**

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) merupakan alat perumusan strategi pada tahap pencocokan yang berfokus pada penciptaan strategi alternatif yang logis dengan memadukan hasil pembobotan Matriks IFE dan Matriks EFE. Sumbu X dari Matriks IE merupakan skor bobot total matriks IFE dan sumbu Y dari matriks IE merupakan skor bobot total matriks EFE. Matriks IE memiliki sembilan sel yang masing-masing sel-nya mengimplikasikan strategi tertentu. Berikut langkah - langkah menentukan nilai faktor internal dan eksternal.

1. Masing-masing faktor diberi bobot dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
2. Rating dihitung (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
3. Bobot dikalikan pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
4. Skor pembobotan dijumlahkan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan usaha ini dengan usaha lainnya dalam kelompok UMKM yang sama.

### 3.5. Definisi dan Batasan Operasional Variabel

1. UMKM dodol adalah suatu unit usaha yang menjual produk olahan makanan berupa dodol di Desa Bengkel, kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi adalah jaringan jalan tol yang menghubungkan Kota Medan dengan Sei Rampah hingga Tebing Tinggi dengan panjang 61,70 km.
3. Strategi pemasaran pedagang dodol adalah rangkaian tujuan, sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dodol yang dari waktu ke waktu terutama sebagai tanggapan UMKM dodol dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.
4. Identikasi faktor eksternal terdapat 2 faktor yaitu:
  - a. Peluang (*opportunity*) adalah suatu kecenderungan lingkungan UMKM dodol yang menguntungkan dan dapat merugikan posisi UMKM dodol seperti, divisi perusahaan, fungsi perusahaan, produk atau jasa.
  - b. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi UMKM dodol. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel, kecamatan Perbaungan, Kabupaten Deli Serdang.
5. Evaluasi faktor eksternal yaitu:
  - a. Peluang (*opportunities*), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian



nasional atau global yang dianggap memberi peluang bagi UMKM dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang untuk tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang.

- b. Ancaman (*threats*), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi UMKM dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang, seperti persaingan bisnis yang tidak sehat. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan visi, misi dan tujuan, kondisi sekarang, kondisi yang akan datang, strategi dan kebijakan.
6. Identifikasi faktor internal terdapat 2 yaitu:
- a. Kekuatan (*Strenght*) segala sesuatu yang bagus dan dapat diperbuat oleh UMKM dodol di Desa Bengkel, kecamatan Perbaungan, Kabupaten Deli Serdang, atau suatu karakteristik yang memiliki kapasitas penting. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh UMKM dodol. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.
  - b. Kelemahan (*Weakness*) adalah segala sesuatu yang merupakan kekurangan usaha UMKM dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang dan kondisi yang tidak menguntungkan perusahaan. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

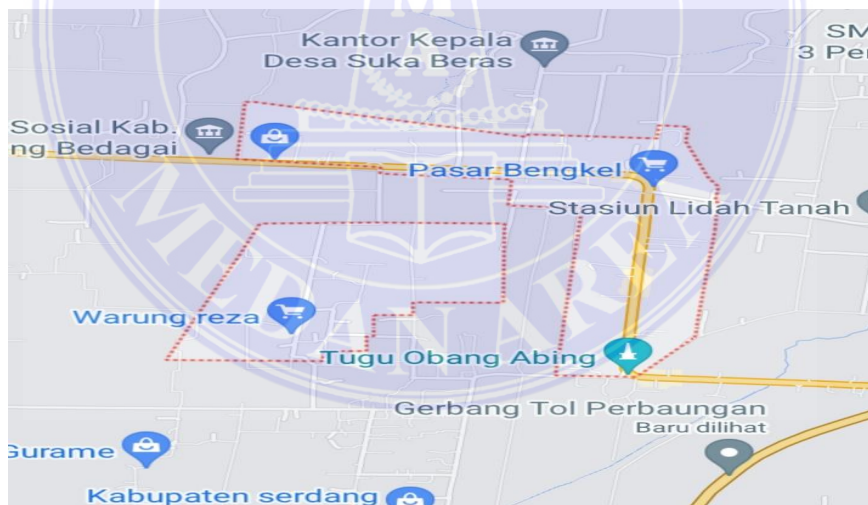
Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan

7. Evaluasi faktor internal yaitu:
  - a. Kekuatan (*strength*), yaitu kekuatan apa yang dimiliki UMKM dodol di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang. Dengan mengetahui kekuatan, UMKM dodol dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya.
  - b. Kelemahan (*weakness*), yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi UMKM dodol di Desa Bengkel, kecamatan Perbaungan, Kabupaten Deli Serdang.
8. Strategi pemasaran ialah rencana pelaku usaha dodol di desa Bengkel untuk bisa lebih memperkenalkan dodol seluas mungkin guna mencapai target pelanggan dan target penjualan.
9. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi UMKM dodol. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengts*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategis UMKM dodol perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT.

## IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Bengkel adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Perbaungan, yang letaknya disepanjang Jalan Lintas Sumatera (Jalinsum). Kawasan yang kini letaknya menjadi area pertokoan, Bengkel menurut kisahnya merupakan desa yang banyak terdapat perbengkelan, seperti sepeda, pandai besi, bengkel gerobak lembu, dan pemengkelan kayu. Letaknya persis disekitar pasar pekan Bengkel. Masyarakat selalu menyebutkan Pasar Bengkel karena ditempat ini juga terdapat pasar tradisional. Kemudian pada tahun 1980-an sebutan desa Pasar Bengkel tidak lagi disebutkan kata “pasar-nya” sehingga menjadi desa Bengkel hingga saat ini. Desa Bengkel sendiri memiliki luas wilayah 145 Ha, dan berbatasan langsung dengan beberapa desa, diantaranya:



Gambar 4. Peta Desa Bengkel

- a. Bagian Utara : Desa Sei Sijenggi
- b. Bagian Selatan : Desa Karang Anyar
- c. Bagian Barat : Desa Pematang Sijonam
- d. Bagian Timur : Desa Deli Muda

Desa Bengkel sendiri merupakan pusat UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai, karena didesa ini banyak ditemukan pengrajin keripik, dodol dan lainnya. Tetapi yang sangat menjadi ciri khas sekali dari daerah ini ialah dodol Bengkel, banyak orang yang diluar kota sudah mengenal dodol Bengkel ini, hal ini dikarenakan dodol yang diproduksi di Desa Bengkel ini, pemasarannya sudah mencapai luar kota, diantaranya Rantau Perapat, Pekan Baru, dan daerah lain.

#### 4.1.1. Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk di Desa Bengkel pada tahun 2019 adalah 4,359 jiwa dengan perbandingan 2,105 jiwa laki-laki dan 2,254 jiwa perempuan dan 1,142 kepala keluarga. Desa Bengkel terdiri atas 5 (lima) dusun yang secara rinci dapat dilihat pada Tabel 5 .

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia Desa Bengkel

No	Kelompok Usia ( Tahun )	Jumlah ( Jiwa )
1	0-14	1324
2	15-29	1167
3	30-44	978
4	45-59	761
5	> 60	339
<b>Jumlah</b>		<b>4569</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Pada Tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk terbanyak berdasarkan kelompok usia di Desa Bengkel pada tahun 2019 yaitu pada usia 0-14 Tahun sebanyak 1324 jiwa, dan jumlah penduduk terkecil sebanyak 339 jiwa dengan dengan kelompok usia lebih yang dari 60 Tahun.

#### 4.1.2. Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data dari Kantor Kepala Desa Bengkel Tingkat pendidikan masyarakat di Desa Bengkel. Secara lengkap data ini bisa dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Distribusi Penduduk Menurut Pendidikan Desa Bengkel

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)
2	SD	211
3	SMP	131
4	SMA	215
5	D1	32
6	D2	28
7	D3	33
8	S1	56
9	S2	3
Total		709

Sumber : Kantor Kepala Desa Bengkel (2022)

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan masyarakat Desa Bengkel rata-rata SD berjumlah 211 hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di desa Bengkel cukup rendah

#### 4.1.3. Jenis Pekerjaan Penduduk

Berikut ini merupakan tabel jenis pekerjaan penduduk di Desa Bengkel:

Tabel 7. Jenis Pekerjaan Penduduk Desa Bengkel

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)
1	Wiraswasta	1,202
3	Karyawan	134
4	Buruh	98
5	Petani	96
6	PNS/TNI/Polri	83
7	Jasa	78
<b>Jumlah</b>		<b>1,591</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Pada Tabel 7 Jenis Pekerjaan penduduk di Desa Bengkel Kabupaten Serdang Bedagai dapat dilihat jumlah pekerjaan yang paling tinggi adalah penduduk yang berstatus sebagai Wiraswasta sebanyak 1.102 jiwa, sedangkan penduduk yang memiliki pekerjaan dengan jumlah terendah yaitu sebagai jasa adalah sebanyak 78 jiwa.

#### 4.2 Keadaan UMKM Dodol di Desa Bengkel

Desa Bengkel merupakan sentra yang dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Serdang Bedagai. Dodol adalah ciri khas yang melekat dibenak

masyarakat ataupun pengguna jalan ketika melewati daerah ini. Menurut Dra. Indah Dwi Kumala selaku Kabag Humas Kabupaten Serdang Bedagai. Asal mula dodol ini berawal yang dari tahun 1980-an yaitu usaha beberapa kepala keluarga di Dusun 1 Desa Bengkel, yang pada saat itu kemasan dodolnya masih tradisional yaitu menggunakan daun upih atau pelepah pinang. UMKM dodol tersebut bermula dipopulerkan oleh warga Bengkel yang berasal yang dari Tanjung Pura, Langkat, bernama Pak Soleh. Pada masa itu, orang dari langkat yang pindah ke desa Bengkel mulai membuat dodol dan berjualan di depan rumah mereka masing-masing, dipinggir jalan, dan teras-teras rumah. Usaha itu pun kemudian mengalami perkembangan pesat hingga saat ini. Didaerah ini juga banyak menjual berbagai jenis makanan ringan maupun berbagai kerajinan lainnya. Diantaranya yaitu, berbagai macam keripik, kerupuk, celengan dari tanah liat, hingga tudung saji yang dijual didaerah ini. Untuk dodol sendiri masih mendominasi kios-kios yang ada di daerah ini. Berdasarkan keadaan dilapangan, pada saat ini ditemukan sebanyak 55 kios/pedagang dodol yang masih berdiri, didalamnya termasuk pedagang lama atau mereka yang masih bertahan dari sebelum keberadaan jalan tol hingga sekarang dan juga pedagang yang baru membuka usahanya setelah keberadaan jalan tol. Dodol yang dijual umumnya terdiri atas 3 varian rasa, yaitu dodol rasa vanili/original, rasa pandan, dan rasa durian. Dodol yang dijual memiliki daya tahan antara 2 hingga 3 minggu, dan tergantung pada pengelolaannya. Untuk harganya sendiri berkisar antara Rp. 35.000 hingga Rp. 50.000 perkilo, dan tergantung pada varian ukuran yang ditawarkan.

UMKM dodol ini sangat bagus untuk dikembangkan sehingga dapat menjadikan ikon bagi kabupaten Serdang Bedagai itu sendiri karena sering

ditampilkan diberbagai pameran. Peminat dodol bengkel ini bukan hanya masyarakat Serdang bedagai saja, tetapi juga disukai oleh masyarakat di daerah lain, karena penjualannya sudah sampai keluar kota bahkan daerah. Menurut Limbong, W (2016) penjualan dodol yang setiap tahunnya meningkat, membuat makanan ini memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan karena bahan bakunya tersedia secara lokal. Penjualan dodol yang semakin meningkat sejak adanya pemekaran kabupaten pada tahun 2004 dari bagian Deli Serdang Menjadi Kabupaten Serdang Bedagai. Berdasarkan survey dilapangan penjualan sebelum keberadaan Jalan Tol dapat mencapai antara 500 – 1300 kg per bulannya. Dengan harga yang ditetapkan rata-ratanya menjual sebesar Rp. 45.000 per Kg. Jika dilihat dari data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai, hingga 2017 mencapai 86 pedagang yang berdagang menetap dengan menggunakan kios ataupun pedagang yang hanya mendirikan stand–stand kecil.

Pada saat mulai beroperasinya jalan tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi jumlah peminat atau pembeli dodol di Desa Bengkel mulai menurun. Pedagang dodol berinovasi agar menarik minat konsumen dengan cara menambah varian ukuran kemasan 200 gram dengan harga Rp 10.000 yang sebelumnya hanya berukuran 500 gram dengan harga Rp 25.000 dan 1 Kg dengan harga Rp 50.000 sehingga dapat menjangkau daya beli dan kebutuhan konsumen serta memperluas pemasaran di rest area, mengoptimalkan promosi produk melalui penggunaan media sosial sehingga konsumen dapat mengetahui informasi mengenai dodol dari Desa Bengkel dan tertarik untuk membeli atau memesan.

Responden dalam penelitian ini adalah UMKM Dodol yang ada di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Kriteria yang

dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu para UMKM Dodol yang sudah berjualan sebelum keberadaan jalan tol dan setelah keberadaan jalan tol Medan-Tebing Tinggi. Jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 55 sampel.

### 4.3. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden yang digunakan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pendidikan. Wawancara terhadap responden dilakukan langsung kepada pemilik UMKM dodol di Desa Bengkel. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi yang dari sampel dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

#### 4.3.1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	34	61,82%
2.	Perempuan	21	38,18%
Total		55	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Pada Tabel 8 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden UMKM dodol di Desa Bengkel, laki-laki dengan persentase (61,82%) lebih mendominasi dari pada perempuan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Supriyoko (2011) bahwa pada sektor-sektor penting seperti industri, perdagangan, dan jasa, laki-laki sebagai tulang punggung keluarga lebih mendominasi dibandingkan dengan pemilik usaha perempuan.



### 4.3.2. Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	<36	9	16,36%
2.	36-47	21	38,18%
3.	>47	25	45,45%
Total		55	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Pada Tabel 9 karakteristik responden berdasarkan umur di atas menjelaskan bahwa responden dengan kelompok usia >47 tahun mendominasi sebanyak 25 responden dengan persentase tertinggi sebesar 45,45%. Usia adalah merupakan salah satu dari faktor produktivitas individu. Usia yang berada diantara 20 hingga 40 tahun, usia ini dianggap sangat produktif bagi tenaga kerja yang membutuhkan tenaga besar, sedangkan pekerja yang tidak membutuhkan tenaga besar usianya dapat lebih tua hingga mencapai 50 tahun (Priyono dan Yasin, 2016).

### 4.3.3. Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 9 berikut :

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD	5	9,09%
2.	SMP	7	12,73%
3.	SMA	35	63,64%
4.	S1	7	12,73%
5.	S2	1	1,82%
Total		55	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Pada Tabel 10 karakteristik responden berdasarkan pendidikan menjelaskan bahwa pendidikan untuk pemilik usaha terbanyak yaitu SMA dengan

persentase 63,64%. Semua pelaku UMKM dodol di Desa Bengkel berpendidikan dari SD sampai dengan jenjang Magister.

#### 4.3.4. Lama Usaha

Karakteristik responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha (Tahun)	Jumlah	Persentase
8-16	18	32,73%
>17	37	67,27%
Total	55	100,00%

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Pada Tabel 11 dapat dilihat bahwa responden terbanyak memiliki pengalaman usaha dodol di Desa Bengkel lebih dari 17 tahun dengan persentase (67,27%) Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha pada lokasi penelitian memiliki pengalaman yang cukup lama dan sudah banyak memiliki pelanggan.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM dodol di Desa Bengkel meliputi sebagai berikut :

1. Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran UMKM dodol di Desa Bengkel adalah :

- a. Kekuatannya adalah memiliki produk yang berkualitas dan menjadi produk unggulan daerah dan telah memiliki pelanggan tetap.
- b. Kelemahannya adalah dodol tidak bertahan lama dan varian rasa yang relatif sedikit sehingga konsumen tidak banyak pilihan.
- c. Peluangnya adalah dengan hadirnya Rest area dapat dimaksimalkan untuk menambah area pemasaran UMKM dodol desa Bengkel, selain itu UMKM dodol di Desa Bengkel memiliki peluang cukup besar untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan metode pemasaran secara online dan media komunikasi lainnya.
- d. Ancamannya adalah dengan adanya jalan tol Trans Sumatera yang menghubungkan Medan - Tebing Tinggi mengakibatkan pengguna jalan Lintas di Desa Bengkel menurun yang berdampak terhadap penurunan konsumen dodol di desa Bengkel.

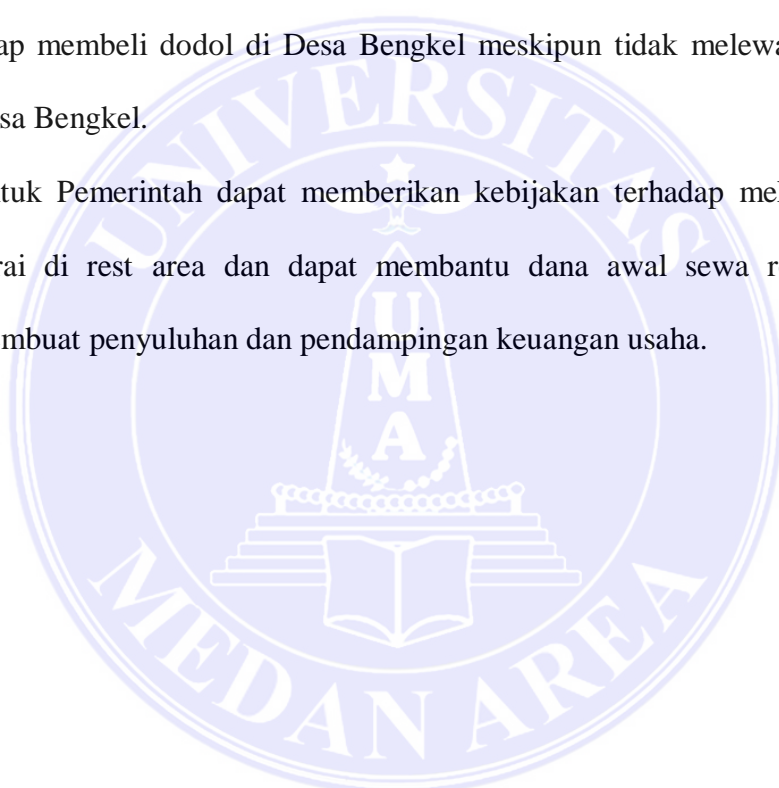
2. Strategi pemasaran UMKM dodol di desa Bengkel berada pada kuadran I (Strategi Agresif) dengan menggunakan pemasaran secara online dan memasukkan produk dodol Desa Bengkel ke berbagai pasar modern yang dapat berpotensi meningkatkan penjualan dan didukung dengan sudah

memiliki pelanggan/pasar sehingga memudahkan produk untuk dipasarkan dan dijual.

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka saran yang perlu pada penelitian ini adalah :

1. Bagi pemilik UMKM dodol di Desa Bengkel agar menggunakan pemasaran secara online untuk memudahkan konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap membeli dodol di Desa Bengkel meskipun tidak melewati jalan lintas Desa Bengkel.
2. Untuk Pemerintah dapat memberikan kebijakan terhadap mekanisme sewa gerai di rest area dan dapat membantu dana awal sewa rest area serta membuat penyuluhan dan pendampingan keuangan usaha.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afnil Guza, S.S. 2008 *Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Cet.1, Penerbit Asa Mandiri. hal. 2-3
- Afrizal, Ridho. 2021. Analisis Pendapatan UMKM dodol Bengkel Sebelum dan Sesudah Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi (Studi Kasus : Di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). *Skripsi*. Universitas Medan Area. Medan
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Serdang Bedagai. 2019. *Kabupaten Serdang Bedagai Dalam Angka*. CV. Relasi. Serdang Bedagai
- Boon, Kurtz. 2008. *Contemporary Marketing*. New York: Sount-West Cengage Learning
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Downey, W. David dan Erickson, Steven P. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Erlangga. 516 hal.
- Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation
- Fred R. David. *Strategic Management*. Pearson Education International. United States of America. 2009.
- Freddy Rangkuti. 2006. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Gitosudarmo, Indriyo. 2001. *Manajemen strategi*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta
- Hamid, S. 2017. Analisis Program Pemasaran Produk UMKM Dodol Garut. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*. 82-112.
- Haryadi. 2008. *Teknologi Pengolahan Beras*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Hayami, Y., T, Kawagoe, Y. Morooka dan M. Siregar, 1987, *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perspective from A Sunda Village*, CGPRT Centre, Bogor
- Hernanto F. 1988. *Ilmu Usahatani*. Bogor : Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

- Hery. 2009. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Januardin dan Hottua S. 2019. Dampak Pembangunan Tol Tebing Tinggi-Medan Terhadap UMKM didesa bengkel Perbaungan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan ke-3 2019*. Kisaran.
- Jatmiko, RD. 2004. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2012. Kajian Nilai Tambah Produk Pertanian. Laporan Badan Kebijakan Fisikal Pusat Kebijakan Ekonomi Makro 2012. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kusdiana, D., dan Ardi G. 2014. Pengembangan Produk Unggulan UMKM Kabupaten Sukabumi. *Trikonomika*. Vol. 13 (2):153-171
- Lubis, Zulkarnain. 2010. *Statistika Terapan untuk Ilmu–Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Mursaddad, D dan N. Hartuti. 2003. *Produk Olahan*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Nasution, Ahmad Al Farizy. 2020. Dampak Pembangunan Jalan Tol Terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Pahan, I. 2008. *Panduan Lengkap Kelapa Sawit: Manajemen Agribisnis yang dari Hulu hingga Hilir*. Penebar Swadaya.
- Pappas James, L dan Mark Hirschey, 1995. *Ekonomi Managerial*. Bina Rupa Aksara Jakarta
- Putri, E. H., 2017. Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda). *eJournal Administrasi Negara*. Vol. 5 (1):5431-5445
- Qinah E. 2009. Pengaruh Konsentrasi Gula Pasir dan Tepung Ketan terhadap Sifat Kimia, Organoleptik serta Daya Simpan Dodol Ubi Jalar Ungu. [Skripsi]. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Universitas Sumatera Utara

- Rais, Sasli dan Wahkyudin. 2009. Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia dengan analisis SWOT, *Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen STIE PBM*. vol. IX no. 14
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Satuhu, S dan Sunarmani, 2004. *Membuat Aneka Dodol Buah*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sihombing, Asbrina O., dan Yohana F. Cahya Palupu Meilani. 2018. Identifikasi Faktor Internal dan Eskternal Dalam Mempertahan keberlangsungan Usaha Mikro. Seminar Nasional dan Call for Paper Manajemen, Akuntansi dan Perbankan. 91-105
- Sihombing, Tri N. Y. 2020. Analisis Pengembangan dan Keuntungan Produses Dodol didesa bengkel (Studi Kasus : Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Medan Area. Medan.
- Simanjuntak, Markus Eko Susilo. 2014. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi di Sumatera Barat. [*Skripsi*]. Padang. Fakultas Ekonomi. Universitas Andalas. 66 hal
- Situmorang, Syafrizal Helmi. 2009. *Bisnis Perencanaan dan Pengembangan*, USU Press Media
- SNI. 1992. Dodol. SNI 01-2986-1992. Pusat Standarisasi Industri. Departemen Perindustrian. Jakarta
- Soekartawi. 1995. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Universitas Indonesia-Press. Jakarta
- Sugiarto, D. Siagian. 2000. *Metode Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Gramedia. Jakarta
- Sumhudi, Aslan. 1991. *Metode Penelitian Kualitatif*. : Reke Sarotin. Yogyakarta
- Sumodiningrat, Gunawan. 1998. *Membangun Perekonomian Rakyat*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

- Supriyono. 1999. *Akuntansi Biaya*. BPFE-YOGYAKARTA, Yogyakarta.
- Thompson. 2008. *Crafting & Executing Strategy; The Quest for Competitive Advantage* (Sixteenth Edition). New York: Mc-Graw Hill International Edition
- Turyoni, D. 2007. Pengaruh Penambahan Gula Kelapa Terhadap Kualitas Dodol Tapai Kulit Singkong (*Cassava*). [Skripsi]. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.





Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

**KUISISIONER PENELITIAN**

**STRATEGI PEMASARAN UMKM DODOL DI DESA BENGKEL  
SETELAH BEROPERASINYA JALAN TOL TRANS SUMATERA  
MEDAN-TEBING TINGGI**

**(Studi Kasus : Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)**

**No. Responden :**

Saudara/ Saudyang dari responden yang terhormat.

Saya mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, yang saat ini sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran UMKM Dodol di Desa Bengkel Setelah Beroperasinya Jalan tol trans sumatera medan-tebing tinggi”.

Sehubung dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai dengan keadaan/ perasaan diri bapak/ ibu, angket ini hanya akan digunakan sebagai instrumen (data) dalam penelitian ini.

Demikian yang dapat saya tuturkan, atas perhatian, kerjasama, dan bantuan yang telah bapak/ ibu berikan saya ucapkan terima kasih.

**Petunjuk Pengisian.**

1. Lingkari pada jawaban yang bapak/ibu pilih dan dianggap benar sesuai dengan kenyataan sebenarnya.
2. Isilah titik-titik apabila jawabannya belum tercantum.

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Wanita
3. Umur : Tahun
4. Alamat (Kec/Kel) :
5. Pendidikan Terakhir
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA

- d. Perguruan Tinggi
- 6. Status Perkawinan
  - a. Lajang
  - b. Menikah
  - c. Duda / Janda
- 7. Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang
- 8. Lama Berusaha : Tahun

## II. UMKM Dodol

1. Apa alasan Bapak/ Ibu dalam menjalani UMKM dodol ini.....?

- a. Meningkatkan penghasilan
- b. Banyak mendirikan usaha ini
- c. Meneruskan usaha keluarga
- d. Jawaban lain.....

2. Ada berapa kios yang Bapak/ Ibu miliki saat ini.....?

Jawaban :

3. Bagaimana status kepemilikan bangunan kios?

- a. Sewa. Berapa :.....(Bulan/Tahun)
- b. Milik Sendiri

4. Berapakah biaya modal awal usaha Bapak/ Ibu.....?

Jawaban :

5. Yang dari mana modal usaha Bapak/ Ibu dalam membuat UMKM dodol ini?

- a. Modal Sendiri
- b. Modal pemerintah/ Pinjaman

6. Berapa produksi (kg) yang Bapak/ Ibu buat dalam sehari.....?

Jawaban:

7. Berapa pengeluaran Bapak/ Ibu dalam sekali pembuatan dodol.....?

- a. Beras ketan :
- b. Gula aren :

c. Santan kelapa :

8. Berapa harga dodol yang Bapak/ Ibu jual per bungkus?

Jawaban :

9. Apakah harga jual per bungkus dodol Bapak/ Ibu sudah terjangkau dikalangan usaha?

a. Iya

b. Tidak

10. Berapa banyak yang terjual dodol Bapak/ Ibu dalam sehari.....?

jawaban :

11. Berapa jumlah tenaga kerja Bapak/ Ibu miliki.....?

Jawaban :

12. Apakah pendapatan Bapak/ Ibu per bulan sudah bisa menutupi pengeluaran untuk UMKM dodol ini?

a. Iya

b. Tidak

B. Varian Rasa Dodol.

No.	Jumlah Produk	Produksi	Harga Jual	Jumlah
1	Dodol Original			
2	Dodol Pandan			
3	Dodol Durian			
4	Lainnya			
Total				

13. Menurut Bapak/Ibu adakah peranan Bapak/Ibu dan tenaga kerja sebagai SDM yang di UMKM dodol untuk meningkatkan kualitas dodol?

a. Penting

Alasannya

b. Tidak

Alasannya

14. Apakah tenaga kerja yang bekerja pada Bapak/Ibu perlu ditingkatkan kualitas SDM nya?
- Perlu  
Alasannya
  - Tidak perlu  
Alasannya
15. Kemana saja hasil produksi UMKM dodol Bapak/Ibu pasarkan setiap harinya?
- Pedagang pengumpul
  - Pengecer
  - Konsumen
  - Jawaban lain
16. Apakah ada manajemen UMKM dodol yang Bapak/Ibu miliki?
- Ada  
Bagaimana
  - Tidak  
Kenapa
17. Apakah ada pembukuan keuangan dalam UMKM dodol yang Bapak/Ibu miliki?
- Ada  
Jenis apa
  - Tidak ada  
Alasannya
18. Menurut Bapak/Ibu bagaimana kondisi keuangan UMKM dodol yang Bapak/Ibu miliki?
- Baik  
Kenapa
  - Tidak baik  
Kenapa
19. Menurut Bapak/Ibu apakah harga bahan baku pembuatan dodol murah?
- Ya  
Kenapa
  - Tidak

Kenapa

20. Pada saat kapan permintaan UMKM dodol Bapak/Ibu meningkat?

a. Hari biasa

Berapa

b. Hari besar

Berapa

21. Pernahkah Bapak/Ibu memikirkan tentang ide-ide produk dodol terbaru yang berbeda dan belum pernah dibuat oleh orang lain?

a. Pernah

Bagaimana

b. Tidak pernah

Bagaimana

22. Menurut Bapak/Ibu apakah hanya kualitas produk UMKM dodol yang perlu ditingkatkan, apakah inovasi produk perlu atau tidak dibuat?

a. Perlu

Alasannya

b. Tidak Perlu

Alasannya

23. Apakah pemasaran produk UMKM dodol ini sudah sampai keluar kecamatan Perbaungan?

a. Sudah

Kemana dan bagaimana

b. Belum

Kenapa

24. Apakah Bapak/Ibu pernah mempertimbangkan keinginan konsumen untuk memperoleh kualitas produk UMKM dodol yang baik?

a. Pernah

Seperti apa

b. Tidak pernah

Kenapa

25. Menurut Bapak/Ibu berapakah modal yang harus dikeluarkan untuk memulai produksi dodol?

- a. >500.000
- b. >1.000.000
- c. > 2.000.000

26. Menurut Bapak/Ibu adakah pesaing dalam UMKM dodol yang Bapak/Ibu miliki?

- a. Ada  
Apa
- b. Tidak ada

27. Jika ada pesaing adakah Bapak/Ibu merasa takut tersaingi UMKM dodol yang Bapak/Ibu miliki?

- a. Ada  
Apa
- b. Tidak ada  
Kenapa

### III. Aspek Faktor Internal UMKM dodol

Mohon memberi tanda silang (x) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda ketahui. Berilah penilaian sesuai pendapat Bapak/Ibu

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

#### 1. Kekuatan (*Strength*)

No	Faktor Kekuatan	SS	S	KS	TS
1	Produk unggulan daerah				
2	Harga produk terjangkau				
3	Bahan baku selalu tersedia				
4	Permintaan Dodol selalu ada				
5	Memiliki pelanggan tetap				
6	Pengalaman yang sudah lama				

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

No	Faktor Kelemahan	SS	S	KS	TS
1	Produk tidak tahan lama				
2	Variasi rasa yang sedikit				
3	Pemasaran produk yang masih tradisional				
4	Tidak menggunakan jasa promosi iklan				
5	modal terbatas				
6	Belum ada manajemen dan pembukuan keuangan usaha				

## IV. Aspek Eskternal UMKM dodol

### 1. Peluang (*opportunity*)

No	Faktor Peluang	SS	S	KS	TS
1	Memperluas pemasaran di rest area				
2	Teknologi media pemasaran yang dapat dimanfaatkan				
3	kemungkinan bertambahnya pedagang pengecer				
4	Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM dodol				
5	menjadi lokasi wisata kuliner				

### 2. Ancaman (*threats*)

No	FaktorAncaman	SS	S	KS	TS
1	Keberadaan jalan tol				
2	menurunnya minat konsumen pada dodol tradisional				
3	daya beli konsumen menurun				
4	produk sejenis bermunculan yang dari berrbagai daerah				
5	Harga bahan baku yang tidak stabil				

## Lampiran 2. Karakteristik Responden

No	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan	Lama Usaha (Tahun)
1	55	Perempuan	SMA	2 Orang	31
2	57	Perempuan	SMA	2 Orang	10
3	59	Perempuan	SD	3 Orang	28
4	40	Perempuan	SMA	2 Orang	13
5	52	Perempuan	SMA	2 Orang	26
6	50	Perempuan	SMA	2 Orang	18
7	52	Perempuan	SMA	2 Orang	21
8	46	Perempuan	SMA	2 Orang	23
9	48	Laki-Laki	SMA	4 Orang	19
10	54	Perempuan	SD	1 Orang	21
11	49	Laki-Laki	SMA	2 Orang	18
12	33	Perempuan	S1	1 Orang	16
13	50	Laki-Laki	SMP	2 Orang	24
14	49	Laki-Laki	SMA	2 Orang	15
15	56	Perempuan	SMA	3 Orang	26
16	53	Perempuan	SD	2 Orang	20
17	55	Perempuan	SMA	2 Orang	31
18	25	Laki-Laki	S2	1 Orang	8
19	59	Perempuan	SD	3 Orang	21
20	59	Laki-Laki	SMA	4 Orang	22
21	43	Perempuan	S1	2 Orang	26
22	38	Perempuan	S1	2 Orang	20
23	28	Perempuan	SMA	4 Orang	12
24	49	Laki-Laki	SMP	4 Orang	25
25	34	Laki-Laki	SMA	4 Orang	16
26	36	Laki-Laki	SMA	2 Orang	12
27	34	Laki-Laki	SMA	3 Orang	16
28	34	Laki-Laki	S1	2 Orang	16
29	52	Laki-Laki	SMA	3 Orang	23
30	50	Laki-Laki	SMA	3 Orang	30
31	55	Laki-Laki	S1	2 Orang	31
32	45	Laki-Laki	SMA	4 Orang	28
33	47	Laki-Laki	SMA	3 Orang	16
34	43	Laki-Laki	SMA	3 Orang	23
35	45	Perempuan	SMA	3 Orang	18
36	48	Perempuan	SMP	4 Orang	23
37	51	Perempuan	SD	3 Orang	20
38	34	Laki-Laki	SMA	3 Orang	23
39	45	Laki-Laki	SMP	2 Orang	21
40	43	Laki-Laki	SMP	3 Orang	20
41	45	Laki-Laki	SMA	4 Orang	16
42	34	Laki-Laki	S1	3 Orang	18
43	54	Laki-Laki	SMA	4 Orang	15
44	43	Laki-Laki	SMA	3 Orang	13
45	45	Laki-Laki	SMA	4 Orang	17
46	34	Laki-Laki	SMA	2 Orang	15
47	43	Laki-Laki	SMA	3 Orang	21
48	47	Laki-Laki	SMP	3 Orang	24
49	37	Laki-Laki	SMA	3 Orang	16
50	38	Laki-Laki	SMA	3 Orang	21
51	41	Laki-Laki	SMA	3 Orang	15
52	58	Laki-Laki	SMA	5 Orang	12
53	44	Laki-Laki	SMA	3 Orang	20
54	59	Perempuan	SMP	3 Orang	28
55	39	Laki-Laki	S1	2 Orang	26



## Lampiran 3.Rekapitulasi Faktor Kekuatan Internal

No	Faktor Kekuatan					
	X1	X2	X3	X4	X5	X6
1	4	4	4	3	3	3
2	4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	3	3
5	4	4	4	3	3	3
6	4	4	4	4	3	3
7	4	4	4	4	3	3
8	4	4	4	3	3	3
9	4	4	4	3	3	3
10	4	4	4	4	3	3
11	5	4	4	5	5	4
12	4	4	5	4	3	3
13	5	4	4	5	3	3
14	4	5	5	4	3	3
15	4	4	4	4	5	2
16	3	5	5	4	4	3
17	4	4	4	4	3	4
18	5	5	4	5	3	3
19	4	4	4	5	3	3
20	5	4	4	3	5	4
21	4	3	5	3	4	3
22	5	4	4	3	3	4
23	4	5	5	3	3	3
24	5	4	4	3	5	3
25	4	4	5	3	3	4
26	5	3	4	5	3	3
27	4	4	5	3	5	3
28	4	5	4	3	3	4
29	4	4	5	4	3	3
30	4	3	4	5	3	3
31	5	4	5	4	4	4
32	5	5	4	3	3	3
33	4	4	4	3	4	4
34	5	4	4	3	4	3
35	4	3	4	4	3	3
36	5	4	4	5	4	4
37	4	5	5	4	3	4
38	3	4	4	5	3	4
39	4	4	5	3	3	3
40	5	5	4	3	3	4
41	4	4	5	3	3	3
42	5	4	4	3	4	4
43	4	4	4	4	3	3
44	5	4	5	5	3	4
45	4	4	4	4	4	3
46	5	5	4	4	3	4
47	4	4	4	3	3	3
48	5	5	4	3	3	4
49	5	4	4	4	4	4
50	4	5	5	5	3	4
51	4	4	4	4	4	3
52	3	5	5	3	3	4
53	4	4	4	3	4	3
54	5	4	5	4	3	4
55	4	4	4	4	4	4
Total	235,00	228,00	236,00	205,00	187,00	185,00

Jumlah rekapitulasi faktor : 1.276

## Lampiran 4. Rekapitulasi Faktor Kelemahan Internal

No	Faktor Kelemahan					
	X1	X2	X3	X4	X5	X6
1	4	4	4	4	3	2
2	4	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	3	3
4	4	3	3	3	2	2
5	4	4	4	3	3	3
6	4	4	3	3	3	3
7	4	4	3	3	3	2
8	4	4	3	3	3	3
9	4	4	3	3	2	2
10	4	4	3	3	3	3
11	4	4	4	3	4	2
12	4	4	3	4	5	3
13	5	5	3	3	4	2
14	4	4	4	3	4	2
15	3	4	3	4	3	3
16	4	4	4	3	3	2
17	5	5	5	3	3	2
18	4	4	4	3	3	2
19	3	4	3	3	3	3
20	4	3	4	4	2	2
21	5	4	3	3	3	3
22	4	3	4	3	4	2
23	4	4	3	3	3	3
24	3	4	4	2	4	3
25	4	3	3	3	3	3
26	5	3	4	3	4	3
27	4	3	3	4	3	2
28	5	4	3	3	4	3
29	4	3	3	3	3	3
30	5	4	3	2	4	2
31	5	3	4	3	3	3
32	4	3	4	3	4	2
33	5	3	3	4	3	3
34	4	3	4	3	3	2
35	3	4	3	4	3	3
36	3	3	4	3	4	3
37	3	4	3	3	3	2
38	4	3	4	3	4	3
39	4	4	3	4	4	2
40	5	3	4	3	4	3
41	4	4	4	3	3	3
42	4	3	4	4	3	3
43	3	3	3	3	3	3
44	4	4	4	4	3	2
45	5	4	4	3	3	2
46	4	5	3	4	3	3
47	4	4	4	3	3	2
48	3	5	4	3	4	3
49	4	4	3	4	3	2
50	5	3	4	3	3	2
51	4	4	4	4	3	2
52	4	4	3	3	3	2
53	3	4	3	4	3	2
54	4	3	3	3	3	2
55	5	3	3	4	4	3
Total	223,00	205,00	193,00	180,00	179,00	138,00

Jumlah rekapitulasi faktor : 1.118

## Lampiran 5. Rekapitulasi Faktor Peluang Eksternal

No	Faktor Peluang				
	X1	X2	X3	X4	X5
1	4	4	3	3	2
2	4	4	3	3	3
3	4	4	3	3	3
4	3	3	3	3	2
5	4	4	3	3	3
6	4	4	3	3	3
7	4	4	3	3	3
8	4	4	4	3	3
9	4	4	3	3	3
10	4	4	4	3	2
11	4	4	4	4	3
12	4	3	3	3	2
13	4	3	4	4	3
14	3	4	4	3	2
15	4	4	3	4	3
16	3	3	4	4	2
17	4	3	3	3	3
18	3	4	3	4	2
19	3	3	4	3	3
20	4	3	3	4	3
21	4	3	3	3	3
22	5	3	3	4	3
23	4	4	3	3	2
24	5	5	3	3	2
25	4	4	4	3	2
26	4	3	3	3	2
27	4	4	4	3	2
28	5	5	3	3	3
29	4	4	4	4	3
30	4	3	3	4	2
31	5	4	3	3	3
32	4	4	3	4	2
33	5	3	4	3	3
34	4	4	3	4	2
35	5	3	4	4	3
36	4	4	3	3	2
37	4	4	4	4	3
38	4	4	4	3	2
39	4	4	4	4	3
40	4	4	4	3	2
41	5	3	3	3	3
42	4	3	4	3	2
43	4	3	4	3	3
44	4	4	4	3	3
45	5	3	3	3	3
46	3	4	4	3	3
47	4	4	3	4	2
48	4	3	4	3	3
49	4	3	3	4	3
50	3	4	4	3	3
51	4	4	3	4	3
52	3	3	4	3	2
53	4	4	4	4	2
54	3	3	3	3	3
55	3	3	4	3	2
Total	218,00	200,00	190,00	183,00	142,00

Jumlah rekapitulasi faktor : 933

## Lampiran 6. Rekapitulasi Faktor Ancaman Eksternal

No	Faktor Ancaman				
	X1	X2	X3	X4	X5
1	4	4	4	3	3
2	4	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3
4	4	3	3	3	3
5	4	4	3	3	3
6	4	3	3	3	3
7	4	3	3	3	3
8	4	3	3	3	2
9	4	3	3	2	2
10	4	3	3	3	3
11	4	4	3	3	3
12	5	3	3	3	3
13	5	3	3	2	2
14	4	4	3	2	2
15	4	3	4	2	2
16	4	4	3	3	2
17	5	3	4	2	3
18	4	3	3	3	2
19	5	3	4	2	3
20	4	4	3	3	3
21	4	3	3	2	2
22	4	4	3	3	3
23	4	3	3	2	3
24	3	4	3	3	3
25	4	3	4	2	3
26	4	3	3	3	3
27	5	3	4	2	3
28	4	3	3	2	3
29	5	3	4	2	3
30	4	3	3	2	3
31	4	4	4	2	2
32	5	4	3	2	3
33	4	3	3	2	2
34	5	3	3	2	3
35	4	4	3	3	3
36	4	4	3	2	2
37	4	4	4	3	3
38	4	3	3	2	3
39	4	3	3	3	3
40	3	4	3	2	2
41	3	3	4	3	3
42	4	3	4	2	3
43	3	3	4	3	3
44	4	3	4	2	2
45	3	3	4	3	3
46	3	3	4	2	3
47	3	3	4	3	2
48	3	3	3	2	3
49	3	3	3	3	2
50	4	4	4	2	3
51	4	3	3	3	2
52	4	3	3	2	3
53	3	4	3	3	3
54	4	3	4	2	2
55	3	3	3	3	3
Total	217,00	181,00	184,00	138,00	148,00

Jumlah rekapitulasi faktor : 868

## Lampiran 7. Dokumentasi penelitian



1. Gambar Produk Dodol Desa Bengkel



2. Gambar Produk Dodol Di Rest Area Tol Medan – Tebing Tinggi



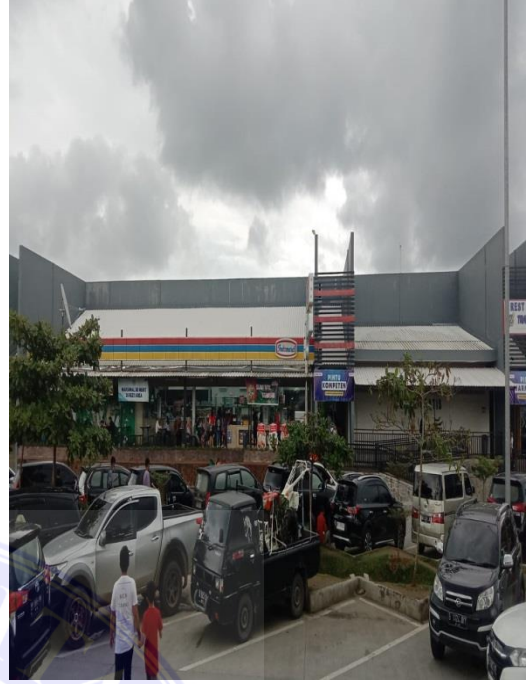
3. Gambar Pengambilan Data Sampel



4. Gambar Pengambilan Data Sampel



5. Gambar Kios UMKM Dodol Bengkel



6. Gambar Keadaan Rest Area Tol Medan – Tebing Tinggi



7. Gambar Gerbang pintu masuk Tol Perbaungan



8. Gambar Proses Pembuatan Dodol

### Lampiran 8. Denah Lokasi Desa Bengkel




keterangan :

Garis Merah : Wilayah Desa Bengkel

Garis Kuning : Jalan Lintas Sumatera

Jarak Gerbang Tol ke Desa Bengkel 1,5 km

## Lampiran 9. Surat Pengambilan Data Riset



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

---

Nomor : 2311/FP.1/01.10/IX/2022 07 September 2022  
Lamp. : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

Yth. Kepala Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan  
Kabupaten Serdang Bedagai

Dengan hormat,


Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Rizky Arif Sinaga  
NIM : 178220004  
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai untuk kepentingan skripsi berjudul **“Strategi Pemasaran UMKM Dodol Di Desa Bengkel Setelah Beroperasinya Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi (Studi Kasus : Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang bedagai)”**


Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

  
Dekan,  
Dr. Ir. Zulheri Noer, MP


Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip





## Lampiran 10. Surat Selesai Riset

 **PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI  
KECAMATAN PERBAUNGAN  
DESA BENGKEL**

Kode Pos : 20986

---

Nomor : 18.39.28/470 / KB /2022  
Lampiran : -  
Perihal : Selesai Pengambilan Data/Riset


Bengkel, 23 Desember 2022  
Kepada Yth,  
**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
di-  
Tempat

Dengan Hormat  
Bersama ini Kami beritahukan kepada Dekan **FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA** nama dibawah ini :

Nama : Rizky Arif Sinaga  
NIM : 178220004  
Program Studi : Agribisnis

Maka dengan ini kami jelaskan nama tersebut diatas telah selesai melakukan Pengambilan Data/Riset yang di mulai pada tanggal 10 September 2022 s/d 10 Oktober 2022 dengan judul “ **Strategi Pemasaran UMKM Dodol di Desa Bengkel Setelah Beroperasinya Jalan Tol Trans Sumatera Medan-Tebing Tinggi (Studi Kasus : Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)** “.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Kepala Desa Bengkel  
  
**INDRA FAJAR**

