

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SORGUM OLEH
PT PAYA PINANG GROUP DALAM MENDUKUNG GERAKAN
DIVERSIFIKASI PANGAN LOKAL**

Disusun Oleh

NAMIRA AZANI

NIM 0501171026



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SORGUM OLEH
PT PAYA PINANG GROUPDALAM MENDUKUNG GERAKAN
DIVERSIFIKASI PANGAN LOKAL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara

Disusun Oleh :

NAMIRA AZANI

NIM 0501171026



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SORGUM OLEH PT PAYA PINANG GROUP DALAM MENDUKUNG GERAKAN DIVERSIFIKASI PANGAN LOKAL

Oleh :

Namira Azani

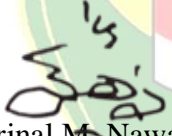
NIM 0501171026

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam


Medan, 24 September 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

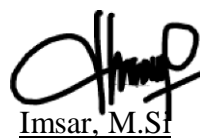

Dr. Zuhri M. Nawawi, MA.
NIP. 197608182007101001


UIN
SUMATERA UTARA
MEDAN


Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si
NIB. 1100000093

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M.Si

NIP. 198703032015031004

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SORGUM OLEH PT PAYA PINANG GROUP DALAM MENDUKUNG GERAKAN DIVERSIFIKASI PANGAN LOKAL” an. Namira Azani, NIM 0501171026 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan pada tanggal 21 Oktober 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 01 November 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UINSU

Ketua,



Imsar, M.Si
NIP. 198703032015031004

Sekretaris,



Rahmat Daim Harahap, M.Ak
NIP. 199009262018031001

Anggota

1.



Dr. Zuhri M. Nawawi, M.A
NIP. 197608182007101001

2.



Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si
NIB. 1100000093

3.



Yusrizal, M.Si
NIP. 1975005222009011006

4.



Mawaddah Irham, M.E.I
NIDN. 2014048601

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag

NIP. 197604232003121002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Namira Azani**

NIM : 0501171026

Tempat / Tgl Lahir : Tanjung Keliling / 04 Oktober 1999

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Link. IV Fraksionasi, Kec. Sawit Seberang, Kab.

Langkat Sumatera Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SORGUM OLEH PT. PAYA PINANG GROUP DALAM Mendukung Gerakan Diversifikasi Pangan Lokal”** adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 24 September 2021

Yang membuat pernyataan,

NAMIRA AZANI

NIM : 0501171026

ABSTRAK

Namira Azani, NIM 0501171026, **Analisis Strategi Pemasaran Sorgum oleh PT Paya Pinang Group Dalam Mendukung Gerakan Diversifikasi Pangan Lokal.** Di bawah bimbingan Bapak Dr. Zuhri M. Nawawi, MA sebagai pembimbing skripsi I dan Bapak Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si sebagai pembimbing skripsi II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana strategi pemasaran sorgum yang digunakan oleh PT Paya Pinang Group dalam mendukung gerakan diversifikasi pangan lokal. Metode penentuan sampel dilakukan secara *purposive* dengan menganalisis strategi bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) yang telah digunakan perusahaan. Penelitian ini selain dianalisis menggunakan deskriptif kualitatif juga menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman di lingkungan eksternal maupun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki lingkungan internal perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil skor IFAS 2,75 menunjukkan posisi internal yang kuat, nilai skor EFAS 2,85 menunjukkan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang sudah baik dan mampu menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Pada diagram Cartesius menunjukkan posisi perusahaan dalam keadaan agresif yaitu sangat menguntungkan bagi perusahaan. Adapun strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan sorgum sebagai diversifikasi tanaman pangan lokal adalah dengan cara memperluas pangsa pasar ke berbagai daerah dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan berupa jalinan hubungan relasi yang baik dan transparansi dengan para suplier serta mengambil peluang dengan memanfaatkan produksi tanaman sorgum yang mudah hidup membuat biaya produksi juga minimum sehingga dapat membantu memaksimalkan laba penjualan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Diversifikasi Pangan Lokal.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, atas segala nikmat Iman, Islam dan juga kesehatan serta kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian penelitian dan menuliskan hasil penelitian dalam bentuk skripsi ini sembari dengan senantiasa berdoa semoga kita termasuk orang-orang yang diberkahi-Nya. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang hak lagi sempurna bagi manusia dan seluruh alam ini.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas-tugas perkuliahan dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana strata satu (S1) dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SORGUM OLEH PT PAYA PINANG GROUP DALAM Mendukung GERAKAN DIVERSIFIKASI PANGAN LOKAL”**. Mulai dari penelitian sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti mengalami banyak kesulitan yang dihadapi, namun berkat tekad usaha yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak berupa motivasi, bimbingan dan doa. Terutama terima kasih untuk kedua orang tua penulis Ayahanda **Irawan Medianto, S.T** dan Ibunda **Almh. Sri Minarni, S.E** tercinta, yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya yang tiada ternilai serta merawat dan mendidik dengan sangat baik, tak lupa pula untuk selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Maka, pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama penulisan skripsi ini sampai dengan selesai, diantaranya :

1. Bapak **Prof. Dr. H. Syahrin Harahap, M.Ag** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

2. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak **Imsar, M.Si** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak **Rahmat Daim Harahap, M.Ak** selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr. Zuhrial M. Nawawi, MA** selaku pembimbing I dan Bapak **Dr. Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si** selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
6. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** selaku penasehat akademik yang selalu memberikan bimbingan dan arahan.
7. **Bapak/Ibu dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan** yang telah bekerja keras memberikan pengajaran ilmu dan pelayanan selama perkuliahan.
8. Kepada **PT Paya Pinang Group** yang telah memberikan izin kepada penulis melakukan riset penelitian skripsi ini.
9. Kepada kakak kandung **Nanda Miranda, S.Pd** beserta abang ipar **Ari Prasetyo Hasrin, S.Kom** dan abang kandung **Gusti Yuda Perwira, S.P** beserta kakak Ipar **Devi Septiana, A.Md** yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi untuk adik tersayangnya.
10. Kepada seluruh sahabat-sahabat seperjuangan **Mahasiswa/I Ekonomi Islam A Stambuk 2017** terima kasih atas kebersamaan dan bantuan selama masa perkuliahan serta pihak-pihak lain yang menyertai penulis dari awal perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun

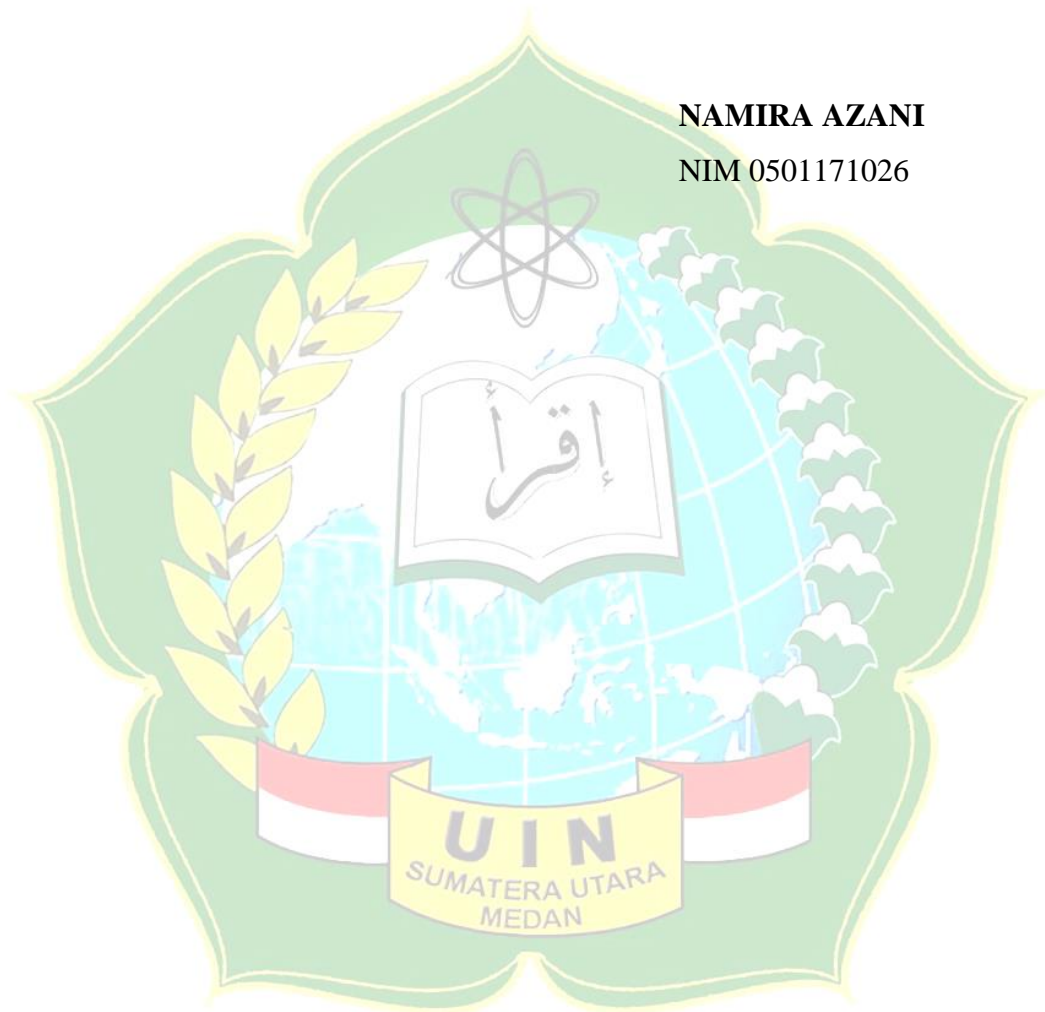
dari semua pihak sangat penulis harapkan sehingga dapat menambah pengetahuan dan pengalaman berharga bagi penulis nantinya. Semoga skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal ‘Alaamiin.

Medan, 23 September 2021

Penulis

NAMIRA AZANI

NIM 0501171026



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penulisan.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Strategi Pemasaran.....	10
a. Pengertian Strategi.....	10
b. Pengertian Pemasaran.....	13
c. Pengertian Strategi Pemasaran.....	16
d. Strategi Pemasaran dalam Islam.....	19
e. Perencanaan Strategi Pemasaran.....	22
f. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	23
2. Sorgum Sebagai Alternatif Diversifikasi Pangan.....	26
a. Sejarah Sorgum.....	26
b. Pengembangan Sorgum di Indonesia.....	27
c. Teknik Budidaya Sorgum.....	30
d. Panen dan Pascapanen.....	35
3. Diversifikasi Pangan.....	40
a. Pengertian Diversifikasi Pangan.....	40
b. Tujuan Diversifikasi Pangan.....	42
c. Konsep Pelaksanaan Diversifikasi Pangan.....	43
B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Teoritis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47

C. Subjek dan Objek Penelitian.....	48
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	48
E. Metode Analisis Data	49

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	56
1. Sejarah Singkat PT Paya Pinang Group	56
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	59
3. Job Description.....	61
4. Visi dan Misi Perusahaan.....	66
B. Hasil Penelitian Analisis SWOT.....	67
1. Strategi Pemasaran Sorgum oleh PT Paya Pinang Group Dalam Mendukung Gerakan Diversifikasi Pangan Lokal ...	67
a. Analisis Lingkungan Internal	67
b. Analisis Lingkungan Eksternal.....	67
2. Hasil Analisis Strategi Pemasaran Sorgum oleh PT Paya Pinang Group	68
a. Matriks IFAS	69
b. Matriks EFAS	71
c. Matriks SWOT	75
C. Pembahasan	79
1. Strategi Pemasaran Sorgum oleh PT Paya Pinang Group Dalam Mendukung Gerakan Diversifikasi Pangan Lokal ...	79
2. Hasil Analisis Strategi Pemasaran Sorgum oleh PT Paya Pinang Group Menggunakan Analisis SWOT	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82

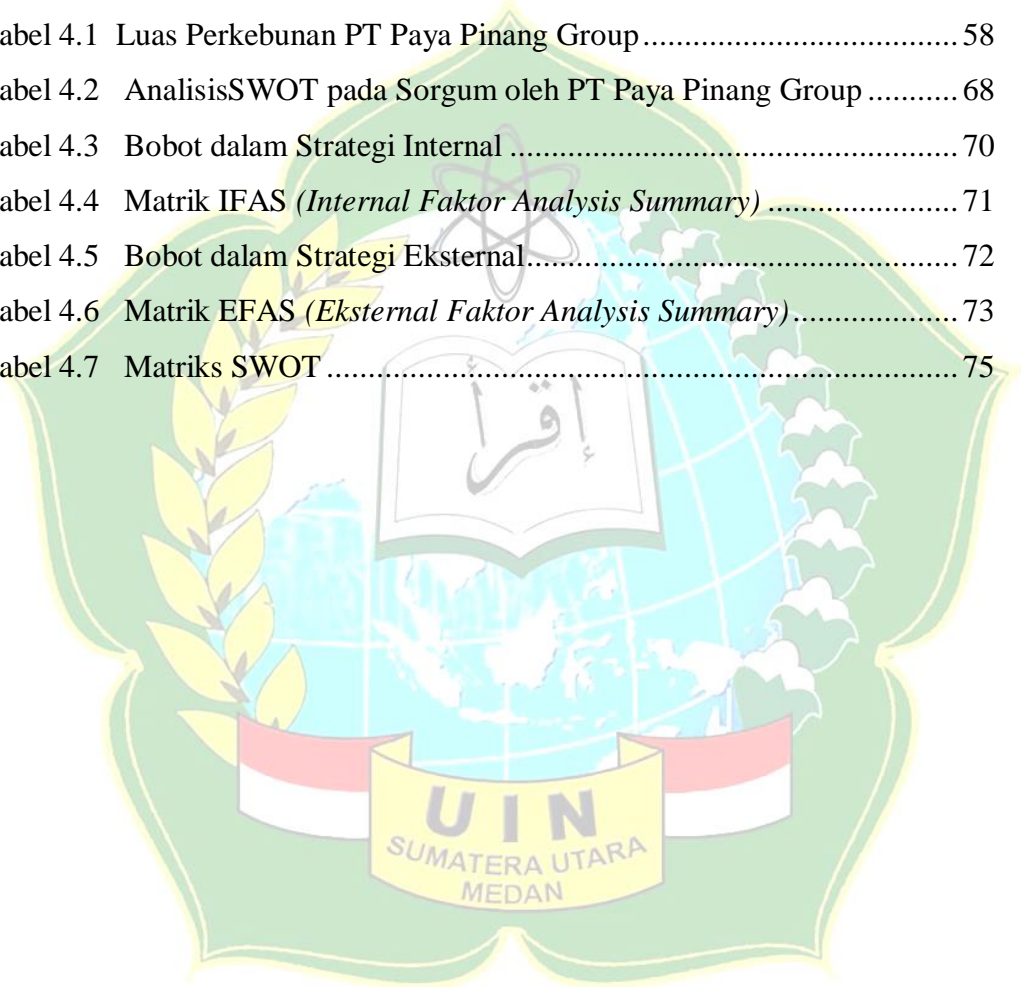
DAFTAR PUSTAKA.....	83
----------------------------	-----------

LAMPIRAN	86
-----------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	95
----------------------------------	-----------

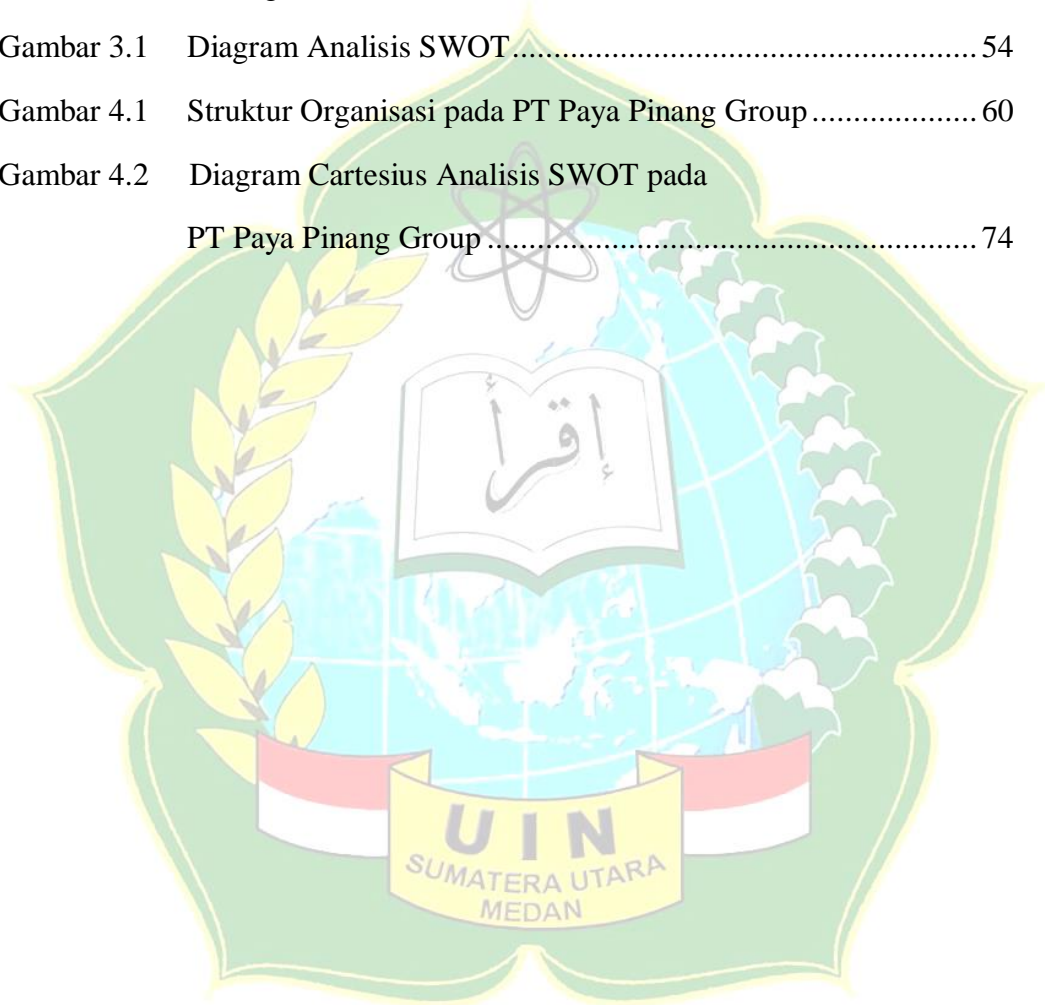
DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1.1 Harga Rata-rata Tanaman Pangan di Pasar Indonesia.....	6
Tabel 2.1 Varietas Sorgum Unggul yang Telah Dilepas di Indonesia.....	31
Tabel 3.1 IFAS	51
Tabel 3.2 EFAS	53
Tabel 3.3 Matriks SWOT	55
Tabel 4.1 Luas Perkebunan PT Paya Pinang Group.....	58
Tabel 4.2 AnalisisSWOT pada Sorgum oleh PT Paya Pinang Group	68
Tabel 4.3 Bobot dalam Strategi Internal	70
Tabel 4.4 Matrik IFAS (<i>Internal Faktor Analysis Summary</i>)	71
Tabel 4.5 Bobot dalam Strategi Eksternal.....	72
Tabel 4.6 Matrik EFAS (<i>Eksternal Faktor Analysis Summary</i>).....	73
Tabel 4.7 Matriks SWOT	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
Gambar 1.1	Tren Konsumsi Beras (Kg/Kapita/Tahun) 2005-2019 dan Target Penurunan Konsumsi Beras	3
Gambar 1.2	Lahan Sorgum di Kebun Mendaris B, Serdang Bedagai.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Teoritis.....	46
Gambar 3.1	Diagram Analisis SWOT.....	54
Gambar 4.1	Struktur Organisasi pada PT Paya Pinang Group.....	60
Gambar 4.2	Diagram Cartesius Analisis SWOT pada PT Paya Pinang Group.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Kuesioner Riset SWOT.....	86
2. Kuesioner Penelitian.....	89
3. Wawancara dan Penyebaran Angket.....	92
4. Bentuk Tanaman Sorgum yang Siap Dipasarkan.....	94



