

**PERKEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MAKANAN
TRADISIONAL DAKAK-DAKAK NI NUN NAGARI SIMABUR
KECAMATAN PARIANGAN KABUPATEN TANAH DATAR TAHUN
2000-2019**

Skripsi

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan strata satu (s1) pada
studi pendidikan sejarah*



Disusun oleh:

Miftahul Magfirah

2018 / (18046096)

**DEPARTEMEN SEJARAH
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Perkembangan Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dakak-dakak Ni Nun Nagari Simabur
Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar tahun 2000-2019

Nama : Miftahul Magfirah
BP/NIM : 2018/1804096
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Juli 2022

Disetujui Oleh :

Kepala Departemen Sejarah



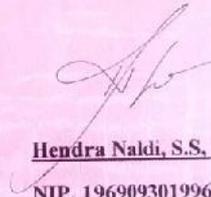
Drs. Etmi Hardi, M.Hum

NIP. 196703041993031003

Kuasa Nomor:216/UN35.6.2/TU/2022

Tanggal 31 Mei 2022

Pembimbing



Hendra Naldi, S.S, M.IIum

NIP. 196909301996031001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Pada Hari Jum'at, 24 Mei 2022

Perkembangan Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dakak-dakak N: Nun Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2000-2019

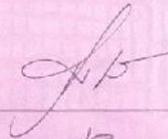
Nama : Miftahul Magfirah
BP/NIM : 2018/18046096
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Juli 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Hendra Naldi, S.S, M.Hum



Anggota : Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum



: Drs. Etni Hardi, M. Hum



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftahul Magfirah
BP/NIM : 2018/18046096
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

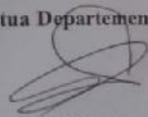
Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya dengan judul "Perkembangan Sistem Pemasaran Makanan Tradisional Daknak-dakak Ni Nun Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2000-2017" adalah benar merupakan hasil karya saya dan merupakan hasil karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan syarat hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di instansi UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan rasa langsung tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Juli 2022

Diketahui Oleh

Ketua Departemen Sejarah



Drs. Etmi Hardi, M.Hum

NIP. 196703041993031003



Miftahul Magfirah

18046096

ABSTRAK

Miftahul Magfirah:(2018/18046096)) Perkembangan strategi pemasaran makanan tradisional Dakak-dakak Ni Nun Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar tahun 2000-2019 *Skripsi* Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini membahas tentang perkembangan strategi pemasaran makanan tradisional Dakak-dakak Ni Nun yang berada di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar dari tahun 2000-2019. Dalam mengembangkan usaha Dakak-dakak ini Ni Nun mempunyai beberapa strategi pemasaran di setiap tahunnya. Strategi pemasaran yang digunakan dari tahun ke tahun selalu mengalami perkembangan dimana terlihat dari meningkatnya hasil penjualan dari tahun ke tahun. fokus kajian penelitian ini adalah bagaimana perkembangan strategi pemasaran yang digunakan Dakak-dakak Ni Nun dari tahun 2000-2019.

Penelitian ini termasuk pada penelitian kualitatif, yang mana menggunakan metode penelitian sejarah. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Langkah yang dilakukan dalam penelitian sejarah ini melalui 4 tahap yaitu Heuristik (Pengumpulan Data) dari informasi yang berkaitan dengan kajian penelitian, Verifikasi (Kritik Sumber) yaitu untuk pengkajian ulang atas keaslian informasi yang didapatkan, interpretasi (Penafsiran) yaitu dengan menghubungkan fakta yang ada dan yang terakhir historiografi (Penulisan Sejarah). Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dari literature seperti artikel yang relevan dengan topik penelitian dan wawancara.

Hasil penelitian ini adalah terdapat beberapa strategi pemasaran yang digunakan Dakak-dakak Ni Nun untuk mengembangkan usahanya. Pada tahun 2000-2010 strategi pemasaran yang digunakan Ni Nun adalah *Door To Door* yaitu dengan cara langsung menjual makanan Dakak-dakak ke konsumen. Tidak hanya itu pada tahun ini Ni Nun juga memasarkan makanan Dakak-Dakak di pasar tradisional yang ada di Nagari Simabur. Untuk mengembangkan usahanya tahun 2005-2008 Ni Nun juga meletakkan makanan Dakak-dakak di warung terdekat. Pada tahun 2011- 2015 strategi pemasaran yang digunakan Ni Nun yaitu sudah menggunakan teknologi yaitu pemasaran *digital marketing/lewat online marketing* dengan cara menggunakan media sosial berupa facebook. Pada tahun 2016-2019 masih menggunakan strategi pemasaran yang sama namun, pada tahun ini lebih fokus lagi mengunakannya pada tahun sebelumnya media sosial yang digunakan sudah semakin banyak diantaranya yaitu *facebook, watshap, instagram* dan *you tube*. Dengan menggunakan media sosial terbukti bisa meningkatkan penjualan Dakak-dakak Ni Nun.walaupun demikian Ni Nun juga mengalami beberapa hambatan namun, Ni Nun bisa mengatasi hambatan tersebut dengan berbagai cara seperti meminjam modal pada kelompok UMKM, menambah jenis makanan, tetap mempertahankan harga dan rasa.

Kata kunci: Dakak-dakak Ni Nun, Strategi Pemasaran, Hambatan

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perkembangan Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dakak-dakak Ni Nun Nagari Simabur kecamatan Pariangan kabupaten Tanah Datar Tahun 2000-2019. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Sejarah Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Hendra Naldi, S.S, M.Hum, selaku dosen pembimbing yang telah memberi motivasi, nasehat dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum., sebagai dosen penguji yang telah memberikan banyak kritik dan saran yang bermanfaat kepada penulis.
3. Bapak Drs. Etmi Hardi, M.Hum., selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak kritik dan saran yang bermanfaat kepada penulis.
4. Bapak Dr. Rusdi, M.Hum., sebagai Ketua Jurusan Sejarah dan Ketua Prodi Pendidikan Sejarah.

5. Bapak Abdul Salam ,S.Ag,M.Hum. selaku dosen pembimbing akademik yang sudah membantu, membimbing dan memberikan masukan sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
6. kepada Ni Nun selaku pemilik usaha Dakak-dakak Ni Nun dan beberapa informan yang telah membantu penulis untuk memberikan informasi mengenai usaha makanan tradisional Dakak-dakak Ni Nun.
7. Terima kasih kepada orang tua (ALM) sebagai motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada kakak dan abang yang telah memberi dukungan, semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Padang, Mei 2022

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	9
D. Tinjauan pustaka.....	10
E. Metode penelitian	22
GAMBARAN UMUM WILAYAH NAGARI SIMABUR	26
A. Keadaan Geografis Nagari Simabur	26
B. Penduduk	28
C. Pendidikan.....	30
D. Sosial Ekonomi.....	34
E. Keberadaan Awal Usaha Makanan Tradisional Dakak-Dakak Ni Nun.....	36
Perkembangan Strategi Pemasaran Usaha Dakak-dakak “NI NUN” Nagari Simabur Tahun 2000-2019	42
A. Strategi Pemasaran Door To Door Tahun 2000-2010.....	42
a. Hambatan dalam strategi pemasaran.....	49
b. Cara mengatasi hambatan dalam startegi pemasaran.....	51
B. Strategi Pemasaran Digital Lewat Online Marketing Tahun 2011-2015.....	51
a. Hambatan strategi pemasaran	59
B. Cara mengatasi masalah yang ada dalam strategi pemasaran	58
C. Strategi pemasaran menggunakan teknologi tahun 2016-2019.....	60
a. Hambatan dalam strategi pemasaran	Error! Bookmark not defined.
b. Cara mengatasi hambatan dalam strategi pemaaran	67

BAB IV	70
PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : perbandingan penjualan terbesar dalam 1 minggu 3 industri makanan yang ada di Nagari Simabur pada tahun 2019	5
Tabel 2 : Jumlah penduduk Nagari Simabur pada tahun 2000-2019.....	29
Tabel 3 : Sarana Pendidikan Nagari Simabur	32
Tabel 4 : Tingkat Pendidikan Nagari Simabur.....	33
Tabel 5 : Mata Pencaharian Masyarakat Nagari Simabur.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Peta Kecamatan Paringan.....	26
Gambar 2 : akun <i>facebook</i> usaha Dakak-dakak Ni Nun.....	54
Gambar 3 : Galeri Akun <i>Facebook</i> Dakak-dakak Ni Nun.....	62
Gambar 4 : chanel <i>youtobe</i> Dakak-dakak Ni Nun.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), pada saat sekarang ini memiliki peran penting dalam menumbuhkan pertumbuhan perekonomian masyarakat khususnya di negara berkembang, Peran UKM sungguh besar di beberapa negara seperti di Amerika Serikat, Jepang, Jerman dan Italia karena perannya merupakan pilar utama perekonomian negara. UKM dapat berperan lebih besar karena kebijakan pemerintah negara-negara tersebut berpihak mendukung UKM. Keadaan itu mengondisikan usaha kecil menengah menjadi sehat dan kuat. UKM merupakan salah satu sektor yang hanya sedikit terkena dampak krisis global. Terbukti bahwa UKM dapat meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilisasi strategi ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, hampir semua pejabat pemerintah membicarakan keberdayaan dan peran UKM.¹

Berdasarkan Undang- Undang No. 20 tahun 2008 Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan maupun badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, sedangkan usaha menengah adalah usaha

¹ Christian Lempelius, “ *Industri Kecil dan Kerajinan Rakyat*”, (Jakarta : LP3ES,1997), hlm 18

ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usah kecil maupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.²

Meskipun telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian Nasional, UMKM masih menghadapi berbagai masalah baik yang bersifat internal maupun eksternal. Seperti bagi perusahaan untuk meningkatkan masalah produksi, pengolahan, pemasaran dan pemodalannya. Persaingan usaha pada saat ini semakin meningkat baik data industri barang maupun jasa, hal tersebut memberikan beban bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya dengan mengatur strategi pemasaran yang baik guna dapat meningkatkan omset penjualan agar Perusahaan terus berkembang dan dapat tercapainya tujuan dari Perusahaan. Perusahaan harus mampu mengembangkan ide sesuai dengan perkembangan zaman serta menciptakan strategi pemasaran yang baik sehingga dalam penyaluran hasil produksi ke konsumen berjalan dengan lancar dan menimbulkan minat beli bagi konsumen.³

Sumatra Barat adalah salah satu daerah yang mempunyai potensi sumber daya alam yang cukup besar. sumber daya alam tersebut bersumber dari berbagai bidang yaitu bidang pertanian, perkebunan,

² Undang-undang No 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah . hlm 4

³ Undang-undang No 3 tahun 2014 tentang perindustrian hlm 5

pertambangan, perikanan, pariwisata, industri kecil dan industri menengah, untuk perekonomian di Sumatra Barat pada umumnya meningkat dari industri rumah tangga atau industri kecil yang mana sebagian dari masyarakat banyak menjadikan industri rumahan sebagai penghidupan sehari-hari.⁴

Sumatera Barat mayoritas perekonomiannya didominasi oleh pertanian dan perindustrian rakyat kecil⁵. Dilihat dari sektor pertanian, perdagangan, maupun kegiatan industri, Industri kecil sangat berperan penting yang memiliki potensi penopang ekonomi Indonesia menuju Negara industri. Industri kecil adalah salah satu tulang punggung ekonomi bagi daerah pedesaan. Industri mempunyai peranan penting dalam menopang perekonomian negara, baik dalam menambah pendapatan Negara atau pun meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁶

Berdasarkan Data yang penulis peroleh dari Dinas koperindagpastam Kabupaten Tanah Datar (koperasi, industri, dagang, pasar dan tambang) tahun 2018-2019 usaha dalam bidang industri mencakup sebanyak 27.797 unit usaha, dimana unit usaha terbanyak terdapat di kecamatan Sungai Tarab yaitu sebanyak 3984 unit usaha berikutnya yaitu pada

⁴ Badan pusat statistic provinsi Sumatra Barat 2018. provinsi Sumatra Barat dalam angka 2018. CV Grapik dwipa: padang, hlm 4

⁵ Abrar Yusra, *Azwar Anas Teladan Dari Ranah Minang*, (Jakarta : Kompas Media Nusantara 2001), hlm 221.

⁶ Mestika Zed, *Sumatra Barat di panggung Sejarah (1945-1995)*, (Jakarta : Sinar Harapan, 1998), hlm 318

kecamatan Pariagan 3484 unit usaha dan kecamatan Salimpauang 2027 unit usaha.⁷

Berdasarkan data diatas yang memegang industri terbanyak di Kabupten Tanah Datar adalah terdapat di Kecamatan Sungai tarab kemudian, disusul oleh Kecamatan Pariangan. Berdasarkan wawancara dengan pengurus koperindak bahwasannya untuk Kecamatan Pariangan ini merupakan kecamatan yang memiliki banyak UMKM yang bergerak dalam makanan tradisional. diantaranya kripik ubi, kripik talas, kue bunga durian, rakik maco dan Dakak-dakak.⁸

Dari semua makanan tradisional yang ada di Kecamatan Pariangan industri makanan Dakak-dakaklah yang paling banyak ditemukan salah satunya terdapat di Nagari Simabur. Makanan tradisional Dakak-dakak yang paling digemari oleh masyarakat yaitu industri makanan Dakak-dakak Ni Nun. Masyarakat menggemari makanan Dakak-dakak Ni Nun dikarenakan mempunyai rasa yang gurih dan harum.⁹

Ni Nun bisa membuat makanan Dakak-dakak yang gurih dan harum kerena masih menggunakan proses pembuatan secara tradisional berbeda dengan pengolahan usaha Dakak-dakak lainnya pada umumnya, usaha Dakak-dakak lainnya yang ada di Nagari Simabur pembuatan awal makanan ini terlebih dahulu tepungnya dikukus dan ada juga yang rebus,

⁷ Dinas koperindagpastam Kabupaten Tanah datar 2017.hlm 5

⁸ *Wawancara* dengan Ririn Astriani,37 tahun (pengurus umkm koperindagstam kabupaten tanah Datar) tanggal 15 february 2022

⁹ *Wawancara* dengan Nelfita Yenti 35 tahun (tokoh masyarakat) tanggal 25 Oktober 2021

sedangkan Ni Nun mengolah tepungnya dengan cara di sangrai terlebih dahulu sehingga menghasilkan Dakak-dakak yang gurih dan harum.

**Perbandingan penjualan Dakak-dakak terbesar dalam 1 minggu
dengan 3 industri makanan yang ada di Nagari Simabur pada tahun
2019¹⁰**

No	Nama Industri	Dakak-dakak	Kripik balado	Sanjai balado	Kripik talas	Total
1	Ni Nun	Rp 10.000.000	Rp 5.000.000	Rp 7.000.000	Rp 3.000.000	Rp 25.000.000
2	Kurnia	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp. 4.000.000	Rp 8.000.000	Rp 28.000.000
3	Ni Ten	Rp 5 .000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 8.000.000	Rp.23.000.000

Tabel 1 : perbandingan penjualan terbesar dalam 1 minggu 3 industri makanan yang ada di Nagari Simabur pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dikatakan penjualan Dakak-dakak terbanyak perminggunya terdapat di Dakak-dakak Ni Nun yaitu sebesar Rp 10.000.000 berbeda dengan yang lainnya dibawah Dakak-dakak Ni Nun yaitu RP. 8.000.000 Dan Rp 5.000.000. ¹¹

Usaha Dakak-dakak Ni Nun bisa bertahan sampai saat sekarang ini dikarenakan beberapa faktor yaitu (1) prodak berupa makanan diketahui bahwa bisnis yang menguntungkan dan cukup populer di kalangan

¹⁰ wawancara bersama dengan pengelola Dakak-dakak yang berada di Nagari Simabur yaitu dengan pengggola Dakak-dakak Ni Nun dengan Ni Nun itu sendiri dan hafif sebagai anak dari Ni Nun, pengelola kurnia dengan Rani putri sebagai kasir di kurnia dan pengelola Ni ten yulia sebagai keponakan dari pemilik usaha Ni Ten tanggal 10 November 2021.

konsumen adalah bisnis makanan, (2) Pemberdayaan sumber daya manusia, dalam artian tenaga kerja yang digunakan berasal dari kerabat terdekat, (3) Biaya yang dikeluarkan pada umumnya kecil, (4) Strategi pemasaran yang digunakan beragam setiap tahunnya.

Berbicara tentang strategi pemasaran ada beberapa strategi pemasaran yang digunakan oleh Ni Nun dalam mengembangkan usaha Dakak-dakaknya. Pada awal dibukanya usaha ini strategi pemasaran yang digunakan Ni Nun masih tradisional yaitu *Door To Door* strategi pemasaran ini merupakan strategi pemasaran dengan memberikan informasi atau mempromosikan mengenai makanan Dakak-dakak ke rumah-rumah. Pada tahun ini Ni Nun juga memasarkan makanan Dakak-dakak di pasar tradisional dan meletakkan makanan Dakak-dakak di warung-warung terdekat.¹²

Dengan seiring perubahan zaman dan perkembangan teknologi tahun 2011-2015 strategi pemasaran yang digunakan Ni Nun mulai memakai teknologi yaitu *digital lewat online marketing*. Digital lewat online marketing ini adalah mempromosikan, memasarkan produk dengan menggunakan berupa media sosial, media sosial yang digunakan pada saat itu yaitu berupa *facebook*.

¹² *Wawancara* dengan Ni Nun(62 tahun) tanggal 15 November 2021
Ni Nun merupakan pemilik usaha makanan tradisional Dakak-dakak yang berada di Nagari Simabur

Pada tahun 2016-2019 Ni Nun masih menggunakan strategi pemasaran yang sama akan tetapi, pada tahun sebelumnya Ni Nun belum terfokus menggunakan strategi tersebut berbeda dengan tahun ini dimana Ni Nun sudah fokus menggunakan strategi pemasaran digital lewat online marketing dengan beberapa media sosial diantaranya, *facebook*, *whatshap*, *instagram* dan *you tobe*.¹³

Bagaimanapun usaha Ni Nun dalam meningkatkan penjualannya tetap saja ada hambatan yang dilalui dalam memasarkan produknya akan tetapi, Ni Nun bisa mengatasinya. Faktor terbesar yang mempengaruhi berkembangnya usaha Dakak-dakak Ni Nun adalah strategi pemasarannya. Hal ini dikarenakan melalui strategi pemasaran yang baik akan membantu masyarakat untuk mengetahui Dakak-dakak Ni Nun serta tertarik untuk membeli makanan Dakak-dakak Ni Nun sehingga akan berdampak baik pada penjualan Dakak-dakak Ni Nun.¹⁴

Dari data yang didapatkan penulis penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang strategi pemasaran yang digunakan Ni Nun dalam mengembangkan usaha Dakak-dakaknya. Untuk itu penulis menawarkan sebuah studi sejarah ekonomi berbentuk skripsi dengan judul

¹³ *Wawancara* dengan bapak jalinus (69 tahun) 15 november 2021
Bapak jalinus merupakan suami dari Ni Nun sendiri yang mana bapak jalinus ikut serta dalam mengembangkan usaha Dakak-Dakak Ni Nun

¹⁴ *Wawancara* dengan Hanif (27 tahun) tanggal 15 November 2021
Hanif merupakan anak ketiga dari Ni Nun dan bapak jalinus hanif juga ikut serta dalam mengembangkan usaha Ni Nun khususnya dalam pemasaran menggunakan media sosial

perkembangan strategi pemasaran makanan tradisional Dakak-dakak Ni Nun Pada tahun 2000-2019. Dari penelusuran penulis belum ada yang meneliti tentang strategi pemasaran pada usaha Dakak-dakak Ni Nun. Untuk itu penulis merasa penting untuk membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh Dakak-dakak Ni Nun sehingga bisa dijadikan sebagai acuan dan informasi untuk UMKM yang ada di Batusangkar dan sekitar yang sama-sama memproduksi Dakak-dakak.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Topik yang diangkat dalam penelitian ini adalah Perkembangan Strategi Pemasaran Makanan tradisional Dakak-dakak Ni Nun Nagari Simabur kecamatan Pariagan Kabupaten Tanah Datar tahun 2000-2019. Untuk memperjelas arah dan tujuan penulisan maka perlu dibuat batasan terhadap permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini. Baik batasan spasial maupun batasan temporal.

Batasan spasialnya adalah dimana tempat penulis meneliti di Nagari Simabur kecamatan Pariagan Kabupaten Tanah datar Batasan temporal penelitian ini dilihat dari tahun 2000 Sampai dengan tahun 2019, karena pada tahun 2000 merupakan tahun mulai dirintis usaha Dakak-dakak oleh Ni Nun dan melanjutkan usaha orang tuanya yang sempat terhenti Kemudian penulis membatasi tahun penelitian sampai tahun 2019 tepatnya akhir dari tahun ini usaha Ni Nun mengalami penurunan yang disebabkan adanya covid 19.

Bedasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah yang diteleti sebagai berikut

1. Bagaimana bentuk strategi pemasaran usaha Dakak-dakak Ni Nun dari tahun 2000-2019.
2. Apa saja hambatan dalam strategi pemasaran pada usaha Dakak-dakak Ni Nun dari tahun 2000-2019

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

Sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan pada bagian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menjelaskan Bagaimana Bentuk Strategi Pemasaran Usaha Dakak-dakak Ni Nun di Nagari Simabur Tahun 2000-2019
2. Menjelaskan apa saja hambatan dalam strategi pemasaran usaha dakak-dakak Ni Nun dari 2000-2019.

Bedasarkan tujuan penelitian dapat dirumuskan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis mengenai makanan tradisional Dakak-dakak. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai upaya agar masyarakat bisa mengenal dan menjaga budayanya sendiri khususnya dalam bidang makanan tradisional dan

juga masyarakat bisa melestarikan warisan budaya berupa kuliner jajanan tradisional.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan guna menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman untuk penulis maupun pembaca pada umumnya. Selain itu penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai referensi pustaka dan bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya.

D. Tinjauan pustaka

a. Studi relevan

Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti berikut dapat menjadi kajian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian tersebut antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh *Ahda,ahdila yang berjudul Industri rumahan makanan tradisional dakak-dakak di Nagari Simabur kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar provinsi Sumatra Barat*. Penelitian ini membahas tentang perkembangan semua usaha Dakak-dakak yang ada di Nagari Simabur Penelitian ini memiliki kesamaan pada penelitian dakak-dakak Ni Nun dimana sama-sama membahas tentang industri makanan tradisional Dakak-dakak di Nagari Simabur namun pada penelitian ini tidak terfokus ke satu industri rumahan

tetapi perkembangan industri Dakak-dakak secara umum yang ada di Nagari Simabur.¹⁵

Kedua, skripsi dari putri askia , *strategi pemasaran usaha Dakak-dakak Dapur Mas di Nagari Tabek Kecamatan Pariangan*, di dalam penelitian ini diperoleh hasil penelitian mengenai strategi pemasaran yang yang digunakan oleh usaha Dakak-dakak Dapur mas diantaranya mempertahankan ciri khas dari rasa, dan mengatar makanan Dakak-dakak langsung ke konsumen.¹⁶

Ketiga, skripsi dari Reski Dini Harianti, “*Industri Kacang Atom GDR di Nagari Panyalaian Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar (1992 – 2019)*”. Hasil penelitian ini membahas tentang perkembangan Industri Kacang GDR dari produksi dan pemasaran hingga bertahan dari tahun 1992-2019. Cara yang dilakukan untuk mempertahankan usahanya dimana memakai cara mempertimbangkan harga.¹⁷

Keempat, skripsi dari Maharani Rahman, “*Industri Kripik Balado Cristine Hakim di Padang tahun 1990 – 2007*” dalam skripsi difokuskan tentang perkembangan Industri Kripik Balado Cristine Hakim dalam

¹⁵ Ahda ahdila. 2019. “Industry rumahan makanan tradisonal dakak-dakak di nagari simabur kecamatan pariangan kabupaten tanah datar provinsi Sumatra bara”. *Jurnal jom fisit*. Vol,6. No 1. Edisi 11

¹⁶ Putri Askia. 2018. “Strategi pemasaran usaha Dakak-dakak Dapur Mas di Nagari Tabek Kecamatan Pariangan “. *Skripsi* Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Batusangkar

¹⁷ Dini Hartati, Resky.2020. “Industri kacang atom GDR di Nagari panyalaian kecamatan koto kabupaten Tanah Datar” (1992-2019). *Skripsi*. Program studi pendidikan sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

pemasaran dalam perkembangan inovasi sampai dengan dampak ekonominya yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana perkembangan industri kripik balado cristine hakim dan inovasi yang dikeluarkan setiap tahunnya sehingga orang tertarik ke industri ini dan dengan cukup terkenalnya usaha ini tentunya sangat berdampak bagi masyarakat.¹⁸

Kelima, skripsi Radika Putri dengan judul “*Perkembangan Home Industri Nanas Di Desa Tangkit Baru Tahun 1990-2015*” Yang memaparkan pendirian *home industry* di Kabupaten Muaro Jambi Kecamatan Sungao Gelam desa Tangkit Baru, yang merupakan industri rumah tangga. Perkembangannya home industri nanas di desa Tangkit Baru mengalami perkembangan, terlihat dari banyaknya *home industry* nanas yang ada di desa tersebut. Perubahan desa tersebut dulunya tidak mengenal industri sebagai lapangan pekerjaan, dan mempunyai kemungkinan membawa perubahan pada masyarakat desa ini.¹⁹

b. Kerangka konseptual

1. Industri

Menurut UU No. 3 Tahun 2014 , industri adalah seluruh bentuk dari kegiatan ekonomi yang mengelolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri, sehingga dapat menghasilkan barang

¹⁸ Maharani Rahman. ”Industri Kripik Balado Cristine Hakim di Padang Tahun 1990 – 2007”. *Skripsi* . program studi pendidikan sejarah Universitas Negeri Padang

¹⁹ Radika Putri, 2018. “Perkembangan Home Industri Nanas di Desa Tangkit Baru Tahun (1990-2015) ” .*Skripsi*. Program studi pendidikan sejarah Universitas Jambi

yang memiliki nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi, termasuk juga jasa industri.²⁰

Industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu yang setinggi-tingginya.²¹

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan industri adalah sebuah perusahaan yang memproduksi barang atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, mengubah bahan dan mengolah bahan baku dengan manajemen yang baik sehingga menghasilkan barang ataupun jasa yang mempunyai nilai tinggi dan memiliki manfaat serta daya jual yang tinggi.

Industri dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis, tetapi dalam garis besarnya dikelompokkan ke dalam tiga jenis, seperti berikut:

a. Industri kecil

Industri kecil ini memiliki karyawan atau tenaga kerjanya berjumlah antara 5-19 orang. Modal relatif kecil karena modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal.

b. Industri sedang atau menengah

²⁰ Undang –undang.No. 3 Tahun 2014 tentang perindustrian hlm 5
²¹ Foengsitajoyo Trisantoso Julianto, Suparno. Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.1 No.2, September 2016. Hlm. 4

Industri sedang yaitu industri yang mempekerjakan atau menggunakan tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang atau karyawan. Ciri industri sedang memiliki modal yang cukup, sedang sampai besar, sedangkan tenaga kerja yang memiliki terampilan tertentu dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu.

c. Industri besar

Industri besar yaitu industri dengan jumlah karyawan atau tenaga kerja lebih dari 100 orang atau karyawan. Ciri industri besar adalah memiliki modal besar yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk pemeliharaan saham, tenaga kerja harus memiliki keterampilan khusus, dan pemimpin perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan (*fit and profer test*).

Dilihat dari jumlah tenaga kerjanya maka Industri rumahan makanan tradisional dakak-dakak ni Nun termasuk kedalam industri kecil karena mempunyai jumlah karyawan sebanyak 18 orang

2. Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk keunggulan bersaing.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menurun, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang