

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIDROPONIK DI
KELURAHAN BOJONGKERTA**

TUGAS AKHIR

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**DERA SUCI RAMADHAN
NIM: 2431900235**



**PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIDROPONIK DI
KELURAHAN BOJONGKERTA**

Oleh:

Nama : DERA SUCI RAMADHAN
NIM : 2431900235
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Nuryani Susana, S.pd, SH, MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIDROPONIK DI
KELURAHAN BOJONGKERTA**

Oleh:

Nama : Dera Suci Ramadhan
NIM : 2431900235
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2022
Waktu : 11.30-12.30

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Aldi F.Dira, SE.,MM (.....)

Anggota : Mega Indah Edityawati, SE.,MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dera Suci Ramadhan
NIM : 2431900235
Jurusan : ManajemenPemasaran
Nomor KTP : 3201274101000025
Alamat : Kp. Limusunnggal RT.01/05 Desa Cihorangpondok, Caringin Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir yang berjudul Strategi Pemasaran Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan tugas akhir ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok 11 Agustus 2022

DERA SUCI RAMADHAN

ABSTRAK

Dera Suci Ramadhan.2431900235.Strategi Pemasaran Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta. Jurusan Manajemen Pemasaran. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Depok.2022.

Dalam suatu persaingan usaha ataupun bisnis yang semakin meningkat maka dari itu kita harus menerapkan strategi yang lebih baik untuk mempertahankan suatu usaha atau bisnis yang dijalankan, tujuannya agar suatu usaha atau bisnis tersebut dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu pengusaha atau pembisnis harus kritis dalam memanfaatkan peluang usaha atau bisnis sehingga membuat perusahaan harus lebih baik dalam melaksanakan strategi pemasarannya.

Dan promosi yang harus dilakukan oleh Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta hanya mengandalkan promosi secara offline, akan tetapi dengan melihat perubahan zaman pada era teknologi saat ini hamper semua aktivitas suatu usaha ataupun bisnis dilakukan secara online, seperti halnya pemesanan suatu produk yang berupa makanan sehingga dapat dilihat mengakibatkan ketidak stabilan penjualan pada tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta sehingga dapat berpengaruh terhadap pendapatan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Tanaman Hidroponik Di kelurahan Bojongkerta, menganalisis strategi pemasarannya dan melakukan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Hasil analisis SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang harus dihadapi oleh Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta. Kekuatan yang dimiliki oleh tanaman hidroponik ini yaitu produk mendapatkan respon baik dari masyarakat, brand dikenal oleh masyarakat luas, produk yang dijual berkualitas baik, memiliki harga ekonomis sesuai dengan manfaat produk tersebut. Lalu untuk kelemahannya yaitu promosi yang dilakukan secara offline, barang gagal atau reject, produk dapat ditiru oleh pesaing. Dan peluangnya adalah daya beli yang kuat dihari tertentu, produk dapat diinovasi dengan berbagai varian, perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat. Sedangkan untuk ancaman yang harus dihadapi oleh tanaman hidroponik ini yaitu kecanggihan alat promosi ditempat pesaing, banyak pesaing sejenis, banyaknya pedagang kaki lima yang menjual sayuran hidroponik dengan harga terjangkau dan kualitas sayuran hidroponik yang dihasilkan oleh pesaing lebih unggul.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta, SWOT

ABSTRACT

Dera Suci Ramadhan.2431900235.Hydroponic plant Marketing Strategy In Bojongkerta Village. Department of Marketing Management. GICI College of Economics Depok.2022.

In a business or business competition that is increasing, therefore we must implement a better strategy to maintain a business that is being run, the goal is so that a business or business can run smoothly. Therefore, entrepreneurs or businessmen must be critical in taking advantage of business or business opportunity so that companies must be better in implementing their marketing strategies.

And the promotions that must be carried out by Hydroponic Plants in Bojongkerta Village only rely on offline promotions, but by looking at the changing times in the current technological era, almost all activities of a business or business are carried out online, such as ordering a product in the form of food so that it can be seen. Resulting in unstable sales of hydroponic plants in Bojongkerta Village so that it can affect income.

The purpose of this study is to identify the strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats faced by Hydroponic Plants in the Bojongkerta sub-district, analyze the marketing strategy and conduct a qualitative descriptive research method using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threats).

The results of the SWOT analysis can identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that must be faced by Hydroponic Plants in Bojongkerta Village. The strength possessed by this hydroponic plant is that the product gets a good response from the public, the brand is known by the wider community, the products sold are of good quality, have an economical price according to the benefits of the product. Then for the weakness, namely promotions that are carried out offline, goods fail or reject, product can be imitated by competitors. And the opportunity is a strong purchasing power on certain days, product can be innovated with various variants, the development of information technology is increasing. As for the threats that must be faced by these hydroponic plants, namely the sophistication of promotional tools at competitor's places, many similar competitors, the number of street vendors who sell hydroponic vegetables at affordable prices and the quality of hydroponic vegetables produced by competitors is superior.

Keywords : Marketing Strategi, Hydroponic Plants In Bojongkerta Village, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karunia-nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojongkerta” Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada program Diploma III di Jurusan Manajemen Pemasaran, STIE GICI. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan, waktu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat berharap untuk mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bimbingan serta dorongan moral maupun materil dari berbagai pihak,oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa’i, SE., MAP, M.Sc. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Martino Wibowo, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dian Rusmana, SE selaku Ketua Jurusan Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi ini.
4. Ibu Nuryani Susana, S.Pd., SH., MH selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun tugas akhir.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Khususnya Program Studi Pemasaran yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah penuh dengan ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis penulis bisa menjadi seorang Diploma Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani dengan sepuah hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita.
8. Kepada Bapak Aning dan Ibu Nining beserta kaka-kaka Tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini dengan baik.
9. Bapak Saeful Anam selaku kepala produksi Tanamana Hidroponik Di Kelurahan Bojungkerta yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
10. Bapak Sony Indrawan selaku pengawas lapangan Tanaman Hidroponik Di Kelurahan Bojungkerta yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini
11. Dedi Hermawan selaku partner yang selalu mensupport dan membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan Aamiin.

Depok 11 Agustus 2022



DERA SUCI RAMADHAN

NIM: 2431900235

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Batasan Masalah	6
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Pemasaran	8
2.1.3. Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.1.4. Bauran Pemasaran	11
2.1.5. Peranan Pemasaran	13
2.1.6. Pengertian Analisis SWOT	14
2.1.7. Faktor Dan Unsur Analisis SWOT	15
2.1.8. Elemen Analisis SWOT	17
2.1.9. Matriks SWOT	18
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Konseptual	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2. Jenis Penelitian	25
3.3. Jenis Data	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	26
3.5. Teknik Analisis Data	27

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran umum Perusahaan	29
4.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	29
4.1.2. Visi Dan Misi Perusahaan	29
4.1.3. Struktur Organisasi	30
4.2. Hasil Pembahasan	
4.2.1. Analisis Internal	31
4.2.1.1. Bauran Pemasaran	31
4.2.1.2. Segmenting, Targeting, Positioning	35
4.2.2. Analisis eksternal	37
4.3.1. Analisis SWOT	39
4.3.1.1. Kekuatan	39
4.3.1.2. Kelemahan	40
4.3.1.3. Peluang	41
4.3.1.4. Ancaman	42
4.3.2. Matriks SWOT	44
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	51
5.2. Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	54
DAFTAR LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pendapatan Sayuran Hidroponik	3
Tabel 2.1. Elemen-Element Analisis SWOT	17
Tabel 2.2. Matriks SWOT	18
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	25
Tabel 4.1. Struktur Organisasi	30
Tabel 4.2. Perincian Harga Penjualan	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Marketing Mix	12
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	24
Gambar 3.2. Matriks SWOT	28
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	30
Gambar 4.3. Matriks SWOT	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan	55
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	56
Lampiran 3. Kartu Bimbingan	57
Lampiran 4. Pedoman Observasi	58
Lampiran 5. Transkrip Hasil Wawancara	59
Lampiran 6. Dokumentasi	63
Lampiran 7. Kuesioner Penelitian	66