

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN TANAMAN HIAS
PADA TOKO SANGGAR POT BUNGA SAMAN KOTA BEKASI**

SKRIPSI



**Oleh
Galuh Nur Afifah
NPM: 41185009170003**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Nur Afifah
NPM : 41185009170003
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman Kota Bekasi**" merupakan hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya tulis ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain baik yang diterbitkan ataupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



Galuh Nur Afifah

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 25 September 1999. Putri tunggal dari pasangan Bapak Sukarno dan Ibu Yuli Rahmadiyah. Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Al-Imam Islamic School pada tahun 2011, kemudian lulus pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Muhammadiyah 01 Cileungsi pada tahun 2014. Penulis juga melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah Cileungsi dalam program IPA dan lulus pada tahun 2017. Sejak tahun 2017 penulis tercatat sebagai mahasiswi di Universitas Islam 45 Bekasi Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.

Selama masa kuliah, penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan diantaranya sebagai anggota Divisi Infokom Senat Mahasiswa (SEMA) Fakultas Pertanian Unisma Bekasi periode 2017-2018 dan sebagai sekretaris umum Senat Mahasiswa (SEMA) Fakultas Pertanian Unisma Bekasi periode 2019-2020. Penulis juga pernah melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Jendela Alam, Bandung Jawa Barat serta telah melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mandiri era pandemi COVID 19 pada tahun 2020.

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TANAMAN HIAS PADA TOKO SANGGAR POT BUNGA SAMAN KOTA BEKASI

Analysis of Marketing Strategy in Reminding the Sale of Ornamental Plants at Sanggar Pot Bunga Saman Bekasi City

Galuh Nur Afifah¹, Nana Danapriatna², Ahya Kamilah³

¹Mahasiswa Pembuat Skripsi, ²Pembimbing Pertama, ³Pembimbing Kedua
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi
Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 117113

ABSTRACT

This research aims to: (1) Determine internal factors and external factors in Sanggar Pot Bunga Saman. (2) Knowing the marketing strategy that can be applied to Sanggar Pot Bunga Saman to increase sales of ornamental plants. The research method used in this research is the case study method. The data analysis used is the analysis of the IFE and EFE matrix analysis, IE Matrix, SWOT matrix, and QSPM matrix. The results of the research showed that based on the IFE and EFE matrix at Sanggar Pot Bunga Saman, the strongest factor is the location of the business premises which is in strategic location and is in an area which is a sales center for ornamental plants. The weaknesses of the business is the lack of marketing activities through E-commerce. The Opportunity for Sanggar Pot Bunga Saman is the ease of reaching the target market for ornamental plants. Threats to Sanggar Pot Bunga Saman include the erratic trend of ornamental plants. The results of the IE matrix analysis show that Sanggar Pot Bunga Saman is in cell 1, namely the position of growth and build. Based on the QSPM analysis, the strategy with the highest score that can be implemented is to utilize technological developments as a promotional medium and expand marketing reach.

Keywords: ornamental plants, marketing strategy, IE, SWOT, QSPM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman. (2) Mengetahui strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman untuk dapat meningkatkan penjualan tanaman hias. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Analisis data yang digunakan adalah analisis Matriks IFE dan EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT dan Matriks QSPM. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan Matriks IFE dan EFE pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman faktor yang paling kuat yaitu lokasi tempat usaha yang berada di lokasi yang strategis dan berada pada wilayah yang merupakan sentra penjualan tanaman hias. Kelemahan pada usaha yaitu kurangnya kegiatan pemasaran melalui *E-commerce*. Peluang bagi Toko Sanggar Pot Bunga Saman adalah adanya kemudahan dalam menjangkau target pasar tanaman hias. Ancaman bagi Toko Sanggar Pot Bunga Saman yaitu adanya *trend* tanaman hias yang tidak menentu. Hasil analisis matriks IE menunjukkan bahwa Toko Sanggar Pot Bunga Saman berada pada Sel 1, yaitu posisi untuk terus tumbuh dan membangun usaha. Berdasarkan analisis QSPM strategi dengan skor tertinggi yang dapat dijalankan terlebih dahulu adalah memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media promosi dan memperluas jangkauan pemasaran.

Kata kunci: tanaman hias, strategi pemasaran, IE, SWOT, QSPM.

RINGKASAN

Galuh Nur Afifah. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman Kota Bekasi, di bawah bimbingan **Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.** dan **Ahya Kamilah, Ir., M.Si.**

Toko Sanggar Pot Bunga Saman merupakan tempat usaha yang menjual beranekaragam jenis tanaman hias, selain itu Toko Sanggar Pot Bunga Saman juga menjual pot tanaman, obat tanaman, pupuk serta menyediakan jasa pembuatan taman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal apa saja yang terdapat pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman serta mengidentifikasi rumusan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan tanaman hias dan dapat bersaing dengan pelaku usaha sejenis.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi secara langsung pada tempat penelitian serta studi kepustakaan sebagai teori pendukung. Alat analisis data menggunakan analisis IFE, EFE, Matriks IE, SWOT, dan QSPM. Identifikasi faktor internal dan eksternal yang terdapat pada tempat usaha dilakukan sehingga dapat menentukan rumusan strategi yang tepat bagi Toko Sanggar Pot Bunga Saman.

Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan analisis IFE dan EFE yang telah diperoleh, Toko Sanggar Pot Bunga Saman faktor yang paling kuat yaitu pada letak tempat usaha yang berada di lokasi yang strategis dengan skor nilai sebesar 0,68. Kelemahan bagi tempat usaha adalah pada kurangnya kegiatan pemasaran tanaman hias melalui *E-commerce* dengan nilai skor 0,23. Peluang bagi Toko Sanggar Pot Bunga Saman yaitu kemudahan dalam menjangkau target pasar tanaman hias dengan nilai skor 0,84. Sedangkan untuk ancaman bagi Toko Sanggar Pot Bunga Saman yaitu *trend* tanaman hias yang tidak menentu dengan nilai skor 0,57. Hasil analisis Matriks IE menunjukkan bahwa Toko Sanggar Pot Bunga Saman berada pada sel 1 *growth and build* yaitu posisi untuk terus tumbuh dan membangun usaha. Berdasarkan analisis QSPM, menghasilkan strategi prioritas dengan skor tertinggi yang dapat dijalankan terlebih dahulu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media promosi dan memperluas jangkauan pemasaran.

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN TANAMAN HIAS
PADA TOKO SANGGAR POT BUNGA SAMAN KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian**



**Oleh
Galuh Nur Afifah
NPM: 41185009170003**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman Kota Bekasi


Nama : Galuh Nur Afifah
NPM : 41185009170003
Program Studi : Agribisnis

Telah Diuji dalam Sidang Komprehensif
Pada Tanggal 17 Juli 2024


Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing.

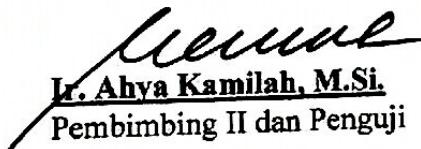
Penguji.



Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.
Pembimbing I dan Penguji



Ridwan Lutfiadi, Ir., M.T.
Penguji I



Ir. Ahya Kamilah, M.Si.
Pembimbing II dan Penguji



Ismarani, S.Si., M.Si.
Penguji II



M. Ikhwan Rahmanto, S.TP., M.Si.
Penguji III

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Agribisnis,

Dekan Fakultas Pertanian



Ir. Ahya Kamilah, M.Si.

Ismarani, S.Si., M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian. Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman Kota Bekasi”. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan dan dukungan yang telah diberikan, kepada

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi sekaligus selaku Dosen Pembimbing II atas pengarahan yang diberikan dalam proses penyelesaian skripsi.
2. Ibu Ismarani, S.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi sekaligus selaku Dosen Penguji II.
3. Bapak Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P., selaku Dosen Pembimbing I atas segala arahan yang telah diberikan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Ridwan Lutfiadi, Ir., M.T., selaku Dosen Penguji I.
5. Bapak M. Ikhwan Rahmanto, S.TP., M.Si., selaku Dosen Penguji III.
6. Seluruh dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi yang telah membantu penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Tuti selaku pemilik usaha Toko Sanggar Pot Bunga Saman yang telah memberikan izin dan kesempatan bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.
8. Ibu Riri selaku pengelola Toko Sanggar Pot Bunga Saman yang telah memberikan arahan dan informasi kepada penulis selama melakukan penelitian.
9. Ayah dan mama tercinta yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan serta senantiasa mendukung penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian khususnya angkatan 2017 atas segala dorongan, doa dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh sahabat atas segala bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap segala bentuk kebaikan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak dapat dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi acuan apabila terdapat penelitian serupa selanjutnya.

Bekasi, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK.....	vii
RINGKASAN.....	ix
LEMBAR PENGESAHAN.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Agribisnis Tanaman Hias.....	7
2.2. Tanaman Hias Sebagai Peluang Bisnis UMKM.....	9
2.3. Tanaman Hias.....	10
2.4. Strategi Pemasaran.....	12
2.5. Bauran Pemasaran.....	14
2.6. Matriks IFE dan EFE.....	15
2.7. Matriks IE (Internal-Eksternal).....	16
2.8. Analisis SWOT.....	16
2.9. Analisis QSPM.....	18
2.10. Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Metode Penelitian.....	23
3.2. Objek dan Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	23

3.4. Analisis Data.....	24
3.4.1. Analisis Data IFE dan EFE.....	24
3.4.2. Matriks Internal-Eksternal (IE).....	26
3.4.3. Analisis SWOT.....	27
3.4.4. Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	29
3.5. Jadwal Penelitian.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Gambaran Lokasi Penelitian.....	31
4.1.1. Profil Tempat Usaha.....	31
4.1.2. Struktur Organisasi dan Tenaga Kerja.....	32
4.1.3. Waktu Operasional Kegiatan Usaha.....	33
4.1.4. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.....	33
4.2. Analisis Lingkungan Internal.....	33
4.2.1. Manajemen.....	33
4.2.2. Pemasaran Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	34
4.2.3. Keuangan.....	38
4.3. Analisis Lingkungan Eksternal.....	40
4.3.1. Kekuatan Ekonomi.....	40
4.3.2. Kekuatan Sosial, Demografi dan Lingkungan.....	41
4.3.3. Kekuatan Teknologi.....	41
4.3.4. Lingkungan Usaha.....	41
4.4. Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	42
4.4.1. Identifikasi Faktor Internal.....	42
4.4.2. Hasil Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	45
4.5. Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	45
4.5.1. Identifikasi Faktor Eksternal.....	45
4.5.2. Hasil Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	47
4.6. Hasil Analisis Matriks IE (Internal-External).....	48
4.7. Analisis Matriks SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	49
4.8. Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	52
4.9. Sintesa Hasil Analisis Data.....	53
4.10. Implikasi Manajerial.....	54

BAB V SIMPULAN.....	57
5.1. Simpulan.....	57
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi Tanaman Hias Kota Bekasi Tahun 2018-2022.....	3
Tabel 2. Penjualan Tanaman Hias Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	4
Tabel 3. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4. Penilaian Internal Factor Evaluation (IFE).....	26
Tabel 5. Penilaian External Factor Evaluation (EFE).....	26
Tabel 6. Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 7. Produk pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	35
Tabel 8. Jenis Tanaman Hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	35
Tabel 9. Daftar Harga Tanaman Hias Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	36
Tabel 10. Penjualan Tanaman Hias Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	40
Tabel 11. Usaha Sejenis.....	42
Tabel 12. Perbandingan Harga.....	43
Tabel 13. Hasil Matriks IFE pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	45
Tabel 14. Hasil Matriks EFE pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	47
Tabel 15. Prioritas Strategi Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sistem Agribisnis Tanaman Hias.....	8
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. Matriks IE.....	26
Gambar 4. Matriks SWOT.....	28
Gambar 5. Struktur Organisasi Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	32
Gambar 6. Pengiriman Pesanan oleh Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	37
Gambar 7. Pengiriman Pesanan melalui Ojek <i>Online</i>	37
Gambar 8. Pemasaran Toko Sanggar Pot Bunga Saman melalui Media Sosial.....	38
Gambar 9. Analisis Matriks IE pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	48
Gambar 10. Hasil Matriks SWOT.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Data Hasil Analisis Matriks IFE dan EFE.....	73
Lampiran 3. Data Hasil Perhitungan QSPM.....	77
Lampiran 4. Peta Lokasi Penelitian.....	79
Lampiran 5. Tampilan Toko Sanggar Pot Bunga Saman.....	79
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.....	80

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias Pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman Kota Bekasi

ORIGINALITY REPORT

26%
SIMILARITY INDEX

27%
INTERNET SOURCES

11%
PUBLICATIONS

12%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.umy.ac.id Internet Source	3%
2	agb.faperta.unmul.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.stiperdharma.wacana.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
7	publikasiilmiah.ums.ac.id Internet Source	1%
8	repository.utu.ac.id Internet Source	1%
	text-id.123dok.com	

9	Internet Source	1%
10	anzdoc.com Internet Source	1%
11	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
12	ereport.ipb.ac.id Internet Source	1%
13	zircongalex.wordpress.com Internet Source	1%