

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. 2020. *Digital Marketing*. <https://www.aditseo.com/digital-marketing/> (diakses pada 16 Mei 2022)
- Agung, A.P., T. Wijayanti, dan N.N. Duakaju. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tanaman Hias*. Jurnal Ekonomi Pertanian & Pembangunan, 14(1), PP. 46.
- Ahdiat, Adi. 2022. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> (diakses pada 11 April 2022).
- Ahmad, D. N., & Setyowati, L. 2021. *Pelatihan Pembuatan Media Tanam Anggrek Dengan Menggunakan "Teknologi Hidroponik"*. Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 3(2), 161-165.
- Anggraito, Y. U., Habibah, N. A., & Widiatningrum, T. 2019. *Pengembangan Rumah Anggrek Kalisegoro menuju Kampung Sejuta Anggrek*. Jurnal Abdimas, 23(1), 80-86.
- Arif, M.I.J. 2018. *Strategi Pengembangan Pemasaran Tanaman Anggrek (Studi Kasus PT. Bunga Indah Malino di Kantor Pusat Jl. Merpati No. 16, Kecamatan Mariso, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan)*. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Astutik, E. D. 2021. *Strategi Bisnis "Cejedw Frozen Food" Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. 2020. *Pengaruh Digital Marketing terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee*. Ekonomi & Bisnis, 18(2), 144-152.
- Cahyono, P. 2016. *Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan*. JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen), 1(2), 129-138.
- Dananjaya, I G. A. N., P. K. Suparyana, I M. D. Setiawan, dan I G. A. D. Yuniti. 2020. *Strategi Pengembangan Kegiatan Ekonomi Kreatif PKK di Kota Tabanan terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota*. Jurnal Ilmiah Agribisnis.

- Ernawati, D. 2019. *Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung*. JWM (Jurnal Wawasan Manajemen), 7(1), 17-32.
- Farahdiba, D. 2020. *Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi*. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 8(1), 22-38.
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. 2021. *Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial*. Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen, 8(1), 32-40.
- Jumroh. 2021. *Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing*. <https://blog.mtarget.co/quantity-kelebihan-dan-kekurangan-digital-marketing/> (diakses pada 16 Mei 2022)
- Junidar, U. 2020. *Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam*. Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam, 2(2), 190-218.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. Com*. Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, 2(1), 20-29.
- Maulana, A.M.W. 2021. *Analisis Peluang Pemasaran Online Produk Informasi Digital Tanaman Geranium*. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Ningrum Desy, A. 2021. *Teknologi Digital Sosial guna Meningkatkan Strategi Marketing di Era Pandemi Covid-19*. Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandangan Harga Telunjuk. com*. Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 46-67.
- Pradiani, T. 2017. *Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan*. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46-53.
- Putra, F. C. K., Indriani, Y., & Riantini, M. 2021. *Sistem Agribisnis Tanaman Hias Bunga (Adenium, Anggrek, Dan Mawar) Di Kota Bandar Lampung*. Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science, 9(2),

191-197.

Rangkuti, F. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ratnawati, S. 2020. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.

Riadi. Muchlisin. 2017. *Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)*, <http://www.kajianpustaka.com/2013/03/strenghts-weakness-opportunities.html> (diakses 16 Mei 2022).

Salmiah, S., Fajrillah, F., Sudirman, A., Siregar, M. N. H., Simarmata, J., Suleman, A. R., & Jamaludin, J. 2020. *Online Marketing*. Yayasan Kita Menulis.

Sandra, A., & Purwanto, E. 2017. *Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha kecil dan menengah di Jakarta*. *Business Management Journal*.

Saputra, R. A. 2020. *Augmented Reality Book Pengenalan Tanaman Hias Anggrek Berbasis Android (Studi Kasus: Cv. Duta Orchid)*. STIKOM Bali. Bali

Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. 2020. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong*. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 11-25

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Susanthi, P. R. 2017. *Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Stie Galileo Batam)*. *Jurnal Elektronik*, 1(1).

T. Efraim, D. King and J. K. le. 2015. *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective (Springer Texts in Business and Economics)*. Springer Texts in Business and Economics.

Untari, D., & Fajariana, D. E. 2018. *Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik)*. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.

Yacub, R., & Mustajab, W. 2020. *Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital*

Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce.
Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi, 19(2), 198-209.

Wang, J., & Wang, Z. 2020. *Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis of china's prevention and control strategy for the covid-19 epidemic.* International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(7), 22-35.

Widiastoety, D., Solvia, N., & Soedarjo, M. 2010. *Potensi anggrek Dendrobium dalam meningkatkan variasi dan kualitas anggrek bunga potong.* Jurnal Litbang Pertanian, 29(3), 101-106.

Wiraatmaja, I. W. 2016. *Teknologi Budidaya Tanaman Hias.* Fakultas Pertanian UNUD. UNUD.

Zikmund, William G., Barry J. Babin, Jon C. Carr, & Mitch Griffin. 2009. *Business Research Methods. 8th Ed.* South-Western College Pub.



LAMPIRAN

1. Perhitungan QSPM

Faktor Kunci	Alternatif Strategi																
	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan																	
Citra produk yang baik dimata konsumen	0,12	4	0,48	4	0,48	3	0,36	2	0,24	4	0,48	4	0,48	4	0,48	2	0,24
Mudah menghubungi toko melalui <i>chat</i> sosial media	0,12	4	0,48	4	0,48	1	0,12	3	0,36	3	0,36	4	0,48	4	0,48	3	0,36
Sosial media yang selalu aktif	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	3	0,27
Tanaman anggrek yang dipasarkan secara online memiliki kualitas yang sama dengan aslinya	0,12	4	0,48	4	0,48	2	0,24	1	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48	3	0,36
Membangun relasi/pertemanan yang baik di sosial media	0,10	4	0,4	4	0,4	1	0,1	4	0,4	1	0,1	3	0,3	1	0,1	1	0,1
Kelemahan																	
Capaian online marketplace yang tidak menyeluruh	0,09	1	0,09	1	0,09	4	0,36	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09
Belum memanfaatkan iklan di sosial media	0,09	2	0,18	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	3	0,27
Belum mengoptimalkan promosi online (<i>discount, free ongkir, give away</i>)	0,09	2	0,18	1	0,09	2	0,18	1	0,09	4	0,36	1	0,09	3	0,27	4	0,36
Konten sosial media yang kurang menarik	0,09	2	0,18	1	0,09	2	0,18	1	0,09	2	0,18	2	0,18	2	0,18	2	0,18
Kurang stabil dalam produksi	0,09	1	0,09	1	0,09	2	0,18	3	0,27	2	0,18	2	0,18	1	0,09	1	0,09
Peluang																	
Loyalitas Pelanggan online	0,13	4	0,52	4	0,52	1	0,13	2	0,26	2	0,26	4	0,52	3	0,39	1	0,13
Banyak peminat tanaman anggrek di sosial media	0,13	4	0,52	3	0,39	4	0,52	3	0,39	4	0,52	4	0,52	4	0,52	3	0,39

<i>E-commerce</i> yang luas	0,09	3	0,27	1	0,09	4	0,36	1	0,09	3	0,27	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Harga jual tinggi	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	3	0,27	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09
Adanya program kerjasama dengan kemitraan online yang terjalin	0,09	3	0,27	2	0,18	1	0,09	4	0,36	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09
Ancaman																	
Munculnya para pesaing online	0,09	3	0,27	1	0,09	3	0,27	1	0,09	1	0,09	4	0,36	2	0,18	1	0,09
Kendala-kendala distribusi online	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09
Undang-undang baru yang meningkatkan biaya	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09
<i>Review</i> konsumen di sosial media	0,09	4	0,36	2	0,18	3	0,27	1	0,09	2	0,18	3	0,27	4	0,36	3	0,27
Konsumen online tidak stabil	0,09	3	0,27	1	0,09	4	0,36	3	0,27	3	0,27	1	0,09	1	0,09	1	0,09
Total			5,67		4,46		4,44		4,11		4,63		5,03		4,79		3,92

2. Gambar Pendukung Penelitian



(Sumber : Google Maps)
Gambar 14 Denah Lokasi Estie's Orchid



Gambar 15 Kebun Budidaya Anggrek di Estie's Orchid



Gambar 16 Laboratorium Kultur Jaringan Estie's Orchid



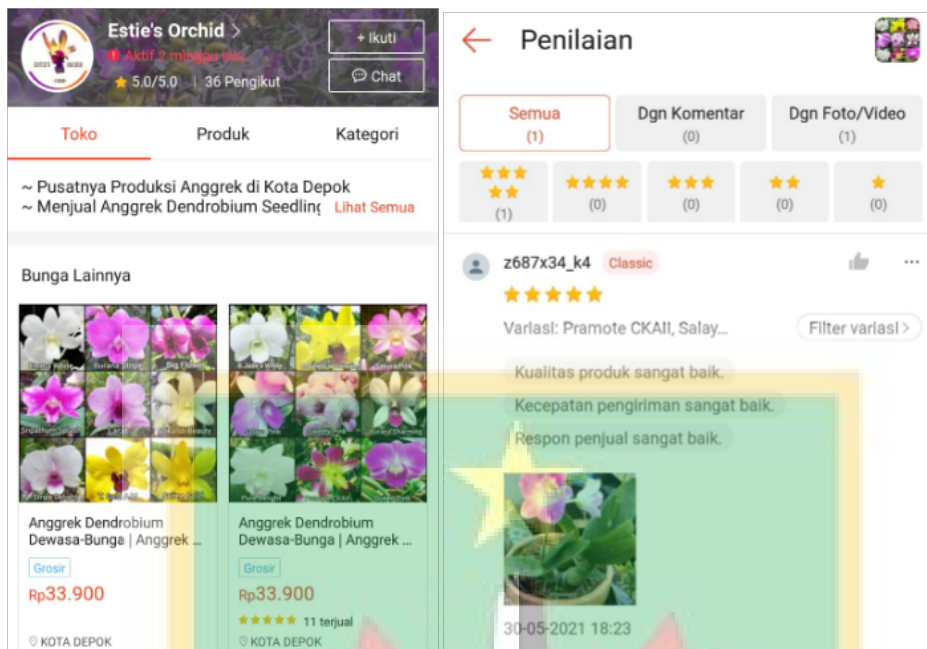
Gambar 17 Peneliti bersama Pemilik Estie's Orchid



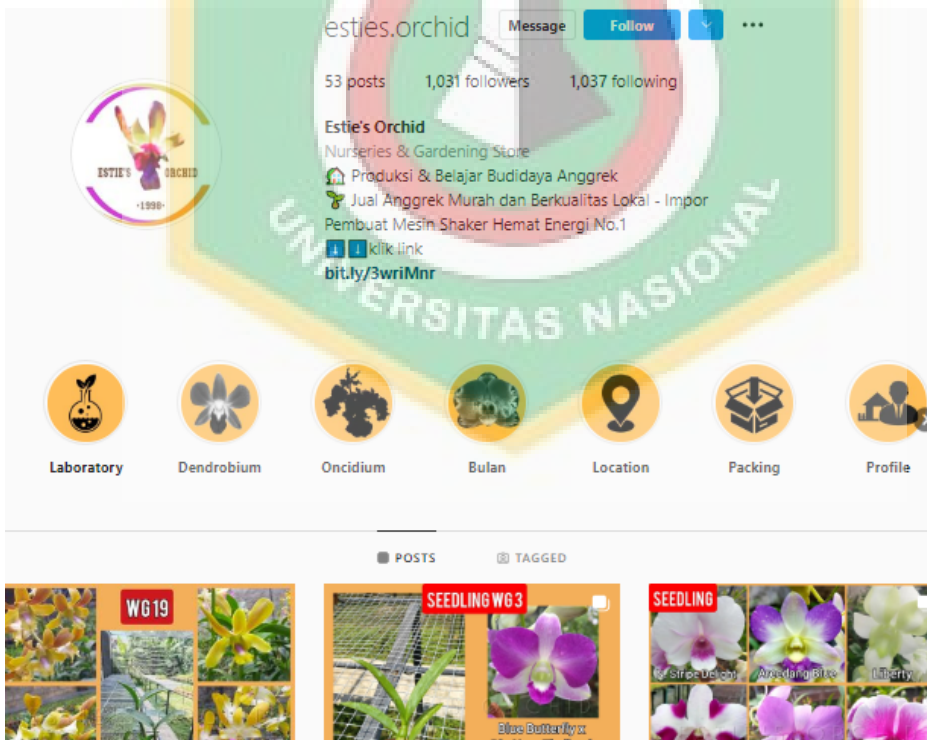
Gambar 18 Peneliti Bersama Karyawan Estie's Orchid



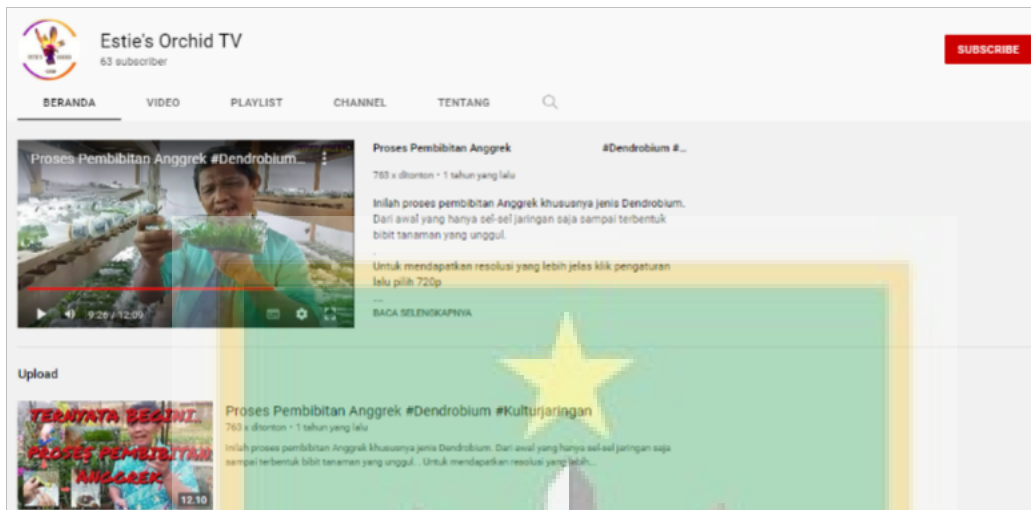
Gambar 19 Facebook Estie's Orchid



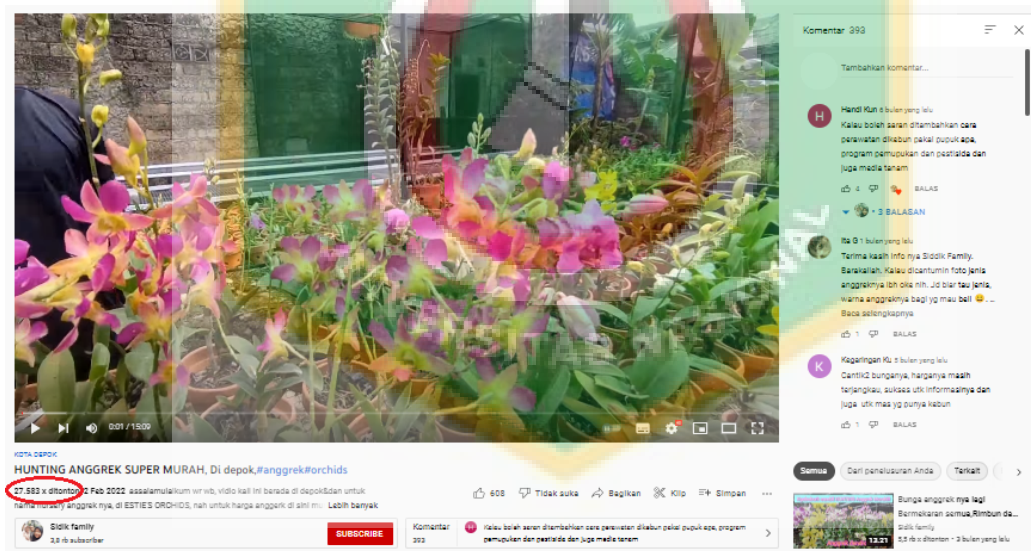
Gambar 20 *Shopee* Estie's Orchid



Gambar 21 *Instagram* Estie's Orchid



Gambar 22 Youtube Estie's Orchid



Gambar 23 Kolaborasi Estie's Orchid dengan Content Creator

Kebun Anggrek "Estie's Orchid"

Orchid Farm
Buka hari ini sampai pukul 17.00

DAPATKAN PENAWARAN



Gambar 24 Website Estie's Orchid



GALERI

LAMINAR AIR FLOW



Gambar 25 Review Website Estie's Orchid