

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TANAMAN SAWI HIDROPONIK
PADA CV. MEKAR FARM HIDROPONIK**

*ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY OF HYDROPONIC
MUSTARD PLANTS ON CV. MEKAR HYDROPONICS FARM*



**Disusun Oleh :
Yafet Tembang Asmara Hu
215001516042**

**PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS BIOLOGI DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TANAMAN SAWI HIDROPONIK
PADA CV. MEKAR FARM HIDROPONIK**

***ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY OF HYDROPONIC
MUSTARD PLANTS ON CV. MEKAR HYDROPONICS FARM***



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
pada Program Studi Agroteknologi
Fakultas Biologi dan Pertanian
Universitas Nasional

**PROGRAM KEKHUSUSAN AGRIBISNIS
PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS BIOLOGI DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Bersamaan dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yafet Tembang Asmara Hu

NPM : 215001516042

Program Studi : Agroteknologi

Fakultas : Biologi dan Pertanian

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Tanaman Sawi Hidroponik Pada CV. Mekar Farm Hidroponik

Adalah **BENAR** karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing, serta menyatakan bahwa dalam skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan yang lain atau di perguruan tinggi lain. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Jakarta, 10 September 2025



Yafet Tembang Asmara Hu

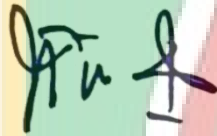
LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Tanaman Sawi Hidroponik Pada CV. Mekar Farm Hidroponik
Nama : Yafet Tembang Asmara Hu
:
Nomor Pokok : 215001516042
Program Studi : Agroteknologi
Program Kekhususan : Agribisnis

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional

Disetujui dan Disahkan Oleh:

Pembimbing I



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Pembimbing II



(Ir. Asmah Yani, M.Si.)

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Biologi dan
Pertanian Universitas Nasional**



(Dr. Gachruddin Majeri Mangunjaya, M.Si)

RINGKASAN

Yafet Tembang Asmara Hu. Analisis Strategi Pemasaran Tanaman Sawi Hidroponik Pada CV.Mekar Farm Hidroponik Di Kelurahan Leuwinanggung, Kecamatan Tapos, Kota Depok Dibawah bimbingan Tri Waluyo dan Asmah Yani

Dunia agribisnis dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat, terutama dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat sehingga akses informasi dan pasar menjadi lebih terbuka. Kondisi ini membuat pelaku usaha pertanian, termasuk sektor hortikultura, dituntut untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif agar mampu mempertahankan pelanggan sekaligus meningkatkan penjualan. Salah satu komoditas yang memiliki prospek adalah sawi hidroponik, mengingat tren pola makan sehat masyarakat perkotaan yang terus meningkat. Penelitian ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Tanaman Sawi Hidroponik pada CV. Mekar Farm Hidroponik di Kecamatan Tapos, Kota Depok” yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dengan pendekatan SWOT, IE Matrix, dan QSPM. Hasil analisis menunjukkan CV. Mekar Farm memiliki kekuatan utama berupa produk berkualitas higienis, pasokan stabil, dan pengalaman budidaya. Namun, terdapat kelemahan seperti promosi digital yang belum optimal dan keterbatasan SDM. Peluang terbesar datang dari tren konsumsi sehat dan dukungan pemerintah, sedangkan ancaman meliputi persaingan produsen lain dan ketergantungan bahan impor. Skor IFE sebesar 3,14 dan EFE 2,98 menempatkan perusahaan pada kuadran II (*Grow and Build*), Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah memperluas pemasaran digital, meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat kemitraan distribusi, dan diversifikasi produk. Penelitian ini memberi kontribusi bagi pengembangan agribisnis hidroponik berkelanjutan, terutama dalam penyusunan strategi pemasaran berbasis analisis data objektif

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TANAMAN SAWI HIDROPONIK
PADA CV. MEKAR FARM HIDROPONIK**

***ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY OF HYDROPONIC
MUSTARD PLANTS ON CV. MEKAR HYDROPONICS FARM***

Yafet Tembang Asmara Hu

Program Kekhususan Agribisnis, Program Studi Agroteknologi, Fakultas Biologi
dan Pertanian, Universitas Nasional, Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran tanaman sawi hidroponik pada CV. Mekar Farm Hidroponik di Kota Depok. Permintaan sayuran sehat dan berkualitas tinggi yang terus meningkat, didukung kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat, mendorong perlunya perencanaan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods), dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis dilakukan secara kualitatif untuk memetakan kondisi internal dan eksternal perusahaan, serta kuantitatif dengan Matriks IFE, EFE, SWOT, IE, dan QSPM untuk merumuskan dan memprioritaskan strategi. Sampel penelitian terdiri dari tujuh responden yang meliputi pemilik dan karyawan CV. Mekar Farm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Mekar Farm memiliki skor total Matriks IFE sebesar 3,14 yang menandakan kekuatan internal cukup tinggi, sedangkan Matriks EFE memperoleh skor 2,98, menunjukkan respons perusahaan terhadap peluang eksternal tergolong baik. Posisi perusahaan berada pada kuadran II (grow and build), yang menekankan strategi pengembangan pasar dan produk. Hasil QSPM menunjukkan strategi prioritas adalah penguatan pemasaran digital dan edukasi konsumen, diikuti inovasi produk dan diversifikasi saluran distribusi. Penelitian ini merekomendasikan CV. Mekar Farm untuk memperkuat promosi digital, memperluas kerja sama dengan e-commerce, dan meningkatkan edukasi konsumen mengenai produk hidroponik agar daya saing perusahaan semakin optimal.

Kata kunci: strategi pemasaran, sawi hidroponik, SWOT, QSPM, agribisnis

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TANAMAN SAWI HIDROPONIK
PADA CV. MEKAR FARM HIDROPONIK**

***ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY OF HYDROPONIC
MUSTARD PLANTS ON CV. MEKAR HYDROPONICS FARM***

Yafet Tembang Asmara Hu

*Agribusiness Specialization Program, Agrotechnology Study Program, Faculty of
Biology and Agriculture, Nasional University, Jakarta*

ABSTRACT

This research aims to analyze the marketing strategy of hydroponic mustard greens at CV. Mekar Farm Hidroponik in Depok City. The increasing demand for high-quality, healthy vegetables, supported by the rising public awareness of healthy lifestyles, highlights the need for an effective marketing strategy. This study employed a mixed-methods approach, collecting data through interviews, observations, documentation, and literature review. Qualitative analysis was used to map the company's internal and external conditions, while quantitative analysis utilized the IFE, EFE, SWOT, IE, and QSPM matrices to formulate and prioritize strategies. The sample included seven respondents, consisting of the company owner and staff members. The findings show that CV. Mekar Farm achieved a total IFE score of 3.14, indicating strong internal capabilities, and an EFE score of 2.98, suggesting that the company is fairly responsive to external opportunities. The company is positioned in Quadrant II (grow and build), emphasizing market and product development strategies. The QSPM results indicate that the top priority strategy is strengthening digital marketing and consumer education, followed by product innovation and distribution channel diversification. This study recommends CV. Mekar Farm to enhance its digital promotion efforts, expand partnerships with e-commerce platforms, and increase consumer awareness of hydroponic products to further improve competitiveness..

Keywords: marketing strategy, hydroponic mustard, SWOT, QSPM, agribusiness

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Tanaman Sawi Hidroponik Pada CV. Mekar Farm Hidroponik, Kelurahan Leuwinanggung, Kecamatan Tapos, Kota Depok”.

Tujuan penulisan Skripsi ini adalah sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana pertanian di Program Studi Agroteknologi, Fakultas Biologi dan Pertanian, Universitas Nasional, Jakarta. terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Fachruddin Majeri Mangunjaya, M.Si selaku Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta,
2. Dr. Vivitri Dewi Prasasty, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta,
3. Ir. Ety Hesthiati, M.Si selaku Ketua Program Studi Agroteknologi Fakultas Biologi dan Pertanian Universitas Nasional Jakarta,
4. Ir. Inkorena G.S. Sukartono, M.Si selaku Pembimbing Akademik (PA) atas setiap saran, masukan, dukungan serta motivasi yang diberikan,
5. Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr. selaku Pembimbing I atas setiap saran, masukan, dukungan serta motivasi yang diberikan,
6. Ir. Asmah Yani, M.Si. selaku Pembimbing II atas setiap saran, masukan, dukungan serta motivasi yang diberikan,
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Agroteknologi atas semua ilmu pengetahuan, pengalaman, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dan telah menjadi orang tua penulis selama proses perkuliahan,

8. Kepala pimpinan dan seluruh staff di CV. Mekar Farm yang sudah memberikan informasi dan mengizinkan penulis melakukan penelitian di CV. Mekar Farm,
9. Kedua orang tua bapak Fransiskus Xaverius Agus Sukendro serta ibu Agatha Benedicta Sri Hastuti yang sangat penulis cintai dan sayangi untuk setiap doa, memotivasi, nasihat dan dukungan moril serta materi,
10. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah memberikan waktu, ilmu serta masukannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan berdasar data yang diberikan oleh responden,
11. Teman-teman angkatan 2021 Fakultas Pertanian Universitas Nasional yang telah berjuang bersama-sama selama ini.

Penulis hanya bisa panjatkan doa dan bersyukur agar semua dukungan dan kebaikannya dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dan dilimpahkan berkatnya. Penulis juga berharap semoga apa yang ditulis dapat memberi manfaat, motivasi, serta inspirasi untuk setiap pembaca.

Penulis juga menyadari bahwa Skripsi yang telah disusun belum sempurna, sehingga penulis membutuhkan masukan, saran, serta kritikan dari setiap pembaca untuk kelengkapan Skripsi ini.

Jakarta, September 2025

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	2
Tujuan.....	2
Manfaat.....	2
TINJAUAN PUSTAKA.....	3
Tanaman Sawi.....	3
Klasifikasi Tanaman Sawi	3
Hidroponik.....	4
Manajemen Pemasaran.....	5
Pengertian Manajemen Pemasaran	5
Tujuan Pemasaran	5
Fungsi Pemasaran	6
Pengertian Pemasaran	7
Strategi Pemasaran.....	7
Konsep Strategi Pemasaran	8
Bauran Pemasaran.....	8
Perkembangan Terbaru dalam Strategi Pemasaran	9
Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemasaran.....	10
Analisis SWOT	12
Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>) & EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	15

Matriks IE (<i>Internal- External</i>)	16
Matriks SWOT (<i>Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats</i>)	16
Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	19
KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	20
Alur Berpikir.....	20
Hipotesis Penelitian.....	23
Definisi Operasional	23
METODOLOGI PENELITIAN	26
Waktu dan Tempat.....	26
Metode Pengumpulan Data	26
Populasi dan Sampel	27
Pengolahan dan Analisis Data	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
Gambaran Umum CV. Mekar Farm Hidroponik	35
Visi dan Misi CV. Mekar Farm Hidroponik	36
Struktur Organisasi CV. Mekar Farm Hidroponik	36
Proses Produksi Sawi Hidroponik di CV. Mekar Farm Hidroponik	37
Karakteristik Responden	39
Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	40
Matriks EFE (<i>External Faktor Evaluation</i>).....	41
Analisis Matriks IE (<i>Internal-External</i>).....	43
Analisis Matriks SWOT (<i>Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats</i>).....	43
Analisis Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	48
KESIMPULAN DAN SARAN	52
Kesimpulan.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

1. Matriks SWOT (<i>Strength-Opportunities- Weakness-Opportunity</i>)	32
2. Karakteristik Responden CV. Mekar Farm Hidroponik.....	39
3. Kekuatan CV. Mekar Farm Hidroponik	40
4. Hasil Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	41
5. Hasil Analisis Matriks SWOT (<i>Strength-Weaknesss-Opportunities-Threats</i>)	44
6. Hasil Analisis Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	49



DAFTAR GAMBAR

1. Diagram Analisis SWOT.....	14
2. Bagan Alur Berpikir Mengenai Strategi Pemasaran Sayuran Sawi Hidroponik CV. Mekar Farm Hidroponik.....	22
3. Matriks IE (Internal-External)	31
4. Analisis Matrix IE (Internal-Eksternal)	43



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lokasi Penelitian.....	56
2. Dokumentasi Penelitian.....	56
3. Hasil Perhitungan Tabel QSPM.....	57

