

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN ANGGREK
MELALUI DIGITAL MARKETING**

SKRIPSI



Oleh :

**KITKY FRADILA KODRATA
NPM.1960118100005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2023**

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN ANGGREK MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian dari Fakultas Pertanian Universitas
Tulungagung**

Oleh :

**KITKY FRADILA KODRATA
NPM.1960118100005**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2023**

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN TANAMAN ANGGREK
MELALUI DIGITAL MARKETING

Nama Mahasiswa : KITKY FRADILA KODRATA

NPM : 1960118100005

Program Studi : Agribisnis

Menyetujui : Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Yuniar Hajar P., M.MA)
NIDN. 0710066101

Dosen Pembimbing II



(Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.)
NIDN.0713127401

Dekan



(Dr. Ir. Yuniar Hajar P., M.MA)
NIDN. 0710066101

SKRIPSI BERJUDUL
STRATEGI PEMASARAN TANAMAN ANGGREK
MELALUI DIGITAL MARKETING

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Kitky Fradila Kodrata

NPM : 1960118100005

Yang dipertimbangkan di depan Dewan Penguji pada

Tanggal : 06 Juli 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji Pertama



(Dr. Ir. Yuniar Hajar P., M.MA)
NIDN. 0710066101

Penguji Kedua



(Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M)
NIDN. 0713127401

Penguji Ketiga



(Hery Nur Faisal, S.Pt., M.Agr)
NIDN. 0720128102

Skripsi ini ditujukan kepada,
Kedua orang tua tercinta,
Pasangan.
Terlebih kepada diri sendiri,
yang telah berusaha sampai berada di titik ini.

HALAMAN MOTTO

**“Berpikir seperti ratu! Seorang ratu tidak pernah takut gagal.
Kegagalan adalah batu loncatan menuju sebuah kebesaran”**

RIWAYAT HIDUP



Kitky Fradila Kodrata lahir di Kabupaten Trenggalek, Provinsi Jawa Timur pada tanggal 19 Februari 2000. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan suami istri Edy Triwidodo dan Latmiati. Pendidikan dasar pertama penulis pada tahun 2006 di SDN 3 Dongko, dan lulus pada tahun 2012. Dilanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Dongko pada tahun yang sama dan tamat pada tahun 2015. Setelahnya melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 1 Dongko dan lulus pada tahun 2018.

Pada tahun 2019 penulis mendaftar menjadi mahasiswa Program Studi Agribisnis Pertanian, jenjang Strata Satu (S1) di Universitas Tulungagung. Alasan menempuh pendidikan di Universitas Tulungagung adalah tertarik dengan bidang pertanian dan ingin mendalami serta berperan aktif terhadap sektor pertanian.

Pada tahun 2022 penulis mengikuti program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di fakultas pertanian. Selain itu, penulis juga mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Inkubator Bisnis Universitas Tulungagung, selama 4 bulan.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, karunia serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Tanaman Anggrek Melalui Digital Marketing” .

Tujuan penyusunan Skripsi ini adalah untuk salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Fakultas Pertanian Universitas Tulungagung. 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. Tuhan yang Maha Esa yang selalu memberi kemudahan dan kesehatan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA selaku Dekan Fakultas Pertanian dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Mufida Diah Lestari, S.P, M.Agr selaku Ketua Prodi Agribisnis.
4. Ibu Dr.Ermawati Dewi,S.P,MM selaku dosen pembimbing II atas setiap saran, masukan, dukungan, serta motivasi yang diberikan.
5. Orang tua yang selalu memberi dukungan baik moril maupun materil.
6. Pasangan yang selalu memberi dukungan moril maupun materil.
7. Rekan-rekan seperjuangan Mahasiswa Universitas Tulungagung yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- 8.Semua Pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis hanya bisa panjatkan do'a 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 sadar Skripsi yang telah disusun ini belum sempurna, sehingga penulis membutuhkan masukan, saran, serta kritikan dari setiap pembaca untuk kelengkapan Skripsi ini.

Tulungagung, Februari 2023

Kitky Fradila Kodrata

RINGKASAN

KITKY FRADILA KODRATA. Strategi Pemasaran Tanaman Anggrek Melalui Digital Marketing, dibawah bimbingan Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA dan Dr.Ermawati Dewi,S.P,MM

Tanaman anggrek memiliki bunga yang unik dan memiliki ketahanan yang cukup lama untuk tetap segar. Tanaman anggrek banyak dibeli untuk tanaman hias, baik oleh orang-orang dengan pendapatan menengah ke atas, pecinta, maupun kolektor. Strategi pemasaran merupakan suatu tindakan yang dilakukan pengusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang bertujuan memperoleh keuntungan. Salah satu faktor terpenting dalam pemasaran ialah teknologi informasi. Media sosial adalah salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat saat ini seperti Facebook, Instagram, Tiktok.

Digitalisasi pemasaran pada pertanian khususnya tanaman anggrek ini merupakan strategi yang sangat tepat untuk diimplementasikan dalam masa kini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal strategi pemasaran tanaman anggrek melalui *digital marketing* yang dapat meningkatkan omset penjualan.

Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Februari – Juni 2023 melalui platform-platform media sosial Facebook, Instagram, dan Tiktok. Metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan 30 responden. Penelitian ini menerapkan analisis SWOT. Berdasarkan matriks IFAS, kekuatan utama yang dimiliki adalah produk yang berkualitas tinggi, sedangkan kelemahannya promosi yang dilakukan kurang optimal. Sedangkan hasil matriks EFAS menunjukkan peluang terbesar adalah potensi penjualan meningkat di pasar dan pemanfaatan media sosial yang sedang berkembang pesat, sedangkan ancamannya adalah persaingan yang ketat di media sosial dengan pedagang sejenis. Berdasarkan grafik SWOT, strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh pedagang tanaman anggrek yang menggunakan *digital marketing* adalah strategi S-O yaitu produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan penjualan terlebih dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasarannya.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Tanaman Anggrek, dan *Digital Marketing*

SUMMARY

KITKY FRADILA KODRATA. Marketing Strategy for Orchids Through Digital Marketing. Under the guidance of Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasukti, M.MA and Dr.Ermawati Dewi,S.P,MM

Orchid plants have unique flowers and have a long enough resistance to stay fresh. Many orchid plants are purchased as ornamental plants, both by people with upper middle incomes, lovers, and collectors. Marketing strategy is an action taken by entrepreneurs to meet consumer needs, which aims to gain profit. One of the most important factors in marketing is information technology. Social media is one of the information technologies that is currently developing rapidly, such as Facebook, Instagram, Tiktok.

Digitalization of marketing in agriculture, especially orchids, is a very appropriate strategy to be implemented nowadays. This research aims to identify internal and external factors in marketing strategies for orchids through digital marketing that can increase sales turnover.

Data collection was carried out from February to June 2023 through the social media platforms Facebook, Instagram and Tiktok. The sampling method uses Accidental Sampling with 30 respondents. This study applies a SWOT analysis. Based on the IFAS matrix, the main strength is a high quality product, while the weakness is that the promotion is not optimal. While the results of the EFAS matrix show that the biggest opportunity is the potential for increased sales in the market and the use of social media which is growing rapidly, while the threat is intense competition on social media with similar traders. Based on the SWOT chart, the marketing strategy that must be carried out by orchid plant traders who use digital marketing is the S-O strategy, namely high-quality products can increase sales especially by using social media as a means of promotion and marketing.

Keywords : *Marketing Strategy, Orchids, and Digital Marketin*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Pembatasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pemasaran	7
2.2.2 Proses pemasaran	8
2.2.3 Digital Marketing	10
2.2.4 Bunga Anggrek	13
2.2.5 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Metode Penelitian Daerah Penelitian	22
3.2 Metode Pengambilan Sampel	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Metode Analisis Data	23
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	30
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
5.1 Faktor Internal dan Eksternal dalam Pemasaran Anggrek	32
5.2 Strategi Pemasaran Tanaman Anggrek Melalui <i>Digital Marketing</i>	34
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	40
6.1 Kesimpulan	40
6.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	45

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
3.1	Faktor Internal dan Eksternal	24
3.2	Matriks SWOT	28
4.1	Hasil Rata-rata Harga dan Jenis Anggrek	30
5.1	Matriks EFAS.....	32
5.2	Matriks IFAS	33
5.3	Identifikasi SWOT	35

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
2.1	Proses Pemasaran Sederhana	8
2.2	Proses Pemasaran Kompleks	9
2.3	Anggrek Dendrobium.....	14
2.4	Anggrek Vanda.....	15
2.5	Anggrek Phaleonopsis.....	15
2.6	Anggrek Laelia.....	16
2.7	Anggrek Cattleya	16
2.8	Anggrek Pecteilis Radiata.....	17
2.9	Anggrek Schomburgkia exaltata	17
2.10	Anggrek Miltonia	18
2.11	Anggrek Cymbidium	18
2.12	Anggrek Oncidium	19
2.13	Bagan Kerangka Pemikiran	20
5.1	Grafik SWOT	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Penelitian	46
Lampiran 2. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Internal Matriks SWOT	47
Lampiran 3. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Eksternal Matriks SWOT	48
Lampiran 4. Rekapitulasi Wawancara	49