

**ANALISIS SWOT PEMASARAN ONLINE SAYURAN HIDROPONIK
di KEBUN HIDROPONIK TIN KECAMATAN MAGELANG UTARA
KOTA MAGELANG PROVINSI JAWA TENGAH**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH

EKO SETIAWAN

18/ 20068/EP

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN STIPER

YOGYAKARTA

2022

**ANALISIS SWOT PEMASARAN ONLINE SAYURAN HIDROPONIK
di KEBUN HIDROPONIK TIN KECAMATAN MAGELANG UTARA
KOTA MAGELANG PROVINSI JAWA TENGAH**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH

EKO SETIAWAN

18/ 20068/EP

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN STIPER

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

ANALISIS SWOT PEMASARAN ONLINE SAYURAN HIDROPONIK
di KEBUN HIDROPONIK TIN KECAMATAN MAGELANG UTARA KOTA
MAGELANG PROVINSI JAWA TENGAH



Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis, Fakultas
Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta
pada tanggal 15 September 2022

Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Danang Manumono, M.S.

Dosen Penguji : Amallia Ferhat, S.P., M.Sc.



Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian


(Dr. Dimas Deworo Puruhito, SP, MP.)

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi ataupun bersifat plagiatisme. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 2022

Yang menyatakan,

(Eko Setiawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga pelaksanaan dan penulisan skripsi dengan judul “Analisis SWOT Pemasaran Online Sayuran Hidroponik di Kebun Hidroponik TIN Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang, Provinsi Jawa Tengah”, sehingga proses pendidikan di Institut Pertanian STIPER Yogyakarta dapat diselesaikan tepat waktu dan mendapatkan gelar sarjana (SI) Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang se tulus-tulus nya kepada berbagai pihak atas bantuan baik moril, materiil atau pun spiritual yang telah diberikan selama berlangsungnya proses penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Dr. Dimas Deworo Puruhito, S.P., M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Institut Pertanian STIPER Yogyakarta.
2. Arum Ambarsari, S.P., M.P. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
3. Dr. Ir. Danang Manumono, M.S. selaku Dosen Pembimbing.
4. Amallia Ferhat, S.P., M.Sc selaku Dosen Penguji
5. Kedua orang tua dan keluarga besar.
6. Serta sahabat, teman-teman, dan juga pihak yang terkait

Penulis sadar dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan baik dalam penyajian data maupun tata bahasa yang penulis gunakan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa pun yang membacanya

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
INTISARI	viii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
A. Tinjauan Pustaka	6
B. Landasan Teori	12
C. Kerangka Pemikiran	19
III. METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Metode dasar penelitian	21
B. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	21
C. Metode Penentuan Sampel	21
D. Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data	22
E. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel	23
F. Analisis Data dan Pembentukan model	23
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	26
A. Gambaran Umum Kecamatan Magelang Utara	26
B. Profil Perusahaan	26
C. Keadaan Geografis	27
D. Kependudukan	27
E. Sosial	28
F. Pertanian	29
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A. Karakteristik Responden	30
B. Hasil Penelitian	31
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	47
A. Kesimpulan	47

B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Strategi Pemasaran Permintaan Primer	15
Tabel 2.2 Strategi Pemasaran Permintaan Selektif.....	16
Tabel 2.3 <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i> (IFAS).....	17
Tabel 2.4 <i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i> (EFAS).....	17
Tabel 3.1 Matriks SWOT	25
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Kecamatan Magelang Utara	28
Tabel 4.3 Jumlah Sekolah Kecamatan Magelang Utara	28
Tabel 4.4 Jumlah Fasilitas Kesehatan Kecamatan Magelang Utara	28
Tabel 4.5 Luas Lahan Berdasarkan Kegunaan	29
Tabel 5.1 Karakteristik jenis kelamin responden	30
Tabel 5.2 Tabel Karakteristik Pekerjaan Responden	31
Tabel 5.3 Tabel Karakteristik Usia Responden	31
Tabel 5.4 Indikator SWOT	32
Tabel 5.5 Biaya Operasional	33
Tabel 5.6 Biaya Penyusutan	34
Tabel 5.7 Masa Panen Sayuran Kebun Hidroponik TIN	34
Tabel 5.11 IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	40
Tabel 5.12 EFAS (<i>External Strategic Factors Analysis Summary</i>)	41
Tabel 5.13 Matriks SWOT	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Permintaan	12
Gambar 2.2 Kurva Penawaran	13
Gambar 2.3 Kurva Keseimbangan Pasar.	13
Gambar 2.4 Kombinasi Strategi dalam Analisis SWOT.	18
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4.1 Peta Kecamatan Magelang UtaraClick or tap here to enter text..	26
Gambar 5.1 Kuadran Analisis SWOT	42

INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui strategi peningkatan pemasaran secara online berdasarkan analisis SWOT di Hidroponik TIN Magelang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penentuan lokasi menggunakan metode purposive. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan *simple random sampling*, dengan mengambil sampel 36 responden yang menggambarkan kondisi dan keadaan konsumen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yang menggambarkan secara jelas tentang kekuatan yang merupakan keunggulan internal perusahaan dalam meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan, kelemahan yang merupakan kekurangan internal perusahaan dalam mengembangkan serta melaksanakan kegiatan yang dapat mengganggu pencapaian tujuan perusahaan, peluang yang merupakan kesempatan yang dapat menguntungkan perusahaan, dan ancaman yang merupakan risiko yang dapat merugikan perusahaan yang dimiliki kebun hidroponik TIN. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa melalui analisis SWOT dapat dilihat bahwa kebun hidroponik TIN memiliki kapabilitas dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki baik itu kekuatan maupun peluang. Maka strategi yang tepat diambil berdasarkan penelitian ini yaitu 1) memaksimalkan produktivitas melalui penambahan jenis sayuran yang disukai konsumen; 2) membuat merek dagang yang mudah dikenal dan diingat oleh konsumen; 3) memberikan edukasi tentang merek dagang dan manfaat produk bagi konsumen di deskripsi *platform* online; 4) meningkatkan promosi secara online; 5) memberikan promo yang menarik bagi konsumen pada durasi pembelian tertentu.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Hidroponik, Pemasaran Online