

STRATEGI PERLUASAN PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK MELALUI KEMITRAAN DI TIGA FLORA BOGOR

NATHASYA SAQINNAH



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Strategi Perluasan Pemasaran Sayuran Hidroponik melalui Kemitraan di Tiga Flora Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2026

Nathasya Saqinnah
J0410221031

@nathasya_saqinnah, IPB University

ABSTRAK

NATHASYA SAQINNAH. Strategi Perluasan Pemasaran Sayuran Hidroponik melalui Kemitraan di Tiga Flora Bogor. Dibimbing oleh DAHRI TANJUNG.

Tiga Flora merupakan perusahaan budidaya sayuran hidroponik yang mengalami peningkatan kapasitas produksi akibat alih fungsi *greenhouse* melon menjadi *greenhouse* sayuran hidroponik. Peningkatan kapasitas tersebut menyebabkan volume hasil panen meningkat, sementara jumlah mitra pemasaran masih terbatas. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi perluasan pemasaran sayuran, khususnya selada hidroponik. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli-Desember 2025 di Kota Bogor. Metode analisis yang digunakan meliputi SWOT, IFE, EFE, *Quantitative Strategic Planning Matrix*, *Segmenting Targeting Positioning*, *Analytical Hierarchy Process*, dan *R/C ratio*. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan berada pada pada kuadran satu (tumbuh dan berkembang). Strategi prioritas berdasarkan QSPM adalah perluasan pasar melalui kemitraan. Analisis STP menunjukkan target pasar potensial meliputi Horeca premium, distributor, dan perusahaan sejenis. Hasil AHP menunjukkan dua prioritas utama mitra, yaitu Horeca premium (0,466) dan perusahaan sejenis (0,335). Implementasi strategi kemitraan meningkatkan jumlah mitra dari 8 menjadi 18 mitra serta meningkatkan pendapatan dan penyerapan produk, yang ditunjukkan oleh kenaikan nilai *R/C ratio* setelah perluasan pasar.

Kata kunci: AHP, kemitraan, perluasan pasar, selada hidroponik

ABSTRACT

NATHASYA SAQINNAH. Partnership Strategy for Hydroponic Vegetable Marketing Expansion at Tiga Flora Bogor. Supervised by DAHRI TANJUNG.

Tiga Flora is a hydroponic vegetable producer that expanded its production capacity by converting a melon greenhouse into a hydroponic vegetable greenhouse. While this expansion increased lettuce production, the company's marketing network remained limited. Therefore, this study aimed to develop a market expansion strategy for hydroponic lettuce. The study was conducted in Bogor City from July to December 2025. The analytical methods included SWOT, Internal Factor Evaluation, External Factor Evaluation, Quantitative Strategic Planning Matrix, Segmenting, Targeting, and Positioning, Analytical Hierarchy Process, and R/C ratio analysis. The results showed that the company was positioned in quadrant I (grow and build). QSPM identified market expansion through partnerships as the priority strategy. STP analysis highlighted premium Horeca, distributors, and similar companies with broad market reach as potential target markets, while AHP identified premium Horeca (0,466) and similar companies with broad market reach (0,335) as the main partnership priorities. The partnership strategy increased the number of partners from 8 to 18 and improved revenue and product absorption, as reflected by the increase in the R/C ratio.

Keywords: AHP, hydroponic lettuce, market expansion, partnership



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



STRATEGI PERLUASAN PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK MELALUI KEMITRAAN DI TIGA FLORA BOGOR

NATHASYA SAQINNAH

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.



Judul Proyek Akhir : Strategi Perluasan Pemasaran Sayuran Hidroponik melalui Kemitraan di Tiga Flora Bogor

Nama : Nathasya Saqinnah
NIM : J0410221031

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian: 30 Mei 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2025 sampai bulan Desember 2025 ini ialah “Strategi Perluasan Pemasaran Sayuran Hidroponik melalui Kemitraan di Tiga Flora Bogor”.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran selama penyusunan laporan proyek akhir. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing akademik, dosen penguji, serta moderator kolokium dan seminar atas masukan yang diberikan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak dan adik yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan studi ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman keluarga besar Manajemen Agribisnis angkatan 59 atas kebersamaan dan kerja sama selama penulis menempuh pendidikan di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh karyawan Tiga Flora serta teman-teman SMKN 63 Jakarta angkatan 26 atas bantuan dan arahan selama proses magang dan pengumpulan data.

Semoga laporan proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan serta memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2026

Nathasya Saqinnah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Perluasan Pasar	5
2.2 Strategi Kemitraan	5
2.3 Sayuran Hidroponik	7
2.4 Penelitian Terdahulu	8
2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian	10
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu PKL	12
3.2 Jenis dan Sumber Data	12
3.3 Metode Pengambilan Sampel	12
3.4 Metode Analisis Data	13
3.5 Analisis R/C <i>ratio</i>	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Sejarah Perusahaan	19
4.2 Kegiatan Lembaga	19
4.3 Struktur Organisasi	21
4.4 Sumber Daya Perusahaan	22
4.5 Produk Selada Hidroponik Tiga Flora	24
4.6 Strategi Perluasan Pasar Tiga Flora	28
4.7 Analisis <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	34
4.8 Kemitraan Usaha Tiga Flora	38
4.9 Analisis Finansial	48
4.10 Implikasi Manajerial	52
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	75



DAFTAR TABEL

1	Konsumsi penduduk Indonesia menurut bahan pangan tahun 2020-2024 (kg/tahun)	1
2	Rata-rata produksi selada hidroponik dan target produksi <i>greenhouse</i> sayur baru Tiga Flora 2025 (bulan/kg)	2
3	Produksi dan penjualan selada hidroponik Tiga Flora per bulan dari mitra dan konsumen individu bulan Agustus - Oktober 2025 (kg)	3
4	Distribusi penjualan produk selada hidroponik melalui mitra bulan Agustus - Oktober 2025 (kg)	3
5	Penelitian terdahulu	8
6	Formulasi matriks SWOT	13
7	Skala penilaian AHP	17
8	Nilai random index AHP	18
9	Mesin dan peralatan budidaya sayuran hidroponik di Tiga Flora	23
10	Harga selada hidroponik Tiga Flora untuk konsumen akhir 2025	25
11	Harga selada hidroponik pada kompetitor Tiga Flora 2025	26
12	Matriks SWOT Tiga Flora 2025	28
13	Perhitungan strategi pemasaran prioritas pada Tiga Flora 2025	31
14	Matriks perbandingan antar kriteria mitra Tiga Flora 2025	35
15	Hasil pembobotan alternatif mitra berdasarkan kriteria frekuensi pembelian pada Tiga Flora 2025	35
16	Hasil pembobotan alternatif mitra berdasarkan kriteria harga pada Tiga Flora 2025	36
17	Hasil pembobotan alternatif mitra berdasarkan kriteria volume permintaan pada Tiga Flora 2025	36
18	Hasil pembobotan alternatif mitra berdasarkan kriteria jangkauan pasar pada Tiga Flora 2025	37
19	Prioritas mitra berdasarkan perbandingan kriteria dan alternatif pada Tiga Flora 2025	38
20	Kesepakatan kerja sama mitra baru Tiga Flora dengan Horeca premium 2025	40
21	Perbandingan target produksi dengan permintaan mitra Horeca premium baru per bulan 2025 (kg)	40
22	Kesepakatan kerja sama kemitraan baru Tiga Flora dengan perusahaan sejenis 2025	41
23	Rekapitulasi permintaan selada hidroponik Tiga Flora berdasarkan mitra lama dan mitra baru di Tiga Flora 2025-2026	42
24	Prosedur kemitraan usaha Tiga Flora 2025-2026	44
25	Produksi dan penjualan selada hidroponik Tiga Flora per bulan dari mitra dan konsumen individu 2025-2026 (kg)	45
26	Distribusi penjualan produk selada hidroponik melalui mitra bulan November 2025 - Januari 2026 (kg)	45
27	Penjualan selada hidroponik Tiga Flora sebelum perluasan pasar melalui kemitraan baru 2025	49
28	Penjualan selada hidroponik Tiga Flora setelah perluasan pasar melalui kemitraan baru 2025-2026	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

IPB University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

29	Analisis R/C <i>ratio</i> Tiga Flora sebelum perluasan pasar melalui kemitraan baru 2025	50
30	Analisis R/C <i>ratio</i> Tiga Flora setelah perluasan pasar melalui kemitraan baru 2025-2026	51
31	Rata-rata produksi dan penjualan selada sebelum dan setelah penambahan mitra di Tiga Flora 2025-2026	52
32	Implikasi manajerial strategi pemasaran melalui kemitraan di Tiga Flora 2025-2026	53

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran penelitian pada Tiga Flora 2025	11
2	Lokasi Tiga Flora	12
3	Matriks IE	14
4	Logo perusahaan Tiga Flora	19
5	Struktur organisasi Tiga Flora	21
6	Selada keriting hijau	24
7	Selada <i>romaine</i>	24
8	Selada <i>butterhead</i>	25
9	Selada <i>red lolorosa</i>	25
10	Alur distribusi selada hidroponik Tiga Flora 2025	27
11	Matriks IE Tiga Flora 2025	30
12	Hierarki penentuan mitra prioritas kerja sama di Tiga Flora 2025	34
13	Alur distribusi selada hidroponik Tiga Flora setelah perluasan pasar melalui mitra baru 2025-2026	46

DAFTAR LAMPIRAN

1	Perhitungan matriks IFE EFE	62
2	Kuesioner penelitian	64
3	Perhitungan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) menggunakan <i>Super Decisions</i>	71
4	Kegiatan produksi sayuran hidroponik di Tiga Flora	72
5	Dokumentasi pelaksanaan kemitraan di Tiga Flora	73
6	Dokumentasi pengambilan data responden	74