

STRATEGI BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SAYUR HIDPRONIK DI PT LEMBUR HEJO INDONESIA

EDRIAN ARIZAL FARHAN



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



@Hak cipta milik 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.



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Strategi Bauran Promosi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Sayur Hidroponik di PT Lembur Hejo Indonesia” 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, Juli 2026

Edrian Arizal Farhan
J0310211331



@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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

ABSTRAK

EDRIAN ARIZAL FARHAN. Strategi Bauran Promosi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Sayur Hidroponik di PT Lembur Hejo Indonesia. Dibimbing oleh LENI LIDYA.

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan strategi bauran promosi serta perubahan kinerja finansial PT Lembur Hejo Indonesia sebelum dan sesudah strategi diterapkan. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi diterapkan melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Strategi yang paling berkontribusi terhadap penjualan adalah *bundling*, *event*, pemasaran langsung melalui tatap muka dan WhatsApp, serta kerja sama dengan mitra dan instansi. Kerugian perusahaan menurun dari Rp10.969.661 menjadi Rp1.338.027, sedangkan R/C rasio meningkat dari 0,83 menjadi 0,98. Strategi bauran promosi mampu memperbaiki kinerja usaha, tetapi usaha belum layak secara finansial karena laba masih negatif dan R/C rasio masih dibawah 1.

Kata kunci: bauran promosi, *brand awareness*, hidroponik, R/C rasio, strategi promosi

ABSTRACT

EDRIAN ARIZAL FARHAN. Promotion Mix Strategy to Enhance Brand Awareness of Hydroponic Vegetables at PT Lembur Hejo Indonesia. Supervised by LENI LIDYA.

This study aims to analyze the implementation of the promotion mix strategy and the changes in the financial performance of PT Lembur Hejo Indonesia before and after its implementation. The research employed a descriptive case study approach using observation, interviews, documentation, and a literature review. The results show that the promotion mix was implemented through advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing. Among these, bundling, events, direct marketing through face to face interaction and WhatsApp, and collaboration with partners and institutions contributed most significantly to sales. As a result, the company's losses decreased from IDR 10.969.661 to IDR 1.338.027, and the R/C ratio increased from 0,83 to 0,98. The promotion mix strategy improved business performance, however the business is not yet financially viable, as profits remain negative and the R/C ratio is still below 1.

Keywords: brand awareness, hydroponics, promotional mix, promotion strategy, R/C ratio



@Hak cipta milik 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 BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SAYUR HIDPRONIK DI PT LEMBUR HEJO INDONESIA

EDRIAN ARIZAL FARHAN

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 milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr.Ir. Wien Kuntari, M.Si.



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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Judul Proyek Akhir : Strategi Bauran Promosi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Sayur Hidroponik di PT Lembur Hejo Indonesia

Nama : Edrian Arizal Farhan
NIM : J0310211331

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ir. Leni Lidya, M.M.

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: 2 Juli 2026

Tanggal Lulus:

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 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Bauran Promosi untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Sayur Hidroponik di PT Lembur Hejo Indonesia” dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana terapan pada program studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, yaitu ayah dan ibu, serta adik dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, yaitu Ibu Ir. Leni Lidya, M.M., yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor atas ilmu yang telah diberikan, serta kepada pihak PT Lembur Hejo Indonesia yang telah memberikan izin, kesempatan, dan dukungan data sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Manajemen Agribisnis yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Bogor, Juli 2026

Edrian Arizal Farhan



@Hak cipta milik 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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
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	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi Bauran Promosi	6
2.2 <i>Brand Awareness</i>	8
2.3 Sayur Hidroponik	9
2.4 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	10
2.5 Penelitian Terdahulu	11
2.6 Kerangka Pemikiran	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	15
3.3 Metode Penelitian	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	19
4.2 Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	27
4.3 Penerapan Bauran Promosi (<i>Mix Promotion</i>)	31
4.4 Analisis Finansial	38
4.5 Implikasi Manajerial Strategi Bauran Promosi	40
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	55



DAFTAR TABEL

1	Konsumsi sayuran per kapita di Jawa Barat tahun 2021–2024	1
2	Rata-rata produksi sayuran per siklus per bulan di PT Lembur Hejo Indonesia tahun 2025	2
3	Penelitian terdahulu	11
4	Data promosi penjualan sayuran hidroponik bulan November 2025	32
5	Penjualan personal PT Lembur Hejo Indonesia pada bulan Oktober – Desember 2025	33
6	Volume penjualan pada kegiatan hubungan masyarakat PT Lembur Hejo Indonesia	34
7	Data pelanggan sayuran hidroponik melalui saluran pemasaran langsung bulan Oktober – Desember 2025	36
8	Perhitungan laba rugi sebelum dan sesudah penerapan strategi pada PT Lembur Hejo Indonesia 2026	38
9	Hasil analisis R/C ratio sebelum dan sesudah penerapan strategi pada PT Lembur Hejo Indonesia 2026	39
10	Implikasi manajerial strategi bauran promosi	40

DAFTAR GAMBAR

1	Piramida <i>Brand Awareness</i>	9
2	Kerangka Pemikiran	14
3	Lokasi PT Lembur Hejo Indonesia	15
4	Logo PT Lembur Hejo Indonesia	19
5	Struktur organisasi PT Lembur Hejo Indonesia	20
6	Bagan alur produksi sayuran hidroponik	22
7	Proses penyemaian benih	23
8	Proses pindah tanam bibit sayuran hidroponik	23
9	Penyortiran tanaman	24
10	Proses panen, sortasi dan <i>grading</i> sayuran hidroponik	24
11	Proses penimbangan dan pengemasan	25
12	Pembersihan instalasi	25
13	Projek pembuatan <i>greenhouse</i>	26
14	Pelatihan budidaya hidroponik	27
15	Pesanan program <i>bundling</i>	32
16	Proses pelayanan pelanggan	34
17	Komunitas IYMPACK	35
18	Proses pemasaran langsung	36

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kegiatan kolaborasi instansi swasta	51
2	<i>Insight live</i> TikTok	51
3	Laporan laba rugi sebelum penerapan strategi	52

4	Laporan laba rugi setelah penerapan strategi	52
5	Kegiatan pameran Indogritech di ICE BSD	53
6	Pendampingan di DKPPRI	53

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

