



STRATEGI PEMASARAN BIBIT KELAPA KOPYOR KULTUR JARINGAN DI PUSAT PENELITIAN KELAPA SAWIT UNIT BOGOR

MULIA SAFITRI



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Bibit Kelapa Kopyor Kultur Jaringan di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit 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 skripsi ini.

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

Bogor, Agustus 2026

Mulia Safitri
H3401221026

ABSTRAK

MULIA SAFITRI. Strategi Pemasaran Bibit Kelapa Kopyor Kultur Jaringan di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor. Dibimbing oleh DWI RACHMINA.

Kelapa kopyor merupakan komoditas bernilai ekonomis tinggi, namun pengembangan varietasnya masih terhambat pada keterbatasan bibit unggul dengan harga terjangkau bagi petani. Kondisi ini menyebabkan jumlah pasokan buah kelapa kopyor terbatas dan belum mampu memenuhi permintaan yang terus meningkat. Tren mengonsumsi makanan sehat di masyarakat turut mendorong peningkatan permintaan produk kelapa. Salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah produksi buah kelapa kopyor melalui penerapan teknik kultur jaringan. Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor PT Riset Perkebunan Nusantara telah berhasil memproduksi bibit kelapa kopyor kultur jaringan tipe genjah coklat dengan tingkat kekopyoran buah kelapa relatif tinggi mencapai 99.9%. Meskipun bibit kelapa kopyor kultur jaringan memiliki kualitas unggul, namun tingkat penjualan bibit masih tergolong rendah karena rendahnya minat pembeli yang disebabkan masih terbatasnya pengetahuan calon pembeli mengenai sistem budidaya dan prospek usaha kelapa kopyor. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi pemasaran bibit kelapa kopyor kultur jaringan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, memperkuat daya saing produk di pasar domestik dan berkontribusi terhadap subsektor perkebunan. Penelitian ini menggunakan pendekatan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Penelitian ini menghasilkan tujuh alternatif strategi pemasaran, dengan prioritas strategi yaitu mendemonstrasikan bibit berbasis value-based promotion pada event dan pameran agrikultur dengan mengundang media yang potensial untuk meliput acara tersebut.

Kata Kunci : kelapa kopyor, kultur jaringan, pemasaran, QSPM

ABSTRACT

MULIA SAFITRI. *Marketing Strategy for Tissue Cultured Kopyor Coconut Seedlings at the Bogor Oil Palm Research Center. Supervised by DWI RACHMINA.*

Kopyor coconuts are a commodity of high economic value, but the development of new varieties remains hampered by a shortage of high-quality seedlings at prices affordable to farmers. This situation has resulted in a limited supply of kopyor coconuts, which has not been able to meet the steadily increasing demand. The trend toward healthy eating among the public has also driven increased demand for coconut products. One effort to boost kopyor coconut production involves the application of tissue culture techniques. The Bogor Unit of the Oil Palm Research Center at PT Riset Perkebunan Nusantara has successfully produced tissue-cultured kopyor coconut seedlings of the "genjah coklat" type, which exhibit a relatively high kopyor coconut yield of up to 99.9%. Although tissue-cultured kopyor coconut seedlings possess superior quality, sales remain relatively low due to limited buyer interest—a result of prospective buyers' lack of knowledge regarding cultivation systems and the business prospects of kopyor coconut cultivation. This study aims to formulate a marketing strategy for tissue-

cultured kopyor coconut seedlings to improve marketing effectiveness, strengthen the product's competitiveness in the domestic market, and contribute to the plantation subsector. This study employs the IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrix approaches. The study identified seven alternative marketing strategies, with the top priority being to demonstrate the seedlings through value-based promotion at agricultural events and exhibitions by inviting relevant media outlets to cover these events.

Keywords: coconut kopyor, tissue culture, marketing, QSPM

@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 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 PEMASARAN BIBIT KELAPA KOPYOR KULTUR JARINGAN DI PUSAT PENELITIAN KELAPA SAWIT UNIT BOGOR

MULIA SAFITRI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M.
2. Vanesha Miranda, SE., M.Si



Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Bibit Kelapa Kopyor Kultur Jaringan di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor

Nama : Mulia Safitri

NIM : H3401221026

Disetujui oleh

Pembimbing:
Prof. Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Departemen:
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.
NIP 196802151999031001





PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan dengan judul “Strategi Pemasaran Bibit Kelapa Kopyor Kultur Jaringan di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor” yang dilaksanakan sejak bulan Mei 2025 hingga Juli 2026.

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Pembimbing skripsi, Prof. Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si., yang telah membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen penguji utama, Dr. Ir. Netti Tinaprilla, MM, yang telah memberikan kritik dan saran selama proses pengujian skripsi ini.
3. Dosen penguji wakil PS, Vanesha Miranda, SE, M.Si, yang telah memberikan kritik dan saran dalam proses pengujian skripsi ini.
4. Dosen evaluator kolokium, Dr. Ir. Suharno, M.Adev, yang telah memberikan evaluasi, masukan, dan saran selama proses kolokium.
5. Dosen evaluator seminar hasil, Dr. Ir. Netti Tinaprilla, MM, yang telah memberikan evaluasi, masukan, dan saran selama proses seminar hasil.
6. Pembahas seminar, Muhammad Farhan Manurung, yang telah memberikan evaluasi selama proses seminar hasil.
7. Bapak Dr. Deden Dewantara Eris, S.P., M.Si, selaku Manager Produksi dan Pemasaran Kopyor yang telah memberikan izin dan dukungan selama pelaksanaan penelitian. Kepada Bapak Siswanto Hadi Prasetyo selaku Asisten Sub Bagian Pemasaran Kopyor, yang telah memberikan masukan dan saran selama proses penyusunan skripsi. Kepada Ibu Ristiani selaku Tim Produksi Bibit serta Staf Pemasaran Kopyor Bogor yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa selama proses penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh dosen dan staf Departemen Agribisnis IPB yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan serta bantuan akademik kepada penulis selama menempuh proses pendidikan.
10. Sahabat terdekat dan rekan-rekan di Departemen Agribisnis maupun di luar Departemen Agribisnis, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, doa, dan kebersamaan selama perjalanan perkuliahan penulis.

Bogor, Agustus 2026

Mulia Safitri



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kondisi Internal Perusahaan Bibit Kelapa Kopyor Kultur Jaringan	7
2.2 Kondisi Eksternal Perusahaan Bibit Kelapa Kopyor Kultur Jaringan	7
2.3 Hasil Penelitian tentang Strategi Pemasaran Bibit Eksklusif	8
III KERANGKA PEMIKIRAN	9
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	9
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	17
IV METODE PENELITIAN	19
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
4.2 Jenis dan Sumber Data	19
4.3 Metode Pengambilan Sampel	19
4.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data	20
4.5 Analisis Deskriptif	20
4.6 Analisis Tiga Tahap Formulasi Strategi	20
4.7 Strategi Peta Jalan (<i>Roadmap</i>)	24
V HASIL DAN PEMBAHASAN	25
5.1 Gambaran Perusahaan	25
5.2 Analisis Lingkungan Usaha	28
5.3 Perumusan Formulasi Strategi	45
5.4 Perumusan Peta Jalan (<i>Roadmap</i>)	57
VI SIMPULAN DAN SARAN	63
6.1 Simpulan	63
6.2 Saran	63
VII DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	70

DAFTAR TABEL

1	Strategi pemasaran bibit kelapa kopyor kultur jaringan yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor PT Riset Perkebunan Nusantara	4
2	Matriks IFE	21
3	Matriks EFE	22
4	Model matriks SWOT	23
5	Matriks perencanaan strategis kuantitatif (QSPM)	24
6	Karakteristik pelanggan bibit kelapa kopyor kultur jaringan di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor PT Riset Perkebunan Nusantara	31
7	Harga bibit kelapa kopyor kultur jaringan berdasarkan kuantitas pembelian bibit	33
8	Hasil analisis lingkungan internal Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor PT Riset Perkebunan Nusantara	38
9	Hasil analisis lingkungan eksternal Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor PT Riset Perkebunan	44
10	Hasil analisis matriks IFE	46
11	Hasil analisis matriks EFE	48
12	Hasil analisis matriks SWOT	54
13	Hasil analisis prioritas strategi Pusat Penelitian Kelapa Sawit Unit Bogor PT Riset Perkebunan Nusantara	56
14	Roadmap dari tujuh alternatif strategi untuk perusahaan	57

DAFTAR GAMBAR

1	Perbandingan produksi kelapa kopyor dengan menggunakan bibit kelapa kopyor teknik konvensional dan bibit kelapa kopyor kultur jaringan (Direktorat Jenderal Perkebunan 2022)	3
2	Kerangka operasional penelitian	18
3	Model matriks IE (David dan David 2016)	22
4	Struktur organisasi Pusat Penelitian Kelapa Sawit PT Riset Perkebunan Nusantara tahun 2026	28
5	Hasil analisis matriks IE	49

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi penelitian	68
---	------------------------	----



@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.