



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



ANALISIS CITRA MEREK SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PUPUK ORGANIK PADA PT ELEVASI AGRI INDONESIA

RAKHA HAKIEM SINATRYA



**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 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



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Analisis Citra Merek sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Pupuk Organik pada PT Elevasi Agri 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 proyek akhir ini.

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

Bogor, Juli 2026

Rakha Hakiem Sinatrya
J0310202342



@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.



ABSTRAK

RAKHA HAKIEM SINATRYA. Analisis Citra Merek sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Pupuk Organik pada PT Elevasi Agri Indonesia. Dibimbing oleh LENI LIDYA.

PT Elevasi Agri Indonesia sebagai salah satu produsen pupuk organik bernama Vermicomplus. Citra merek menjadi penting dalam strategi pengembangan bisnis karena didasari atas tren penggunaan produk organik di industri pertanian, tingginya persaingan, kondisi pasar yang kompetitif, serta citra dan kesadaran merek yang belum kuat. Dalam mendukung keberlanjutan bisnis, maka disusunlah analisis citra merek sebagai strategi pengembangan bisnis pupuk organik. Penelitian menggunakan analisis skala Likert untuk mengidentifikasi tingkat citra dan kesadaran merek, lalu di rumuskan ke dalam integrasi antara BMC dan analisis SWOT yang selanjutnya strategi tersebut diuji dalam analisis finansial dan analisis *R/C* rasio. Penelitian menunjukkan, citra merek produk Vermicomplus tergambar positif dengan tingkat kesadaran merek pada posisi *brand recall*. Hasil dari integrasi BMC dan analisis SWOT menunjukan strategi penting untuk menerapkan pemasaran digital. Berdasarkan analisis *R/C* rasio, mengalami peningkatan setelah penerapan sebesar 1,60.

Kata kunci: analisis SWOT, bisnis model kanvas, citra merek, pupuk organik

ABSTRACT

RAKHA HAKIEM SINATRYA. Brand Image Analysis as a Business Development Strategy for Organic Fertilizers at PT Elevasi Agri Indonesia. Supervised by LENI LIDYA.

PT Elevasi Agri Indonesia is a producer of an organic fertilizer called Vermicomplus. Brand image is crucial to the company's business development strategy, given the growing trend toward organic products in the agricultural industry, intense competition, a competitive market environment, and the fact that the brand's image and awareness are not yet well-established. To support business sustainability, a brand image analysis was conducted as part of the organic fertilizer business development strategy. The study used a Likert scale analysis to identify the levels of brand image and brand awareness, which were then integrated into a BMC and SWOT analysis. The resulting strategy was subsequently tested through financial analysis and an *R/C* ratio analysis. The study shows that the brand image of Vermicomplus is positive, with brand awareness at the "brand recall" level. The results of the integration of BMC and SWOT analysis indicate that implementing digital marketing is a key strategy. Based on the *R/C* ratio analysis, the ratio increased to 1.60 following the implementation of the strategy.

Keywords: Business Model Canvas, brand image, organic fertilizer, SWOT analysis



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.

ANALISIS CITRA MEREK SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PUPUK ORGANIK PADA PT ELEVASI AGRI INDONESIA

RAKHA HAKIEM SINATRYA

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 Proyek Akhir: Ir. Murdianto, M.Si.



- 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.

Judul Proyek Akhir : Analisis Citra Merek sebagai Strategi Pengembangan Bisnis
Pupuk Organik pada PT Elevasi Agri Indonesia

Nama : Rakha Hakiem Sinatrya
NIM : J0310202342

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: 06 Agustus 2024

Tanggal Lulus:



@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.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai Januari 2024 ini adalah bidang pemasaran pertanian, dengan judul “Analisis Citra Merek sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Pupuk Organik pada PT Elevasi Agri Indonesia”.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ayahanda Heru Nurcahyono dan Ibunda Tina Hartiningsih selaku orang tua dari penulis yang selama ini telah memberi dukungan, doa dan kasih sayangnya selama penulis menyusun proyek akhir ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing Ibu Ir. Leni Lidya, M.M. yang telah membimbing dan memberikan banyak masukan mengenai karya ilmiah ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen penguji yaitu Bapak Ir. Murdianto, M.Si. atas arahan dan masukannya terhadap karya ilmiah ini. Tidak lupa ucapan terima kasih saya sampaikan kepada seluruh dosen pada Program Studi Manajemen Agribisnis. Ucapan terima kasih saya sampaikan juga pada rekan satu kelompok, yaitu Andreana Sofyan atas kerja samanya. Serta ucapan terima kasih saya sampaikan kepada teman seperjuangan saya Meyliana Sari Dewi, Alfi Baihaqi, Bariz Insan Kamil, Mey Maharani, Siska Juliana Salsabila, Deandra Sutan Gustaman, Dhiska Dipathya Roosmaya, Rindiani Nisa Ramanti dan juga teman-teman Manajemen Agribisnis angkatan 57 Sekolah Vokasi IPB. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing lapang, yaitu Bapak Bayu Adi Persada, S.T., M.Sc., Bapak Moch. Anggi Kuswantoro, S.Psi., M.M., CHRP dan Bapak Kiki Darmawan. Serta dukungan rekan kerja, yaitu Anang Junaedi Hamdan, Imron Hairul Saleh Siahaan, S.Pd., Faisal Fikri Wahyudi, S.Agr. dan seluruh manajemen serta keluarga besar PT Elevasi Agri Indonesia yang telah membantu dalam proses pembelajaran selama magang dan pengumpulan data.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan proyek akhir ini dirasa masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Penulis menyampaikan permohonan maaf dan juga menerima segala kritikan dan masukan yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Rakha Hakiem Sinatrya



@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	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Kerangka Pemikiran	12
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Teknik Pengumpulan Data	13
3.3 Metode Analisis	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Pupuk Organik Vermicomplus	22
4.3 Karakteristik Responden	26
4.4 Analisis <i>Brand Image</i>	27
4.5 Analisis <i>Brand Awareness</i>	28
4.6 Analisis <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	29
4.7 Integrasi Analisis SWOT dan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	30
4.8 Strategi Pengembangan Bisnis	32
4.9 Analisis Finansial	36
4.10 Implikasi Kebijakan (Rekomendasi)	37
V SIMPULAN DAN SARAN	38
5.1 Simpulan	38
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	41
RIWAYAT HIDUP	50



DAFTAR TABEL

1	Data permintaan pupuk organik di Indonesia	1
2	Permintaan pupuk organik Vermicomplus Elevarm	3
3	Matriks penelitian terdahulu	11
4	Jenis, sumber, dan teknik pengumpulan data	13
5	Atribut kuisioner <i>brand image</i>	15
6	Atribut kuisioner <i>brand awareness</i>	16
7	Uji validitas <i>brand image</i>	16
8	Uji validitas <i>brand awareness</i>	17
9	Uji reliabilitas pada <i>brand image</i> dan <i>brand awareness</i>	17
10	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	26
11	Karakteristik responden berdasarkan usia	26
12	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	27
13	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	27
14	Hasil pengukuran <i>brand image</i> Vermicomplus	28
15	Hasil pengukuran <i>brand awareness</i> Vermicomplus	28
16	Biaya tetap produksi Vermicomplus	36
17	Biaya variabel produksi Vermicomplus 30 kg strategi lama	36
18	Biaya variabel produksi Vermicomplus 10 kg strategi bisnis baru	36
19	Perubahan strategi pemasaran lama dan baru Vermicomplus	37
20	Analisis <i>r/c ratio</i> strategi pengembangan bisnis Vermicomplus	37

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	12
2	Logo PT Elevasi Agri Indonesia	20
3	Struktur organisasi unit bisnis PT Elevasi Agri Indonesia	21
4	Produk Vermicomplus PT Elevasi Agri Indonesia	22
5	Alur proses produksi produk Vermicomplus	23
6	Pemberian pakan pada rak budidaya	23
7	Pemanenan vermikompos	24
8	Pengayakan vermikompos	24
9	Penjemuran dan formulasi	25
10	Pengemasan Vermicomplus	25
11	Tampilan produk di toko tani	26
12	Hasil analisis swot pada produk Vermicomplus	30
13	Website pemasaran Vermicomplus	34
14	Contoh <i>content marketing</i> Vermicomplus	35

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi magang	42
2	Form kuisioner <i>brand image</i> dan <i>brand awareness</i>	43
3	Hasil uji validitas dan reliabilitas atribut <i>brand image</i>	47
4	Hasil uji validitas dan reliabilitas atribut <i>brand awareness</i>	47
5	<i>Business model canvas</i> Vermicomplus sebelum perbaikan	48
6	<i>Business model canvas</i> Vermicomplus setelah perbaikan	49