

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA PT AGRIFAMILI SARANA EXEDIS INDONESIA: SUB SEKTOR *GREENHOUSE*

JILAN RIFA FAUZIAH



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@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 Strategi Pemasaran terhadap Penjualan pada PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia: Sub Sektor *Greenhouse*” 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, Mei 2025

Jilan Rifa Fauziah J0310211388

ABSTRAK

JILAN RIFA FAUZIAH. Analisis Strategi Pemasaran terhadap Penjualan pada PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia: Sub Sektor *Greenhouse*. Dibimbing oleh AYUTYAS SAYEKTI.

Greenhouse atau "Rumah tanam" adalah bangunan transparan yang menciptakan kondisi ideal bagi pertumbuhan tanaman. PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia memanfaatkan peluang ini dengan memasarkan produk *greenhouse* di berbagai wilayah. Namun, dalam tiga tahun terakhir terjadi penurunan penjualan yang signifikan, sehingga diperlukan analisis strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bauran pemasaran, persepsi konsumen, dan strategi pemasaran terhadap penjualan sub sektor *greenhouse*. Metode yang digunakan meliputi analisis deskriptif, SEM-PLS, dan analisis pendapatan. Strategi pemasaran dianalisis melalui bauran 4P, dengan hasil menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju terhadap elemen produk, harga, promosi, dan tempat. SEM-PLS menunjukkan bahwa nilai R^2 , sebesar 63,8% variasi penjualan dapat dijelaskan oleh strategi pemasaran 4P. Dari keempat variabel, *promotion* dan *place* yang terbukti secara signifikan dan positif memengaruhi penjualan. Strategi pada kedua aspek tersebut layak untuk ditingkatkan guna mendorong penjualan *greenhouse*.

Kata kunci: Bauran 4P, *greenhouse*, penjualan, pendapatan, strategi pemasaran.

ABSTRACT

JILAN RIFA FAUZIAH. Marketing Strategy Analysis of Sales at PT Agrifamily Sarana Exedis Indonesia: *Greenhouse* Sub Sector. Supervised by AYUTYAS SAYEKTI.

Greenhouse or "Rumah Tanam" is a transparent building that creates ideal conditions for plant growth. PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia takes advantage of this opportunity by marketing *greenhouse* products in various regions. However, in the last three years there has been a significant decline in sales, so a marketing strategy analysis is needed. This study aims to identify the marketing mix, consumer perception, and marketing strategy for *greenhouse* sub-sector sales. The methods used include descriptive analysis, SEM-PLS, and income analysis. Marketing strategies are analyzed through the 4P mix, with the results showing that consumers strongly agree with the elements of product, price, promotion, and place. SEM-PLS shows that the R^2 value, 63.8% of sales variation can be explained by the 4P marketing strategy. Of the four variables, promotion and place are proven to significantly and positively influence sales. Strategies in both aspects are worth improving to encourage *greenhouse* sales.

Keywords: *Greenhouse*, marketing strategy, sales, revenue, 4P mix.



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 2025
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 STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA PT AGRIFAMILI SARANA EXEDIS INDONESIA: SUB SEKTOR *GREENHOUSE*

JILAN RIFA FAUZIAH

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
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@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.

Judul Proyek Akhir : Analisis Strategi Pemasaran terhadap Penjualan pada PT
Agrifamili Sarana Exedis Indonesia: Sub Sektor
Greenhouse

Nama : Jilan Rifa Fauziah
NIM : J0310211388

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ayutyas Sayekti S.E., 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: 23 Mei 2025

Tanggal Lulus:

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 2024 sampai bulan Mei 2025 ini ialah strategi pemasaran dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran terhadap penjualan pada PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia: Sub Sektor *Greenhouse*”.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, Bapak Arif Djunaedi dan Ibu Siti Zuhria, serta kepada seluruh keluarga atas dukungan, doa, dan kasih sayangnya dengan tulus. Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Ibu Ayutyas Sayekti S.E.,M.Si. atas bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penelitian. Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen penguji, Bapak Ir. Hermawan Wana, M.Si. yang banyak memberikan masukan dan saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Selain itu, penghargaan penulis sampaikan kepada seluruh pimpinan dan karyawan PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia yang telah membantu selama pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan doa. Semua dukungan, doa dan bantuan dari berbagai pihak sangat berarti bagi penulis dalam penyelesaian karya ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2025

Jilan Rifa Fauziah

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	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 <i>Greenhouse</i>	4
2.2 Pemasaran	6
2.3 Bauran Pemasaran 4P	6
2.4 Penjualan	7
2.5 Penelitian Terdahulu	8
2.6 Kerangka Penelitian Teoritis	10
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
3.2 Jenis dan Sumber Data	12
3.3 Metode Penarikan Sampel	12
3.4 Variabel dan Indikator Penelitian	13
3.5 Metode Analisis	15
3.6 Hipotesis Penelitian	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Bauran Pemasaran PT Agrifamili Sarana Exedis Indonesia	21
4.3 Karakteristik Responden	22
4.4 Persepsi Konsumen	23
4.5 Analisis SEM dengan Pendekatan PLS	27
4.6 Uji Hipotesis	33
4.7 Implikasi Manajerial	36
4.8 Analisis Pendapatan	37
V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	56



DAFTAR TABEL

1	Luas lahan & tipe lahan pertanian tahun 2015-2019 di Indonesia	1
2	Penjualan <i>greenhouse</i> PT Agrifam	3
3	Penelitian terdahulu	8
4	Jenis dan sumber data	12
5	Indikator variabel	13
6	Instrumen skala <i>Likert</i>	16
7	Tingkat persepsi konsumen	17
8	Hipotesis penelitian	19
9	Karakteristik responden	22
10	Persepsi konsumen variabel <i>product</i>	24
11	Persepsi konsumen variabel <i>price</i>	24
12	Persepsi konsumen variabel <i>promotion</i>	25
13	Persepsi konsumen variabel <i>place</i>	26
14	Persepsi konsumen variabel penjualan	27
15	Nilai <i>Average Variance Extraced (AVE)</i>	30
16	Nilai $\sqrt{AVE}$ (<i>Fornell-Larcker Criterion</i>)	31
17	Nilai <i>cross loading</i>	31
18	Nilai <i>composite reliability</i>	32
19	Nilai koefisien determinasi (R^2)	33
20	Nilai <i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i>	33
21	Nilai <i>path coefficient</i>	35
22	Analisis laporan laba rugi PT Agrifam	38
23	Perhitungan <i>R/C ratio</i> sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	39

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Trends greenhouse</i> 5 tahun terakhir	2
2	Persebaran <i>greenhouse</i> PT Agrifam	2
3	Bentuk atap <i>greenhouse</i>	4
4	Bauran pemasaran 4P	7
5	Kerangka penelitian	11
6	Pemodelan SEM	15
7	Logo PT Agrifam	20
8	Pengujian <i>loading factor</i>	28
9	Hasil <i>bootstrapping</i>	34

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	46
2	Indikator penelitian	51
3	Model pengembangan bisnis	52
4	Laporan laba rugi	54
5	Dokumentasi	55