



STRATEGI PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK PAKET BENIH SAYUR BOTANI SEED

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.





PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Berbasis *E-Commerce* pada Produk Paket Benih Sayur Botani Seed” 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, Juli 2025

Dhea Amanda
H3401211076

- 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 mengikuti 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.





ABSTRAK

DHEA AMANDA. Strategi Pemasaran Berbasis *E-Commerce* pada Produk Paket Benih Sayur Botani Seed. Dibimbing oleh HERAWATI.

PT Botani Seed Indonesia merupakan perusahaan yang fokus pada pengembangan benih pangan dan hortikultura unggul. Salah satu produk andalannya yaitu Paket Benih Sayur yang berisi 10 jenis benih sayur yang dirancang untuk *urban farming* dengan umur panen singkat dan produktivitas tinggi. Namun, saat ini penjualan produk tersebut belum stabil dan pemanfaatan pemasaran digital melalui *e-commerce* dinilai belum berjalan secara optimal, sehingga perlu merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran berbasis *e-commerce* pada produk Paket Benih Sayur Botani Seed dengan menggunakan alat analisis matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian, skor matriks IFE sebesar 2,446 dan EFE sebesar 3,045, yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kelemahan pada internal perusahaan, namun mampu merespons peluang eksternal dengan baik. Berdasarkan analisis matriks SWOT, dirumuskan sepuluh alternatif strategi pemasaran. Strategi yang dipilih sebagai prioritas utama adalah memanfaatkan reputasi IPB dan keunggulan produk untuk meningkatkan *brand awareness*, dengan nilai STAS tertinggi sebesar 6,524.

Kata Kunci : benih, *e-commerce*, strategi pemasaran, SWOT, QSPM

ABSTRACT

DHEA AMANDA. *E-Commerce Based Marketing Strategy on Botani Seed Vegetable Seed Package Products*. Supervised by HERAWATI.

PT Botani Seed Indonesia is a company that focuses on developing superior food and horticultural seeds. One of its flagship products is the Vegetable Seed Package which contains 10 types of vegetable seeds designed for urban farming with a short harvest age and high productivity. However, currently the sales of these products are not stable and the utilization of digital marketing through e-commerce is considered not running optimally, so it is necessary to formulate a more effective marketing strategy. This study aims to formulate an e-commerce-based marketing strategy for Botani Seed Vegetable Seed Package products using the IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrix analysis tools. Based on the research results, the IFE matrix score is 2.446 and EFE is 3.045, which shows that the company has internal weaknesses, but is able to respond well to external opportunities. Based on the SWOT matrix analysis, ten alternative marketing strategies were formulated. The strategy chosen as the top priority is to utilize IPB's reputation and product excellence to increase brand awareness, with the highest STAS value of 6.524.

Keywords: *e-commerce*, *marketing strategy*, *seeds*, *SWOT*, *QSPM*



©Hak cipta milik IPB University

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.

- 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.



STRATEGI PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK PAKET BENIH SAYUR BOTANI SEED

DHEA AMANDA

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

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

IPB University

Tim Pengudi pada Ujian Skripsi:

1 Dr. Etriya, SP, MM
2 Tursina Andita Putri, S.E., M.Si

@*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 Skripsi : Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Produk Paket Benih Sayur Botani Seed
Nama : Dhea Amanda
NIM : H3401211076

Disetujui oleh

digitally signed @ design.ipb.ac.id

6DE1167C-7D77-4002-B0D0-F97D8E1714A8

Pembimbing :
Herawati S.E., M.Si

Diketahui oleh

digitally signed @ design.ipb.ac.id


6DE1167C-7D77-4002-B0D0-F97D8E1714A8

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



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 mengujikan 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. Shalawat serta salam senantiasa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam* sebagai tauladan yang memberikan cahaya dalam kehidupan manusia.

Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Desember 2024 hingga bulan Mei 2025 ini ialah strategi pemasaran, dengan judul “Strategi Pemasaran Berbasis *E-Commerce* pada Produk Paket Benih Sayur Botani Seed”. Skripsi ini dapat terselesaikan tentu tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Herawati S.E., M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir saya yang telah memberikan ilmu, masukan, motivasi dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi
2. Dr. Etriya, SP, MM selaku dosen evaluator kolokium dan dosen penguji utama, Tursina Andita Putri, SE, M.Si selaku dosen penguji wakil pada sidang skripsi, serta Dr. Maryono, SP, M.Si selaku dosen moderator seminar hasil yang telah memberikan kritik dan saran untuk penyusunan dan perbaikan skripsi.
3. Seluruh Dosen dan staf Departemen Agribisnis yang telah membekali penulis dengan ilmu, pengalaman, dan fasilitas yang sangat berharga selama perkuliahan.
4. Seluruh dosen dan staf Departemen Agribisnis yang telah memberikan ilmu serta dukungan selama kegiatan perkuliahan.
5. PT Botani Seed Indonesia dan seluruh staf yang telah membantu penulis dalam menyusun dan mengumpulkan data penelitian.
6. Ayah, Ibu, Saudara, dan keluarga yang senantiasa selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman terdekat penulis di masa perkuliahan: Dhita, Syiva, Febrina, Kazeni, Puti, Karenina, Fany, Miranda, Chika, Queena, dan Aqilah yang menemani selama perkuliahan, menemani, dan memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi.
8. Teman-teman Agribisnis 58 lainnya yang telah menemani penulis selama perkuliahan serta saling memberi masukan, doa, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Dhea Amanda



DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Analisis Lingkungan Perusahaan	8
2.2 Alternatif Strategi Pemasaran	8
2.3 Prioritas Alternatif Strategi Pemasaran	9
III KERANGKA TEORI	11
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	11
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	17
IV METODE	19
4.1 Waktu dan Tempat	19
4.2 Jenis dan Sumber Data	19
4.3 Teknik Pengumpulan Sampel	19
4.4 Metode Pengumpulan Data	20
4.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	21
V GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	26
5.1 Gambaran Umum PT Botani Seed Indonesia	26
5.2 Visi dan Misi PT Botani Seed Indonesia	27
5.3 Struktur Organisasi PT Botani Seed Indonesia	28
VI HASIL DAN PEMBAHASAN	29
6.1 Analisis Lingkungan Usaha	29
6.2 Identifikasi Faktor Kunci Internal dan Eksternal	41
6.3 Formulasi Strategi	46
VII SIMPULAN DAN SARAN	57
7.1 Kesimpulan	57
7.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	62

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 mengugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Penilaian Bobot Faktor Internal	22
2	Penilaian Bobot Faktor Eksternal	22
3	Matriks IFE	23
4	Matriks EFE	23
5	Matriks QSPM	25
6	Hasil Analisis Matriks IFE	47
7	Hasil Analisis Matriks EFE	48
8	Hasil Analisis QSPM PT Botani Seed Indonesia	54

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia periode 2020-2024	1
2	Jumlah Perusahaan Hortikultura di Indonesia Tahun 2020-2023	2
3	Penjualan Paket Benih Sayur PT Botani Seed Indonesia Triwulan II 2021-triwulan III 2024	4
4	Penghasilan PT Botani Seed Indonesia berdasarkan Platform Tahun 2024	5
5	Kerangka Pemikiran Operasional	18
6	Matriks SWOT	24
7	Tampilan Produk pada <i>E-commerce</i>	26
8	Tampilan Etalase pada <i>E-commerce</i>	27
9	Struktur Organisasi PT Botani Seed Indonesia	28
10	Kerangka Porter's Five Forces PT Botani Seed Indonesia	41
11	Hasil Matriks SWOT	49
12	<i>Timeline</i> Pelaksanaan Alternatif Strategi	56

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi Penelitian	59
2	Pembobotan dan Pemberian Rating pada Faktor Kunci	60
3	Perolehan Matriks QSP pada Pemasaran Paket Benih Sayur Botani Seed di <i>E-commerce</i>	61