

ANALISIS STRATEGI OPERASIONAL PEMASARAN KOMODITAS TERUNG UNGU (*Solanum Melongena*) POKTAN SAHABAT TANI BANTEN

RENAWATI



MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024

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 “Analisis Strategi Operasional Pemasaran Komoditas Terung Ungu (*Solanum Melongena*) Poktan Sahabat Tani Banten” 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 2024

Renawati
J0310201115



ABSTRAK

RENAWATI. Analisis Strategi Operasional Pemasaran Komoditas Terung Ungu (*Solanum melongena*) Poktan Sahabat Tani Banten. Dibimbing oleh MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Terung ungu merupakan salah satu komoditas hortikultura yang dibudidayakan di Banten. Kelompok Tani Sahabat Tani memiliki permasalahan pada penjualan komoditas terung ungu yaitu permintaan yang rendah dan pemasaran yang belum optimal. Tujuan penelitian merumuskan strategi operasional alternatif pemasaran yang tepat. Penelitian dilakukan pada bulan November 2023 hingga Maret 2024 berlokasi di Kecamatan Muncang, Banten. Berdasarkan analisis lingkungan IFE dan EFE dan IE komoditas terung ungu Poktan Sahabat Tani di sel dua (tumbuh dan bina). Pada analisis SWOT diperoleh berbagai alternatif strategi operasional kemudian diolah menggunakan AHP. Hasil analisis AHP menunjukkan strategi operasional pemasaran paling dipengaruhi oleh faktor kemasan dan label (0,539). Aktor berpengaruh adalah divisi pemasaran (0,506). Tujuan utama mengoptimalkan keuntungan (0,545), strategi pemasaran paling prioritas *weakness-threat* (W-T) yaitu memperbaiki kemasan komoditas terung ungu (0,400). Pada analisis perbandingan kemasan digunakan metode VIEW kepada konsumen. Nilai total rata-rata pada kemasan baru yaitu sebesar 4,5 (sangat tinggi) sedangkan kemasan lama mendapatkan nilai total rata-rata sebesar 1,7 (sangat rendah).

Kata kunci: AHP, strategi operasional, terung ungu, VIEW

ABSTRACT

RENAWATI. Analysis of Operational Marketing Strategy for Purple Eggplant (*Solanum melongena*) Commodity Poktan Sahabat Tani Banten. Supervised by MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Purple eggplant is one of the horticultural commodities cultivated in Banten. The Sahabat Tani Farmers Group has problems with the sale of purple eggplant commodities, demand is low and sales are not yet optimal. The research objective is to formulate appropriate alternative marketing operational strategies. The research was carried out from November 2023 to March 2024 located in Muncang District, Banten. Based on the IFE and EFE and IE environmental analysis, the Poktan Sahabat Tani purple eggplant product is in cell two (growth and build). In the SWOT analysis, various alternative operational strategies were obtained and then processed using AHP. The results of the AHP analysis show that marketing operational strategies are most influenced by packaging and labeling factors (0,539). The influential actor is the Marketing Division (0,506). The main goal is optimize profits (0,545), weakness-threat (W-T) priority marketing strategy is to improving the packaging of purple eggplant products (0,400). In the packaging comparison analysis, the VIEW method was used for consumers. The average total score for the new packaging was 4,5 (very high) while the old packaging 1,7 (very low).

Keywords: AHP, operational strategy, purple eggplant, VIEW



**Judul Proyek Akhir : Analisis Strategi Operasional Pemasaran Komoditas Terung
Ungu (*Solanum Melongena*) Poktan Sahabat Tani Banten**

Nama : Renawati
NIM : J0310201115

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

**Pembimbing :
Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M. AP.**

Diketahui oleh

**Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPL 201811198309142016**

**Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M. T.
NIP. 196607171992031003**

**Tanggal Ujian:
28 Mei 2024**

Tanggal Lulus:

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian 2024 ini “Strategi Operasional Pemasaran Komoditas Terung Ungu Poktan Sahabat Tani Banten”. Terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M. AP, selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahnya dalam pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada Kelompok Tani Sahabat Tani Kang Hikmat, Kang Gempur, Kang Asep, Kang Dadan dan Teh Damay selaku Penyuluh Dinas Pertanian Kecamatan Muncang. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Alm. Bapak, Mama, Mak Acih Suarsih, Bi Eni, Nek Ela, adik saya Muhammad Rafial dan Siti Asillatul Husna. Terimakasih kepada Eky Muhammad Rizky dan teman-teman seperjuangan di prodi Manajemen Agribisnis. Terkhusus teman satu PKL Putri Lestari dan Daniela Mariboto saya ucapkan terima kasih, seluruh keluarga, serta teman-teman atas segala doa dan dukungannya. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

Bogor, Mei 2024

Renawati



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	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 Strategi Pemasaran	5
2.3 IFE Matriks	8
2.4 EFE Matriks	8
2.5 SWOT Matriks	8
2.6 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	8
2.7 Penelitian Terdahulu	8
2.8 Kerangka Pemikiran	10
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
3.2 Data dan Sumber Data	12
3.3 Metode Analisis Penelitian	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Karakteristik Responden Pembobotan SWOT	22
4.3 Analisis Lingkungan Poktan Sahabat Tani	24
4.4 Perumusan Strategi Operasional Pemasaran Komoditas Terung Poktan Sahabat Tani	31
4.4 Implementasi Strategi Operasional	46
V SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	72



DAFTAR TABEL

1.1	Data konsumsi sayuran di Kelompok Sahabat Tani 2022	2
1.2	Luas panen, produktivitas, dan produksi terung menurut Kabupaten dan Kota di Provinsi Banten tahun 2021	3
2.1	Penelitian terdahulu	9
3.1	Matriks IFE	14
3.2	Matriks EFE	14
3.3	Skala dasar perbandingan berpasangan	16
3.4	Nilai random indeks (RI)	17
3.5	Pemetaan bobot skala Likert	18
3.6	Rentang skala Likert	19
4.1	Jenis kelamin responden	23
4.2	Pendidikan responden	23
4.3	Jabatan responden	24
4.4	Perbedaan harga terung <i>grade A</i> dan <i>grade B</i>	27
4.5	Laju pertumbuhan PDRB ADHK di Provinsi Banten (persen)	29
4.6	Hasil matriks IFE Poktan Sahabat Tani	32
4.7	Hasil matriks EFE Poktan Sahabat Tani	35
4.8	Matriks SWOT	37
4.9	Prioritas dan bobot level faktor terhadap <i>goal</i>	40
4.10	Prioritas dan bobot level aktor terhadap faktor	41
4.11	Prioritas dan bobot level tujuan terhadap aktor	42
4.12	Prioritas dan bobot level strategi terhadap tujuan	43
4.13	Strategi prioritas pakar 1 divisi pemasaran	44
4.14	Strategi prioritas pakar 2 Penyuluh Dinas Pertanian Muncang	45
4.15	Strategi prioritas pakar 3 akademisi pemasaran	45
4.16	Hasil penilaian perbandingan kemasan lama dengan kemasan baru	51

DAFTAR GAMBAR

1.1	Statistik produksi tanaman hortikultura Provinsi Banten 2021	1
2.1	Bagan alir penelitian	11
4.1	Logo Kelompok Tani Sahabat Tani	20
4.2	Struktur organisasi pada Kelompok Tani Sahabat Tani	21
4.3	Distribusi komoditas terung Poktan Sahabat Tani	26
4.4	Matriks IE Poktan Sahabat Tani	36
4.5	Konsumen terung berdasarkan jenis kelamin	47
4.6	Konsumen terung berdasarkan usia	47
4.7	Konsumen terung berdasarkan domisili	48
4.8	Konsumen terung berdasarkan pendidikan	48
4.9	Konsumen terung berdasarkan pekerjaan	49
4.10	Konsumen terung berdasarkan pendapatan	50
4.11	Kemasan terung sebelum dan sesudah pengembangan	50

DAFTAR LAMPIRAN

1a	Penentuan bobot terhadap faktor-faktor strategis internal	60
1b	Penentuan bobot terhadap faktor-faktor strategis eksternal	62
2a	Penentuan rating faktor-faktor internal	64
3b	Nilai bobot dan rating faktor-faktor eksternal	65
4	AHP menggunakan <i>expert choice</i>	65
5	Hierarki AHP secara vertikal	68
6	AHP pengolahan AHP vertikal	69
7	Pengolahan hasil kuesioner metode Likert pada metode VIEW	70