



PERLUASAN PASAR BERDASARKAN PRIORITAS BAURAN PEMASARAN MELON HIDROPONIK DI PT AGROOBOT BANGUN NUSANTARA TANGERANG SELATAN

FAYZA ANDANI



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

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Perluasan Pasar Berdasarkan Prioritas Bauran Pemasaran Melon Hidroponik di PT Agroobot Bangun Nusantara Tangerang Selatan” 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, Agustus 2025

Fayza Andani
J1310211026

- 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

FAYZA ANDANI. Perluasan Pasar Berdasarkan Prioritas Bauran Pemasaran Melon Hidroponik di PT Agroobot Bangun Nusantara Tangerang Selatan. Dibimbing oleh SAFIRA FATHIN.

PT Agroobot Bangun Nusantara Tangerang Selatan memproduksi melon hidroponik, terdapat *grade* melon yang belum terserap pasar. Tujuan penelitian ini diantaranya mengidentifikasi bauran pemasaran serta penilaian konsumen terhadap bauran pemasaran perusahaan, menentukan prioritas bauran pemasaran, menganalisis penerapan prioritas bauran pemasaran, dan menganalisis aspek finansial pendapatan dan R/C rasio setelah penerapan prioritas bauran pemasaran. Metode yang digunakan meliputi bauran pemasaran, AHP, dan analisis finansial pendapatan serta R/C rasio. Hasil penelitian diantaranya, bauran pemasaran di perusahaan, bauran produk berupa melon hidroponik sweet net dan inthanon; bauran harga berdasarkan *grade*; bauran distribusi memiliki dua saluran distribusi; dan bauran promosi menggunakan sosial media Instagram dan WhatsApp, penilaian responden terhadap bauran pemasaran berada di skala efektif. Prioritas bauran pemasaran berdasarkan hasil AHP adalah meningkatkan penetrasi pasar dan baruan distribusi berupa menambah jumlah mitra pasar. Penerapannya adalah menambah jumlah mitra pasar tengkulak dan pengecer di Jabodetabek, hasil pendapatan meningkat menjadi Rp16.974.550 dan R/C rasio nya 1,09.

Kata kunci: AHP, bauran pemasaran, melon, pendapatan, R/C rasio

ABSTRACT

FAYZA ANDANI. Market Expansion Based on Marketing Mix Priorities of Hydroponic Melon at PT Agroobot Bangun Nusantara South Tangerang. Supervised by SAFIRA FATHIN.

PT Agroobot Bangun Nusantara South Tangerang produces hydroponic melons, there are grades of melons that the market has not absorbed. The objective of this research includes identifying the marketing mix and consumer assessment of the company's marketing mix, determining marketing mix priorities, analyzing the implementation of marketing mix priorities, and analyzing the financial aspects of income and R/C ratio after implementing marketing mix priorities. The methods used include marketing mix, AHP, and financial analysis of income and R/C ratio. The results of this research, marketing mix in the company, product mix is hydroponic melon sweet net and inthanon, price mix is determined based on grade, distribution mix has two distribution channels, and promotion mix used social media Instagram and WhatsApp, respondent's assessment of the marketing mix is on the effective scale. Based on the AHP result, the marketing mix priority is to increase market penetration and the distribution mix by adding a market partner. The implementation is adding market partners, middlemen and fruit shop retailers in Jabodetabek, the income increased to Rp16.974.550 and the R/C ratio was 1,09.

Keywords: AHP, marketing mix, melon, R/C ratio



@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.

© 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.



PERLUASAN PASAR BERDASARKAN PRIORITAS BAURAN PEMASARAN MELON HIDROPONIK DI PT AGROOBOT BANGUN NUSANTARA TANGERANG SELATAN

FAYZA ANDANI

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 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

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Nurlela, S.P., M.Si.



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

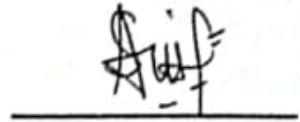
- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan 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 : Perluasan Pasar Berdasarkan Prioritas Bauran
Pemasaran Melon Hidroponik di PT Agroobot Bangun
Nusantara Tangerang Selatan

Nama : Fayza Andani
NIM : J1310211026

Disetujui oleh

Pembimbing:
Safira Fathin, S.E., M.Sc.



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: 4 Juli 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 bula Juli 2024 sampai bulan Februari 2025 dengan judul Perluasan Pasar Berdasarkan Prioritas Bauran Pemasaran Melon Hidroponik di PT Agroobot Bangun Nusantara Tangerang Selatan.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Safira Fathin, S.E., M.Sc., yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Muhammad Khairullah Hakim, S.Kom. yang telah memberi izin magang, para pemimpin perusahaan, para staf dan admin Syifa Fauziah, S.Tr.P., serta para karyawan dari PT Agroobot Bangun Nusantara yang telah banyak membantu penulis selama proses pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga, teman-teman seperjuangan Manajemen Agribisnis angkatan 58 yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya selama menempuh pendidikan di Sekolah Vokasi IPB.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada karya ilmiah dan mengharapkan kritik serta masukan yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Fayza Andani

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
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 Melon	5
2.2 Strategi Perluasan Pasar	5
2.3 Bauran Pemasaran	6
2.4 <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i>	6
2.5 Analisis Finansial	8
2.6 Kerangka Operasional	8
III METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu PKL	10
3.2 Data dan Instrumen	10
3.3 Metode Analisis Data	11
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	18
4.2 Bauran Pemasaran 4P Melon Hidroponik di PT ABN Tangerang Selatan	27
4.3 Penilaian Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran 4P Melon Hidroponik di PT ABN Tangerang Selatan	32
4.4 Analisis Prioritas Bauran Pemasaran 4P Melon Hidroponik PT ABN Tangerang Selatan dengan Metode AHP	37
4.5 Penerapan Prioritas Bauran Pemasaran 4P Melon Hidroponik PT Agroobot Bangun Nusantara Tangerang Selatan	48
4.6 Analisis Finansial Pendapatan dan R/C <i>ratio</i> Sebelum dan Sesudah Penerapan Prioritas Bauran Pemasaran	52
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	75



DAFTAR TABEL

1	Jumlah produksi melon (ton) di Provinsi Banten 2021–2023	2
2	Data jumlah produksi dan penjualan buah melon hidroponik varietas sweet net dan inthanon PT ABN Tangerang Selatan tahun 2024	3
3	Jumlah produksi dan persentase <i>grade</i> melon hidroponik varietas sweet net	3
4	Jenis data dan sumber data	10
5	Persepsi dan bobot persepsi	12
6	Rentang skala persepsi konsumen	12
7	Nilai dan definisi pendapatan kualitatif	16
8	Matriks perbandingan kriteria	16
9	Bangunan dan luas bangunan di PT ABN Tangerang Selatan	22
10	Mesin dan peralatan di PT ABN Tangerang Selatan	22
11	Jabatan dan jumlah tenaga kerja di PT ABN Tangerang Selatan	23
12	Perbedaan buah melon varietas sweet net dan inthanon	28
13	Spesifikasi <i>grade</i> varietas sweet net	28
14	Spesifikasi <i>grade</i> varietas inthanon	29
15	Daftar harga varietas melon sweet net dan inthanon	30
16	<i>Farmer's share</i> saluran distribusi awal varietas sweet net	31
17	<i>Farmer's share</i> saluran distribusi awal varietas inthanon	31
18	Karakteristik responden melon hidroponik PT ABN Tangerang Selatan	32
19	Alasan pembelian dan sumber informasi pembelian	33
20	Penilaian responden terhadap bauran produk	34
21	Penilaian responden terhadap bauran harga	35
22	Penilaian responden terhadap bauran distribusi	36
23	Penilaian responden terhadap bauran promosi	36
24	Skala keefektifan bauran pemasaran melon hidroponik di PT ABN Tangerang Selatan	37
25	Isu dan alternatif program pada bauran produk	39
26	Isu dan alternatif program pada bauran harga	40
27	Isu dan alternatif program pada bauran distribusi	40
28	Isu dan alternatif program pada bauran promosi	41
29	Bobot dan prioritas bauran berdasarkan tujuan pemasaran	43
30	Bobot dan prioritas berdasarkan tujuan pemasaran	43
31	Bobot dan sub bauran berdasarkan tujuan meningkatkan penetrasi pasar	44
32	Bobot dan sub bauran berdasarkan tujuan menghadapi persaingan	45
33	Bobot dan sub bauran berdasarkan tujuan meningkatkan penjualan	45
34	Bobot dan prioritas bauran pemasaran	46
35	Bobot dan prioritas sub bauran pemasaran	46
36	Perbedaan buah melon varietas sweet net dan inthanon	48
37	Spesifikasi <i>grade</i> varietas sweet net	48
38	Spesifikasi <i>grade</i> varietas inthanon	49
39	Daftar harga melon varietas sweet net dan inthanon	50
40	<i>Farmer's share</i> melon varietas sweet net sesudah penerapan prioritas bauran pemasaran	51
41	<i>Farmer's share</i> melon varietas inthanon sesudah penerapan prioritas bauran pemasaran	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

IPB University



42	Perbandingan R/C <i>ratio</i> sebelum dan sesudah penerapan prioritas bauran pemasaran dalam periode satu bulan	53
43	Perbedaan bauran pemasaran sebelum dan sesudah penerapan prioritas bauran pemasaran	53

DAFTAR GAMBAR

1	Data produksi melon di Indonesia dari tahun 2020–2023	1
2	Kerangka pemikiran operasional	9
3	Bauran pemasaran	13
4	Struktur <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP)	15
5	Logo PT Agroobot Bangun Nusantara	18
6	Struktur organisasi PT Agroobot Bangun Nusantara	19
7	Kemasan buah melon hidroponik	30
8	Saluran distribusi buah melon hidroponik PT ABN Tangerang Selatan	31
9	Strategi prioritas bauran pemasaran buah melon hidroponik PT ABN Tangerang Selatan	47
10	Kemasan buah melon hidroponik	50
11	Saluran distribusi buah melon hidroponik PT Agroobot Bangun Nusantara	51

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner konsumen	60
2	Kuesioner AHP	63
3	Margin pemasaran sweet net	72
4	Margin pemasaran inthanon	73
5	Dokumentasi kegiatan	74