

**STRATEGI PEMASARAN SAYURAN ORGANIK
CV. TANI ORGANIK MERAPI YOGYAKARTA**

Skripsi



**Diajukan oleh :
Prasedo Fajar Hutomo
20160220025**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**Strategi Pemasaran Sayuran Organik
CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta**

Skripsi



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOHYAKARTA**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ilmiah atau skripsi saya yang berjudul “Strategi Pemasaran Sayuran Organik CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ilmiah ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya setelah mendapatkan arahan dari Tim Pembimbing. Oleh karena itu, saya menyetujui pemanfaatan karya tulis ini dalam berbagai forum ilmiah maupun pengembangan dalam bentuk karya ilmiah oleh Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ilmiah ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis yang dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ilmiah ini serta sanksi lainnya yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 30 Januari 2021

MATERAI TEMPEL
AFAC9AHF877257052
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Fajar Hutomo
Fajar Hutomo

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Penulis panjatkan Segala Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya yang telah dicurahkan kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Sayuran Organik CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta** diselesaikan dengan baik. Atas terselesaikannya skripsi ini penulis mengucapkan kepada pihak pihak yang telah memberikan bantuannya skripsi dapat selesai dengan lancar, terutama kepada :

1. Ibu Ir. Diah Rina Kamardiani, M.P. Selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan dan masukan selama penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Dr. Susanawati, S.P., M.P. Selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan dan masukan selama penyelesaian skripsi ini,
3. Bapak Dr. Ir. Widodo, M.P. Selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran untuk skripsi ini sehingga dapat menjadi lebih baik.
4. Kedua orang tua saya; Bapak Soesilo M. Noor dan Ibu Eni Sulistiowati serta kedua adik saya; Laras Prasasti dan Devano Prasetya Ramadhan yang telah memberi doa dan menjadi penyemangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta yang telah memberikan izin dan informasi selama penulis melakukan penelitian dan terselesaikannya skripsi ini.

6. Keluarga Kontrakan Muslim; Ponok, Pilhaq, Deak, Indrak, Golok, Butet, Ipal, Salsa, Supri, Bokep, Kukuh Delpi dan Arya nya Salsa yang sudah menjadi rumah selama penulis merantau di Yogyakarta.
7. Teman seperjuangan selama masa kuliah Trah Megan; Iqbal, Aji, Gembelung, Edobray, Reza, Andirpa, Gendruwh, Aep, Srontol, Bujang, Bones, Alday, Mukri, Restu Master, Agus, Kukoh yang sudah memberikan dukungan moral dan jamuan yang mantab.
8. Teman teman Agribisnis A yang telah memberikan semangat dan masukan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Terutama teman seperbimbingan Kiki dan Desi mantul kalian.
9. Tim Basket FP UMY yang sudah setia menemani dalam kekosongan dan kebingungan kegiatan.
10. Keluarga Besar AML dan HIPMALA yang telah menjadi tempat belajar dan berkembang.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis dengan kerendahan hati mengucapkan maaf dengan segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, Januari 2021

Prasedo Fajar Hutomo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
LAMPIRAN	viii
INTISARI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan.....	5
C. Kegunaan	5
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI	7
A. Tinjauan Pustaka	7
1. Pertanian Organik	7
2. Sayuran Organik.....	9
3. Pemasaran	10
4. Strategi Pemasaran.....	11
5. Lingkungan Perusahaan	19
6. Analisis SWOT.....	21
7. Analisis QSPM	26
B. Kerangka Pemikiran.....	26
III. METODE PENELITIAN	30
A. Pengambilan Sampel	30
1. Lokasi.....	30
2. Responden	30
B. Teknik Pengumpulan Data	31
C. Definisi Operasional.....	32
D. Teknik Analisis	36
1. Analisis Matriks IFE dan EFE.....	36
2. Analisis Matrik IE.....	40

3. Analisis Matriks SWOT.....	41
4. QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	42
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	45
A. Keadaan Umum.....	45
1. Letak Geografis	45
2. Topografi.....	45
3. Jenis Tanah.....	46
4. Keadaan Pertanian	46
B. CV. Tani Organik Merapi.....	46
1. Sejarah perusahaan	46
2. Lokasi Perusahaan	48
3. Bidang Usaha	48
4. Bidang Bisnis	49
5. Struktur Organisasi	52
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Analisis Lingkungan Perusahaan	55
1. Analisis Lingkungan Internal	55
2) Analisis Lingkungan Eksternal.....	66
B. Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)	77
C. Analisis Matriks SWOT	77
D. Analisis QSPM.....	81
VI. PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Nutrisi Sayuran Organik dan Konvensional	2
Tabel 2. Produk CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.....	4
Tabel 3. Format penilaian produk.....	32
Tabel 4. Format lokasi pembelian	33
Tabel 5. Format indikator sumber informasi.....	34
Tabel 6. Penilaian bobot faktor strategis internal perusahaan.....	37
Tabel 7. Penilaian bobot faktor strategis eksternal perusahaan.....	38
Tabel 8. Format matriks IFE	39
Tabel 9. Format matriks EFE	40
Tabel 10. Matriks SWOT	42
Tabel 11. QSPM	44
Tabel 12. Supermarket yang menjadi mitra CV. TOM	51
Tabel 13. Matriks IFE CV. TOM	56
Tabel 14. Distribusi pendapat konsumen terhadap kesegaran produk.....	57
Tabel 15. Distribusi pendapat konsumen terhadap rasa produk.....	58
Tabel 16. Distribusi tanggapan konsumen terhadap kemasan produk.....	59
Tabel 17. Distribusi pendapat konsumen terhadap variasi produk.....	60
Tabel 18. Distribusi pendapat konsumen terhadap kemudahan mendapatkan produk	61
Tabel 19. Tempat konsumem membeli produk CV. TOM	61
Tabel 20. Sumber informasi konsumen mengenai CV.TOM.....	64
Tabel 21. Distribusi pendapat konsumen terhadap harga produk	65
Tabel 22. Data Karyawan CV. TOM.....	65
Tabel 23. Matriks EFE	67
Tabel 24. Distribusi karakteristik konsumen berdasarkan domisili.....	69
Tabel 25. Distribusi karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan	70
Tabel 26. Matriks SWOT CV. TOM Yogyakarta	78
Tabel 27. QSPM CV. TOM Yogyakarta.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2. Matriks IE	41
Gambar 3. Struktur organisasi CV. Tani organik Merapi Yogyakarta	52
Gambar 4. Sayuran yang baru dipanen	58
Gambar 5. Kemasan Produk CV. TOM.....	59
Gambar 6. Konsumsi sayur per kapita sehari tingkat Provinsi 2016.....	68
Gambar 7. Perbandingan harga brokoli	75
Gambar 8. Perbandingan harga buncis	75
Gambar 9. Matriks IE CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.....	77

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Harga Produk CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta	88
Lampiran 2. Jumlah Permintaan Sayuran Organik.....	89
Lampiran 3. Penjualan Sayuran Organik	90
Lampiran 4. Persentase Pemenuhan Permintaan Sayuran Organik.....	91
Lampiran 5. Penentuan Bobot Matriks IFE	92
Lampiran 6. Penentuan Bobot Matriks EFE	93
Lampiran 7. Penentuan Rating Matriks IFE.....	94
Lampiran 8. Penentuan Rating Matriks EFE.....	94
Lampiran 9. Penentuan QSPM.....	95
Lampiran 10. Sertifikat Organik CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta	96
Lampiran 11. Sayuran Organik CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.....	97