

**STRATEGI PEMASARAN BERAS ORGANIK KOMUNITAS PETANI  
ORGANIK LEMBAH SUOH LAMPUNG BARAT**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh:**

**Anang Baskara**

**20180220081**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

**STRATEGI PEMASARAN BERAS ORGANIK  
KOMUNITAS PETANI ORGANIK LEMBAH SUOH  
LAMPUNG BARAT**

**Skripsi**

**Diajukan Kepada Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Pertanian**

**Disusun oleh :**

**Anang Baskara**

**20180220081**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan , rumusan dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain. Kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya setelah mendapatkan arahan dan saran dari Tim Pembimbing. Oleh karena itu, saya menyetujui pemanfaatan karya tulis ini dalam forum ilmiah, maupun pengembangan dalam bentuk karya ilmiah lain oleh Tim Pembimbing.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan di daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidaksihonestan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena karya tulis ini. Serta sanksi lainnya sesuai dengan nama yang berlaku perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 6 Maret 2023  
Yang membuat Pernyataan



Anang Baskara

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan petunjuk, kemudahan, kekuatan, dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Beras Organik Komunitas Petani Organik Lembah Suoh Lampung Barat” ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian. Penulisan skripsi ini dapat terwujud tentu saja tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ir. Indira Prabasari, M.P., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Zuhud Rozaki, S.P., M.App.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Ir. Sriyadi, M.P., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, waktu dan dorongan selama penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Susanawati, S.P., M.P selaku dosen penguji utama dan Dr. Ir. Nur Rahmawati, M.P selaku dosen penguji pendamping yang telah memberikan saran serta masukan sehingga mebuat skripsi penulis menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen, staf dan civitas akademika Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Kedua orang tua, Bapak Edi Santoso, Ibu Suginem, yang tiada hentinya memberikan doa kepada penulis, memberikan kasih sayang, perhatian, dan dukungan maupun material.
7. Saudara kandung, Wiwik Widia Astuti selaku kakak yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Semua keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan doa yang terbaik.
9. Tiara Ceceilia yang selalu meluangkan waktu, selalu menawarkan bantuan, dukungan dan nasehat kepada penulis.
10. Teman teman seperjuangan, Adit, Ucup, Aswin, Rudi, Shofi, teman-teman seperjuangan IMM FP UMY serta teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2018, Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan perjuangan bersama selama ini.
11. Kepada Bapak Edi Santoso serta para pengurus komunitas KPO. Lembah Suoh yang telah membantu kebutuhan informasi data yang dibutuhkan.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 6 Maret 2023



Anang Baskara

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
INTISARI .....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian .....	6
C. Manfaat Penelitian .....	7
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI .....	8
A. Tinjauan Pustaka .....	8
1. Pertanian Organik .....	8
2. Padi Organik .....	9
3. Pemasaran .....	10
4. Strategi Pemasaran.....	11
5. Bauran Pemasaran.....	12
6. Lingkungan Luar.....	15
7. Analisis SWOT .....	16
8. Analisis QSPM.....	20
B. Kerangka Berpikir.....	20
III. METODE PENELITIAN .....	23
A. Metode Pengambilan Sempel.....	23
1. Penentuan Lokasi Penelitian .....	23
2. Responden.....	23
B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	24
1. Data Primer .....	24
2. Data Sekunder .....	25
C. Batasan Masalah .....	25
D. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	25
1. Kekuatan/ <i>Strength</i> .....	25
2. Kelemahan/ <i>Weakness</i> .....	26
3. Peluang/ <i>Opportunity</i> .....	27
4. Ancaman/ <i>Threats</i> .....	27
E. Teknik Analisis Data.....	28

1. Tahap Masukan .....	28
2. Tahap Pencocokan .....	34
3. Tahap Keputusan.....	36
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	39
A. Keadaan Umum Komunitas .....	39
1. Letak Geografis .....	39
2. Topografi.....	39
3. Jenis Tanah.....	39
4. Keadaan Pertanian.....	40
B. Komunitas Petani Organik Lembah Suoh.....	40
1. Sejarah Komunitas .....	40
2. Lokasi Komunitas .....	41
1. Bidang Usaha .....	42
2. Bidang Bisnis .....	42
3. Struktur Organisasi .....	43
C. Profil Konsumen .....	45
1. Alamat Konsumen.....	45
2. Usia Konsumen .....	46
3. Jenis Kelamin Konsumen.....	47
4. Tingkat Pendidikan Konsumen .....	47
5. Profesi Konsumen .....	48
6. Tingkat Pendapatan Konsumen .....	49
7. Jumlah Anggota Keluarga Konsumen .....	49
8. Lama Berlanggan Konsumen.....	50
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	51
A. Analisis Lingkungan Internal.....	51
1. Produk .....	51
2. Harga.....	57
3. Promosi .....	59
4. Tempat .....	61
B. Analisis Lingkungan Eksternal .....	62
1. Konsumen .....	62
2. Sosial Budaya.....	63
3. Teknologi Informasi.....	64
4. Persaingan .....	65
C. Analisis Faktor internal dan Eksternal .....	66
1. Analisis Faktor Kekuatan dan Kelemahan .....	67
2. Analisis Faktor Peluang dan Ancaman .....	72
D. Analisis Matriks IE dan SWOT .....	75
1. Analisis Matriks Internal-Eksternal .....	75
2. Analisis Matriks SWOT .....	76
E. Analisis QSPM.....	79
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	81

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN .....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi Menurut Kabupaten di Lampung Tahun 2018.....	3
Tabel 2. Produksi KPO Lembah Suoh Lampung Barat .....	5
Tabel 3. Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal KPO.....	30
Tabel 4. Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal KPO .....	31
Tabel 5. Format Matriks IFE.....	33
Tabel 6. Format Matriks EFE .....	33
Tabel 7. Matriks Strengths Weakness Opportunity Threats (SWOT) .....	36
Tabel 8. Quantitative Strategic Planning Matriks .....	38
Tabel 9. Distribusi Alamat Konsumen.....	46
Tabel 10. Distribusi Usia Konsumen .....	46
Tabel 11. Distribusi Jenis Kelamin Konsumen.....	47
Tabel 12. Distribusi Tingkat Pendidikan Konsumen .....	48
Tabel 13. Distribusi Pekerjaan Konsumen .....	48
Tabel 14. Distribusi Pendapatan Konsumen .....	49
Tabel 15. Distribusi Jumlah Tanggungan Konsumen .....	50
Tabel 16. Distribusi Lama Berlanggan Konsumen .....	50
Tabel 17. Pendapat Konsumen Terhadap Variasi Produk .....	52
Tabel 18. Pendapat konsumen terhadap produk bersertifikasi organik .....	54
Tabel 19. Pendapat Konsumen Terhadap Kebersihan Produk.....	54
Tabel 20. Pendapat Konsumen Terhadap Keharuman Produk .....	55
Tabel 21. Pendapat Konsumen Terhadap Rasa Produk .....	55
Tabel 22. Pendapat Konsumen Terhadap Daya Simpan Produk .....	56
Tabel 23. Pendapat KPO Terhadap Kebutuhan Pasar akan Produk Beras Organik.....	56
Tabel 24. Variasi Harga Beras Organik KPO .....	57
Tabel 25. Pendapat Konsumen Terhadap Harga Produk .....	58
Tabel 26. Perbandingan Harga Beras Organik dengan Beras Non-Organik.....	59
Tabel 27. Mendapatkan Informasi Pertama Kali .....	60
Tabel 28. Jumlah Mitra Serta Jaringan Pemasaran .....	61
Tabel 29. Pengaruh Statement Terhadap Minat Membeli .....	64
Tabel 30. Kemudahan Mendapatkan Informasi KPO .....	65
Tabel 31. Terdapat Isu Produk Beras dengan Klaim Organik .....	66
Tabel 32. Matriks IFE .....	71
Tabel 33. Matriks EFE .....	74
Tabel 34. Matriks Strengths, Weakness, Opportunity, Threats .....	77
Tabel 35. QSPM.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2. Matriks IE.....	34
Gambar 3. Struktur Organisasi.....	44
Gambar 4. Produk Beras Organik.....	52
Gambar 5. Sertifikat Inofice.....	53
Gambar 6. Akun sosial media KPO.....	60
Gambar 7. Matriks IE.....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Harga Produk KPO. Lembah Suoh Lampung Barat .....	85
Lampiran 2. Jumlah Mitra Serta Jaringan Pemasaran.....	85
Lampiran 3. Beras Organik KPO. Lembah Suoh.....	85
Lampiran 4. Sertifikat Organik Inofice .....	86