STRATEGI PEMASARAN PRODUK SAYURAN KEBUN ILMIAH FAPETRIK

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare

RUSLI
218170060

Telah Diperiksa dan Disetujui,

Pada tanggal: 13 SEP 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Nurhapsah,S.P.,M.Si.	Dr.Sukmawati,S.P.,M.P.
NBM.938 319	NBM.1175 442

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Kaprodi
Dr.Sukmawati,S.P,M.P	Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr.
NBM.1175442	NBM.1103201

Tanggal Lulus

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
PAREPARE
2025

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SAYURAN KEBUN ILMIAH FAPETRIK

SKRIPSI

RUSLI
218170060

Telah Diperiksa dan Disetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Nurhapsah,S.P.,M.Si.	Dr Sukmawati,S.P.,M.P.
NBM.938 319	NBM.1175 442

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Ketua Program Studi
Dr.Sukmawati,S.P,M.P	Edi Kurnjawan,S.P.,M.Aqr.
NBM.1175442	NBM.1103201

Isi Skripsi Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 30 Agustus 2025

Susunan Dewan penguji:

Ketua	Tanda Tangan
Dr. Nurhapsah, S.P.,M.Si. NBM. 938 319	
Anggota I Dr. Sukmawati,S.P.,M.P. NBM.1175 442	
Anggota II Dr.Ir.Muh. Ikbal Putera,M.Si. NBM.862 924	
Anggota III Abd.Rahim, S.P.,M.P. NBM.1463077	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Tanggal : 18 SEP 2025

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan

Dr.Sukmawati,S.P,M.P

NBM.1175442

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: RUSLI
Nomor Induk Mahasiswa	: 218170060
Program Studi	: Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"STRATEGI PEMASARAN PRODUK SAYURAN KEBUN ILMIAH FAPETRIK"** adalah benar-benar hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan sebagian atau keseluruhan tulisan atau pemikiran orang lain, semua sumber data dan informasi telah jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 30 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



RUSLI

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum WR. WB.

Alhamdulillah, puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah Swt. Zat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Starategi Pemasaran produk sayuran Kebun Ilmiah Fapetrik ". Shalawat dan salam tak lupa kita curahkan kepada baginda Rasulullah Saw. yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukunngan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada orang tua penulis Uwa' kanto dan ibu Sariah yang mendoakan setiap saat dan menyediakan segala bentuk materi untuk anaknya yang tercinta ini. Terima kasih dan penghargaan yang sebesar – besarnya kepada Dr. Nurhapsa, S.P.,M.Si. Sebagai pembimbing I dan Dr.Sukmawati, S.P.,M.P. sebagai pembimbing II yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan dan saran yang sangat berharga kepada penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada :

1. Dr. Sukmawati, S.P.,M.P. selaku dekan fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan beserta jajarannya.
2. Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr. sebagai Kaprodi AgriBisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare.
3. Dr. Ir. Muh. Ikbal Putera, M.Si. sebagai penguji I dan dosen Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare.
4. Abd. Rahim, S.P., M.P. sebagai penguji II dan dosen Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare.
5. Irninthya Nanda Pratami Irwan, SE., M.Agr. Selaku Wakil dekan I Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare. yang sebagai motivator bagi penulis.
6. Gustia S.Tr.Ak yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi.
7. Rusidi, Sukardi, Jupu, Heri Setiawan dan Reskiman yang telah banyak membantu selama penelitian.
8. Teman-teman yang memiliki hobi yang sama, serta seperjuangan dalam lingkup Ikatan Pelajar Mahasiswa Pattinjo (IPMP), KBM FAPETRIK UMPAR, Himpunan Mahasiswa Agri Bisnis (HIMAGRISTA), BEM FAPETRIK UMPAR, Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Ikatan Senat Mahasiswa Pertanian Indonesia (ISMPI) Wilayah V, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM).

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna. Penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan Skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis. penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga Allah Swt. senantiasa

melimpahkan rahmat dan rida-Nya Kepada kita semua.

Aamin. Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat,

Sikitaang Cege Ta' Sikelorang Magaja.

Yakin Usaha Sampai,

Salam Cinta Damai.

Wassalamu Alaikum WR.WB.

Parepare, 16 Juli 2025

Penulis

Rusli

ABSTRAK

Rusli (218 170 060). Strategi Pemasaran Produk Sayuran Kebun Ilmiah Fapetrik. Dibawah bimbingan **Nurhapsa** dan **Sukmawati**.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pemasaran produk sayuran Kebun Ilmiah FAPETRIK Universitas Muhammadiyah Parepare, meskipun kualitas produknya telah memenuhi standar organik dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran, serta merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi, yang dianalisis menggunakan model SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) melalui matriks IFAS dan EFAS. Kajian penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada kualitas produk segar dan sehat, harga terjangkau, lokasi strategis, tenaga kerja berkompeten, serta sistem budidaya organik, sedangkan kelemahan meliputi keterbatasan promosi digital, kemasan kurang menarik, distribusi sempit, brand belum dikenal luas, dan kapasitas produksi terbatas. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah tren konsumsi sehat, pemanfaatan teknologi digital, dukungan kampus, dan potensi pasar lokal maupun regional, dengan ancaman berupa persaingan produk, fluktuasi harga, perubahan cuaca, serta produk murah dari daerah lain. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang tepat adalah strategi agresif (growth strategy) melalui penguatan promosi digital, perluasan distribusi, peningkatan kualitas kemasan, pengelolaan kapasitas produksi, dan penguatan brand awareness, sehingga produk sayuran Kebun Ilmiah FAPETRIK mampu bersaing di pasar lebih luas serta memberikan manfaat ekonomi dan edukatif bagi kampus dan masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, analisis SWOT, kebun ilmiah, sayuran organik.

ABSTRACT

Rusli (218 170 060). Marketing Strategy for Vegetable Products of the FAPETRIK Scientific Garden**. Supervised by Nurhapsa and Sukmawati.**

This research is motivated by the suboptimal marketing of vegetable products from the FAPETRIK Scientific Garden, Universitas Muhammadiyah Parepare, despite the fact that the product quality already meets organic and sustainable standards. The study aims to identify internal and external factors affecting marketing and to formulate effective strategies for increasing sales. The research method employed is a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, questionnaires, and documentation, and analyzed using the SWOT model (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) through IFAS and EFAS matrices. The study reveals that the main strengths lie in the freshness and quality of the products, affordable prices, strategic location, competent workforce, and organic cultivation systems, while weaknesses include limited digital promotion, unattractive packaging, narrow distribution, low brand recognition, and limited production capacity. Opportunities that can be utilized include the growing trend of healthy consumption, the use of digital technology, campus support, and the potential of local and regional markets, while threats consist of product competition, price fluctuations, weather changes, and cheaper products from other regions. The findings conclude that the appropriate marketing strategy is an aggressive (growth) strategy, implemented through strengthening digital promotion, expanding distribution, improving packaging quality, managing production capacity, and enhancing brand awareness, so that vegetable products from the FAPETRIK Scientific Garden can compete in a wider market while providing economic and educational benefits to the campus and surrounding communities.

Keywords: Marketing strategy, SWOT analysis, scientific garden, organic vegetables.

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

ABSTRAK ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

BAB I. PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang **1**

1.2 Rumusan Masalah **4**

1.3 Tujuan Penelitian **4**

1.4 Manfaat Penelitian **4**

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA **6**

2.1 Kebun Ilmiah Fapetrik **6**

2.2 Produk Sayuran Kebun Ilmiah **7**

2.3 Strategi Pemasaran **12**

2.4 Analisis SWOT **18**

2.4.1 Pengertian Analisis SWOT **18**

BAB III. KERANGKA PIKIR **30**

3.1 Kerangka Pikir **30**

BAB IV. METODE PENELITIAN 32

4.1 Tempat dan Waktu 32

4.2 Populasi dan Sampel 32

4.3 Jenis dan Sumber Data 33

4.4 Teknik Pengumpulan Data 34

4.5 Analisis Data 36

4.6 Definisi Operasional 37

BAB V. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 41

5.1 Profil Kebun Ilmiah 41

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 43

6.1 Karakteristik Responden 43

6.2 Deskripsi Kebun Ilmiah 47

6.3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal 48

6.4 Analisis Strategi Pemasaran Produk Sayuran Kebun Ilmiah 66

6.5 Implikasi Hasil Penelitian 71

BAB VII. PENUTUP 74

7.1. Kesimpulan 74

7.2. Saran 75

DAFTAR PUSTAKA 78

LAMPIRAN - LAMPIRAN 82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks SWOT 18

Tabel 2 Tabel IFAS..... 19

Tabel 3 Tabel EFAS 20

Tabel 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 39

Tabel 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan umur 40

Tabel 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan tingkat pendidikan 41

Tabel 7 Kekuatan..... 48

Tabel 8 Kelemahan 48

Tabel 9 Peluang 48

Tabel 10 Ancaman..... 49

Tabel 11 Matriks IFAS 53

Tabel 12 Matriks EFAS..... 56

Tabel 13 Matriks SWOT..... 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kuadran SWOT..... 21

Gambar 2 Kerangka Pikir..... 27