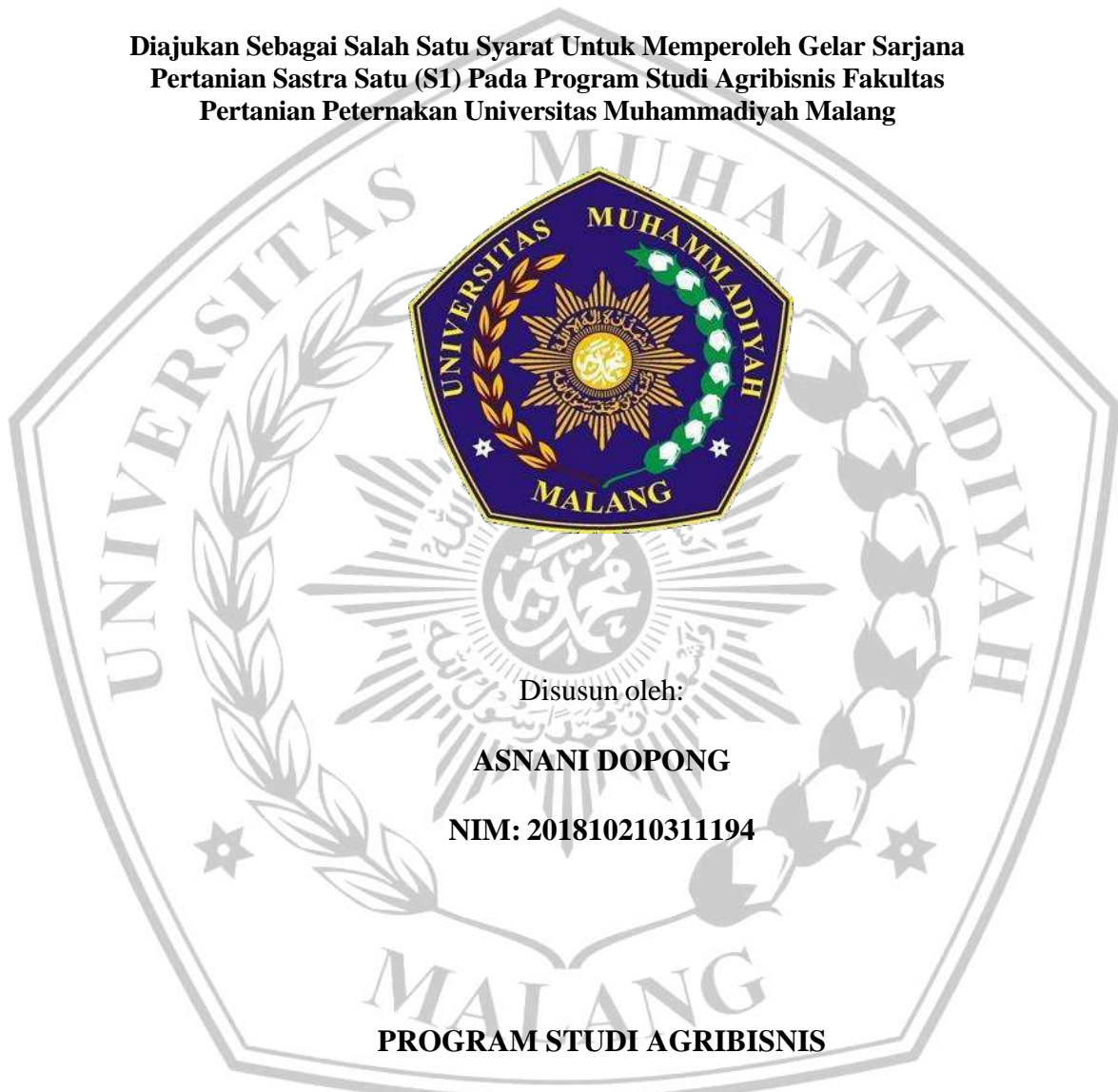


STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIAS PADA UMKM BIBIT

KEMARIN SORE DI DESA SUMBERGONDO KOTA BATU

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Sastra Satu (S1) Pada Program Studi Agribisnis Fakultas
Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang**



Disusun oleh:

ASNANI DOPONG

NIM: 201810210311194

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIAS PADA UMKM BIBIT KEMARIN
SORE DI DESA SUMBERGONDO KOTA BATU**

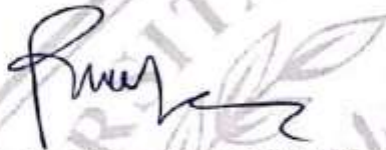
Oleh :

ASNANI DOPONG
NIM : 201810210311194

Disetujui oleh :

Pembimbing Utama,

Tanggal, 05 Maret 2025



Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M
NIP. 196501011990032001

Pembimbing Pendamping,

Tanggal, 05 Maret 2025



Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P
NIP. 10517080608

Malang, 05 Maret 2025
Menyetujui :

Dekan,
Wakil Dekan I,

Ketua Program Studi
Agribisnis,



Ir. Heni Sukorini, M.P., Ph.D., IPM
NIP. 10593110359



Ir. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM
NIP. 170801011992

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIAS PADA UMKM BIBIT KEMARIN
SORE DI DESA SUMBERGONDO KOTA BATU**

Oleh :
ASNANI DOPONG
NIM : 201810210311194

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang
Nomor : E.2.c/044/FPP-UMM/II/2024 dan Rekomendasi Komisi Skripsi
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada tanggal 04 Februari 2025
dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2025

Dewan Penguji :

Penguji I,

Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M
NIP. 196501011990032001

Penguji II,

Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P
NIP. 10517080608

Penguji III,

M. Zul Mazwan, S.P., M.Sc
NIP. 180912071994

Penguji IV,

Fithri Mufriantie S.P., M.P.
NIP. 20210722071976

Malang, 05 Maret 2025
Mengesahkan :



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asnani Dopong
Nim : 201810210311194
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian-Peternakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada UMKN Bibit Kemarin Sore di Desa Sumbergondo Kota Batu” adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bertanggung jawab sepenuhnya terhadap pernyataan ini.

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Rayahu Relawati, M.M

NIP. 196501011990032001

Malang, 12 Maret 2025

Yang menyatakan



The stamp is a yellow rectangular meter stamp with a red border. It features the Garuda Pancasila emblem in the center. The text on the stamp includes '1000' on the left, 'METERAL TEMPEL' in the middle, and '2DAMX218453975' at the bottom. A handwritten signature in blue ink is written over the stamp.

Asnani Dopong

Nim: 201810210311194

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada UMKM Bibit Kemarin Sore Di Desa Sumbergondo Kota Batu”** Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini, antara lain :

1. Bersyukur kepada ALLAH SWT atas segala nikmat karunianya, ridho dan inayahnya dalam pengerjaan skripsi dipermudah serta dilancarkan. Dan sholawatussalam selalu tercurahkan kepada kekasih Allah baginda tercinta Nabi besar Muhammad SAW.
2. Kepada kedua orang tua saya yang saya cintai bapak Latip Dopong dan ibu Mone L. Kalipang Terima kasih tak terhingga selalu mendukung dan mendoakan tanpa henti, mengajarkan banyak arti kesabaran sehingga penulis mendapatkan banyak motivasi agar tetap semangat dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ir. Ary Bakhtiar, SP., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M selaku dosen pembimbing I saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Nur Ocvanny Amir, SP., MP selaku dosen pembimbing II saya sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
6. Pimpinan Bibit Kemarin Sore yang membantu dalam melancarkan penelitian skripsi saya.

7. Teruntuk kaka kandung saya yang saya cintai Sahari Dopong, A.Md.Kep. dan kaka laki-laki Aldo Gala, kalipang Terima kasih tiada tara atas segalanya yang telah diberikan selama ini yang telah menjadi salah satu kekuatan dan penyemangat saya dalam setiap langkah kaki ini agar tetap semangat, dan pantang menyerah akan sebuah kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan angkatan 2018 Agribisnis (D) yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
9. Sahabat yang selalu memberikan dukungan Do'a dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini (Tiya dopong, Fytri Date, Nindy, Nindia, Warda, Gading, Rina)
10. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Karena pada hakikatnya manusia tempat salah dan lupa. Oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan dan kekurangannya. Penulis berharap dengan terselesaikannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat dijadikan referensi bagi pembaca.

ABSTRAK

Asnani Dopong, 201810210311194, Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada UMKM Bibit Kemarin Sore di Desa Sumbergondo Kota Batu. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang. Dibawah Bimbingan Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M dan Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UMKM Bibit Kemarin Sore (2) Memilih strategi pemasaran yang tepat untuk usaha tanaman hias pada UMKM Bibit Kemarin Sore. Adapun metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, tahapannya yaitu menentukan sampel responden dengan memiliki sesuai kriteria yang dibutuhkan peneliti (Prasanti, 2018). Penelitian ini menyoroti karakteristik demografis responden, terutama usia mereka yang memainkan peran penting dalam produktivitas kewirausahaan tanaman hias. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan total 40 responden, mengungkapkan bahwa mayoritas pelanggan berusia antara 31-40 tahun, terutama terdiri dari individu yang bekerja dan ibu rumah tangga yang mencari kegiatan rekreasi di rumah. dalam penelitian ini analisis dipakai yaitu metode analisis deskriptif, analisis SWOT, EFAS serta IFAS. Penelitian ini juga menekankan pentingnya strategi posisi pasar yang melibatkan untuk membangun kepercayaan dan persaingan konsumen . Selain itu, hal ini menunjukkan bahwa memanfaatkan media sosial untuk promosi dapat meningkatkan daya tarik penjualan dan menyoroti keunikan produk sambil mempertahankan harga yang kompetitif. Secara keseluruhan, temuan ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM di sektor tanaman hias dan mengusulkan strategi yang dapat ditindaklanjuti untuk meningkatkan kehadiran pasar dan keterlibatan konsumen.

Kata Kunci : UMKM, Tanaman Hias, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

Asnani Dopong, 201810210311194, Marketing Strategy of Ornamental Plants in UMKM Seeds Yesterday afternoon in Sumbergondo Village, Batu City. Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture and Animal Husbandry. University of Muhammadiyah Malang. Under the guidance of Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M and Nur Ocvanny Amir, S.P., M.P.

This research aims to (1) Identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats in UMKM Seedlings Yesterday Afternoon (2) Choose the right marketing strategy for the ornamental plant business in UMKM Seedlings Yesterday Afternoon. The sampling method in this study uses *purposive sampling*, the stage is to determine a sample of respondents by having the criteria needed by the researcher (Prasanti, 2018). The study highlights the demographic characteristics of respondents, especially their age which plays an important role in the entrepreneurial productivity of ornamental plants. Data collection was conducted through interviews with a total of 40 respondents, revealing that the majority of customers are between the ages of 31-40, mainly consisting of working individuals and housewives looking for leisure activities at home. In this study, the analysis used is the descriptive analysis method, SWOT analysis, EFAS and IFAS. The study also emphasizes the importance of a market position strategy that involves building consumer trust and competition. Additionally, it shows that utilizing social media for promotion can increase sales appeal and highlight the uniqueness of a product while maintaining competitive pricing. Overall, these findings provide insight into the factors influencing the success of UMKM in the ornamental plant sector and propose actionable strategies to improve market presence and consumer engagement.

Keywords: UMKM, Ornamental Plants, Marketing Strategy, SWOT Analysis

DAFTAR ISI

Nomor	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Definisi Operasional	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Tanaman Hias	12
2.2.2 Strategi Pemasaran	14
2.2.3 Bauran Pemasaran	16
2.2.4 Rumusan Strategi Pemasaran	18
2.3 Analisis SWOT.....	19
2.4 Matriks Swot.....	21
2.5 Kerangka Berpikir	25
III. METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Jenis Data	27
3.3 Waktu dan Tempat	28
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Metode Analisis Data	31
3.7 Pengukuran Variabel.....	33
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	35
4.1 Kondisi Umum Penelitian	35
4.2 Kondisi Khusus Penelitian	37
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	39

5.1	Karakteristik Responden	39
5.1.1	Karakteristik Responden Bibit Kemain Sore	39
5.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	40
5.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	41
5.1.4	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	46
5.1.5	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	48
5.2	Kuadran SWOT	51
5.3	Matriks SWOT	53
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	59
6.1	Kesimpulan	59
6.2	Saran.....	59
	DAFTAR PUSTAKA	61
	LAMPIRAN	64



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	22
Tabel 2.2 Matriks EFAS.....	23
Tabel 2.3 Matriks IFAS.....	25
Tabel 3.1 Matriks SWOT.....	31
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kota Batu.....	36
Table 5.1 Profil dengan dasar jenis kelamin.....	39
Table 5.2 Keseluruhan Informan Utama dan Informan Tambahan Berdasarkan Pengelompokan Umur.....	40
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	41
Tabel 5.4 Hasil Faktor Internal (IFAS) beserta Faktor Eksternal (EFAS).....	43
Tabel 5.6 Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE Matriks).....	48
Tabel 5.7 Matriks Eksternal Faktor Evaluation (EFE Matriks).....	50
Tabel 5.8 Matriks SWOT.....	53



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	26
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Bibit Kemarin Sore	38
Gambar 5.8 Kuadran SWOT Bibit Kemarin Sore	51



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
Lampiran 1. Dokumentasi	64
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	65
Lampiran 3. Data key Informan dan Responden Bibit Kemarin Sore	69
Lampiran 4. Penentuan bobot nilai analisis SWOT	70



DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Manalu, Kartika, M. A. (2021). Keanekaragaman Jenis Tumbuhan Hias Di Gunung Sibuatan Desa Nagalingga Kecamatan Merek Kabupaten Karo Sumatera Utara. *Jurnal Klorofil*, 5(1), 23–35.
- Dini Arthawidya Putri, T. dan T. S. (2015). *Strategi pemasaran tanaman hias di kota mataram marketing strategies ornamental plants in mataram municipal*.16(3), 168–181.
- Fildza Astrid Muchlis, Joko Sutrisno, R. K. A. (2020). No Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Tanaman Hias Urban Garden PT Bumi Serpong Damai Tbk. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas. Com*, 8(1), 1–14. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003%0Ahttp://d.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>.
- Gabellini, S., & Scaramuzzi, S. (2022). Evolving Consumption Trends, Marketing Strategies, and Governance Settings in Ornamental Horticulture: A Grey Literature Review. *Horticulturae*, 8(3).
- George. E & Belch. (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. New York. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Jezhov, V., & Lytovchenko, O. (2020). Marketing strategy of ornamental crops growing in Ukraine at the present stage. *Visnyk Agrarnoi Nauky*, 98(11), 32– 37. <https://doi.org/10.31073/agrovisnyk202011-04>
- Kalterina. (2019). *Pengaruh Penerapan Sistim Agribisnis, Strategi Pemasaran dan Kinerja Pemasaran terhadap Pendapatan Petani Tanaman Hias Kota Padang*. 1–24.
- Kotler Philip. (2011). Manajemen Pemasaran. In *Jakarta: Erlangga*.

Lila Bismala. (2014). *Analisis Strategi Pemasaran pada UMKM di Sumatera Utara untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*.

Luis, F., & Moncayo, G. (2019). *Strategi Marketing Mix4p Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Bunga Krisan di Sentra Tanaman Hias Desa Sidomulyo Kecamatan Batu Kota Batu*.

Marlina. (2016). *Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada Citra Bunga Garden Di Jalan Imam Bonjol Desa Seneubok Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Agribisnis, Program Studi Sosial, Jurusan Pertanian, Ekonomi Pertanian, Fakultas Umar, Universitas Teuku Barat, Aceh*.

Megasari, D., Khoiri, S., Zamroni, A., Timur, J., & Jaya Nursery, M. (2021). *Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19 di Mekar Jaya Nursery. Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan, 329, 329–341*.

Melinda Siregar. (2020). *Strategi Pemasaran Tanaman Hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang*.

Mubarok, N. (2017). *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics, 3(1), 73–92*.

Mutmainah¹, * E. D., & Marlina³, R. (2015). *Inventariasa Tumbuhan Berpotensi Tanaman Hias di Hutan Lindung Gunung Sari Singkawang (Inventory Of Potential Plant For Ornamental In Conservation Forest, Gunung Sari, Singkawang)*. 631–640.

Nisak, Z. (2013). *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. Academia, 468–476*.

Pratama, A., & Sutisna, M. (2016). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, 1(3), 46*. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v1i3.53>.

Pratama, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Penjualan Tanaman Hias Rumput Gajah Mini Variegata di Kelurahan Sei Agul Kecamatan*

Medan Barat Kota Medan. 2, 1–17.

Rahmanto, M. khwan, & Ismarani. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Tanaman Hias di Kelurahan Mustikasari Kota Bekasi. *The National Conferences Management and Business*, 221–245.

Razak, M. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Produk Pada Pt. Pos Elektronik Banjarmasin.*

Rumengan, N., Kumaat, Ribka, M., & Pakasi, Caroline, B. . (2016). Analisis Pemasaran Bunga Potong Krisan di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. *Garuda*, 7(7), 1–14.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.

Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi.*

Wati, W. (2013). *Strategi Pemasaran Kerupuk Jangek Pada Ud. Sabeena Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat.*

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29.

Widyastuti, T. (2018). *Buku Tanaman Hias-upload.pdf* (pp. 1–228).

FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

Nomor : E.2.g/003/AGRI-FPP/UMM/I/2025
Lampiran : -
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Asnani Dopong
NIM : 201810210311194
Judul TA : Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada UMKM Bibit Kemarin Sore di Desa Sumbergondo Kota Batu

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	2	10	Sesuai
	Bab II	12	25	Sesuai
	Bab III	15	35	Sesuai
	Bab IV	7	15	Sesuai
	Bab V	4	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Mengetahui
Ketua Program Studi Agribisnis,



Alv Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP. 170801011992

Malang, 3 Januari 2024

Admin Deteksi Plagiasi
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P
NIP. 20240715031997

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id