

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK PADA
USAHA BLASTA URBAN FARMING DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

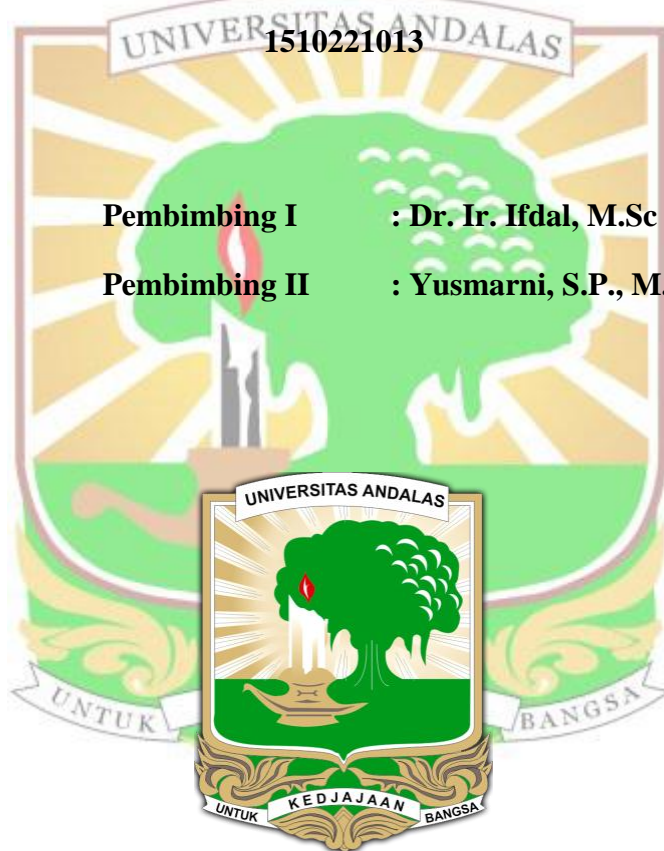
OLEH

ARIFA DEWITA

1510221013

Pembimbing I : Dr. Ir. Ifdal, M.Sc

Pembimbing II : Yusmarni, S.P., M.Sc



FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

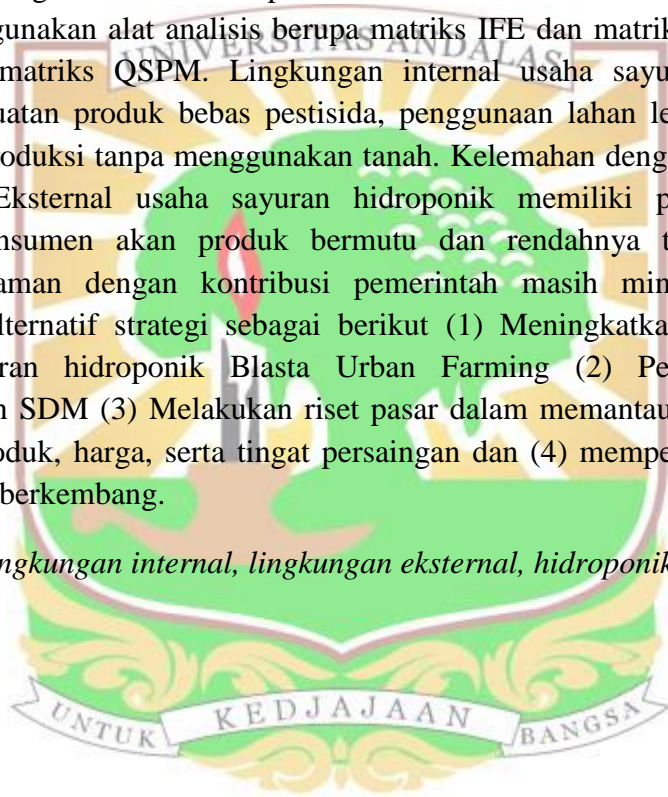
2022

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAYURAN HIDROPONIK PADA USAHA BLASTA URBAN FARMING DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sayuran hidroponik pada usaha Blasta Urban farming di Kota Padang (2) Merumuskan strategi pemasaran sayuran hidroponik pada usaha Blasta Urban farming di Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data dengan data primer dan sekunder melalui kuisioner dan literatur lain. Metode analisis data dengan analisa deskriptif kualitatif dan analisa deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa matriks IFE dan matriks EFE, matriks SWOT, dan matriks QSPM. Lingkungan internal usaha sayuran hidroponik memiliki kekuatan produk bebas pestisida, penggunaan lahan lebih efektif dan tanaman berproduksi tanpa menggunakan tanah. Kelemahan dengan modal besar. Lingkungan Eksternal usaha sayuran hidroponik memiliki peluang dengan keinginan konsumen akan produk bermutu dan rendahnya tawar menawar pembeli, ancaman dengan kontribusi pemerintah masih minim. Untuk itu dirumuskan alternatif strategi sebagai berikut (1) Meningkatkan dan menjaga kualitas sayuran hidroponik Blasta Urban Farming (2) Penambahan dan pengembangan SDM (3) Melakukan riset pasar dalam memantau perkembangan pemasaran produk, harga, serta tingkat persaingan dan (4) mempelajari teknologi yang semakin berkembang.

Kata kunci : *lingkungan internal, lingkungan eksternal, hidroponik*



ANALYSIS OF HYDROPONIC VEGETABLE MARKETING STRATEGY IN URBAN FARMING BLASTA BUSINESS IN PADANG CITY

Abstract

This study aims to (1) identify the internal and external factors of hydroponic vegetables in Blasta Urban farming business in Padang City (2) Formulate a marketing strategy for hydroponic vegetables in Blasta Urban farming business in Padang City. The method used in this research is descriptive analysis method with a case study approach. Methods of collecting data with primary and secondary data through questionnaires and other literature. Methods of data analysis with qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis using analysis tools in the form of IFE matrix and EFE matrix, SWOT matrix, and QSPM matrix. The internal environment of the hydroponic vegetable business has the strength of pesticide-free products, more effective land use and plant production without using soil. Weaknesses with large capital. External Environment Hydroponic vegetable business has an opportunity with consumers' desire for quality products and low buyer bargaining, threats with government contributions are still minimal. For this reason, alternative strategies are formulated as follows (1) Improving and maintaining the quality of Blasta Urban Farming hydroponic vegetables (2) Adding and developing human resources (3) Conducting market research in monitoring product marketing developments, prices, and levels of competition and (4) studying technology growing.

Keywords: internal environment, external environment, hydroponics

