

ABSTRAK

SALLY SWANDI SIAHAAN. *Strategi Pemasaran Anggrek Dendrobium Berdasarkan Bauran Pemasaran 2P (Tempat Dan Promosi) Pada Kebun Anggrek Kota Medan.* Dibimbing Oleh Ibu AMELIRA HARIS NASUTION, S.P., M.Si. dan Ibu Natalia Lusianingsih Sumanto, S.Si., M.Si.

Sektor pertanian merupakan salah satu penyumbang devisa negara dalam pembangun ekonomi Indonesia dan memiliki beberapa subsektor yang meliputi tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan, jasa pertanian, dan hortikultura. Subsektor hortikultura di Indonesia terbagi menjadi buah-buahan, sayuran, tanaman obat dan tanaman hias. Tanaman hias adalah bagian dari tanaman hortikultura yang digunakan untuk menciptakan keindahan dan kenyamanan dalam ruang tertutup atau terbuka. Salah satu komoditi yang berpotensi untuk dikembangkan adalah anggrek dendrobium. Kebun Anggrek Pelajar merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang tanaman hias anggrek. Permasalahan yang dialami oleh Kebun Anggrek Pelajar saat ini adalah terjadinya fluktuasi penjualan dikarenakan tidak adanya strategi pemasaran yang baik, serta kegiatan promosi yang monoton sehingga menimbulkan tidak adanya inovasi baru pada promosi dan tempat pada Kebun Anggrek Pelajar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta menentukan alternatif strategi dengan menggunakan matriks IE dan QSPM. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan metode deskriptif, dan analisis yang digunakan adalah analisis IFE, EFE, IE dan QSPM. Berdasarkan hasil analisis IFE diperoleh bobot total sebesar 2,82 dan analisis EFE sebesar 2,71 dan hasil dari analisis IE yaitu mendapatkan kuadran V, Adapun kuadran V yang didapat yaitu merupakan mempertahankan dan menjaga. Berdasarkan hasil analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), strategi penetrasi pasar menjadi prioritas utama karena memiliki TAS (*Total Attractiveness Score*) sebesar 6,01. Adapun strategi yang perlu diterapkan pada Kebun Anggrek Pelajar yaitu penetrasi pasar, dalam penetrasi pasar ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu ikut serta dalam pameran dan event khusus, lebih aktif lagi di media sosial dalam melakukan kegiatan promosi yang melalui Instagram, facebook serta aktif dalam *e-commerce* seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia dalam melakukan kegiatan promosi dan penawaran, pembuatan kartu member, menawarkan diskon atau hadiah menarik, serta melakukan promosi di media cetak. Disisi lain Kebun Anggrek Pelajar juga perlu meningkatkan kenaikan penggunaan pelanggan melalui promosi yang baru, menarik pelanggan pesaing, menarik pelanggan yang berpotensi.

Kata kunci: Tanaman hias anggrek, EFE, IFE, Matriks IE, dan QSPM

ABSTRACT

SALLY SWANDI SIAHAAN. *Strategi Pemasaran Anggrek Dendrobium Berdasarkan Bauran Pemasaran 2P (Tempat Dan Promosi) Pada Kebun Anggrek Kota Medan.* Dibimbing Oleh Ibu AMELIRA HARIS NASUTION, S.P, M.Si dan Ibu Natalia Lusianingsih Sumanto, S.Si, M.Si.

The agricultural sector is one of the contributors to the country's foreign exchange in building the Indonesian economy and has several subsectors, which include food crops, plantations, livestock, fisheries, forestry, agricultural services and horticulture. The horticulture sub sector in Indonesia is divided into fruits, vegetables, medicinal plants and ornamental plants. Ornamental plants are part of horticultural plants that are used to create beauty and comfort in closed or open spaces. One commodity that has the potential to be developed is the dendrobium orchid. Kebun Anggrek Pelajar is a business that operates in the field of ornamental orchid plants. The problems currently experienced by Kebun Anggrek Pelajar are fluctuations in sales due to the absence of a good marketing strategy, as well as monotonous promotional activities, resulting in the absence of new innovations in promotions and locations at Kebun Anggrek Pelajar. This research aims to analyze internal and external factors and determine alternative strategies using the IE and QSPM matrices. This type of research is qualitative and descriptive method, and the analysis used is IFE, EFE, IE and QSPM analysis. Based on the results of the IFE analysis, a total weight of 2.82 was obtained and the EFE analysis was 2.71 and the results of the IE analysis were to obtain quadrant V. The V quadrant obtained was to maintain and maintain. Based on the results of the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) analysis, market penetration strategy is the main priority because it has a TAS (Total Attractiveness Score) of 6.01. The strategy that needs to be implemented at Kebun Anggrek Pelajar is market penetration. In market penetration there are several things that need to be done, namely taking part in exhibitions and special events, being more active on social media in carrying out promotional activities via Instagram, Facebook and also being active in e-commerce such as Shopee, Lazada and Tokopedia in carrying out promotional activities and offers, making member cards, offering discounts or attractive prizes, as well as carrying out promotions in print media. And Kebun Anggrek Pelajar also needs to increase customer usage through new promotions, attracting competitors' customers, and attracting potential customers.

Key words: Orchid ornamental plants, EFE, IFE, IE Matrix, and QSPM