

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH KELOR (STUDI KASUS DI
CV. KELORWANGI BERKAH MELIMPAH) KECAMATAN
KALIBARU**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Oleh:

GALUH NUR AMELINDA PUTRI

NIM. 361941311077

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV AGRIBISNIS
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI**

2023

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH KELOR (STUDI KASUS DI
CV. KELORWANGI BERKAH MELIMPAH) KECAMATAN
KALIBARU**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Tugas Akhir Ini Dibuat dan Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Program Studi Diploma IV Agribisnis dan Mencapai Gelar
Sarjana Terapan Pertanian (S.Tr.P.)

Oleh:

GALUH NUR AMELINDA PUTRI

NIM. 361941311077

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV AGRIBISNIS
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI**

2023

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

PERSEMBAHAN

Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Alhamdulillah sebagai bentuk rasa syukur penulis kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini sebagai tanda cinta, kasih sayang dan ucapan terima kasih yang sangat besar kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Nur Riyadi dan Ibu Siswati yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, nasihat dan semangat yang selalu dicurahkan dengan kasih sayang, bimbingan, pengertian dan perhatiannya kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah Bapak dan Ibu lakukan untuk kesuksesan saya. Saya tidak akan pernah bisa membalas segala cinta, kasih sayang, dan pengorbanan dari Bapak dan Ibu selama ini, namun dengan adanya karya Tugas Akhir ini saya berharap bisa sedikit memberikan kebanggaan yang berharga kepada Bapak dan Ibu.
2. Ibu Nanda Rusti, S.P., M.Sc dan Bapak Danang SWPJ Widakdo, S.P., M.M selaku dosen pembimbing, penulis berterima kasih atas bimbingan, arahan, waktu, dan kesabaran yang telah diberikan selama penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Shinta Setiadevi, S.TP, M.M dan Bapak Abdul Holik, S.TP., M.S selaku dosen penguji, penulis berterima kasih atas saran, masukan, waktu, kesabaran dan bimbingan yang telah diberikan selama penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Guru-guru saya dari TK, SD, SMP, SMA serta dosen-dosen Program Studi Agribisnis Politeknik Negeri Banyuwangi. Terima kasih atas ilmu yang diberikan semoga dapat bermanfaat untuk diri saya sendiri dan orang banyak.
5. Teman-teman seperjuangan khususnya Angkatan 2019 Program Studi Agribisnis angkatan 2019, atas kebersamaan dan kekompakan yang telah kita lewati saya ucapkan terima kasih.
6. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah berjuang sampai di titik ini telah kuat dan mampu bertahan. Selalu semangat dan sabar melewati semua ujian ini sampai dengan selesai walaupun banyak tantangan dan pergumulan yang dihadapi.

Banyuwangi, 21 November 2023

Galuh Nur Amelinda Putri

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS Al Baqarah, Ayat 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al-Insyirah, Ayat 5)

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galuh Nur Amelinda Putri

NIM : 361941311077

Menyatakan dengan Sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Teh Kelor (Studi Kasus Di CV. Kelorwangi Berkah Melimpah) Kecamatan Kalibaru”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan/plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi, 21 November 2023

Yang menyatakan



Galuh Nur Amelinda Putri
NIM. 361941311119

---*Halaman ini sengaja dikosongkan*---

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH KELOR (STUDI KASUS
DI CV. KELORWANGI BERKAH MELIMPAH)
KECAMATAN KALIBARU**

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pertanian (S. Tr. P)
Politeknik Negeri Banyuwangi

Oleh:

GALUH NUR AMELINDA PUTRI

NIM. 361941311077

Tanggal Ujian : **08 DEC 2023**

Menyetujui:

Pembimbing I : Nanda Rusti, S.P., M.Sc

(.....)

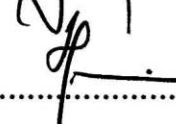
Pembimbing II : Danang SWPJ Widakdo, S.P., M.M

(.....)

Penguji I : Shinta Setiadevi, S.TP, M.M

(.....)

Penguji II : Abdul Holik, S.TP., M.Sc

(.....)

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Pertanian




Ardito Atmaka Aji, S.ST., M.M
NIP. 198901162018031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Agribisnis




Halil, S.Pd., M.ST
NIP. 198409092019031009

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEH KELOR (STUDI KASUS DI CV. KELORWANGI BERKAH MELIMPAH) KECAMATAN KALIBARU

Nama : Galuh Nur Amelinda Putri
NIM : 361941311077
Pembimbing : 1. Nanda Rusti, S.P., M.Sc
2. Danang SWPJ Widakdo, S.P., M.M

ABSTRAK

Strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas untuk memperoleh hasil yang maksimal untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu tujuan dalam mendirikan usaha adalah memperoleh keuntungan yang dapat dicapai apabila suatu usaha mampu memasarkan produknya. Keberhasilan memasarkan produk bukan hal yang mudah, banyak pelaku usaha yang belum memasarkan produknya secara maksimal salah satunya seperti CV Kelorwangi Berkah Melimpah. CV Kelorwangi Berkah Melimpah merupakan salah satu industri yang memanfaatkan kelor sebagai bahan baku teh kelor. Penjualan teh kelor di CV Kelorwangi Berkah Melimpah cenderung fluktuatif, sehingga memerlukan suatu strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang lebih stabil. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi pemasaran produk teh kelor di CV Kelorwangi Berkah Melimpah serta menganalisis alternatif strategi pemasaran yang tepat digunakan oleh CV Kelorwangi Berkah Melimpah untuk meningkatkan penjualan teh kelor. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang berkaitan dengan pemasaran. Jenis dan pendekatan penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara obeservasi dan wawancara terhadap informan. Analisis data menggunakan analisis matriks SWOT yang diharapkan dapat memberikan hasil alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh CV Kelorwangi Berkah Melimpah.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Matriks SWOT

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

MORINGA TEA PRODUCT MARKETING STRATEGY (CASE STUDY IN CV. KELORWANGI BERKAH MELIMPAH) KALIBARU DISTRICT

Author : Galuh Nur Amelinda Putri
Student's ID : 361941311077
Supervisor : 1. Nanda Rusti, S.P., M.Sc
2. Danang SWPJ Widakdo, S.P., M.M

ABSTRACT

Marketing strategies have a broad scope to obtain maximum results to achieve company goals. One of the goals in establishing a business is to obtain profits that can be achieved if a business is able to market its products. The success of marketing products is not an easy thing, many business actors have not marketed their products optimally, one of which is CV Kelorwangi Berkah Melimpah. CV Kelorwangi Berkah Melimpah is one of the industries that utilizes moringa as raw material for moringa tea. Moringa tea sales in CV Kelorwangi Berkah Melimpah tend to fluctuate, so it requires a marketing strategy to increase sales. The purpose of the study was to identify internal factors and external factors that affect the marketing of Moringa tea products in CV Kelorwangi Berkah Melimpah and analyze alternative marketing strategies that are appropriate used by CV Kelorwangi Berkah Melimpah to increase Moringa tea sales. This research uses several theories related to marketing. This type and approach of research uses qualitative descriptive analysis. Data collection in this study was carried out by conservation and interviews with informants. Data analysis using SWOT analysis is expected to provide alternative results of the right marketing strategy to be applied by CV Kelorwangi Berkah Melimpah.

Keywords : *Marketing Strategy, Matrix SWOT*

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Teh Kelor (Studi Kasus Di CV. Kelorwangi Berkah Melimpah) Kecamatan Kalibaru”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat tersusun, sehingga dengan kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak M. Shofi’ul Amin, S.T., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi.
2. Bapak Ardito Atmaka Aji, S.ST, M.M. selaku Ketua Jurusan Pertanian Politeknik Negeri Banyuwangi.
3. Bapak Halil S.Pd., M.ST. selaku Ketua Prodi Agribisnis Politeknik Negeri Banyuwangi.
4. Ibu Nanda Rusti, S.P., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, mengorbankan waktu, pikiran dan kesabarannya kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Danang SWPJ Widakdo, S.P., M.M selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan, arahan, mengorbankan waktu, pikiran dan kesabarannya kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Shinta Setiadevi, S.TP, M.M selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran dalam penelitian ini.
7. Bapak Abdul Holik, S.TP., M.Sc selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran dalam penelitian ini.
8. Ibu Lilis Hidayati selaku pemilik CV. Kelorwangi Berkah Melimpah yang telah memberikan tempat dan izin penelitian dalam penulisan Tugas Akhir ini serta seluruh narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Serta semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang namanya tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Banyuwangi, 21 November 2023

Galuh Nur Amelinda Putri

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO.....	v
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kelor.....	7
2.1.2 Teh Kelor.....	8
2.1.3 Strategi Pemasaran	8
2.1.4 Bauran Pemasaran	9
2.1.5 Analisis SWOT.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3.2 Pendekatan Penelitian.....	17
3.3 Teknik Penentuan Narasumber.....	18

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	20
3.5.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	20
3.5.2 Matriks Internal Eksternal (IE)	22
3.5.3 Matriks SWOT.....	24
3.6 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
4.1.1 Profil Perusahaan	27
4.1.2 Visi dan Misi.....	28
4.1.3 Struktur Organisasi	28
4.2 Analisis Faktor Internal.....	29
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal	29
4.2.2 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	35
4.3 Analisis Faktor Eksternal.....	36
4.3.1 Identifikasi Faktor Eksternal.....	36
4.3.2 <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	41
4.4 Analisis Posisi Perusahaan.....	42
4.5 Analisis Matriks SWOT.....	45
4.5.1 Strategi <i>Strengths-Opportunities</i> (SO).....	46
4.5.2 Strategi <i>Weaknesses-Opportunities</i> (WO)	48
4.5.3 Strategi <i>Strengths-Threats</i> (ST)	49
4.5.4 Strategi <i>Weaknesses-Threats</i> (WT)	50
4.6 Penerapan Hasil Penelitian	52
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Produksi dan Penjualan Teh Kelor di CV Kelorwangi Berkah Melimpah.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian Tugas Akhir	17
Tabel 3. 2 Analisis <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	21
Tabel 3. 3 Analisis <i>External Faktor Evaluation</i> (EFE)	22
Tabel 4. 1 Hasil Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	35
Tabel 4. 2 Hasil Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	41
Tabel 4. 3 Analisis Matriks SWOT	45
Tabel 4. 4 Data Jumlah Kunjungan ke 5 Situs <i>E-commerce</i> Terbesar di Indonesia.....	53
Tabel 4. 5 Data Penjualan Sistem <i>Online</i>	55

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Tanaman Kelor.....	7
Gambar 2. 2 Teh Kelor	8
Gambar 3. 1 Matriks Internal Eksternal (IE).....	23
Gambar 3. 2 Matriks SWOT (David, 2016)	25
Gambar 3. 3 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4. 1 CV Kelorwangi Berkah Melimpah (Dokumentasi TA, 2023).....	27
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi CV. Kelorwangi Berkah Melimpah	28
Gambar 4. 3 Kemasan Produk Teh Kelor (Dokumentasi TA, 2023).....	31
Gambar 4. 4 Khasiat Teh Kelor Kewangi (Dokumentasi TA, 2023)	32
Gambar 4. 5 Pameran Inovator Inovasi Indonesia Expo (Dokumentasi TA, 2023)	38
Gambar 4. 6 Posisi perusahaan (Data primer diolah, 2023)	43
Gambar 4. 7 Akun <i>Shopee</i> dan Penghasilan <i>Shopee</i> (Dokumentasi TA, 2023)	54
Gambar 4. 8 Promosi di Akun <i>Instagram</i> (Dokumentasi TA 2023).....	54
Gambar 4. 9 Katalog Produk Teh Kelor (Dokumentasi TA, 2023).....	57

---Halaman ini sengaja dikosongkan---

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Permohonan Wawancara	65
Lampiran 2. Surat Persetujuan Narasumber	67
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Penentuan Faktor Lingkungan.....	69
Lampiran 4. Pedoman Wawancara Penentuan Bobot dan Rating	75
Lampiran 5. Pembobotan Faktor Internal CV. Kelorwangi Berkah Melimpah.....	85
Lampiran 6. Pembobotan Faktor Eksternal CV. Kelorwangi Berkah Melimpah.....	87
Lampiran 7. Rekapitulasi Pembobotan Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	88
Lampiran 8. Rekapitulasi Rating Faktor Internal dan Faktor Eksternal	89
Lampiran 9. Total Skor Rata-Rata Faktor Internal	90
Lampiran 10. Total Skor Rata-Rata Faktor Eksternal	91
Lampiran 11. Sertifikat Halal Produk Teh Kelor	92
Lampiran 12. Sertifikat BPOM Produk Teh Kelor.....	93
Lampiran 13. Dokumentasi Wawancara dan Observasi.....	96
Lampiran 14. Dokumentasi Penelitian	100
Lampiran 15. Dokumentasi Hasil Penerapan	102
Lampiran 16. Surat Pernyataan Serah Terima Akun Penjualan <i>Online</i>	107
Lampiran 17. Biodata Penulis.....	109

---Halaman ini sengaja dikosongkan---