



## RINGKASAN

ISHLAKHUL KHIKMAH. Strategi Pengembangan Pemasaran Anggrek melalui *Offline* dan *Online* pada Sarmila Orchid Kabupaten Pemalang. *Orchid Marketing Development Strategy through Offline and Online at Sarmila Orchid Pemalang Regency*. Dibimbing oleh ANNISA SOEYONO.

Sarmila Orchid merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang budidaya anggrek. Sarmila Orchid menyuplai anggrek 1500 *seedling* per bulan dari Thailand dan Malang. Produksi anggrek di beberapa daerah Indonesia pada tahun 2016-2018 dan di Pemalang pada tahun 2018-2019 mengalami peningkatan, hal ini dapat memberi peluang untuk Sarmila Orchid dalam mengembangkan usaha anggrek, terlebih penjualan di Sarmila Orchid mengalami peningkatan namun produksi anggrek berfluktuasi dan memiliki sisa stok anggrek yang masih banyak. Tersisanya anggrek yang belum terjual dapat terjadi kematian atau terserang hama dan penyakit, selain itu adanya pandemi Covid 19 membuat sisa stok anggrek yang belum terjual semakin bertambah. Permasalahan ini dirasakan oleh Sarmila Orchid karena belum mengoptimalkan pemasaran anggrek.

Peran manajemen pemasaran sangat menentukan dalam meningkatkan efektivitas dan tercapainya sasaran perluasan, selain itu dapat menarik pelanggan baru dengan mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan, dan akan muncul berbagai strategi pemasaran.

Kajian pengembangan bisnis ini memiliki tujuan yaitu merumuskan strategi pengembangan pemasaran anggrek melalui *offline* dan *online* pada Sarmila Orchid berdasarkan analisis SWOT dan *business model canvas*, didapatkan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan kelemahan (*weakness*) dan (*opportunity*), dengan kelemahan (*weakness*) perluasan pasar kurang maksimal dan penggunaan teknologi informasi belum optimal serta peluang (*opportunity*) diantaranya perkembangan IPTEK yang semakin pesat, berada di desa wisata atau dekat dengan tempat wisata, dan semakin berkembang *digital marketing*.

Kelayakan rencana ide pengembangan bisnis ini disusun secara finansial dan non finansial. Metode analisis non finansial yang digunakan yaitu berdasarkan analisis SWOT, *business model canvas*, dan analisis STP. Metode analisis finansial yang digunakan yaitu analisis pendapatan usahatani meliputi laporan laba rugi dan analisis R/C *ratio* serta analisis *cash flow*.

Pengembangan ide bisnis pemasaran anggrek melalui *offline* dan *online* menambah ketertarikan dan rasa penasaran konsumen hingga masyarakat yang belum mengetahui Sarmila Orchid. Pasar yang dituju pada pengembangan bisnis ini yaitu masyarakat Indonesia berumur 17-55 tahun, pendapatan diatas rata-rata dengan acuan diatas UMR setiap daerah konsumen, penjual tanaman dan pencinta anggrek. Penjualan produk sebelum pengembangan yaitu 1251 pohon, setelah pengembangan menjadi 2148 pohon dalam 1 bulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hasil analisis finansial menunjukkan bahwa pengembangan bisnis ini layak secara finansial karena analisis laba rugi menunjukkan adanya peningkatan keuntungan sebesar Rp82.694.450,00 dan R/C *ratio* meningkat dari 1,0 menjadi 1,3. Adanya peningkatan penerimaan, sebelum pengembangan Rp343.350.000,00 menjadi Rp453.850.000,00.

Kata kunci: *business model canvas*, pemasaran anggrek, strategi pemasaran.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.