

**STRATEGI PEMASARAN AGROWISATA KAMPUNG FLORY DI
KECAMATAN SLEMAN, KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Oleh
Tiffany Luthfiana
H 0812177**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017**

**STRATEGI PEMASARAN AGROWISATA KAMPUNG FLORY DI
KECAMATAN SLEMAN, KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

Program Studi Agribisnis



**Oleh
Tiffany Luthfiana
H 0812177**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017**

**STRATEGI PEMASARAN AGROWISATA KAMPUNG FLORY DI
KECAMATAN SLEMAN, KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA**

Yang diajukan dan disusun oleh :

Tiffany Luthfiana

H0812177

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada :

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan penguji

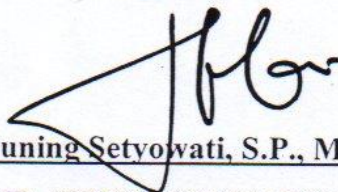
Ketua



Ir. Sutarto, M.Si.

NIP. 195304051983031002

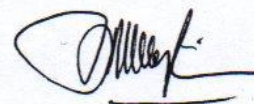
Anggota I



Nuning Setyowati, S.P., M.Sc

NIP. 198203252005012001

Anggota II



Setyowati, S.P., M.P

NIP. 197103221996012001

Surakarta, Februari 2017



Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S

NIP 195602251986011001

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Agrowisata Kampung Flory di Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Yogyakarta” ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak pernah lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P., M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta sekaligus Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Sutarto, M.Si selaku Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan dukungan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Setyowati, S.P., M.P selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan banyak masukan, saran serta arahan kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.
6. Kepala dan Staff Kesbangpol Kabupaten Sleman yang telah membantu dan memberikan perijinan dalam melakukan penelitian di Kabupaten Sleman.
7. Kepala dan Staff Dinas Pertanian Kabupaten Sleman yang telah membantu dalam memberikan informasi kepada peneliti selama melakukan penelitian.

8. Pengelola Kampung Flory dalam memberikan informasi kepada peneliti selama melakukan penelitian.
9. Bapak Yusri Sudono dan Ibu Giarti Slamet selaku orang tua penulis yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan baik moral maupun material, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
10. Paramita Putri Sudono selaku adik penulis yang selalu memberikan dorongan semangat dan bantuan selama melakukan penelitian di Yogyakarta.
11. Dipa Prawira Prihatno selaku *support system* yang berasal dari luar. Terimakasih karena selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi untuk menjadi manusia yang lebih baik.
12. Sahabat Geng'ers (Amar, Iqbal, Reni, Asa, Ainun, Najih, Eno dan Halimah) yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, terimakasih atas persahabatannya hingga saat ini.
13. Teman-teman Solovepapua (KKN Papua Barat periode Januari 2016), terima kasih telah memberikan pengalaman yang sangat bermakna dan kesempatan menjadi salah satu bagian dari keluarga ini.
14. Keluarga besar ARACHIS 2012, terima kasih telah memberikan pengalaman yang sangat bermakna dan kesempatan menjadi salah satu bagian dari keluarga ini.
15. Keluarga besar BEM FP UNS, terima kasih telah memberikan pengalaman yang sangat bermakna dan kesempatan menjadi salah satu bagian dari keluarga ini.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritikan maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Amin

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
II. LANDASAN TEORI.....	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Tinjauan Pustaka	10
C. Kerangka Berfikir dan Pendekatan Masalah	28
D. Pembatasan Masalah	32
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
III. METODE PENELITIAN.....	38
A. Metode Dasar Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	38
C. Penentuan Informan	39
D. Sumber dan Jenis Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Metode Analisis Data	45
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Profil Kampung Flory	55
B. Analisis Faktor Internal dan Eksternal	61

C. Strategi Pemasaran Kampung Flory.....	82
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2. Daftar Informan Penelitian.....	40
Tabel 3. Jenis dan Sumber Data	43
Tabel 4. Matriks IFE	46
Tabel 5. Matriks EFE	46
Tabel 6. Bobot Nilai Matriks IFE dan Matriks EFE	47
Tabel 7. Rating Nilai Matriks IFE dan Matriks EFE	47
Tabel 8. Matriks SWOT	49
Tabel 9. Matriks QSPM	51
Tabel 10. Produk Tanaman Hias dan Buah di Kampung Flory	65
Tabel 11. Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran Kampung Flory.....	72
Tabel 12. Peluang dan Ancaman Pemasaran Kampung Flory.....	82
Tabel 13. Matriks IFE Pemasaran Kampung Flory	84
Tabel 14. Matriks EFE Pemasaran Kampung Flory	86
Tabel 15. Matriks SWOT Pemasaran Kampung Flory	91
Tabel 16. Matriks QSP Pemasaran Kampung Flory	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Kerangka Teori dan Pendekatan Masalah	31
Gambar 2. Matriks Internal-Eksternal (I-E).....	48
Gambar 3. Struktur Organisasi Kelompok Tani “Taruna Tani Flory”	60
Gambar 4. Matriks Internal-Eksternal (I-E) Pemasaran Kampung Flory	89

RINGKASAN

Tiffany Luthfiana. H0812177. “**Strategi Pemasaran Kampung Flory di Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Yogyakarta**”, di bawah bimbingan Ir Sutarto, M.Si dan Nuning Setyowati, SP., M.Sc, Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Indonesia sebagai negara agraris mempunyai kekayaan alam dan hayati yang beragam. Komoditas pertanian dan kekayaan kultural yang beragam mempunyai daya tarik kuat dalam pemasaran wisata pertanian atau agrowisata. Salah satu objek wisata pertanian baru di Kabupaten Sleman adalah Kampung Flory. Kampung Flory merupakan salah satu agrowisata yang didirikan pada tahun 2014 di Dusun Jugang, Desa Tridadi, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kampung Flory Namun dalam perkembangannya, Kampung Flory menghadapi beberapa kesulitan di bidang pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran, merumuskan alternatif strategi pemasaran, dan menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Kampung Flory.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data menggunakan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE), matriks Internal External (IE), matriks Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) dan matriks Quantitative Strategic Planning (QSP).

Hasil penelitian diketahui bahwa pemasaran Kampung Flory berdasarkan perolehan nilai pada Matriks IFE dan EFE memiliki kekuatan terbesar pada jenis produk dan jasa bervariasi atau beragam dengan skor 0,5633, kelemahan terbesar adalah tenaga kerja yang belum berpengalaman dengan skor 0,2957, sedangkan peluang terbesar adalah kebutuhan tanaman hias dan buah di Yogyakarta tinggi dengan skor 0,4835 dan ancaman terbesar adalah adanya pesaing usaha sejenis dengan skor 0,2417. Berdasarkan matriks IE maka diketahui bahwa Kampung Flory berada pada sel V yaitu “menjaga dan mempertahankan” dengan alternatif strategi yang dihasilkan adalah meningkatkan hubungan kerjasama dengan mitra usaha maupun pemerintah, memanfaatkan musim liburan, acara daerah dan berbagai kunjungan dengan memberikan penawaran produk dan jasa baru untuk menarik pengunjung, memperbaiki manajemen pemasaran terkait kualitas tenaga kerja untuk meningkatkan penjualan dan perluasan pasar, mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi (sosial media dan website) untuk memperkenalkan dan mempromosikan Kampung Flory ke masyarakat, melakukan strategi harga untuk menjaga kepercayaan pengunjung, menciptakan produk dan jasa baru untuk meningkatkan pelayanan kepada pengunjung, memperbaiki fasilitas, sarana dan prasarana serta menambah tenaga kerja yang berpengalaman di bagian pemasaran serta Kampung Flory memperbaiki dan memperbarui konsep pemasaran untuk menarik minat pengunjung. Prioritas strategi yang paling efektif diterapkan adalah menciptakan produk dan jasa baru untuk meningkatkan pelayanan kepada pengunjung dengan perolehan total nilai daya tarik pada Matriks QSPM sebesar 5,7858. Saran yang dapat direkomendasikan untuk Kampung Flory adalah melakukan pelatihan atau training kepada pengelola dan tenaga kerja yang bekerja di Kampung Flory untuk meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia yang bekerja, pihak pengelola Kampung Flory dapat menerapkan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi pemasaran di Kampung Flory serta menerapkan strategi prioritas yang terpilih.

SUMMARY

Tiffany Luthfiana. H0812177. "**The Marketing Strategy of Agrotourism Kampung Flory in Sleman Subdistrict, Sleman Regency, Yogyakarta**", under the guidance of Ir Sutarto, M.Si and Nuning Setyowati, SP., M.Sc, Agriculture Faculty. Sebelas Maret University. Surakarta

Indonesia as an agricultural country has various natural and living resources. Various agricultural commodities and cultural wealth are strongly charming in agricultural tourism marketing or agrotourism marketing. One of new agrotourism attractions in Sleman regency is Kampung Flory. Kampung Flory is one of agrotourism attractions founded in 2014 in Jugang hamlet, Tridadi village, Sleman sub-district, Sleman regency, Yogyakarta. Kampung Flory, in its development, faces some difficulties in terms of marketing. This study aims to identify internal and external factors in marketing, formulate alternative marketing strategies, and determine strategy priorities which can be applied in marketing Kampung Flory.

The basic method used in this research is analytical descriptive method. The data used in this study are primary and secondary data. Data analysis method is done by using Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices, Internal External (IE) matrices, Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) matrices and Quantitative Strategic Planning (QSP) matrices.

The result shows that the marketing of Kampung Flory based on the acquisition value at IFE and EFE matrices has the strength on the types of products and various services with the score of 0,5633, the biggest weakness is the inexperienced workforce with the score of 0,2957, whereas the biggest opportunity is the high needs of ornamental plants and fruit in Yogyakarta with the score of 0,4835 and the biggest threat is the presence of similar business competitors with the score of 0,2417. Based on IE matrix, it is known that Kampung Flory is in cell V in which "to preserve and maintain". The alternative strategies generated are increasing cooperation relationships with the business partners and the government, taking advantage of holiday season, holding local shows and paying visits by offering new products and services to attract visitors, updating marketing management concerning the quality of workforce to increase sale and market expansion, optimizing the use of information technology (social media and websites) to introduce and promote Kampung Flory to public, conducting pricing strategies to maintain the trust of the visitors, creating new products and services to improve visitor services, facilities, and infrastructures, and add experienced workforce in marketing department as well as Kampung Flory, and improving and updating the concept of marketing to attract more visitors.

The most effective strategies priority applied is to create new products and services to improve visitor services with the total acquisition value of QSPM matrix up to 5,7858. Suggestions which can be recommended for Kampung Flory is to arrange a training for managers and workers working in Kampung Flory to improve the quality of human resources. The manager of Kampung Flory can implement alternative strategies in accordance with the condition of marketing in Kampung Flory and apply prioritised strategy selected.