

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK BUNGA KRISAN POTONG
(*Chrysanthemum*) (STUDI KASUS DI CV. IMUNK FLOWERS CANDI,
BANDUNGAN KABUPATEN SEMARANG JAWA TENGAH)**

SKRIPSI

Oleh

AZZAHRA DEA PRAMASTI



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**

STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK BUNGA KRISAN POTONG
(*Chrysanthemum*) (STUDI KASUS DI CV. IMUNK FLOWERS CANDI,
BANDUNGAN, KABUPATEN SEMARANG, JAWA TENGAH)

Oleh

AZZAHRA DEA PRAMASTI

NIM: 23020322130036

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzahra Dea Pramasti
NIM : 23020322130036
Program Studi : S-1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **Strategi Pemasaran Pada Produk Bunga Krisan Potong (*Chrysanthemum*) (Studi Kasus di CV. IMUNK FLOWERS Candi, Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah)** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Pembimbing yaitu: **Dr. Hery Setiyawan, S.Pt, M.Sc** dan **Dinda Ayu Sekarnurani, S.P., M.Sc.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik, maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Mei 2026
Penulis,



Azzahra Dea Pramasti

Mengetahui:

Pembimbing Anggota

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hery'.

Dr. Hery Setiyawan, S.Pt, M.Sc

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dinda Ayu'.

Dinda Ayu Sekarnurani, S.P., M.Sc.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK
BUNGA KRISAN POTONG
(*CHRYSANTHEMUM*) (STUDI KASUS DI CV.
IMUNK FLOWERS CANDI, BANDUNGAN,
KABUPATEN SEMARANG, JAWA TENGAH)

Nama Mahasiswa : Azzahra Dea Pramasti

Nomor Induk Mahasiswa : 23020322130036

Program Studi/Departemen : S-1 AGRIBISNIS / PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal..18..JUN..2026..

Pembimbing Utama



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt, M.Sc

Pembimbing Anggota



Dinda Ayu Sekarnurani, S.P., M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt, M.Sc



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen



Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D

RINGKASAN

AZZAHRA DEA PRAMASTI. 23020322130036. 2026. Strategi Pemasaran Pada Produk Bunga Krisan Potong (*Chrysanthemum*) (Studi Kasus di CV. IMUNK FLOWERS Candi, Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah) (Pembimbing: **HERY SETIYAWAN** dan **DINDA AYU SEKARNURANI**).

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan pada produk bunga krisan potong di CV. Imunk Flowers; 2) mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan pemasaran; dan 3) mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing dan penjualan perusahaan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2025 sampai Januari 2026 di CV. Imunk Flowers yang berlokasi di Dusun Talun, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada kondisi CV. Imunk Flowers yang memiliki potensi produksi besar dengan 22 varietas krisan tipe spray dan standar, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran, seperti keterbatasan jaringan distribusi, kurangnya inovasi promosi, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital. Data yang digunakan meliputi data primer dari wawancara dan kuesioner kepada delapan *key informant* (internal dan eksternal perusahaan), serta data sekunder dari literatur dan dokumen pendukung. Analisis data dilakukan menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, matriks IFAS dan EFAS untuk menentukan bobot faktor strategis, serta *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan prioritas strategi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Imunk Flowers memiliki kekuatan utama berupa kualitas bunga krisan yang baik, variasi produk yang beragam, kapasitas produksi yang memadai, serta harga yang kompetitif. Di sisi lain, perusahaan masih menghadapi kelemahan berupa pemanfaatan pemasaran digital yang belum optimal dan jaringan distribusi yang terbatas. Faktor eksternal yang menjadi peluang meliputi meningkatnya permintaan pasar terhadap bunga krisan potong serta perkembangan teknologi digital, sedangkan ancaman berasal dari persaingan usaha dan pengaruh kondisi iklim terhadap produksi. Hasil analisis *SWOT* menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang mendukung strategi pertumbuhan dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang. Berdasarkan analisis *AHP*, strategi prioritas yang direkomendasikan adalah penguatan pemasaran digital, peningkatan manajemen pemasaran, perluasan jaringan distribusi, serta peningkatan kualitas produk dan pelayanan guna meningkatkan daya saing CV. Imunk Flowers.

KATA PENGANTAR

Bunga krisan potong (*Chrysanthemum*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat. Komoditas ini banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan dekorasi, acara seremonial, industri florist, hingga perhotelan. Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, dikenal sebagai salah satu sentra produksi bunga krisan di Jawa Tengah dengan kondisi agroklimat yang mendukung pertumbuhan tanaman secara optimal. CV. Imunk Flowers sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang budidaya dan pemasaran bunga krisan potong memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, dalam pelaksanaannya perusahaan masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam aspek strategi pemasaran, seperti keterbatasan jaringan distribusi, kurangnya inovasi promosi, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan analisis strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing dan volume penjualan perusahaan.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran pada Produk Bunga Krisan Potong (*Chrysanthemum*) (Studi Kasus di CV. Imunk Flowers Candi, Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah)” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro, Semarang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ketua Laboratorium Manajemen Agribisnis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini;
2. Dinda Ayu Sekarnurani, S.P., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan saran dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi;
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro;
4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah membantu memberikan masukan dan saran dalam pengambilan judul skripsi penulis;
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis;
6. Dr. Migie Handayani, S.Pt., MSi., selaku dosen wali yang telah membantu memberikan masukan dan saran dalam pengambilan judul skripsi penulis.
7. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan membantu dalam proses administrasi selama masa studi;
8. Bapak Irvan Al Imron selaku Direktur CV. Imunk Flowers yang telah memberikan izin penelitian dan membantu dalam proses pengambilan data;

9. Seluruh manajemen dan karyawan CV. Imunk Flowers yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian;
10. Yang tercinta dan istimewa, kedua orang tua dan keluarga. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa dan pengorbanan tiada henti. Terima kasih telah menjadi landasan penulis untuk tetap kuat dalam melangkah, terutama untuk ibu penulis yang menjadi penutan agar tetap menjadi perempuan tangguh;
11. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat tercinta yang dengan tulus selalu hadir mendengarkan setiap keluh kesah penulis, memberikan dukungan, serta membantu penulis untuk melangkah dengan lebih berani dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini
12. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi S-1 Agribisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan semangat dan bantuan selama proses penyusunan skripsi;
13. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Hindia, Lomba Sihir, Feast, Perunggu, Nadin Amizah, serta band-band sejenis seperti The The dan lainnya, yang melalui lagu dan karya-karyanya telah menjadi teman setia dalam perjalanan penulis. Di antara pusaran nirfungsi, karya-karya tersebut membantu penulis memetakan kembali arah, mengingatkan bahwa melambat bukanlah hal yang tabu, serta menguatkan penulis untuk tetap bersandar pada waktu dan melangkah di tengah berbagai pertanyaan tentang masa depan;

14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
15. Terakhir, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan dalam sunyi dan riuh perjalanan ini; yang tetap melangkah meski lelah, yang tidak menyerah di tengah ragu, dan yang dengan perlahan namun pasti mampu sampai pada titik ini

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi perusahaan, akademisi, dan pihak terkait, khususnya dalam pengembangan strategi pemasaran produk hortikultura.

Semarang, Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Bunga Krisan (<i>Chrysanthemum</i>)	6
2.2. Teori Pemasaran.....	7
2.3. <i>Marketing Mix</i> (7P).....	9
2.4. Strategi Pemasaran.....	13
2.5. Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	12
3.1. Kerangka Pemikiran	12
3.2. Waktu dan Lokasi	24
3.3. Metode Penelitian.....	25
3.4. Metode Penentuan Lokasi.....	26
3.5. Metode Penentuan Sampel.....	26
3.6. Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.7. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.8. Metode Pengolahan dan Analisis Data	30
3.9. Konsep dan Pengukuran Variabel.....	34
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	36

4.2. Karakteristik <i>Key Informant</i>	40
4.3. Teknik Budidaya Krisan Potong	43
4.3. Analisis Bauran Pemasaran	49
4.4. Analisis SWOT	59
4.5. Analisa EFAS-IFAS	69
4.6. Analisa Kriteria AHP	75
4.7. Strategi Pemasaran Prioritas	98
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	98
5.1. Simpulan.....	98
5.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	112
RIWAYAT HIDUP	143

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Peneliatian Terdahulu	15
2. Karakteristik <i>Key Informant</i>	41
3. Matriks SWOT Bunga Krisan Potong CV. Imunk Flowers	61
4. Penilaian Faktor SWOT.....	63
5. Nilai Diagram SWOT	67
6. Nilai Total IFAS-EFAS	70
7. Hasil Pemetaan Matriks	72
8. Hasil <i>Analisis Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	77
9. Strategi Alternatif Kriteria <i>Product</i>	81
10. Strategi Alternatif Kriteria <i>Price</i>	84
11. Strategi Alternatif Kriteria <i>Price</i>	86
12. Strategi Alternatif Kriteria <i>Promotion</i>	88
13. Strategi Alternatif Kriteria <i>People</i>	91
14. Strategi Alternatif Kriteria <i>Process</i>	93
15. Strategi Alternatif Kriteria <i>Physical Evidence</i>	95

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	12
2. Diagram Hierarki AHP	33
3. Struktur Organisasi Data Primer Penelitian (2026).....	38
4. Matriks IE CV. Imunk Flowers.....	73
5. Diagram Analisa AHP	76

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Denah Lokasi CV. Imunk Flowers	112
2. Kuesioner Wawancara	113
3. Kategori dan Nilai IFAS	138
4. Kategori dan Nilai EFAS	139
5. Data Penjualan 2025	140
6. Dokumentasi Penelitian	141