

**STRATEGI PEMASARAN
BUAH ANGGUR (*Vitis vinifera*)
DI WISATA EDUKASI DAN ANGKRINGAN
KEBUN ANGGUR PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

NIKEN PURWANINGTIAS

NPM: 21220018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

**STRATEGI PEMASARAN
BUAH ANGGUR (*Vitis vinifera*)
DI WISATA EDUKASI DAN ANGKRINGAN KEBUN
ANGGUR PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Meperoleh Gelar Sarjana
Agrubisnis Pada Fakultas Pertanian
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**

Oleh:

NIKEN PURWANINGTIAS

NPM: 21220018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN BUAH ANGGUR (*Vitis vinifera*) DI WISATA EDUKASI DAN ANGKRINGAN KEBUN ANGGUR PONOROGO
SKRIPSI
NAMA : NIKEN PURWANINGTIAS
NPM : 21220018
PRODI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ir. Koesriwulandari, MP.

NIK : 92164-ET



Ir. Endang Siswati, MM

NIK : 03380-ET

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Progam Studi



Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W., M.Si

NIP. 19620403 198811 2 001



Ristani Widya Inti, SP., M.Agr

NIK : 21850-ET

LEMBAR REVISI

Tanggal: 13 Januari 2025

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN BUAH ANGGUR (*Vitis vinifera*) DI WISATA EDUKASI DAN ANGKRINGAN KEBUN ANGGUR PONOROGO

NAMA : NIKEN PURWANINGTIAS

NPM : 21220018

PRODI : AGRIBISNIS

TELAH DI : 07 Januari 2025

PERTAHANKAN

Menyetujui,
Dewan Penguji

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II


Ir. Koesriwulandari, MP.

NIK : 92164-ET


Ir. Endang Siswati, MM

NIK : 03380-ET

Dosen Penguji III

Dosen Penguji IV


Dr. Ir. Markus Patiung, M.P

NIK : 9093-ET


Ristani Widya Inti, SP., M. Agr

NIK : 21850-ET

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah Nya, sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat penyusunan laporan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Buah Anggur (*Vitis Vinifera*) di Wisata Edukasi Dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo” untuk memenuhi syarat kelulusan skripsi. Dalam hal ini penulis menyadari bahwa segala keberhasilan dan kesuksesan sebagai makhluk yang diciptakan tidak terlepas dari sang khaliq dan juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat, iman, kesehatan dan kemudahan dalam menyusun laporan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Teristimewa buat orang tua tercinta, cinta pertama dan panutanku yaitu ayahanda suryanto dan pintu surga ku ibunda harmini. Terimakasih atas segala pengorbanan, dukungan, motivasi nasehat serta do'a tulus kasih yang tidak pernah putus. Semoga kebaikan ini diganti dengan surga allah dan semoga kita selalu dalam lindungan Allah dan dipertemukan dalam surganya allah.
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Ristani Widya Inti.SP, M.Agr. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

5. Bapak Dr.Ir. Markus Patiung, M.P. Selaku Dosen Wali
6. Ibu Ir. Koesriwulandari, MP. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan dorongan semangat dan mengoreksi skripsi ini dengan penuh kesadaran dan ketulusan.
7. Ibu Ir. Endang Siswati, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan dorongan semangat dan mengoreksi skripsi ini dengan penuh kesadaran dan ketulusan.
8. Pimpinan Wisata Edukasi Dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo yang telah banyak membantu dalam laporan skripsi ini dan membimbing, mengarahkan, serta memberikan dorongan semangat serta doa.
9. Sahabat dan teman teman kost bapak sugianto khususnya kak fanny, ella gabriella, jean, inggrid, una dhisma dan elsin yang memberikan support dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Agribinis Angkatan 21 yang telah memberikan semangat serta dukungannya.

Penulis menyadari keterbatasan pengetahuan, referensi, dan pengalaman, sehingga laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Penulis berharap laporan ini mendapat tanggapan positif dan bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan informasi terkait. Saya ucapkan Terima kasih.

Surabaya, 01 Januari 2025

Niken Purwaningtias

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Niken Purwaningtias
NPM : 21220018
Alamat : Dukuh Senarang, Desa Temon, Kec. Sawoo, Kab. Ponorogo
No. HP : 085895777267
NPM : 21220018
Fakultas : Pertanian
Prodi : Agribisnis
Judul Skripsi STRATEGI PEMASARAN BUAH ANGGUR (*Vitis Vinifera*) DI WISATA EDUKASI DAN ANGKRINGAN KEBUN ANGGUR PONOROGO

Dengan jujur, skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan, dengan menyajikan gagasan dan analisis orisinal dari diri saya sendiri, baik dalam naskah laporan maupun bagian analisis yang terdapat dalam skripsi ini. Apabila terdapat karya orang lain yang diikutsertakan, saya memberikan refrensi yang jelas.

Dengan tulus, saya menyampaikan pernyataan ini, dan apabila kemudian hari terdapat ketidak akuratan atau penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima konsekuensi akademis berupa pencabutan gelar yang diperoleh dari pembuatan karya tulis ini dan sanksi lain yang sesuai dengan penuh kesadaran tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 13 Januari 2025



Niken Purwaningtias

Niken Purwaningtias 2122001. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2024. Strategi Pemasaran Buah Anggur (*Vitis Vinifera*) di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo. Pembimbing Satu: Ir. Koesriwulandari, MP. Pembimbing Dua: Ir. Endang Siswati, MM.

ABSTRAK

Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Buah Anggur (*Vitis vinifera*) di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo bertujuan untuk 1. Mengidentifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada Strategi Pemasaran Buah Anggur (*Vitis vinifera*) di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo 2. Menganalisis strategi pemasaran buah anggur (*Vitis vinifera*) di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.

Responden didalam penelitian ini adalah konsumen di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo, Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan accidental sampling dengan berjumlah 8 orang responden yaitu Owner, Pegawai dan Konsumen. Teknik Sampling dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Untuk membuktikan tujuan penelitian data primer dan sekunder yang dianalisa dengan analisis SWOT dan diolah dengan menggunakan Microsoft Excel.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan hasil analisis faktor internal Pemasaran Buah Anggur menunjukan 5 Kekuatan (Strength) Dan memiliki 3 Kelemahan (Weaknesses), Jika Faktor Eksternal memiliki 5 Peluang (Opportunities) Dan memiliki 2 Ancaman (Thereats). Hasil Analisis SWOT menunjukan Strategi Pemasaran Buah Anggur di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo menggunakan Strategi S-O. berada di kuadran 1 (1,39 : 1,68) yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mencapai peluang. Dengan membangun kerjasama dengan UMKM untuk menciptakan produk olahan anggur, meningkatkan promosi melalui media digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan dukungan pemerintah untuk pengembangan fasilitas pendukung wisata.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Buah Anggur

Niken Purwaningtias 21220018, Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2024. Marketing Strategy of Grapes (*Vitis Vinifera*) in Educational Tourism and Angkringan of Ponorogo Grape Garden. First Supervisor: Ir. Koesriwulandari, MP. Second Supervisor: Ir. Endang Siswati, MM.

ABSTRACT

The research entitled Marketing Strategy of Grapes (*Vitis vinifera*) at Educational Tourism and Angkringan Ponorogo Vineyard aims to 1. Identify Internal Factors (Strengths and Weaknesses) and External Factors (Opportunities and Threats) on Marketing Strategy of Grapes (*Vitis vinifera*) at Educational Tourism and Angkringan Ponorogo Vineyard 2. Analyse the marketing strategy of grapes (*Vitis vinifera*) at Educational Tourism and Angkringan Ponorogo Vineyard.

Respondents in this study were consumers at Educational Tourism and Angkringan Kebun Anggur Ponorogo, the sampling technique used accidental sampling with a total of 8 respondents, namely the Owner, Employees and Consumers. Sampling technique in this study is purposive sampling. To prove the research objectives, primary and secondary data were analysed with SWOT analysis and processed using Microsoft Excel.

From this research it can be concluded that the results of the analysis of internal factors of Grape Fruit Marketing show 5 Strengths and have 3 Weaknesses, if the External Factors have 5 Opportunities and have 2 Threats. The results of the SWOT Analysis show that the Grapes Marketing Strategy at Educational Tourism and Angkringan Ponorogo Vineyards uses the S-O Strategy. in quadrant 1 (1.39: 1.68), namely utilising strengths to achieve opportunities. By building cooperation with MSMEs to create processed grape products, increasing promotion through digital media to reach a wider market and optimising government support for the development of tourist support facilities.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Grapes

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR REVISI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Klasifikasi dan Morfologi Anggur.....	6
2.1.2 Syarat Tumbuh Tanaman Anggur.....	7
2.2 Teori Pemasaran	8
2.2.1 Lembaga Pemasaran	8
2.2.2 Saluran Pemasaran.....	9
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.3 Strategi Pemasaran	11
2.4 Analisis SWOT.....	13
2.4.1 Lingkungan Internal dan Eksternal SWOT	14
2.4.2 Matriks IFAS dan EFAS	15
2.4.3 Analisis Matriks SWOT.....	17
2.5 Focus Group Discussion (FGD)	20
2.6 Penelitian Terdahulu.....	20
2.7 Kerangka Pemikiran	24
2.8 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	26
3.2 Metode Penentuan Responden	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Metode Analisis Data	30
3.5 Metode Analisis SWOT	31
3.6 Batasan dan Definisi Operasional	33
3.6.1 Indikator Kriteria Kuesioner.....	35
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH	42
4.1 Keadaan Umum Kabupaten Ponorogo	42
4.2 Keadaan Demografis	43
4.3 Kondisi Pertanian dan Komoditas Unggulan di Kabupaten Ponorogo	46
4.4 Destinasi Wisata di Kabupaten Ponorogo	48
4.5 Letak Geografis Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	51
5.1 Karakteristik Konsumen Buah Anggur di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	51
5.1.1 Usia	51
5.1.2 Jenis Kelamin.....	52
5.1.3 Tingkat Pendidikan.....	54
5.1.4 Pekerjaan.....	55
5.1.5 Jumlah Tanggungan Keluarga	57
5.2 Identifikasi Faktor-Faktor SWOT	58
5.2.1 Faktor-Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan).....	58
5.2.2 Faktor-Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	61
5.3 Analisis SWOT Strategi Pemasaran Buah Anggur	63
5.4 Matriks Kuadran SWOT.....	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
6.1 Kesimpulan.....	74
6.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Internal Factors Analysis Summary	16
Tabel 2. Matriks Eksternal Factors Analysis Summary	17
Tabel 3. Matriks SWOT	18
Tabel 4. Jumlah Penduduk Ponorogo Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 5. Jumlah Penduduk Ponorogo Berdasarkan Tingkat Pendidikan	44
Tabel 6. Jumlah Penduduk Ponorogo Berdasarkan Tingkat Kelompok Usia	45
Tabel 7. Jumlah Penduduk Ponorogo Berdasarkan Tingkat Lapangan Pekerjaan	46
Tabel 8. Komoditas unggulan di kabupaten ponorogo	47
Tabel 9. Destinasi wisata di kabupaten ponorogo.....	48
Tabel 10. Usia Konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan.....	51
Tabel 11. Jenis Kelamin Konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	53
Tabel 12. Tingkat Pendidikan konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	54
Tabel 13. Pekerjaan konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	56
Tabel 14. Jumlah tanggungan keluarga konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	57
Tabel 15. Hasil identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pemasaran Buah Anggur (Vitis Vinifera)	64
Tabel 16. Kalkulasi Matriks SWOT Strategi Pemasaran Buah Anggur (Vitis Vinifera) di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	65
Tabel 17. Matriks Kuadran SWOT Strategi Pemasaran Buah Anggur (Vitis Vinifera) di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Matriks SWOT	19
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. Peta Wilayah Kabupaten Ponorogo.....	42
Gambar 4. Peta Wilayah Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	49
Gambar 5. Tampak depan Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur	50
Gambar 6. Usia konsumen buah anggur di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	52
Gambar 7. Jenis Kelamin konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	53
Gambar 8. Tingkat Pendidikan konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	55
Gambar 9. Pekerjaan konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	56
Gambar 10. Jumlah tanggungan keluarga konsumen buah anggur pada Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	58
Gambar 11. Diagram Matriks Analisis SWOT Pemasaran Buah Anggur di Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo.....	66
Gambar 12. Wawancara Penelitian Dengan Konsumen	86
Gambar 13. Tampak dalam Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	87
Gambar 14. Tampak belakang Wisata Edukasi dan Angkringan Kebun Anggur Ponorogo	87