

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

---

School of Business Management  
Jurusan Marketing Management  
Thesis Bachelor of Economics  
Odd Semester of 2017/2018

**FORMULATION OF ORGANIC PRODUCT MARKETING STRATEGY  
AT PT. AGATHO ORGANIS AGRO**

**MAYA RUBIANDINI                      1801437501**  
**MELANIE AGUSTIANIE                1801437703**

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to determine the best marketing strategies from the success factors that underlie the development of the organic agriculture sector. Research uses quantitative methods. Data sources used in this study are primary data with information clarification obtained through interviews, telephone and e-mail exchanges with organic stakeholders in the company and secondary data obtained from various sources. Formulation of marketing strategies through three-stage analysis, namely the input stage (IFE Matrix, EFE and CPM), matching phase (SWOT Matrix, IE and Grand Strategy), decision stage (QSPM Matrix). Data is processed using Expert Choice software. The results of the study show that the chosen strategy is market development to be applied to marketing strategies for PT. Agatho Organic Agro.*

*Keywords: marketing strategy, organic products, market development*

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

---

School of Business Management

Jurusan Marketing Management

Skripsi Sarjana Ekonomi

Semester Ganjil tahun 2017/2018

**FORMULASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK ORGANIK  
PADA PT. AGATHO ORGANIS AGRO**

**MAYA RUBIANDINI**                      **1801437501**

**MELANIE AGUSTIANIE**                **1801437703**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran terbaik dari faktor – faktor keberhasilan yang mendasari pengembangan sektor pertanian organik. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan klarifikasi informasi yang didapat melalui wawancara, telepon dan pertukaran *email* dengan organik *stakeholder* di perusahaan tersebut dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber. Formulasi strategi pemasaran melalui analisis tiga tahap yaitu tahap input (Matriks IFE, EFE dan CPM), tahap pencocokan (Matriks SWOT, IE dan Grand Strategy), tahap keputusan (Matriks QSPM). Data diolah menggunakan *software Expert Choice*. Hasil dari penelitian menunjukkan strategi terpilih adalah pengembangan pasar untuk diterapkan pada strategi pemasaran bagi PT. Agatho Organis Agro.

Kata kunci: strategi pemasaran, produk organik, pengembangan pasar