

**STRATEGI PEMASARAN MORIFLOUR MORINGA POWDER
(STUDI KASUS PT KELORIA MORINGA JAYA)**

SKRIPSI

OLEH :

YUSNIDAR LUBIS

NPM : 71240712017



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

**STRATEGI PEMASARAN MORIFLOUR MORINGA POWDER
(STUDI KASUS PT KELORJA MORINGA JAYA)**

OLEH :

**YUSNIDAR LUBIS
NPM : 71240712017**

Skripsi Ini Merupakan Salah Satu Syarat Untuk Melakukan Penelitian
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Islam Sumatera Utara
Medan

Menyetujui Komisi Pembimbing

Ketua Pembimbing

Dr. Mhd. Ilham Riyadh, SP, MSi

Anggota Pembimbing

Hj. Henny Pratiwi, SP, MM

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kemampuan dan kesehatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi yang akan diajukan untuk memenuhi syarat menjadi sarjana pertanian.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Alm. Drs. Muchtar Lubis dan Ibunda Siti Anna selaku orang tua penulis yang telah merawat, membesarkan, mendidik penulis hingga saat ini dan selalu memberi dukungan kepada penulis baik dukungan moral maupun moril dan selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Prof. Dr. Safrida, S.E., M.si selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan yang telah memberi kesempatan menambah ilmu pada universitas yang dipimpin beliau.
3. Ibu Dr. Ir. Murni Sari Rahayu, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan yang telah memberi kesempatan menambah ilmu pada fakultas yang dipimpin beliau.
4. Bapak Dr. Muhammad Ilham Riyadh, SP, MSi selaku Ketua Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi terselesaikannya penulisan skripsi ini guna memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar

sarjana pertanian di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara (UISU)

5. Ibu Hj. Henny Pratiwi, SP. MM selaku Anggota Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi terselesaikannya penulisan skripsi ini guna memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar sarjana pertanian di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara (UISU)
6. Ibu/Bapak Dosen/Asisten Dosen yang telah memberikan sejumlah ilmu pengetahuan guna dipelajari dan dimiliki setelah menyelesaikan perkuliahan di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) ini.
7. Terima kasih untuk Support Sistem saya Nanda Aulia Hassanah yang mau menyemangati saya dan turut berkontribusi dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini dan mengharapkan saran yang membangun untuk perbaikannya. Semoga karya ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Medan, Oktober 2025

Yusnidar Lubis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Strategi.....	12
2.1.2 Pemasaran.....	14
2.1.3 Strategi Pemasaran	17
2.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Strategi Pemasaran	21
2.1.5 Analisa SWOT.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Informan Penelitian	40
3.4 Definisi Istilah	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel	43
3.6 Sumber Data	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data	44
3.8 Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Profil dan Sejarah PT. Keloria Moringa Jaya.....	57
4.1.1 Profil.....	57
4.1.2 Sejarah	57

4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	64
4.3 Hasil Pembahasan.....	66
4.3.1 Aspek Internal dan Aspek Eksternal	67
4.3.2 Analisis SWOT	82
4.3.3 Matriks SWOT	83
BAB V Kesimpulan dan Saran	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1.	Kandungan dan jumlah nutrisi pada polong, daun segar, dan serbuk daun kelor per 100 gram	2
2.	Unsur-Unsur Pokok dalam Strategi Pemasaran	7
3.	Matriks SWOT Kualitatif	33
4.	Penelitian Terdahulu	36
5.	Indikator Kekuatan, Kelemahan, Peluang & Ancaman	49
6.	Total Rata-Rata Kekuatan & Kelemahan	50
7.	Matriks IFAS	51
8.	Total Rata-Rata Peluang & Ancaman	52
9.	Matriks EFAS	53
10.	Diagram SWOT	54
11.	Posisi Kuadran	54
12.	Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin	64
13.	Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Usia	65
14.	Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Pendidikan	65
15.	Statistik Deskriptif Berdasarkan Lama Bekerja	66
16.	Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	73
17.	Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	80
18.	Matriks SWOT	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1	Kerangka Pemikiran	38
2	Faktor Internal & Faktor Eksternal	49
3	Diagram Analisis SWOT	55
4	Matriks SWOT	55
5	Struktur Organisasi PT. Keloria Moringa Jaya (2025)	60
6	Laporan Keuangan PT. Keloria Moringa Jaya April s/d Juni Tahun 2025	68
7	Diagram Cartesius Analisis SWOT PT. Keloria Moringa Jaya	82
8	Strategi Intensif Untuk Pertumbuhan (Growth)	83

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1	Kuesioner	102
2	Dokumentasi	110

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2019. *Manajemen Pemasaran : Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Algrina, Ulu Agnes. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *J. EMBA*, Vol. 1, No. 4, pp. 1134–1144.
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta. Bandung. Cet.10. 392 Hlm.
- Amiruddin. 2006. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Anggriani, Reni. 2022. *Strategi Pemasaran Industri Kelor PT TRI Utami Jaya Untuk Menembus Pasar Internasional*,” Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Arikunto, S. 2018. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineke Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta). Hal. 201
- Arisman, R.T. 2021. Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Perkayuan Narapidana Di Lapas Kelas Ila Lahat1,” *Nusant. J. Ilmu Pengetah. Sos.*, Vol. 8, No. 4, Pp. 474–488.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, A. M. I. & Ratnawati, S. 2020. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100),” *J. Ilmu Manaj.*, Vol. 17, No. 2, pp. 58–70.
- Azwar, Saifuddin. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cahyono, Puguh. 2016. Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *J. Penelit. Ilmu Manaj.*, Vol. 4, No. 1, pp. 129–138, 2016.
- Chang, H.H. & Huang, W.C. (2005). Relationship between strategic planning and firm performance. *International Journal of Management*, 22(3), 63–71.
- Chaniago, Siti Aminah. 2014. Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat. *Jurnal Hukum Islam(JHI)*. 12, No. 1 (2014): 87-101.
- Collins-Kreiner, N.; Wall, G. 2007. Evaluating tourism potential: A SWOT analysis of the Western Negev, Israel. *Tourism* 55, 51-63.

- David, Fred R, 2007. Manajemen Strategi. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Effendi dkk, 2022. Strategi Pemasaran. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firdaus, Muhammad. 2009. Manajemen Agribisnis Jakarta: Bumi Aksara.
- Halodoc. (2025). Manfaat daun kelor untuk kesehatan tubuh. Diakses dari: <https://www.halodoc.com>
- Herfita, Devi. 2017. Analisis Strategi Bisnis Pada Pt Gancia Citra. Jurnal Eksekutif 14, no. 2 (2017): 369–383.
- Hikmawati, Fenti. 2018. Metodologi Penelitian. Depok: Rajawali Pers. Edisi 1 Cetakan 2), Hal. 84
- Karo Karo, Pelliyezer., dan Samuel Hamonangan. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Restoran Menghadapi Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Pagar Alam. Jurnal Sains Sosio Humaniora. Volume 5 No. 1.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Pemerintah tentang Insentif Pajak Ekspor Produk Nilai Tambah*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Sistem Indonesia National Single Window (INSW)*. Jakarta: Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
- Kotler dan Armstrong G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Erlangga. Jakarta. 463 Hlm.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. Marketing Management. 15 Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. 2021. Principles of marketing (8thed.). Published by Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Makkarenu, T. Astuti, & Ridwan. 2013. Strategi Pengembangan Usaha pada Industri Kayu Gergajian Melalui Pendekatan SWOT dan IFAS-EFAS Analysis. J. Ilmu Teknol. Kayu Trop., Vol. 17, No. 1, pp. 90–100.
- Maulidar, M. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Brunei Elektronik Meulaboh Ditengah Pandemi Covid-19. Jurnal Manajemen Bisnis 18 (3), 297-307.
- Mira Fitriana, Rieska Ernawati, Pertiwi Kusuma Astuti. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Wisata CV. SKR Tour & Travel di Era New Normal. Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya.
- Moleong, L.J. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- Mulyati, D., Khairiadi, K., Yana, Y., & Zein, I. 2018. Pengembangan Potensi Wisata di Kota Banda Aceh Dengan Analisa SWOT. *J. Serambi Eng.*, Vol. 3, No 1, pp. 292-298, [Online]. Available: [Http://www.jurnal.serambimekkah.ac.id/jse/article/view/440](http://www.jurnal.serambimekkah.ac.id/jse/article/view/440).
- Mutakin, M.K. & Safa'atillah, N. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada PT. AJ Central Asia Raya Cabang Surabaya. *J. Media Mahard.*, Vol. 17, No. 1, pp. 103–109.
- Noor Syamsudin. 2014. Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang. *Jurnal Intekna* 14, No. 2 (2014): 102–209.
- Oisina, Resky Meutia. 2018. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk-Produk Pembiayaan pada Pegadaian Syariah (Studi pada Pegadaian Syariah Unit Way Halim. Lampung: UIN Raden Intan.
- Oreski, Dijana. 2012. Strategy Development by Using SWOT – AHP. *TEM Journal – Volume 1 / Number 4. / 283-291*.
- Osita, Ifediora; Onyebuchi R., Idoko; Justina, Nzekwe. 2014. Organization's Stability and Productivity: The Role Of SWOT Analysis An Acronym For Strength, Weakness, Opportunities and Threat. *International Journal of Innovative and Applied Research*. Volume 2. 23-32.
- Purnamasari, S. 2018. Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin). *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*. Vol. 1 No. 1 Juni 2018. Hlm. 25-37.
- Qanita, A. 2020. Analisis Strategi Dengan Metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) : Studi Kasus Pada D'gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Serambi Engineering*, Volume VII, No. 1, Januari 2022 Hal 2683 – 2692. *Komitmen J. Ilm. Manaj.*, Vol. 1, No.2, pp. 11–24, Doi: 10.15575/Jim.V1i2.10309.
- Rani, K. C., Ekajayani, N. I., Darmasetiawan, N. K., dan Dewi, A. D. R. 2019. *Modul Pelatihan: Kandungan Nutrisi Tanaman Kelor*. Surabaya: Fakultas Farmasi Universitas Surabaya.
- Rangkuti F. 2017. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ranita S. V. & Hanum, Z. 2016. Revenue Cost dan Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha. *J. Bisnis Adm.*, Vol. 5, No. 2, pp. 14–19.
- Ratri Ariatmi Nugrahani, Tri Yuni Hendrawati, Athiek Sri Redjeki, Susanty, Fatma Sari, Hartini Hadi Santosa. 2021. Pengolahan dan Pemanfaatan Daun & Biji Kelor (*Moringa oleifera*). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Renaldi, A. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Herbal*. Jakarta: Pustaka Media Ekonomi.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Zulkifli Kasip (alih bahasa)

Edisi Ketujuh. Penerbit PT. Indexs. Jakarta.

- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sinambela, Y., Darnianti, & Panjaitan, N. 2018. Analisis Strategi Pemasaran CV Karunia Makmur Persada (KMP) dengan Metode SWOT. *J. Juitech*, Vol. 2, No. 2, pp. 56–66.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Agung, Hendriyanto, & Ilma, L. 1. u. 2016. Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147. doi: 10.25124/jmi.v16i2.319.
- Smith, Howard. 2006. *Process Innovation: P-TRIZ 6 beyond SWOT and Toward Change*.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta. 284 Hlm.
- Sutojo, Siswanto dan F. Kleinsteuber. 2022. *Strategi Manajemen Pemasaran*, cetakan pertama. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Swastha, Basu D dan Handoko, Tani. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Tamara, A. 2016. Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(3), 395-406.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Cv. Andi. Yogyakarta. 373 Hlm.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset. pp.21-136.
- Umar, H. 2008. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Heni Handri. Sijabat, Ondho Shinta Ulina. Budiarto. 2021. Strategi Pemasaran Pada Rumah Produksi Kelorida Di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Jurnal Dinamika Ekonomi* 22, No. 1 (2021): 61-74
- Yuksel, I., & Dagdeviren, M. (2007). *Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis – A case study for a textile firm*. *Information Sciences*, 177(16), 3364–3382
- Yulianti, Farida, Lamsah dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Lampiran I Kuesioner

Kepada Yth :

Karyawan PT Keloria Moringa Jaya
di -
Tempat

Dengan hormat,

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi sebagai mahasiswi dari Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara akan melakukan penelitian di PT Keloria Moringa Jaya dengan judul penelitian “Strategi Pemasaran Moriflour Moringa Powder (Studi Kasus PT Keloria Moringa Jaya)”.

Penelitian bertujuan untuk menganalisis kinerja karyawan pada karyawan PT Keloria Moringa Jaya dan untuk mendukung penelitian, saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner terlampir. Kuesioner ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan besar manfaatnya bagi pengembangan ilmu.

Kuesioner ini tidak ada hubungannya dengan status dan kedudukan Bapak/Ibu dalam perusahaan, maka jawaban yang benar adalah jawaban yang benar-benar menggambarkan keadaan Bapak/Ibu. Sehingga agar dapat dilakukan pengisian dengan kondisi apa adanya.

Wassalam

Peneliti

Yusnidar Lubis

Mohon dipilih sesuai dengan keadaan sebenarnya

- Jabatan :
- Lama Bekerja : 1. 0 – 1 Tahun
2. > 1 sd 15 Tahun
3. > 15 sd 25 Tahun
4. > 25 Tahun
- Umur : 1. < 24 Tahun
2. 24 sd 40 Tahun
3. 41 sd 56 Tahun
- Status : 1. Belum Menikah
2. Sudah Menikah
- Jenis Kelamin : 1. Pria
2. Wanita
- Pendidikan Terakhir : 1. SD atau Setara SD
2. SMP atau Setara SMP
3. SMA atau Setara SMA
4. D III & Setara D III
5. S 1 & Setara S 1
6. S 2 & Setara S 2

Petunjuk Pengisian Kuisisioner :

Pada bagian ini Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk memberikan pendapat terhadap pertanyaan-pertanyaan dengan cara memberikan tanda silang (x) pada kotak dengan skala 1 sampai dengan 5. Skala nomor menunjukkan seberapa dekat jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i dengan pilihan yang tersedia.

Contoh :

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

1. Pertanyaan untuk kekuatan (strenght)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Kemampuan pihak manajemen dan pengalaman dalam melaksanakan kegiatan ekspor serta manajemen yang solid dalam menjalankan bisnisnya					
2	Kualitas produk yang baik					
3	Pelayanan yang dilakukan selalu berorientasi pada kepuasan pelanggan					
4	Citra produk yang baik					
5	Perusahaan memiliki harga produk yang kompetitif dari kualitas produk yang dihasilkan					

2. Pertanyaan untuk kelemahan (weakness)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Kapasitas produksi belum memadai untuk memenuhi permintaan konsumen luar negeri					
2	Supply chain belum optimal					
3	Penggunaan jaringan online dalam memasarkan produk belum maksimal					
4	Penerapan mekanisme evaluasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan belum optimal					
5	Pengambilan keputusan belum didukung dengan sistem informasi berbasis data yang lengkap					

3. Pertanyaan untuk peluang (opportunity)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Bentuk dukungan pemerintah berupa trade expo mampu memperluas jaringan pemasaran usaha					
2	Kondisi ekonomi negara tujuan membuka peluang ekspor untuk produk-produk herbal					
3	Kebijakan pemerintah dalam negeri memberikan kemudahan proses ekspor					
4	Banyaknya sarana jasa pengangkutan yang sangat menunjang kegiatan ekspor					
5	Dengan adanya pasar bebas memberikan kesempatan bagi perusahaan asing untuk dapat masuk ke pasar global					

4. Pertanyaan untuk ancaman (threatness)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Fluktuasi nilai tukar mata uang					
2	Perubahan regulasi atau kebijakan perdagangan negara					
3	Perubahan lingkungan alam yang berpengaruh terhadap tingkat produksi perusahaan					
4	Fluktuasi perubahan harga pasar					
5	Kurangnya pengetahuan tentang tindakan pesaing di pasar internasional					

KEKUATAN

Nomor Responden	Kemampuan pihak manajemen dan pengalaman dalam melaksanakan kegiatan ekspor serta manajemen yang solid dalam menjalankan bisnisnya	Kualitas produk yang baik	Pelayanan yang dilakukan selalu berorientasi pada kepuasan pelanggan	Citra produk yang baik	Perusahaan memiliki harga produk yang kompetitif dari kualitas produk yang dihasilkan	Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	4	4	2	4	4	18
2	5	5	5	5	5	25
3	4	3	3	4	5	19
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	20
6	3	5	5	4	4	21
7	4	5	5	5	5	24
8	4	5	5	5	5	24
9	3	4	4	4	4	19
10	4	5	4	4	4	21

Kuesioner	KEKUATAN										JUMLAH	
	SS		S		R		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Q1	2	18	7	64	2	18	0	0	0	0	11	100
Q2	6	60	3	30	1	10	0	0	0	0	10	100
Q3	5	50	3	30	1	10	1	10	0	0	10	100
Q4	4	40	6	60	0	0	0	0	0	0	10	100
Q5	5	50	5	50	0	0	0	0	0	0	10	100
Rata-Rata	4	44	5	47	1	8	0	2	0	0	10	100

KELEMAHAN

Nomor Responden	Kapasitas produksi belum memadai untuk memenuhi permintaan konsumen luar negeri	Supply chain belum optimal	Penggunaan jaringan online dalam memasarkan produk belum maksimal	Penerapan mekanisme evaluasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan belum optimal	Pengambilan keputusan belum di dukung dengan sistem informasi berbasis data yang lengkap	Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	5	5	4	20
5	3	3	4	5	4	19
6	3	3	4	5	4	19
7	3	4	4	5	4	20
8	3	4	4	5	5	21
9	3	4	4	3	3	17
10	3	4	4	4	4	19

Kuesioner	KELEMAHAN										JUMLAH	
	SS		S		R		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Q1	0	0	0	0	11	100	0	0	0	0	11	100
Q2	0	0	4	40	6	60	0	0	0	0	10	100
Q3	1	10	6	60	3	30	0	0	0	0	10	100
Q4	5	50	1	10	4	40	0	0	0	0	10	100
Q5	1	10	5	50	4	40	0	0	0	0	10	100
Rata-Rata	1	14	3	32	6	54	0	0	0	0	10	100

PELUANG

No Responden	Bentuk dukungan pemerintah berupa trade expo mampu memperluas jaringan pemasaran usaha	Kondisi ekonomi negara tujuan membuka peluang ekspor untuk produk-produk herbal	Kebijakan pemerintah dalam negeri memberikan kemudahan proses ekspor	Banyaknya sarana jasa pengangkutan yang sangat menunjang kegiatan ekspor	Dengan adanya pasar bebas memberikan kesempatan bagi perusahaan asing untuk dapat masuk ke pasar global	Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	5	4	4	5	4	22
2	4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	5	3	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	5	22
6	3	5	5	3	5	21
7	5	4	4	5	4	22
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20

Kuesioner	PELUANG										JUMLAH	
	SS		S		R		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Q1	5	50%	4	40%	1	10%	0	0%	0	0%	10	100%
Q2	4	40%	5	50%	1	10%	0	0%	0	0%	10	100%
Q3	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	0	0%	10	100%
Q4	5	50%	4	40%	1	10%	0	0%	0	0%	10	100%
Q5	4	40%	5	50%	1	10%	0	0%	0	0%	10	100%
Rata-rata	4	42%	5	50%	1	8%	0	0%	0	0%	10	100%

ANCAMAN

No Responden	Fluktuasi nilai tukar mata uang	Perubahan regulasi atau kebijakan perdagangan negara	Perubahan lingkungan alam yang berpengaruh terhadap Tingkat produksi perusahaan	Fluktuasi perubahan harga pasar	Kurangnya pengetahuan tentang tindakan pesaing dipasar Internasional	Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	3	4	3	3	3	16
2	3	4	4	3	3	17
3	3	3	4	3	3	16
4	3	3	3	3	3	15
5	4	3	3	3	3	16
6	5	4	4	3	3	19
7	4	4	4	3	3	18
8	5	4	3	3	3	18
9	4	3	3	3	3	16
10	4	4	4	3	3	18

Kuesioner	ANCAMAN										JUMLAH	
	SS		S		R		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Q1	2	20%	4	40%	4	40%	0	0%	0	0%	10	100%
Q2	0	0%	6	60%	4	40%	0	0%	0	0%	10	100%
Q3	0	0%	5	50%	5	50%	0	0%	0	0%	10	100%
Q4	0	0%	0	0%	11	100%	0	0%	0	0%	11	100%
Q5	0	0%	0	0%	11	100%	0	0%	0	0%	11	100%
Rata-rata	0	4%	3	30%	7	66%	0	0%	0	0%	10	100%

Lampiran 2. Dokumentasi

Moriflour Moringa Powder

Berat Produk 200gr



Moriflour Moringa Powder

Berat Produk 35g



Moriflour Moringa Powder

Berat Produk 1kg



Pemasaran produk PT. Keloria Moringa Jaya di Shopee

The screenshot shows the Shopee storefront for PT. Keloria Moringa Jaya. The store is active 2 hours ago and has 24 products, 75 followers, and a 4.9 rating from 79 reviews. The product categories listed are Halaman Utama, Produk, Minuman, Makanan & Minuman, Makanan Ringan, and Bahan Pokok. The 'KAMU MUNGKIN SUKA' section features several products, including Moriflour Moringa Powder, Moritea Moringa Powder, and Minyak Biji Kelor.

Shopee
Cari di toko ini
Di toko ini

Kipas Turbo Mini OMG Lip Cream Ombre 13 12 Parfum Cewek Tahan Lama Dan Wangi 24 Jam ORI Baju Kaos Cewek Kekinian

Keloria Moringa
Aktif 2 jam lalu
+ Ikuti Chat

Produk: 24 Pengikut: 75
Mengikuti: 73 Penilaian: 4.9 (79 Penilaian)
Performa Chat: 58% (Hitungan Menit) Bergabung: 5 Tahun Lalu

Halaman Utama Produk Minuman Makanan & Minuman ... Makanan Ringan Bahan Pokok Lainnya

KAMU MUNGKIN SUKA Lihat!

https://shopee.co.id/keloria#product_list

Wawancara dengan CEO PT. Keloria Moringa Jaya





