

## ABSTRAK

Pangsa pasar media tanam cukup luas baik petani hortikultura atau penggemar tanaman hias. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Berdasar fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui strategi pemasaran media tanam *Cocopeat* di Berkah Agro Farm Sempu Banyuwangi. Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis saluran pemasaran media tanam *Cocopeat*; (2) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pemasaran media tanam *Cocopeat*; (3) menganalisis strategi pemasaran media tanam *Cocopeat* di Berkah Agro Farm Sempu Banyuwangi. Metode penelitian menggunakan analisis kualitatif. Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yang terdiri dari satu responden yaitu manajemen Berkah Agro Farm Sempu Banyuwangi. Metode analisis yang digunakan ialah analisis saluran pemasaran, analisis SWOT dan matriks IFE dan matriks EFE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) saluran pemasaran media tanam *Cocopeat* di Berkah Agro Farm ada dua yaitu saluran nol tingkat yaitu dengan penyaluran langsung ke petani dan saluran pemasaran 1 tingkat yang menggunakan satu mitra sebagai perantara sebelum barang sampai ke tangan konsumen (2) faktor internal memiliki skor 3,14 dengan kekuatan tertinggi adalah memasuki pasar potensial dengan skor 0,57 dan kelemahan terbesar adalah intensitas promosi online kurang dengan skor 0,29 ; faktor eksternal mempunyai skor 2,80 dengan peluang tertinggi adalah perluasan cabang diluar Banyuwangi dengan skor 0,48 dan ancaman terbesar adalah kompetitor dengan skor 0,24 (3) Strategi pemasaran media tanam *Cocopeat* di Berkah Agro Farm berada pada kuadran IV yang menunjukkan sebuah pertumbuhan.

**Keyword:** analisis SWOT, media tanam, strategi pemasaran

## ABSTRACT

*The market share of planting media is quite large, both for horticultural farmers and ornamental plant enthusiasts. Marketing strategy can be seen as one of the bases used in preparing a comprehensive company plan. Based on this phenomenon, researchers are interested in knowing the marketing strategy of Cocopeat planting media at Berkah Agro Farm Sempu Banyuwangi. The objectives of this study are: (1) to analyze the marketing channels of Cocopeat planting media; (2) to identify internal and external factors in marketing Cocopeat planting media; (3) to analyze the marketing strategy of Cocopeat planting media at Berkah Agro Farm Sempu Banyuwangi. The research method uses qualitative analysis. The research sample uses a purposive sampling method consisting of one respondent, namely the management of Berkah Agro Farm Sempu Banyuwangi. The analysis methods used are marketing channel analysis, SWOT analysis and IFE matrix and EFE matrix. The results of the study show that (1) there are two marketing channels for Cocopeat planting media at Berkah Agro Farm, namely zero-level channels, namely direct distribution to farmers and 1-level marketing channels that use one partner as an intermediary before the goods reach the consumer (2) Internal factors have a score of 3.14 with the highest strength being entering a potential market with a score of 0.57 and the greatest weakness being the low intensity of online promotion with a score of 0.29. External factors have a score of 2.80 with the highest opportunity being branch expansion outside Banyuwangi with a score of 0.48 and the greatest threat being competitors with a score of 0.24. (3) The marketing strategy for Cocopeat planting media at Berkah Agro Farm is in quadrant IV which shows growth.*

**Keywords:** *SWOT analysis, planting media, marketing strategy*