

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BENIH
CABAI RAWIT DI KABUPATEN MAGELANG (STUDI KASUS VARIETAS
BANGJO PADA PT RAJA PILAR AGROTAMA)

Oleh :

Syach Ryananda Anwar

INTISARI

Kajian ini bertujuan untuk merumuskan strategi dan menyusun urutan prioritas strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan benih cabai rawit Bangjo di PT Raja Pilar Agrotama. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang dilaksanakan pada bulan Juni hingga Juli 2023. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus pada responden utama yaitu tim pemasaran PT Raja Pilar Agrotama dan *purposive sampling* pada responden pendukung yaitu pemilik toko pertanian di wilayah Kabupaten Magelang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisa IFAS EFAS menunjukkan bahwa PT Raja Pilar Agrotama berada pada kuadran 1, dimana kuadran tersebut berarti bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang yang ada. Analisa SWOT menghasilkan dua belas alternatif strategi pemasaran, selanjutnya pada analisa QSPM menghasilkan tiga rumusan strategi terbaik yaitu melakukan sosialisasi kepada para petani pentingnya penggunaan benih bersertifikat, memberikan *reward* kepada mitra maupun konsumen yang telah loyal ke perusahaan, dan memaksimalkan pendampingan agar memuaskan para konsumen.

Kata Kunci : Benih cabai rawit Bangjo, Strategi pemasaran, SWOT, QSPM