

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dihadapi saat ini maupun di masa yang akan datang. Wisata Agro Rengganis (WAR) Gunung Gambir menggunakan analisis SWOT untuk merancang strategi pemasaran yang tepat sehingga WAR dapat meningkatkan laba yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui matriks SWOT, Matriks IFAS dan Matriks EFAS, dapat dinyatakan bahwa WAR memiliki posisi keunggulan bersaing yang relatif kuat, dimana memiliki banyak peluang dan kekuatan bersaing sementara hanya menghadapi sedikit kelemahan dan ancaman, sehingga diversifikasi produk dan wahananya dipandang tepat untuk dilakukan. Berdasarkan strategi diversifikasi produk dan wahana secara umum, dapat dikembangkan strategi-strategi jangka panjang yang mencakup proses pembenahan, baik untuk produk maupun wahananya sehingga hanya dibutuhkan prosedur yang relatif singkat dan tidak lama. Penetrasi pasar di kalangan masyarakat terbilang cukup terjangkau dengan harga tiket Rp. 10.000 dan masyarakat merasakan kesenangan yang luar biasa dengan adanya WAR itu sendiri. Dari strategi jangka panjang dikembangkan strategi dan program jangka pendek. Strategi jangka pendek mencakup aktivitas promosi secara intensif untuk lebih mendekatkan WAR kepada masyarakat yang lebih luas, mengoptimalkan program-program jangka pendek mencakup upaya-upaya pembenahan guna mempermudah dan mempercepat proses transaksi mengadakan koordinasi secara intensif antara karyawan, pelayanan, melakukan pendekatan langsung kepada kelompok-kelompok masyarakat, melakukan promosi secara intensif, mempersiapkan produk dan wahana inovasi yang terkait dengan memanfaatkan tempat sekitar, serta menambah fasilitas-fasilitas dan keuntungan yang dapat dimiliki oleh pemiliknya.

**Kata kunci: Strategi, Pemasaran, SWOT, Laba, Agrowisata, Perkebunan**

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify what elements are the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced now and in the future. Agro Tourism Rengganis (WAR) Gunung Gambir uses SWOT analysis to design the right marketing strategy so that WAR can increase profits significantly. The results show that through the SWOT matrix, IFAS Matrix and EFAS Matrix, it can be stated that WAR has a relatively strong competitive advantage position, which has many opportunities and competitive strengths while only facing few weaknesses and threats, so that product diversification and its vehicles are considered appropriate for conducted. Based on the product and vehicle diversification strategy in general, long-term strategies can be developed that include the improvement process, both for the product and the vehicle, so that only relatively short and fast procedures are needed. Market penetration among the public is quite affordable with a ticket price of Rp. 10,000 and the public feel great pleasure with the existence of WAR itself. From the long-term strategy, short-term strategies and programs are developed. The short-term strategy includes intensive promotional activities to bring WAR closer to the wider community, optimizing short-term programs including reform efforts to simplify and accelerate the transaction process, intensive coordination between employees, services, direct approach to groups community groups, carry out intensive promotions, prepare products and innovation vehicles related to utilizing the surrounding area, as well as adding facilities and benefits that can be owned by the owner.*

**Keywords : Strategy, Marketing, SWOT, Profit, Agrotourism, Plantation**