

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERTANIAN STROBERI DI
AGROWISATA HIDDEN STRAWBERRY GARDEN DESA PANCASARI
KABUPATEN BULELENG**

Oleh

Luh Putu Putri Candra Dewi, NIM 2257015043

Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan, Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi strategi pemasaran produk pertanian stroberi di Agrowisata Hidden Strawberry Garden, Desa Pancasari, Kabupaten Buleleng serta kendala yang dialami dalam penerapan strategi pemasaran yang digunakan Desa Pancasari dikenal sebagai desa wisata yang kaya akan potensi alam, termasuk kebun buah stroberi yang menjadi salah satu destinasi wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi langsung ke lokasi dan wawancara dengan pemilik Hidden Strawberry Garden. Penelitian ini mengeksplorasi implementasi strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) yang diterapkan oleh Hidden Strawberry Garden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hidden Strawberry Garden berhasil mengalami peningkatan pada kesadaran citra merek melalui promosi secara langsung, media sosial dan keterlibatan pemerintah. Namun, kendala seperti ketatnya persaingan pasar dan panen buah stroberi yang bergantung pada musim tetap menjadi perhatian dalam pengelolaan agrowisata ini. Saran-saran yang diberikan pada pemilik usaha pada setiap kendala yang dihadapi, diharapkan mampu untuk memberikan solusi dan peningkatan pada produksi hingga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran.

Kata kunci: agrowisata, produk pertanian stroberi, strategi pemasaran

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERTANIAN STROBERI DI
AGROWISATA HIDDEN STRAWBERRY GARDEN DESA PANCASARI
KABUPATEN BULELENG**

Oleh

Luh Putu Putri Candra Dewi, NIM 2257015043

Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan, Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research aims to investigate the marketing strategy for strawberry agricultural products in the Hidden Strawberry Garden Agrotourism, Pancasari Village, Buleleng Regency as well as the obstacles experienced in implementing the marketing strategy used. Pancasari Village is known as a tourist village that is rich in natural potential, including strawberry gardens which are one of the tourist destinations. The research method used is qualitative descriptive analysis with data collection methods in the form of direct observation at the location and interviews with the owner of Hidden Strawberry Garden. This research explores the implementation of the 4P marketing strategy (Product, Price, Place, and Promotion) implemented by Hidden Strawberry Garden. The research results show that Hidden Strawberry Garden has succeeded in increasing brand image awareness through direct promotion, social media and government involvement. However, obstacles such as tight market competition and strawberry harvest which depends on the season remain a concern in managing this agrotourism. It is hoped that the suggestions given to business owners regarding each obstacle they face will be able to provide solutions and improvements to production so that they can optimize marketing strategies.

Keywords: agrotourism, marketing strategy, strawberry agricultural products