RINGKASAN

Strategi Pemasaran Melon Varietas Taj Mahal Di Balai Besar Pelatihan Pertanian Ketindan. Sonia Allifiya Nur Cahyani, NIM D31221192, 2025, 74 Halaman, Program Studi Manajemen Agribisnis, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dosen Pembimbing Linda Ekadewi Widyatami, S.P., M.P. dan Pembimbing Lapangan Herdiastiti, S.P., M.P.

Balai Besar Pelatihan Pertanian (BBPP) Ketindan merupakan salah satu unit pelaksana teknis di bidang pelatihan pertanian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian. BBPP Ketindan memiliki kesesuaian dengan bidang ilmu Manajemen Agribisnis, sehingga menjadi tempat yang ideal untuk kegiatan magang bagi mahasiswa. BBPP Ketindan saat ini menjalankan proyek "*Enhancing Millennial Farmers Income By Adopting K-SMART Farm Technologies in Indonesia*" yang merupakan kerja sama antara Kementerian Pertanian Republik Indonesia dan Pemerintahan Korea Selatan. Proyek ini telah berjalan sejak tahun 2022 dan mencakup budidaya beberapa jenis tanaman salah satunya yaitu tanaman melon varietas Taj Mahal di *Smart Green house* (SGH). Melon varietas Taj Mahal memiliki karakter khas seperti rasa manis, tekstur daging buah yang lembut dan *juicy*, warna kulit yang menarik, bentuk buah yang bulat atau oval, serta kualitas yang tinggi.

Menurut Nathadiharja dkk (2024), strategi pemasaran adalah proses terintegrasi yang melibatkan analisis, perencanaan, dan implementasi tindakan yang diperlukan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam pasar. Dalam strategi pemasaran, analisis SWOT digunakan untuk memahami posisi pasar dan mengembangkan strategi yang efektif dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Metode pengumpulan data primer yang digunakan yaitu memberi beberapa pertanyaan dan kuesioner Berdasarkan observasi pendahuluan dan analisis performa dapat dirumuskan faktor internal dan eksternal strategi pemasaran melon varietas Taj Mahal di Balai Besar Pelatihan Pertanian Ketindan.

dan berdasarkan data posisi pemasaran melon varietas Taj Mahal berada pada posisi kuadran II. Kuadran II (positif, negatif). Menurut, kuadran II posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu diversifikasi strategi.