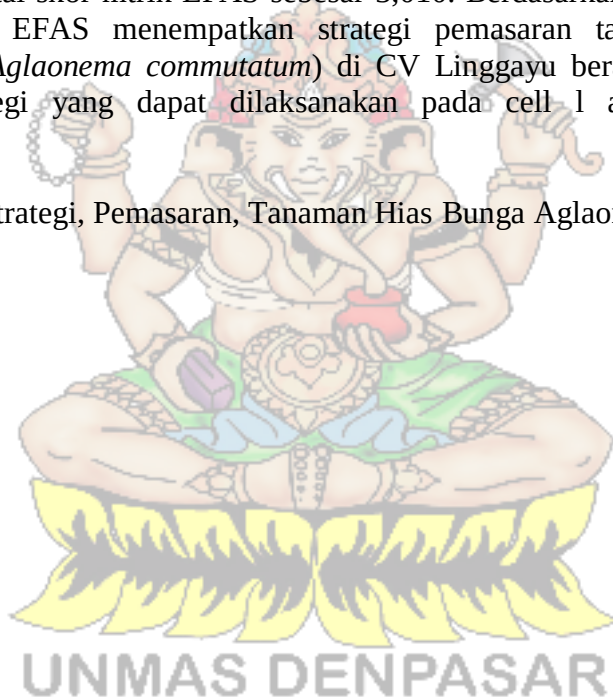


ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor eksternal dan faktor internal pada pemasaran tanaman hias bunga Aglaonema dan untuk menentukan strategi pemasaran dalam usaha tanaman hias bunga Aglaonema. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober sampai Desember 2021. Jenis-jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian, dengan sampel yang diambil sebanyak 20 orang dari 1 orang pemilik usaha, 9 orang karyawan, 2 staf pemerintah, 3 pesaing, dan 5 konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa matriks Internal-Eksternal digunakan untuk mengetahui posisi strategi pemasaran berdasarkan dari total skor matriks IFAS dan matriks EFAS. Total skor matriks IFAS sebesar 3,329 sedangkan total skor matriks EFAS sebesar 3,010. Berdasarkan total matriks IFAS dan matriks EFAS menempatkan strategi pemasaran tanaman hias bunga aglaonema (*Aglaonema commutatum*) di CV Linggayu berada pada kuadran I, artinya strategi yang dapat dilaksanakan pada cell I adalah tumbuh dan membangun.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Tanaman Hias Bunga Aglaonema



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze external and internal factors in the marketing of aglaonema flower ornamental plants and to determine marketing strategies in the aglaonema flower ornamental plant business. This research was conducted from October to December 2021. The types of data used were quantitative data and qualitative data. The sample in this study is accidental sampling, namely sampling by chance, namely visitors who coincidentally meet with researchers while conducting research, with samples taken as many as 20 people from 1 business owner, 9 employees, 2 government staff, 3 competitors, and 5 consumers. The results of this study indicate that the internal-external matrix is used to determine the position of the marketing strategy based on the total score of the IFAS matrix and EFAS matrix. The total score for the IFAS matrix is 3,329 while the total score for the EFAS matrix is 3,010. Based on the total IFAS matrix and the EFAS matrix, the marketing strategy of aglaonema flower ornamental plants (*Aglaonema commutatum*) in CV Linggayu is in cell 1, meaning that the strategy that can be implemented in quadrant 1 is to grow and build.

Keywords Strategy, Marketing, Aglaonema Flower Ornamental Plants

