

ABSTRAK

Wahyu Syafrian Hadi, Formulasi Strategi Pemasaran Fakultas Pertanian Universitas XYZ, Dibimbing oleh Laura Juita Pinem, S.Si., M.M.

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran untuk Fakultas Pertanian Universitas XYZ. Fakultas ini fokus pada perkebunan kelapa sawit dan memiliki dua program studi, Agroteknologi dan Agribisnis. Tantangan utamanya adalah persaingan ketat antar perguruan tinggi dan promosi yang belum maksimal. Metode penelitian menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa Fakultas Pertanian Universitas XYZ memiliki kekuatan seperti kurikulum kelapa sawit yang unik dan kerja sama industri. Namun, kelemahannya adalah promosi digital yang terbatas dan kurangnya fasilitas praktik lapangan milik sendiri. Peluang yang ada meliputi kebutuhan industri akan lulusan pertanian dan penggunaan media sosial. Ancaman utama adalah persaingan promosi antar kampus dan kurangnya dikenal di industri. Berdasarkan analisis, posisi fakultas adalah "*Grow and Build Strategy*". Strategi pemasaran yang direkomendasikan adalah fokus pada penguatan promosi digital, mempererat kerja sama industri dan alumni, serta meningkatkan fasilitas untuk menarik mahasiswa baru.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pendidikan Tinggi, Analisis SWOT, Fakultas Pertanian, Kelapa Sawit.

ABSTRACT

Wahyu Syafrian Hadi, *Formulation of Marketing Strategy for the Faculty of Agriculture, Universitas XYZ, Supervised by Laura Juita Pinem, S.Si., M.M.*

This study formulates a marketing strategy for the Faculty of Agriculture, Universitas XYZ in Medan. The faculty specializes in oil palm plantation, offering Agrotechnology and Agribusiness programs. Key challenges include intense competition among universities and suboptimal promotion efforts. The research employs SWOT analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Data were collected through interviews, observation, and document review. Analysis results show the faculty's strengths include a unique oil palm-based curriculum and industry collaborations. Weaknesses are limited digital promotion and a lack of its own field practice facilities. Opportunities involve high industry demand for agricultural graduates and effective social media use. Major threats include fierce inter-university promotion competition and low industry recognition. Based on the analysis, the faculty's strategic position is a "Grow and Build Strategy". Recommended marketing strategies focus on strengthening digital promotion, enhancing industry and alumni collaboration, and improving facilities to attract new students.

Keywords: *Marketing Strategy, Higher Education, SWOT Analysis, Faculty of Agriculture, Oil Palm.*