

## ABSTRAK

**FIKRI FAZRULLIANSYAH. 2024.** Strategi Pemasaran Cabai Merah Besar di Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis. Dibawah bimbingan **BENIDZAR M ANDRIE** dan **IVAN SAYID NURAHMAN**.

Pemasaran cabai merah besar di Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis, dengan realitas di lapangan menunjukkan berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga dan biaya pemasaran yang tinggi, mempengaruhi pendapatan petani dan efektivitas pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pemasaran cabai merah besar dan untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang relevan untuk digunakan dalam pemasaran cabai merah di Desa Cibeureum. Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan pengambilan data secara langsung dari responden penelitian, Teknik penarikan sampel diambil secara sensus atau sampling jenuh. Rancangan analisis data menggunakan analisis SWOT. Faktor internal terdiri dari kekuatan berupa harga kompetitif, jaringan distribusi yang baik, lokasi strategis, kualitas produk yang baik, dan keberlanjutan produksi yang tinggi. Sedangkan kelemahannya permodalan terbatas, kurang pengetahuan strategi pemasaran, ketergantungan pada satu pasar, kualitas kurang konsisten, terbatasnya akses pasar, dan teknologi masih konvensional. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman yang ada, peluang meliputi pemasaran digital, permintaan meningkat, segmentasi pasar, tersedianya infrastruktur komunikasi dan transportasi, dan adanya pembinaan dari dinas pertanian, sedangkan yang menjadi ancaman yaitu fluktuasi harga, perubahan iklim, produk cabai daerah lain, perkembangan teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat digunakan oleh petani cabai merah besar di Desa Cibeureum dengan strategi yang agresif, strategi S-O (*Strength-Opportunity*) antara lain mempertahankan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Agribisnis, Analisis SWOT, Cabai Merah Besar, Pemasaran, Strategi.

## **ABSTRACT**

**FIKRI FAZRULLIANSYAH. 2024.** *Marketing Strategy of Big Red Chili in Cibereum Village, Sukamantri District, Ciamis Regency. Under the guidance of BENIDZAR M ANDRIE and IVAN SAYID NURAHMAN.*

*Marketing of large red chilies in Cibereum Village, Sukamantri District, Ciamis Regency, with the reality in the field shows various challenges, such as price fluctuations and high marketing costs, affecting farmers' income and marketing effectiveness. This study aims to determine what are the internal and external factors in marketing large red chilies and to determine alternative marketing strategies that are relevant to use in marketing red chilies in Cibereum Village. The type of research is descriptive qualitative, data collection techniques are carried out by means of observation, interviews, documentation, and direct data collection from research respondents, Sampling techniques are taken by census or saturated sampling. The data analysis design uses SWOT analysis. Internal factors consist of strengths in the form of competitive prices, good distribution networks, strategic locations, good product quality, and high production sustainability. While the weaknesses are limited capital, lack of knowledge of marketing strategies, dependence on one market, inconsistent quality, limited market access, and technology is still conventional. External factors consist of existing opportunities and threats, opportunities include digital marketing, increasing demand, market segmentation, availability of communication and transportation infrastructure, and coaching from the agricultural service, while the threats are price fluctuations, climate change, chili products from other regions, developments in digital technology. The results of the study indicate that alternative strategies that can be used by large red chili farmers in Cibereum Village with an aggressive strategy, the S-O (Strength-Opportunity) strategy include maintaining strength by utilizing existing opportunities.*

*Keywords: Agribusiness, SWOT Analysis, Big Red Chili, Marketing, Strategy.*