

ABSTRAK

REZZA RAHAYU, 2025. Strategi Pemasaran Keripik Kaca di Desa Sukamulya Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis (Studi Kasus Pada Agroindustri Keripik Kaca Ibu Nani), Di bawah bimbingan **SAEPUL AZIZ dan MOCHAMAD ARIEF RIZKI MAULADI**

Agroindustri keripik kaca Ibu Nani merupakan salah satu usaha pangan lokal yang berlokasi di Desa Sukamulya, Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dan memiliki potensi untuk berkembang, namun menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan menjaga keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi alternatif strategi Pemasaran yang sesuai. Metode penelitian yang digunakan Adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap satu pemilik usaha, dua tenaga kerja dan dua konsumen yang kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan usaha meliputi proses produksi yang mudah, daya simpan yang tinggi dan harga yang terjangkau. Kelemahan mencakup kemasan yang sederhana, risiko kerusakan saat distribusi dan promosi Pemasaran yang kurang optimal. Peluang yang bisa di ambil meliputi Lokasi yang strategis, Pemasaran secara Online dan produk yang Permintaan pasar yang stabil serta ancaman yang kemungkinan terjadi antara lain persaingan dalam Pemasaran, perubahan pola konsumen serta harga bahan baku yang tidak stabil. Strategi yang disarankan meliputi perbaikan kemasan, penguatan komunikasi bisnis dan penataan sistem distribusi serta optimalisasi media sosial dan inovasi kemasan untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pasar

Kata Kunci: Agroindustri, Keripik Kaca, Pemasaran, Strategi Pemasaran, SWOT.

ABSTRACT

REZZA RAHAYU, 2025. *Marketing Strategy Of the Glass Chips Agroindustry in Sukamulya Village, Baregbeg Subdistrict, Ciamis Regency (A Case Study on the Glass Chips Agroindustry of Mrs. Nani), under the supervision of SAEPUL AZIZ and MOCHAMAD ARIEF RIZKI MAULADI.*

Mrs. Nani's glass chips agroindustry is one of the local food enterprises located in sukamulya village, Baregbeg subdistrict, Ciamis Regency, with considerable potential for development but facing challenges in expanding its market reach and ensuring business sustainability. This study aims to analyze the internal and external factors that influence appropriate marketing strategies. The research employed a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were obtained through in-depth interviews and direct observation involving one business owner, two workers, and two consumers, and were analyzed using a SWOT framework to map strengths, weaknesses, opportunities and threats. The findings reveal that the enterprise's strengths include an easy production process, high product durability, and affordable process. Weaknesses comprise simple packaging, the risk of damage during distribution, and suboptimal promotional efforts. Opportunities include a strategic location, online marketing potential, and products unaffected by weather, while threats involve marketing potential, and products unaffected by weather, and unstable raw material prices. Recommended strategies consist of improving bulk packaging, strengthening business communication, organizing distribution systems, and optimizing social media use alongside packaging innovation to enhance competitive and build customer loyalty.

Keywords: *Agroindustry, Glass Chips, Marketing, Marketing strategy, SWOT.*