

ABSTRAK

ANJAR SETIAWAN, 2024. Analisis Strategi Pemasaran Gula Aren (Studi Kasus pada Agroindustri Gula Aren “Sarjo Makmur” di Desa Tanjungsari Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis). Di bawah bimbingan **Iwan Setiawan** dan **Dedi Herdiansah Sujaya**.

Agroindustri di perdesaan memainkan peran penting dalam mendukung ekonomi daerah, salah satunya agroindustri gula aren. Namun, persaingan pasar sesama agroindustri gula aren dan gula lainnya telah menyebabkan harga menjadi fluktuatif dan memicu persaingan tidak sehat, sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pemasaran gula aren, serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini di desain secara kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Wawancara mendalam dan observasi dilakukan pada agroindustri gula aren Sarjo Makmur di Desa Tanjungsari, Kecamatan Banjaranyar, Kabupaten Ciamis. Agroindustri ini dipilih secara sengaja, karena secara historis telah beroperasi sejak tahun 2005. Data yang dikumpulkan dianalisis secara deksriptif dengan menggunakan SWOT analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan agroindustri berasal dari produk tanpa campuran zat kimia dan kelemahan berasal dari lokasi pengambilan bahan baku serta peluang utama adalah agroindustri sudah berdiri sejak lama serta ancaman berupa produksi tidak dapat diprediksi. Skor faktor internal berdasarkan matriks IFAS sebesar 3,2 dan skor faktor eksternal berdasarkan matrik EFAS sebesar 3,1. Berdasarkan diagram SWOT diketahui bahwa titik koordinat strategi berada pada kuadran 1, yang berarti perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Ada empat strategi agresif yang direkomendasikan: mempertahankan kualitas, menjaga stabilitas harga jual, memanfaatkan hubungan baik dengan konsumen untuk meningkatkan pangsa pasar, dan melakukan promosi melalui media sosial.

Kata Kunci : Strategi, Agroindustri, Faktor Internal, Faktor Eksternal, SWOT