

## ABSTRAK

**WISNU AZI ROZIMAN, 2024. STRATEGI PEMASARAN TAPE KETAN KHAS KUNINGAN (Studi Kasus Pada Toko Pusat Oleh-Oleh khas Kuningan Ibu Misrah di Kelurahan Cigugur Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan). Dibawah Bimbingan BENIDZAR M ANDRIE dan SAEPUL AZIZ.**

Tape ketan dari Kabupaten Kuningan mempunyai ciri khas yang unik, pengemasan menggunakan daun jambu air yang dikemas dalam ember hitam, memiliki rasa tape khas terletak pada rasa manis sedikit asam yang khas. Penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pemasaran tape ketan Ibu Misrah dan Merumuskan alternatif strategi pemasaran tape ketan Ibu Misrah. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada agroindustri tape ketan Ibu Misrah. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pemilik agroindustri, tenaga kerja, pemerintahan dan konsumen tape ketan yang diambil secara purposive. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Hasil Penelitian menerapkan pendekatan (*marketing mix*) 4P dan menunjukkan bahwa faktor kekuatan utamanya adalah memiliki kualitas rasa produk yang baik, bahan baku mudah didapat, tenaga kerja terampil. Kelemahan utamanya adalah produk tidak dapat bertahan lama. Faktor eksternal dalam pemasaran tape ketan. Peluangnya adalah memiliki pelanggan tetap, pangsa pasar masih luas. Ancamannya adalah kenaikan harga bahan baku. Alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Ibu Misrah dalam memasarkan tape ketan adalah mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas tape ketan, meningkatkan produksi tape ketan, memperluas jangkauan pemasaran tape ketan.

Kata Kunci : Faktor Eksternal, Faktor Internal, Tape Ketan, SWOT

## ABSTRACT

**WISNU AZI ROZIMAN, 2024. MARKETING STRATEGY OF KUNINGAN SPECIAL KETAN TAPE (Case Study at Mrs. Misrah's Brass Specialty Gift Center Shop in Cigugur Village, Cigugur District, Kuningan Regency). Under the Guidance of BENIDZAR M ANDRIE and SAEPUL AZIZ.**

*Sticky rice tape from Kuningan Regency has a unique characteristic, packaging using water guava leaves packed in black buckets, has a distinctive tape flavor located in a sweet slightly sour taste. This study aims to identify internal and external factors that affect the marketing of Mrs. Misrah's sticky tape and formulate alternative marketing strategies for Mrs. Misrah's sticky tape. The research method used is a case study on Mrs. Misrah's sticky rice tape agro-industry. Respondents in this study consisted of agro-industry owners, labor, government and consumers of glutinous tape taken purposively. The analysis used in this study is SWOT analysis. The results of the study apply the 4P (marketing mix) approach and show that the main strength factors are having a good quality product taste, easy to obtain raw materials, skilled labor. The main weakness is that the product cannot last long. External factors in marketing sticky rice tape. The opportunity is to have regular customers, the market share is still wide. The threat is the increase in raw material prices. Alternative marketing strategies that can be carried out by Mrs. Misrah in marketing sticky tape are maintaining and improving the quality and quantity of sticky tape, increasing the production of sticky tape, expanding the marketing range of sticky tape.*

**Keywords:** *External Factors, Internal Factors, Glutinous Tape, SWOT*