

ABSTRAK

ADE JULIANA NUR IHSANUDIN. 2024. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SALE LUMPIA GORENG KENCANA (Studi Kasus Pada Agroindustri Sale Lumpia Goreng Kencana Di Dusun Cigamping Desa Neglasari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). Di bawah bimbingan Dedi Herdiansyah dan Sudrajat.

Indonesia adalah negara yang memiliki lahan pertanian yang luas. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami tanaman pisang. Pisang merupakan komoditas hortikultura yang memiliki potensi cukup menjanjikan dalam bisnis. Buah pisang dapat diolah menjadi berbagai macam produk makanan yang menarik dan enak, salah satunya adalah sale lumpia goreng. Agroindustri Sale Lumpia Goreng ini sudah berjalan selama 5 tahun, namun belum ada kemajuan yang signifikan sehingga perlu adanya penelitian. Penelitian ini bertujuan 1). Mengetahui saluran pemasaran Sale Lumpia Goreng Kencana 2). Faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran Sale Lumpia Goreng Kencana 3). Mengetahui strategi pemasaran sale lumpia Goreng Kencana. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan 1). Terdapat 2 saluran pemasaran pada agroindustri sale lumpia goreng Kencana yaitu a. saluran pemasarn tingkat nol (*zero level channel*) dari produsen langsung ke konsumen b. saluran pemasaran tingkat satu (*one level channel*) dari produsen ke pengecer ke konsumen. 2). Faktor Internal terdiri dari a. Kekutan : harga sale pisang yang terjangkau, memiliki ciri khas dengan rasa alami, pelanggan yang setia, tenaga kerja yang mudah diperoleh. b. Kelemahan : tampilan yang kurang menarik, alat pengolahan yang belum maksimal, promosi belum maksimal, variasi produk tidak ada. Faktor Eksternal terdiri dari a. Peluang : adanya permintaan pasar yang baik, memiliki prospek untuk dikembangkan, menciptakan lapangan pekerjaan. b. Ancaman : adanya pesaing dengan cita rasa lain, suatu saat bahan baku sulit didapat, sulit mengetahui kriteria konsumen. 3). Strategi yang harus dilakukan usaha sale lumpia goreng adalah strategi SO (Strength - Opportunities), yaitu meningkatkan kualitas produksi serta melakukan promosi secara terus menerus agar keinginan konsumen terpenuhi.

Kata Kunci : Sale Lumpia, Saluran Pemasaran, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

ADE JULIANA NUR IHSANUDIN. 2024. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SALE LUMPIA GORENG KENCANA (Studi Kasus Pada Agroindustri Sale Lumpia Goreng Kencana Di Dusun Cigamping Desa Neglasari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). Under the guidance of **Dedi Herdiansyah dan Sudrajat.**

Indonesia is a country that has extensive agricultural land. Agricultural land in Indonesia is suitable for planting banana plants. Bananas are a horticultural commodity that has quite promising potential in business. Bananas can be processed into various interesting and delicious food products, one of which is fried spring rolls. The Fried Lumpia Sale Agroindustry has been running for 5 years, but there has been no significant progress so research is needed. This research aims 1). Knowing the marketing channels for the Kencana Fried Lumpia Sale 2). Internal and external factors that can influence the marketing of Kencana Fried Lumpia Sale 3). Know the marketing strategy for selling Kencana Fried Spring Rolls. This research uses a case study method with a qualitative research type. Data collection techniques were carried out through observation, interviews and questionnaires. The research results show 1). There are 2 marketing channels in the Kencana fried spring roll sales agroindustry, namely a. zero level marketing channels from producers directly to consumers b. level one marketing channel (one level channel) from producer to retailer to consumer. 2). Internal factors consist of a. Strengths: affordable selling price for bananas, characteristic natural taste, loyal customers, easy to obtain workforce. b. Weaknesses: unattractive appearance, processing tools that are not optimal, promotions are not optimal, product variations do not exist. External factors consist of a. Opportunities: there is good market demand, has prospects for development, creates jobs. b. Threats: the presence of competitors with other flavors, at times raw materials will be difficult to obtain, it will be difficult to know consumer criteria. 3). The strategy that must be implemented by the fried spring roll sales business is the SO (Strength - Opportunities) strategy, namely improving production quality and carrying out continuous promotions so that consumer desires are met.

Keyword : *Lumpia Sale, Marketing Channels, Internal Factors, External Factors, Marketing Strategy, SWOT*