

ABSTRAK

Afni Illahiyah Adhadiany. 2024. Strategi Pemasaran Sale Pisang Basah (Studi Kasus Pada Agroindustri Sale Pisang Basah “Mitra Sale” di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran). Dibawah bimbingan **Tiktiek Kurniawati** dan **Mochamad Arief Rizki Mauladi**

Sale pisang merupakan produk makanan ringan yang terbuat dari buah pisang yang diawetkan dengan cara pengeringan. Di Desa Karangpawitan terdapat suatu agroindustri sale pisang jenis sale pisang basah yaitu “Mitra Sale”. Namun, kurangnya promosi dan kurangnya jaringan pemasaran menjadi kendala agroindustri tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal, eksternal, serta mencari alternatif strategi pemasaran sale pisang basah. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, analisis pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT, menggunakan data primer dan sekunder, dengan metode penarikan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan faktor kekuatan yaitu harga dipasar bersaing, produk berkualitas, mempunyai cita rasa khas (*smoky*), serta lokasi Mitra Sale yang strategis. Sedangkan kelemahannya yaitu minimnya kegiatan promosi, tidak memiliki sistem manajemen perusahaan, wilayah distribusi masih terbatas, serta tidak adanya riset dan pengembangan perusahaan. Sedangkan faktor eksternal berupa peluang pada penelitian ini yaitu banyaknya agen distributor, mempunyai konsumen tetap, serta potensi pasar yang masih luas serta bekerjasama dengan jasa kurir dan jasa angkut cargo. Sedangkan untuk ancamannya yaitu perubahan cuaca yang tidak stabil, banyaknya makanan modern dan unik serta produk yang mudah ditiru. Alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh agroindustri Mitra Sale dalam memasarkan Sale Pisang Basah yaitu mempertahankan harga yang terjangkau agar para konsumen dapat menikmati kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, memberikan sampel produk gratis atau tester, serta memanfaatkan lokasi yang strategis. Disarankan untuk agroindustri Mitra Sale mempertahankan harga yang terjangkau, memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi modern serta memberikan sampel produk gratis di lokasi strategis.

Kata Kunci: Agroindustri, Pemasaran, Sale Pisang Basah, Strategi, SWOT

ABSTRACT

Afni Ilahiyah Adhadiany. 2024. Marketing Strategy for Wet Banana Sale (Case Study of the Wet Banana Sale Agroindustry "Mitra Sale" in Karangpawitan Village, Padaherang District, Pangandaran Regency). Under the guidance of **Tiktiek Kurniawati and Mochamad Arief Rizki Mauladi**

Banana sale is a snack product made from bananas that are preserved by drying. In Karangpawitan Village there is an agroindustry selling bananas, a type of wet banana sale, namely "Mitra Sale". However, lack of promotion and lack of marketing networks are obstacles to the agro-industry. This research aims to determine internal and external factors, as well as finding alternative marketing strategies for selling wet bananas. This type of research uses qualitative with a descriptive approach, the analysis in this research uses SWOT analysis, using primary and secondary data, with a purposive sampling method. The research results show that the strength factors are high market prices, quality products, a distinctive (smoky) taste, and the strategic location of Mitra Sale. Meanwhile, the weaknesses are the lack of promotional activities, not having a company management system, limited distribution areas, and the absence of company research and development. Meanwhile, external factors in the form of opportunities in this research are the large number of distributor agents, having regular customers, and still wide market potential and collaborating with courier services and cargo transportation services. Meanwhile, the threats are unstable weather changes, the abundance of modern and unique food and products that are easy to imitate. Alternative marketing strategies that can be used by the Mitra Sale agroindustry in marketing the wet banana sale are maintaining affordable prices so that consumers can enjoy product quality, expanding the marketing network, providing free product samples or testers, and utilizing strategic locations. It is recommended that Mitra Sale's agro-industry maintain affordable prices, expand its marketing network by utilizing modern technology and provide free product samples in strategic locations.

Keywords: Agroindustry, Marketing, Wet Banana Sale, Strategy, SWOT