

ABSTRAK

RIFKI HAMBALI, 2026. Strategi Pemasaran Sotong Pada Agroindustri Hegar Manah (Studi Kasus di Desa Cikupa Kecamatan Karangnunggal Kabupaten Tasikmalaya) Dibawah ini bimbingan **BENIDZAR M ANDRIE** dan **RIAN KURNIA**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kegiatan pemasaran serta menentukan strategi pemasaran Sotong pada Agroindustri Hegar Manah di Desa Cikupa Kecamatan Karangnunggal Kabupaten Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Berdasarkan analisis pada penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan, bahwa Agroindustri Hegar Manah sudah mengimplementasikan analisis SWOT dengan menggunakan strategi-strategi bisnis baik dari faktor *internal* maupun *eksternal*, namun dalam implementasinya belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan bobot nilai melalui Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation*-IFE matrix) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation*-EFE Matrix). Faktor *internal* mencakup *Strengths* dan *Weaknesses* dimana pada faktor *internal* ini posisi *Strengths* memiliki bobot nilai lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai *Weaknesses*. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka saran yang harus dilakukan oleh Agroindustri Sotong Hegar Manah adalah sebagai berikut : Agroindustri Hegar Manah hendaknya lebih mengoptimalkan implementasi analisis SWOT, Agroindustri Hegar Manah hendaknya tetap mempertahankan keunggulan produk yang dihasilkan dengan meningkatkan inovasi produk, Agroindustri Hegar Manah hendaknya terus mengikuti perkembangan pasar, sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan, Agroindustri Hegar Manah hendaknya memanfaatkan perkembangan sosial media untuk menunjang pemasaran produk.

Kata kunci: SWOT, strategi pemasaran, agroindustri, sotong.

ABSTRACT

RIFKI HAMBALI, 2026. *Cuttlefish Marketing Strategy in the Hegar Manah Agroindustry (Case Study in Cikupa Village, Karangnunggal District, Tasikmalaya Regency) Under the guidance of BENIDZAR M ANDRIE and RIAN KURNIA.*

This study aims to identify internal and external factors that influence marketing activities and determine the marketing strategy of Cuttlefish at Hegar Manah Agroindustry in Cikupa Village, Karangnunggal District, Tasikmalaya Regency. The research method used is a case study method with a qualitative and quantitative descriptive approach. Data analysis was carried out using a SWOT analysis consisting of strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Based on the analysis in the study, it can be concluded that Hegar Manah Agroindustry has implemented a SWOT analysis using business strategies from both internal and external factors, but the implementation has not been optimal. This can be seen based on the value weight through the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE matrix) and the External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix). Internal factors include Strengths and Weaknesses where in this internal factor the position of Strengths has a greater value weight when compared to the weight of the Weaknesses value. Based on the discussion and conclusions, the suggestions that must be carried out by the Hegar Manah Cuttlefish Agroindustry are as follows: Hegar Manah Agroindustry should further optimize the implementation of SWOT analysis, Hegar Manah Agroindustry should maintain the superiority of the products produced by increasing product innovation, Hegar Manah Agroindustry should continue to follow market developments, so that it can continue to survive in competition, Hegar Manah Agroindustry should utilize the development of social media to support product marketing.

Keywords: *SWOT, marketing strategy, agroindustry, cuttlefish*