

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GULA AREN
(STUDI KASUS PADA AGROINDUSTRI GULA AREN “SARJO MAKMUR” DI
DESA TANJUNGSARI KECAMATAN BANJARANYAR KABUPATEN CIAMIS)**

***ANALYSIS OF PALM SUGAR MARKETING STRATEGIES (CASE STUDY ON
"SARJO MAKMUR" PALM SUGAR AGROINDUSTRY IN TANJUNGSARI VILLAGE,
BANJARANYAR DISTRICT, CIAMIS REGENCY)***

ANJAR SETIAWAN¹, IWAN SETIAWAN², DEDI HERDIANSAH SUJAYA³

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Univeritas Galuh

²Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Univeritas Padjadjaran

*Email : anjarsetiawan463@gmail.com

ABSTRAK

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 agroindutri 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

ABSTRACT

Rural agroindustry play a significant role in supporting the regional economy, one of which is the palm sugar agroindustry. However, market competition among palm sugar agroindustries and other types of sugar has led to price fluctuations and triggered unhealthy competition, necessitating appropriate marketing strategies. This research aims to identify internal and external factors in the marketing of palm sugar and to formulate suitable marketing strategies. The study is designed qualitatively using a case study method. In-depth interviews and observations were conducted on the Sarjo Makmur palm sugar agroindustry in Tanjungsari Village, Banjaranyar District, Ciamis Regency. This agroindustry was intentionally chosen because it has been operating since 2005. The collected data were descriptively analyzed using SWOT analysis. The research results show that the strengths of the agroindustry come from products without chemical additives, and the weaknesses come from the location of raw material sourcing. The main opportunities are that the agroindustry has been established for a long time, and the threats include unpredictable production. The internal factor score based on the IFAS matrix is 3.2, and the external factor score based on the EFAS matrix is 3.1. Based on the SWOT diagram, it is known that the strategic coordinate point is in quadrant 1, which means the company has significant strengths and opportunities. Four aggressive strategies are recommended: maintaining quality, ensuring price

stability, leveraging good relationships with consumers to increase market share, and promoting through social media.

Keywords : *Strategy, Agroindustry, Internal Factors, External Factors, SWOT*

PENDAHULUAN

Keberadaan agroindustri sangat penting dan berpengaruh dalam menyokong perekonomian Indonesia. Indonesia sebagai negara agraris banyak menghasilkan berbagai jenis hasil pertanian yang membutuhkan sarana pengolahan guna menciptakan produk pertanian tersebut menjadi barang jadi yang dibutuhkan oleh pasar baik pasar lokal maupun mancanegara.

Selain faktor faktor penyokong tersebut Negara Indonesia memiliki banyak potensi di sektor pertanian dan agroindustri karena Indonesia memiliki bahan baku agroindustri yang cukup melimpah. Salah satu contoh potensi yang menjanjikan yaitu produksi pembuatan minyak kelapa sawit dan produksi gula aren serta pembuatan karet alam dan produksi gula tebu (Soekarno, A., & Hidayat, T., 2019).

Potensi ekonomi pohon aren (*Arrenga pinata Merr*) sangat tinggi, karena semua bagian dari pohon aren memiliki nilai ekonomis. Buah aren bisa dibuat kolang-kaling dan menjadi makanan yang disukai oleh masyarakat, daun aren dapat dijadikan sebagai pembuat dan pengganti kertas, akar aren bisa menjadi bahan obat. Serta batang aren menghasilkan ijuk yang bisa dijadikan

sapu. Nira aren juga dapat dibuat sirup dan menjadi bahan baku gula aren yang memiliki dampak besar bagi pendapatan warga desa (Rangkuti dkk., 2020; Harahap & Syawaluddin, 2021; Fadli dkk., 2023).

Kabupaten Ciamis menjadi kabupaten dengan produktivitas penghasil gula aren tertinggi sebesar 9.102 Kg/Ha. Dengan nilai tersebut membuat Kabupaten Ciamis memiliki peluang besar dalam memproduksi gula aren. Salah satu kecamatan yang terkenal sebagai penghasil gula aren adalah Kecamatan Banjaranyar dengan sokongan terbesar berasal dari Desa Tanjungsari sebagai desa dengan jumlah pohon aren terbanyak di Kecamatan Banjaranyar tempat penelitian berlangsung.

Namun pengembangan usahanya masih terdapat beberapa kendala seperti dalam pemasaran yang masih mengandalkan tengkulak yang merupakan tetangganya. Padahal lembaga pemasaran telah berkembang pesat baik jumlah, jenis dan sebarannya, termasuk pemasaran daring. Selain itu akses menuju tempat pengambilan nira aren cukup jauh dan memiliki medan yang cukup terjal, pengemasan gula aren yang masih sederhana dengan menggunakan

daun kelapa. Padahal pembangunan fasilitas dan akses sarana transportasi telah sampai ke tingkat desa. Teknologi pengemasan hasil panen juga berkembang pesat, lebih praktis dengan harga yang terjangkau. Selain itu agroindustri ini juga belum memiliki catatan keuangan dan belum mencoba melakukan pemasaran secara digital.

Banyaknya kelemahan dan tekanan, termasuk pesaing agroindustri gula aren di sekitar lokasi agroindustri (ada 7 (tujuh) pesaing) menjadi tantangan tersendiri bagi agroindustri Sarjo Makmur dalam memasarkan produknya. Benar bahwa harga jual gula aren yang kompetitif mengakibatkan adanya flutuasi, namun semua itu dipandang sebagai peluang dan tantangan bagi Sarjo Makmur. Persoalannya, harga produk gula aren yang semakin murah bertolak belakang dengan panjangnya proses yang dilalui dalam pembuatan gula aren itu sendiri. Dengan demikian untuk dapat memaksimalkan penjualan gula aren, Sarjo Makmur membutuhkan strategi yang baik dan sesuai guna meningkatkan penjualan dan menghasilkan pendapatan yang lebih maksimal.

Menghadapi permasalahan tersebut diperlukan strategi pemasaran yang tepat guna mengetahui faktor dari dalam dan dari luar pada usaha tersebut, sehingga dapat

tercipta strategi pemasaran yang sesuai dan dapat diterapkan dalam usaha agroindustri gula aren. Sehingga untuk mengetahui pemasaran yang tepat, perlu melakukan strategi pemasaran. Menurut Amirullah (2015), strategi diartikan menjadi suatu rencana yang utuh dan terpadu yang memperhatikan keunggulan perusahaan dengan ancaman sekitar serta diciptakan guna memastikan tujuan utama dapat diraih dengan menerapkan strategi tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut, permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu :

1. Faktor internal dan eksternal apa yang ada dalam pemasaran gula aren di ASM Desa Tanjungsari?
2. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran gula aren di ASM Desa Tanjungsari?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah penelitian yang berfokus pada pemahaman yang mendasar terhadap fenomena tertentu pada individu atau kasus yang spesifik. Pendekatan ini berguna untuk mengeksplorasi masalah yang belum banyak diketahui atau dipahami tentang fenomena tersebut. Untuk

pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa cara, seperti wawancara mendalam (*depth interview*) dan kuesioner, untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai kasus yang diteliti (Yin, 2018).

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian ini dioperasionalkan sebagai berikut :

1. Strategi merupakan suatu cara untuk membuat rancangan masa depan yang berfungsi untuk mencapai suatu pencapaian berupa tujuan serta sasaran tertentu.
2. Pemasaran gula aren adalah proses, cara dan perbuatan menjual produk gula aren untuk memberi kepuasan kepada konsumen.
3. Strategi pemasaran gula aren adalah sebuah rencana yang disusun untuk mempromosikan dan menjual gula aren kepada pasar sasaran yang telah ditentukan. Mencakup pendekatan untuk menghadapi persaingan pasar, mengidentifikasi saluran distribusi yang efisien, serta menyesuaikan taktik pemasaran dengan tren dan preferensi konsumen yang terus berkembang.
4. Agroindustri gula aren adalah industri yang mencakup produksi, pengolahan, dan pemasaran produk gula aren. Agroindustri ini juga melibatkan inovasi dalam teknologi pengolahan dan peningkatan nilai tambah produk, serta berperan dalam pertanian berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya alam.
5. Gula aren yaitu produk yang dihasilkan dari pengentalan nira aren melalui proses pemanasan (pemasakan) hingga kadar airnya sangat rendah (<6%), sehingga ketika dingin, produk tersebut mengeras.
6. Faktor dalam (internal) pemasaran gula aren yaitu faktor yang berpengaruh pada strategi pemasaran usaha gula aren yang asalnya dari dalam perusahaan, yaitu :
 - Aspek kekuatan
 - Aspek kelemahan
7. Faktor luar (eksternal) pemasaran gula aren yaitu faktor yang berpengaruh pada strategi pemasaran usaha gula aren yang asalnya dari luar perusahaan, yang terdiri dari :
 - Aspek peluang
 - Aspek ancaman
8. Analisis SWOT yaitu proses untuk mengenali faktor-faktor penting secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT adalah suatu metode identifikasi yang

digunakan dalam merumuskan strategi secara sistematis dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan hal-hal penting dalam perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Menurut Esterberg *dalam* Sugiyono (2015), wawancara adalah pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi atau ide melalui proses tanya jawab. Data pada penelitian ini meliputi :

- Data primer, data ini didapat secara langsung dari pemilik agroindustri gula aren “Sarjo Makmur” di Desa Tanjungsari melalui wawancara serta penyebaran kuesioner.
- Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dan data yang didapat dari dinas-dinas terkait.

Teknik Penarikan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Lokasi ini diambil secara *purposive sampling* dengan alasan karena agroindustri gula aren “Sarjo Makmur” memiliki lokasi yang strategis dan telah berproduksi sejak tahun 2005. Menurut Nasehudin dan Ghozali (2012) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan metode dalam menentukan sampel

dilakukan secara sengaja dan tidak secara acak atas penilaian tertentu.

Rancangan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti (2004), analisis SWOT yaitu proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) serta peluang (*opportunity*) yang dimiliki perusahaan, sementara secara bersamaan berupaya meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) yang ada dalam lingkungan eksternal perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Lokasi Penelitian

1. Lokasi Daerah Penelitian

Secara birokratis Desa Tanjungsari termasuk dalam wilayah Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat. Desa Tanjungsari memiliki luas wilayah 405.87 Ha dengan jarak 9 Km dari kantor Kecamatan Banjaranyar. Desa ini memiliki 28 RT dan 5 RW dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani. Lokasi penelitian terletak di Kampung Ratawaru RT.026/RW.005 yang memiliki potensi agroindustri gula aren yang tinggi.

2. Keadaan Tofografi, Iklim dan Curah Hujan

Secara geografis Desa Tanjungsari memiliki keadaan tofografi yang sebagian besar berupa dataran rendah dengan beberapa bagian berupa perbukitan dan dataran tinggi dengan ketinggian berkisar 500 sampai 700 mdpl. Memiliki tipe iklim tropis dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Curah hujan di Desa Tanjungsari cukup tinggi sekitar 2.500 mm pertahun dan musim hujan biasanya berlangsung dari bulan November hingga April.

3. Keadaan Penduduk

Pada tahun 2024 di Desa Tanjungsari terdapat 1.810 Kartu Keluarga yang tersebar di seluruh wilayah desa. Jumlah total penduduk Desa Tanjungsari adalah 3.479 jiwa, yang terdiri dari 1.770 laki-laki dan 1.709 perempuan. Penduduk desa ini tersebar dalam berbagai kelompok umur, yang mencerminkan struktur demografis yang beragam.

Penduduk Desa Tanjungsari memiliki berbagai macam mata pencaharian yang mencerminkan keberagaman dan dinamika ekonomi desa. Mayoritas penduduk bekerja di sektor pertanian yang menjadi tulang punggung perekonomian desa. Selain sektor pertanian, terdapat banyak penduduk yang bekerja sebagai buruh, baik di sektor konstruksi maupun jasa. Para buruh ini

sering kali bekerja di dalam dan di luar desa, bergantung pada peluang kerja yang tersedia.

Identitas Pemilik ASM

Dalam penelitian ini, responden yang terlibat adalah Bapak Sarjo, yang merupakan pemilik dari ASM yang terletak di Kampung Ratawaru, Desa Tanjungsari, Kecamatan Banjaranyar. Selain dari responden tersebut, penelitian ini juga mengambil data dari pekerja yang bekerja di agroindustri tersebut, serta konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tambahan yang mendalam mengenai produk yang ditawarkan dari perspektif konsumen.

Pemilik ASM berusia 52 tahun dan berada dalam rentang umur produktif. Menurut Wirosuharjo (2004), menegaskan bahwa usia produktif umumnya berlangsung dari 15 hingga 64 tahun. Dengan pengalamannya, ia dapat terus aktif dalam mengembangkan dan memproduksi gula aren di agroindustri tersebut, memberikan kontribusi yang berarti bagi kesinambungan dan perkembangan usaha.

Walaupun pemilik ASM hanya seorang lulusan Sekolah Dasar tetapi keberhasilan usaha tidak ditentukan oleh tingkat pendidikan pemiliknya tetapi sangat dipengaruhi oleh pengalaman dalam melakukan usaha. Pemilik ASM telah menggeluti bisnis agroindustri gula aren

selama 19 tahun sejak tahun 2005. Dengan pengalaman yang begitu panjang dan mendalam ini, dapat disimpulkan bahwa pemilik telah menjadi sangat terampil dalam menjalankan usahanya.

Proses Produksi Gula Aren

Proses produksi gula aren yang diterapkan oleh agroindustri gula aren Sarjo Makmur pada dasarnya terdiri dari beberapa tahapan penting yaitu :

(1) Penyadapan Nira

Proses pengambilan nira aren dimulai dengan mengikat bunga aren yang bertujuan untuk memudahkan proses pengambilan nira aren. Setelah bunga diikat dengan kokoh, bunga tersebut diberi perlakuan pemukulan dengan intensitas sedang dan digoyangkan selama kurun waktu dua minggu. Perlakuan ini bertujuan untuk membantu memperlancar aliran nira.

Pada minggu ketiga dan keempat, intensitas pemukulan ditingkatkan menjadi lebih keras dan frekuensi pemukulan lebih sering. Hal ini dilakukan hingga bunga aren mulai rontok. Ketika bunga aren sudah rontok, anakan bunga tersebut dapat dipotong dan pohon aren sudah siap untuk menghasilkan nira secara optimal. Pohon aren yang sudah

menghasilkan nira aren diberi tempat penampung nira dapat tersimpan dengan aman dan di beri bahan tambahan berupa rempah dan buah mara untuk mencegah air nira menjadi basi.

(2) Pemasakan Nira

Dalam proses pemasakan nira ini alat dan bahan yang diperlukan adalah wajan berukuran besar, pengaduk gula dan penyaring nira. Setelah nira berhasil terkumpul langkah selanjutnya adalah memasukan nira ke dalam wajan. Pada saat memasukan nira ke dalam wajan, air nira aren akan melewati penyaring nira yang bertujuan agar nira yang akan di masak tidak tercampur dengan bahan-bahan lain. Air nira yang sudah disaring kemudian di panaskan dengan api sedang sampai air nira mendidih. Setelah nira mendidih maka intensitas api ditambah menjadi lebih besar dan nira tersebut harus terus diaduk agar nira menjadi matang merata. Proses pengadukan nira masih terus berlanjut sampai nira menjadi berwarna kecoklatan dan mengental dengan baik. Proses pemasakan nira ini membutuhkan waktu 8 jam dan memerlukan kesabaran karena harus

terus diaduk agar nira mengeras di dasar wajan.

Setelah nira tersebut matang dan mengental dengan sempurna menjadi gula aren. Gula aren yang sudah matang tersebut didinginkan selama 10 menit sampai gula tidak terlalu panas untuk dimasukkan kedalam cetakan gula. Setelah dimasukkan dalam cetakan gula didiamkan sampai mengeras agar mempermudah dalam mengeluarkan gula aren dari cetakannya. Dalam satu kali produksi biasanya agroindustri ini memasak sekitar 100 liter nira aren. Dan menghasilkan 10 sampai 11 kg gula aren yang siap dipasarkan.

(3) Pengemasan

Ketika gula sudah dingin kemudian di bungkus menggunakan daun pisang di bagian dalam dan dilapisi dengan daun kelapa di bagian luar. Dalam hal pengemasan gula aren pemilik agroindustri ini masih menggunakan bahan-bahan sederhana dan sangat rentan mengalami kerusakan. Setelah gula aren selesai di kemas gula aren disimpan di tempat yang kering dan sejuk untuk mencegah kelembapan yang dapat menyebabkan jamur atau

perubahan tekstur.

Sistem Pemasaran ASM

Sistem pemasaran gula aren yang diterapkan oleh pemilik ASM di Desa Tanjungsari, Kecamatan Banjaranyar, ada yang dijual secara langsung kepada konsumen. Konsumen gula aren ini umumnya adalah tetangga yang berasal dari beberapa kampung di sekitar agroindustri tersebut.

Produk yang dipasarkan oleh ASM terdiri dari berbagai bentuk, termasuk gula aren berbentuk keping yang dijual dengan harga Rp 5000 per keping dan gula aren berbentuk mangkuk yang dijual ke tengkulak secara kiloan dengan harga Rp 12.000 per kilogram. Setiap kali produksi, ASM menghasilkan sekitar 10 kg gula aren. Biasanya ASM melakukan produksi tiga kali dalam seminggu. Dengan sistem pemasaran ini, ASM merasakan bahwa sistem pemasaran ini belum maksimal karena lebih menguntungkan jika dijual dalam bentuk keping tetapi penjualan lebih banyak ke tengkulak dengan harga yang lebih murah.

Matriks *Internal Factor Analisis Summary*

Gitosudarmo (2008) menjelaskan bahwa faktor internal adalah elemen yang sangat penting yang berasal dari dalam organisasi pemasaran. Faktor-faktor ini mencakup dua komponen utama, yaitu

kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Analisis terhadap faktor-faktor ini dilakukan menggunakan matriks *IFAS* (*Internal Factors Analysis Summary*) guna mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam kinerja perusahaan.

Dari identifikasi faktor internal di Agroindustri Gula Aren Sarjo Makmur menghasilkan 4 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. Jumlah faktor internal yang telah diberi bobot memiliki skor total sebesar 3,2 yang menunjukkan bahwa Agroindustri Sarjo Makmur berada dalam kondisi internal yang kuat karena agroindustri ini bisa menggunakan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang ada. Untuk memberikan gambaran lebih rinci (Tabel 1).

Tabel 1. Perhitungan IFAS

Variabel	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
Produk tanpa campuran zat kimia	0,17	4	0,68
Harga produk terjangkau	0,13	3	0,39
Kualitas produk sangat baik	0,13	3	0,39
Lokasi agrindustri sangat strategis	0,17	4	0,68
Jumlah			2,14
Kelemahan :			
Lokasi pengambilan bahan baku aren cukup	0,13	3	0,39

jauh dan terjal			
Pengemasan masih sederhana	0,05	2	0,1
Belum melakukan Promosi	0,09	2	0,18
Belum memiliki catatan keuangan	0,13	3	0,39
Jumlah			1,06
Total Skor	1,00		3,2

Matriks Eksternal Factor Analysis

Summary

Menurut Rangkuti (2004), faktor eksternal adalah elemen yang berasal dari luar lingkungan perusahaan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan atau operasional perusahaan. Faktor eksternal sebesar 3,1 yang artinya pada posisi yang kuat. Matriks *EFAS* menunjukkan bahwa agroindustri sudah berdiri sejak lama dari tahun 2005 menjadi peluang yang sangat berpengaruh dalam agroindustri tersebut dengan skor 0,72 dan disusul dengan memiliki hubungan baik dengan tengkulak dan konsumen menempati posisi yang sama dengan skor 0,72. Dan faktor ancaman utama yang sangat berpengaruh pada agroindustri tersebut adalah produksi dan pengolahan tidak dapat diprediksi menempati skor tertinggi sebesar 0,39. Kemudian disusul dengan bahan baku yang semakin berkurang dengan nilai sebesar 0,27.

Dari hasil pengidentifikasian diperoleh 4 peluang dan 4 ancaman. Kemudian peluang dan ancaman tersebut dianalisis menggunakan matriks *EFAS*. Untuk memberikan gambaran yang lebih rinci tentang faktor eksternal yang ada di ASM (Tabel 2).

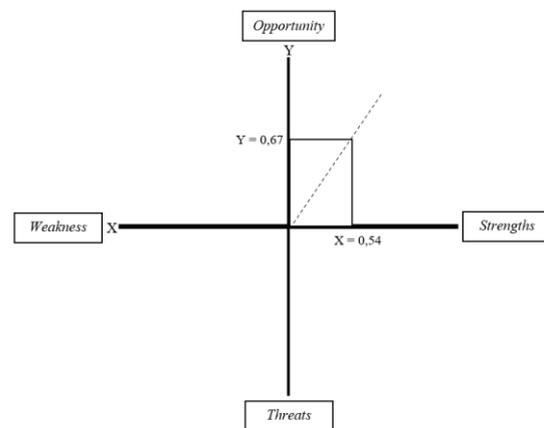
Tabel 2. Perhitungan EFAS

Variabel	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
Permintaan pasar cukup tinggi	0,13	3	0,39
Peningkatan kesadaran konsumen akan kesehatan	0,13	3	0,39
Memiliki hubungan baik dengan tengkulak dan konsumen	0,18	4	0,72
Agroindustri sudah berdiri sejak lama dari tahun 2005	0,18	4	0,72
Jumlah			2,22
Ancaman :			
perubahan iklim dan cuaca	0,09	2	0,18
Persaingan yang meningkat	0,04	1	0,04
Bahan baku yang semakin berkurang	0,09	3	0,27
Produksi dan pengolahan tidak dapat di prediksi	0,13	3	0,39
Jumlah			0,88
Total Skor	1,00		3,1

Berdasarkan hasil analisis dari matriks *IFAS* dan Matriks *EFAS*, langkah-langkah pengambilan keputusan dapat diidentifikasi untuk merumuskan berbagai strategi yang digambarkan dalam diagram *SWOT*. Kemudian untuk membuat diagram maka harus mencari posisi x dan y dengan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{S - W}{2} = \frac{2,14 - 1,06}{2} = 0,54$$

$$Y = \frac{O - T}{2} = \frac{2,22 - 0,88}{2} = 0,67$$



Gambar 1. Diagram SWOT

Hasil analisis diagram *SWOT* menunjukkan bahwa Agroindustri Gula Aren Sarjo Makmur di Desa Tanjungsari, Kecamatan Banjaranyar, berada pada kuadran I. Posisi ini mengindikasikan bahwa agroindustri gula aren tersebut mempunyai kekuatan internal yang digunakan untuk memaksimalkan peluang yang ada. Berdasarkan analisis ini, strategi yang paling tepat untuk diterapkan di Agroindustri Gula

Aren Sarjo Makmur adalah strategi yang agresif. Dengan demikian, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan internalnya untuk mengeksplorasi dan mengembangkan berbagai peluang yang ada di pasar, sehingga dapat meningkatkan keberhasilan dan daya saingnya.

Strategi Pemasaran Gula Aren

Matrik SWOT menunjukkan bahwa ASM berada pada kuadran 1 dan terletak diantara *S-O* sehingga dapat menerapkan Strategi *S-O*. Strategi *Strength-Opportunity* (*S-O*) adalah strategi yang berfokus pada penggunaan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Dalam penerapan strategi ini, beberapa alternatif dapat diambil, seperti memanfaatkan daya beli masyarakat dengan menjaga stabilitas harga produk. Hal ini membantu dalam memastikan bahwa produk tetap terjangkau bagi konsumen.

Strategi selanjutnya dengan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Dengan membangun dan memperkuat hubungan ini, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar mereka, karena konsumen yang puas cenderung lebih loyal dan dapat menarik lebih banyak pelanggan baru melalui rekomendasi.

Strategi lainnya dengan penggunaan bahan alami dalam produk juga menjadi

strategi penting, karena dapat menarik konsumen. Strategi lainnya dengan menjaga kualitas dan kemurnian produk adalah kunci untuk memenangkan kepercayaan konsumen yang semakin sadar akan pentingnya aspek kesehatan dalam produk yang mereka konsumsi. Untuk memberikan gambaran lebih rinci mengenai strategi pemasaran yang dapat diterapkan di ASM (Tabel 3).

Tabel 3. Rekomendasi Strategi

Alternatif Strategi Pemasaran Gula

Aren

1. Memanfaatkan daya beli masyarakat dengan harga jual yang terjangkau dan stabil
 2. Memanfaatkan hubungan baik dengan konsumen untuk menciptakan pangsa pasar
 3. Menggunakan bahan alami untuk menarik konsumen
 4. Memanfaatkan kesadaran konsumen akan kesehatan dengan menjaga kualitas dan kemurnian produk
-

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Faktor internal pada pemasaran gula aren Sarjo Makmur kekuatannya berasal

dari produk tanpa campuran zat kimia dan harga produk terjangkau serta kualitas produk sangat baik dan lokasi agroindustri sangat strategis. Selain itu agroindustri ini memiliki kelemahan yaitu lokasi pengambilan bahan baku aren cukup jauh dan terjal. Kemudian pengemasan masih sederhana dan belum melakukan promosi serta belum memiliki catatan keuangan. Faktor eksternal dalam pemasaran gula aren ini memiliki peluang yaitu permintaan pasar cukup tinggi yang ditambah peningkatan kesadaran konsumen akan kesehatan dan memiliki hubungan baik dengan tengkulak dan konsumen serta agroindustri ini sudah berdiri sejak lama dari tahun 2005. Tetapi agroindustri ini memiliki banyak ancaman berupa perubahan iklim dan cuaca, serta persaingan yang meningkat. Kemudian bahan baku semakin berkurang serta produksi dan pengolahan gula aren tidak dapat di prediksi.

2. Rekomendasi strategi pemasaran yang perlu dijalankan oleh Agroindustri Sarjo Makmur di Desa Tanjungsari, Kecamatan Banjaranyar dalam memasarkan gula arennya terdiri dari 4 strategi. Strategi-strategi ini dirancang untuk membantu perusahaan dalam berbagai situasi dan kebutuhan pasar

yang berbeda. Rekomendasi tersebut memberikan panduan yang komprehensif untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing produk gula aren di pasar. Rekomendasi tersebut adalah Memanfaatkan daya beli masyarakat dengan harga jual yang terjangkau dan stabil, Memanfaatkan hubungan baik dengan konsumen untuk menciptakan pangsa pasar dan Menggunakan bahan alami untuk menarik konsumen serta Memanfaatkan kesadaran konsumen akan kesehatan dengan menjaga kualitas dan kemunian produk.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, saran yang perlu diterapkan oleh Agroindustri Gula Aren Sarjo Makmur adalah:

1. Untuk meningkatkan produksi gula aren, pemilik Agroindustri Sarjo Makmur dapat meningkatkan modal yang akan memungkinkan peningkatan kapasitas produksi. Selain itu, pemanfaatan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi dan memperluas jaringan pemasaran, baik di tingkat lokal maupun luar daerah, sangat diharapkan. Dengan cara ini, produk gula aren dapat lebih dikenal dan diterima di pasar yang lebih luas,

- sehingga mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.
2. Kepada Pemerintah diharapkan untuk lebih memperhatikan dan memfasilitasi kegiatan yang mendukung produksi gula aren. Selain itu, peran aktif pemerintah sangat diharapkan dalam mendukung usaha gula aren dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dukungan ini dapat berupa penyediaan pelatihan, bantuan finansial, akses ke pasar yang lebih luas, dan inisiatif lainnya yang dapat membantu meningkatkan produksi dan pemasaran gula aren.
 3. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pemasaran gula aren di berbagai daerah. Penelitian ini penting untuk memahami dinamika pasar yang berbeda, mengidentifikasi peluang dan tantangan khusus di setiap wilayah, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan karakteristik pasar lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Esterberg. *Macam-Macam Wawancara*. dikutip dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Nasehudin dan Gozali. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Pustaka Setia Bandung.
- Rangkuti, Freddy (2004). "*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*", Jakarta : PT. Gramedia.
- Rangkuti, K., Harahap, S., Siregar, S., & Hutauruk, T. (2020). Feasibility Analysis of Palm Sugar Business (Case Study: Buluh Awar Village, Sibolangit District, Deli Serdang Regency). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(1), 1-7.
- Rangkuti. F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi, Konsep, Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21* Cetakan 12. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekarno, A., & Hidayat, T. (2019). *Produksi Kelapa Sawit dan Gula Aren di Indonesia*. Jakarta : Serambi Ilmu
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Wirosuharjo. 2004. *Dasar-Dasar Demografi*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Yin, R. K. (2018). *Case & Study Research : Design and Methods*. Sage Publications.