

**STRATEGI PEMASARAN GULA SEMUT
(Studi Kasus Pada Agroindustri Gula Semut Amesna Di Desa Sukaharja Kecamatan
Sariwangi)**

SETIAWAN^{1*}, BENIDZAR M. ANDRIE², SAEPUL AZIZ³
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Galuh Ciamis
*E-mail : oisetiawan11@gmail.com

ABSTRAK

Gula semut adalah jenis gula yang terbuat dari nira melalui proses pengkristal sehingga berbentuk butiran kecil berdiameter antara 0,8-1,2 mm dan berwarna kuning kecoklatan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal, faktor eksternal apa saja yang dihadapi oleh Pengrajin Gula Semut dan strategi pemasaran apa yang sesuai di desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah studi deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Data yang diambil dilakukan dengan cara, Observasi yaitu dengan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti. Responden yang dipilih yaitu agroindustri gula semut Amesna yang ada di desa Sukharja dengan penentuan informan dilakukan secara purposive. Rencana penggunaan analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan analisis SWOT. Waktu pelaksanaan akan dilakukan pada bulan Agustus 2023 yang berlokasi di Desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya. Hasil yang telah dianalisa mengenai faktor eksternal, peluang yang perlu diperhatikan pada agroindustri yaitu adanya permintaan pasar dan perlunya pelanggan tetap, serta ancaman yang dihadapi yakni produk yang serupa dari pesaing yang lain. Strategi pemasaran yang harus diperhatikan dan diterapkan adalah perluas jangkauan pasar, pengoptimalan manfaat teknologi, peningkatkan promosi, terjaganya kualitas produk, pemberian pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang agroindustri gula semut.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Gula semut , Strategi pemasaran

ABSTRACT

Palm sugar is a type of sugar made from sap through a crystallization process so that it forms small granules with a diameter of between 0.8-1.2 mm and is brownish yellow in color. The purpose of this research is to find out what internal factors, external factors are faced by Palm sugar Craftsmen and what marketing strategies are appropriate in Sukaharja village, Sariwangi District. The method used by this research is a descriptive study using a qualitative approach. The data taken was carried out by means of observation, namely by direct observation of the object under study. The respondents chosen were the Amesna palm sugar agroindustry in Sukharja village with the determination of informants carried out purposively. The plan to use data analysis in this research is SWOT analysis. The implementation time will be in August 2023, located in Sukaharja Village, Sariwangi District, Tasikmalaya Regency. The results have been analyzed regarding external factors, opportunities that need to be considered in agro-industry, namely market demand and the need for regular customers, as well as threats faced, namely similar products from other competitors. Marketing strategies that must be considered and implemented are expanding market reach, optimizing the benefits of technology, increasing promotions, maintaining product quality, providing training to employees to improve skills and knowledge about the palm sugar agroindustry.

Keywords: Marketing strategy, Palm sugar, SWOT analysis

PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Nilai tambah yang baru pada suatu prodak terjadi dengan adanya pengembangan agroindustri, peningkatan

pendapatan petani, penambahan umur produk, menjaga kualitas hasil panen, peningkatan daya saing, lapangan kerja menjadi luas, dan menjaga nutrisi yang

terkandung dalam komoditas tertentu, dan hasil akhirnya mengubah bentuk menjadi lebih menarik bagi konsumen (Dindy, 2015). Hasil penelitian terdahulu (Evalia et al, 2014) hasil yang didapatkan pada proses pengolahan aren menjadi gula semut memberikan nilai tambah yang lumayan tinggi bagi produsen yakni sampai 51,01%. Bentuk kemasan mampu menarik daya tarik apalagi jika dalam kemasan dilengkapi dengan informasi izin resmi dari dinas terkait misalnya PIRT, dan izin BPOM dll.

Fakta dilapangan menunjukkan bahwa keberadaan produsen gula semut di Desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya dilakukan oleh Industri Rumah Tangga (IRT), hasil produksi hanya mencukupi kebutuhan cakupan pasar lokal. Mayoritas produsen gula semut di desa Sukharja kecamatan Sariwangi kabupaten Tasikmalaya masih menggunakan alat tradisional dengan kemasan yang kurang menarik konsumen, pengemasan belum menunjukkan ciri khas pengrajin Sukaharja, pengrajin juga masih belum memahami mengenai strategi pemasaran agroindustri dengan baik.

2. Kerangka Pemikiran

Dalam upaya strategi pengembangan perlu adanya respon secara terus-menerus atau adaptif terhadap peluang dan ancaman terhadap faktor eksternal sehingga kekuatan

dan kelemahan pada faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri kedepannya mampu diperbaiki. Dalam penentuan strategi pengembangan agroindustri gula semut, perlu dilakukan analisis SWOT dalam bentuk matriks yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Gula semut mempunyai peluang dalam mengisi kebutuhan gula (bahan pemanis) yang terjadi pada beberapa waktu terakhir masih melakukan impor dan peluang yang timbul selanjutnya adalah untuk menembus pasar luar negeri (ekspor) seperti Singapura, Jepang, Hongkong, USA dan Jerman (Mustaufik, 2008). Permintaan terhadap gula semut terjadi peningkatan dari waktu ke waktu. Bertitik tolak dari hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi pemasaran Gula semut di Desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Informan yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan purposive yaitu pemilihan Informan yang dipilih dengan sengaja di Desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi. Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan oleh penelitian kali ini merujuk pada studi deskriptif melalui pendekatan kualitatif.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data itu sendiri bersumber pada data primer dari pemilik usaha dan para pegawai yang ada tempat tersebut. Wawancara yaitu mengumpulkan data dengan melakukan wawancara atau bertanya langsung pada Informan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah disiapkan

3. Teknik Penarikan Sampel

Responden yang dipilih yaitu agroindustri gula semut Amesna yang ada di desa Sukharja dalam penentuan informan ditentukan secara purposive menggunakan cara menentukan informan sudah ditetapkan dengan pertimbangan secara sengaja.

4. Rancangan Analisis Data

Penganalisisan data yang diperoleh dengan analisis lingkungan internal dan eksternal dengan pendataan analisis SWOT. Rencana analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT yang terdiri atas Kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats).

5. Analisis SWOT (Penentuan Strategi)

Matriks SWOT menurut Rangkti (2013) merupakan sebuah alat yang

diterapkan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang kemudian akan dihadapi perusahaan mampu disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan. Perolehan data Internal kemudian diklasifikasikan secara kualitatif guna mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan (IFE), kemudian peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan dapat diketahui, perlu dilakukan analisis lingkungan eksternal (EFE) dan terakhir dilakukan pembobotan

6. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan akan dilakukan pada bulan Agustus 2023 yang berlokasi di Desa Sukharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Sukharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya memiliki Luas keseluruhan wilayah Desa Sukharja sebesar 1.729 Ha. Secara administrasi Desa Sukharja terdiri dari 5 dusun: Dusun Malaganti, Dusun Cilengger, Dusun Cibatu, Dusun Ciemboh, dan Dusun Padarame.

Penggunaan Lahan di Desa Sukaharja

No	Penggunaan Lahan	Luas Lahan (Ha)
1.	Pesawahan	125
2.	Ladang/Tegalan	225
3.	Pemukiman	43
4.	Pekarangan	3
5.	Pengangonan	28
6.	Pemakaman	2,2
7.	Kas Desa	
	a. Kantor Desa	0,1
	b. Lapang Sepak Bola	0,7
	c. Kebun	0,2
	d. Kebun	0,3
8.	Wakap	4,5
9.	Kehutanan Milik	1.200
10	Lainnya	97

Sumber : Data Inventarisir Desa Sukaharja 2022

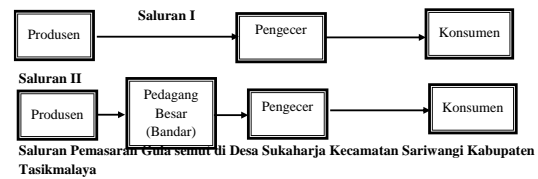
Dari hasil informasi yang didapatkan para pengrajin Gula semut mendapatkan bahan baku pada lahan hutan milik perhutani ini, dan potensi ini perlu dikembangkan dan dimanfaatkan dengan maksimal.

Identitas Responden

No.	Jabatan	Jumlah (Orang)	Usia (Tahun)	Pendidikan	Lama Bekerja (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1.	Pemilik	1	40	S1	16	3
2.	Bagian Produksi	3	25-45	SMA	3-9	2-4
3.	Pengangkutan dan Pemasaran	1	38	SMA	9	4

Responden dalam penelitian kali ini merupakan produsen gula semut dengan nama Prodak Gula semut AMESNA, responden merupakan satu orang pemilik, tiga orang pegawai yang bertigas sebagai

bagian produksi pembuatan dan satu orang bagian pengangkutan dan pemasaran. Jumlah responden berjumlah 5 orang, berjenis kelamin laki-laki dan semuanya berasal dari Desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya, hasil wawancara terlampir dalam lampiran 1.



Gambar diatas menunjukkan bahwa pada saluran 1 perajin menjual gula semut pada pedagang Pengecer dan menjual langsung kepada konsumen. Sedangkan pada saluran 2 menjual gula semut pada pihak pengumpul dan dari pengumpul ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen. Dari tiap saluran pemasaran, harga yang diterima perajin gula semut masing-masing berbeda.

- Analisis SWOT

a. Analisis Faktor Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan terhadap faktor-faktor strategis internal yang terdiri antas kekuatan dan kelemahan

- a. Kekuatan, tersedianya bahan baku, keterampilan petani, tersedianya lahan, tenaga kerja yang dekat dengan lokasi usaha, hubungan baik dengan pihak internal

- b. Kelemahan, Sarana dan prasaran kurang memadai, sumber permodalan usaha masih kurang, promosi yang belum efektif.

Kegiatan promosi yang dilakukan pada bagian pemasaran produk gula semut, belum bisa dilakukan secara efektif dikarenakan pada pemasaran masih belum terjangkau pada seluruh wilayah Kabupaten Tasikmalaya, walaupun sudah melakukan promosi di media sosial. Kelemahan promosi lewat media online ini dirasa sulit karena perlunya membangun kepercayaan konsumen untuk membeli produk. Dalam mengenalkan produk gula semut agroindutri promosi secara langsung masih perlu dilakukan kepada konsumen di daerah kabupaten Tasikmalaya. Promosi yang dilakukan hanya melalui perantara kenalan atau mengejar langsung ke konsumen seperti pedagang kecil dan besar sedangkan untuk pemasaran langsung ke konsumen belum dilakukan secara maksimal, karena masih kurangnya pengetahuan dan informasi pasar yang dibutuhkan dalam melakukan tindakan promosi prodak.

Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan/Strength (S)			
1. ketersediaan bahan Baku	0,18	4	0,72
2. keterampilan petani	0,18	4	0,70
3. ketersediaan lahan	0,16	3	0,48
4. hubungan baik antar pihak internal	0,07	4	0,25
Sub Total	0,59	17	2,15
Kelemahan/Weaknesses (W)			
1. Sarana dan prasaran kurang memadai	0,17	2	0,32
2. sumber permodalan usaha masih kurang	0,14	1	0,14
3. promosi yang belum Efektif	0,14	1	0,14
Sub Total	0,41	3,8	0,76
Total	1,00	20,8	2,91

- Analisis Faktor Eksternal

Pengidentifikasi faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang berada di luar perusahaan sehingga sukar dikendalikan oleh perusahaan dan produsen. Berkembangnya perusahaan cukup banyak dipengaruhi oleh dampak keadaan perkembangan lingkungan, dan perubahan sifat yang terjadi di lingkungannya.

1. Peluang, Adanya permintaan pasar, harga gula semut tinggi, perkembangan teknologi, masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut
2. Ancaman, Bersaing dengan produk yang serupa pada musim yang tidak menentu.

Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang/Opportunities (O)			
1. Adanya permintaan pasar	0,13	4	0,52
2. Harga gula semut tinggi	0,26	2	0,52
3. Perkembangan Teknologi	0,15	2	0,30
4. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut	0,10	3	0,30
Sub Total	0,64	10	1,94
Ancaman/Threats (T)			
4.1 Pesaing dengan produk yang serupa	0,20	1,5	0,30
4.2 Musim yang tidak menentu	0,16	2	0,32
Sub Total	0,36	3,5	0,62
Total	1,00	13,5	2,56

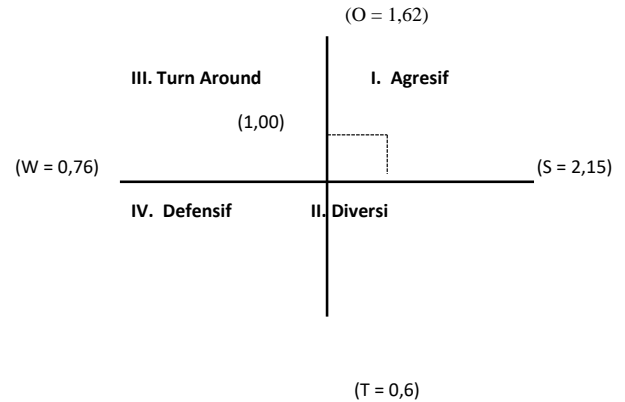


Diagram Kuadran SWOT

- Kuadran SWOT, Matriks IE dan Matriks SWOT

Diketahui posisi perusahaan dapat tergambarkan dengan diagram kuadran SWOT. Diagram kuadran SWOT berguna untuk mencari posisi perusahaan yang di tunjukkan dengan titik koordinat (x,y), sehingga mendapatkan alternatif strategi utama yang mampu diterapkan pada perkembangan agroindustri gula semut. Dalam menentukan posisi perusahaan, dibuatlah perhitungan berlandaskan dengan selisih dari hasil sub total skor dari matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

Koordinat Analisis Internal

Kekuatan – kelemahan = $2,15 - 0,76 = 1,39$

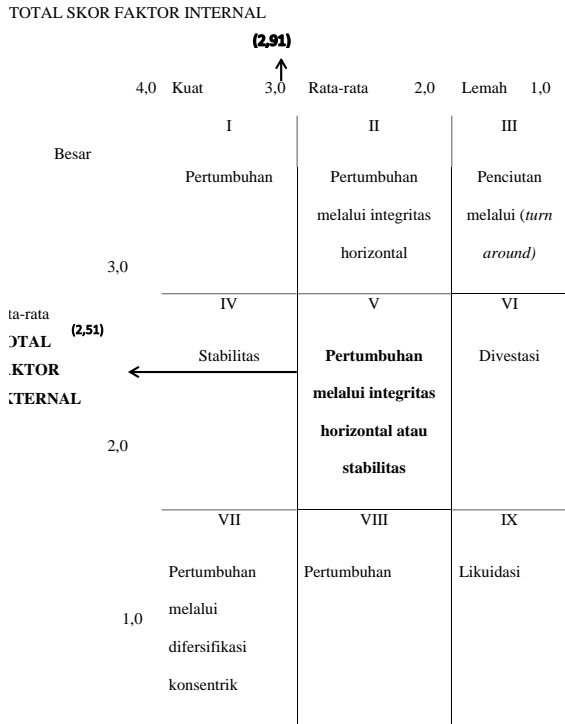
Koordinat Analisis Eksternal

Peluang – ancaman = $1,62 - 0,62 = 1,00$

Jadi titik koordinatnya (x,y) terletak pada (1,39, 1,00)

Diketahui posisi agroindustri gula semut berada pada kuadran I, ini menunjukkan posisi ini memberikan sebuah usaha dalam kondisi prima yang kuat dan berpeluang, pemberian rekomendasi strategi yaitu strategi Agresif, dengan strategi yang diterapkan melalui strategi pengembangan (strategi agresif).

Pada hasil analisis matriks IE yang telah ditata dan disusun dengan cara menjumlahkan sub total matriks faktor internal didapatlah total skor (2,91) dan matriks faktor eksternal yang didapatkan adalah skor (2,56) yang menjelaskan bahwa kemampuan dari internal perusahaan tinggi, dan eksternal mencapai rata-rata. Matriks IE dapat dijabarkan dan dijelaskan seperti pada gambar berikut.



Kegiatan usaha gula semut ini berada pada kegiatan dan masa pertumbuhan yang diharapkan dapat memperluas pasar, perbaikan fasilitas produksi, dan meningkatkan teknologi melalui pengembangan faktor internal ataupun faktor eksternalnya dengan memalui pengambilan akuisisi atau joint venture dengan kegiatan usaha gula semut yang telah berkembang atau bahkan maju dalam industri yang sama (Rangkuti, 2014).

Strategi pengembangan industry pengrajin gula semut ini dalam Analisa SWOT adalah:

1. Mengembangkan luas pasar
2. Mengoptimalkan penggunaan teknologi yang ada
3. Promosi ditingkatkan
4. Kualitas produk yang tetap terjaga
5. Pemberian pelatihan pada para karyawan agar terjadinya peningkatan kemampuan dan menambah wawasan usaha yang lebih luas.

Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength-S</i>)	Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)
	1. Ketersediaan bahan baku 2. Keterampilan petani 3. Ketersediaan lahan 4. Tenaga kerja dekat dengan lokasi	1. Sarana dan prasarana kurang memadai 2. Jumlah tenaga kerja masih kurang 3. Promosi yang belum efektif
Faktor Eksternal	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Peluang (<i>opportunities-O</i>) 1. Adanya permintaan pasar 2. Harga gula semut tinggi 3. Perkembangan teknologi 4. Banyaknya kerjasama dengan petani aren 5. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula	Pengembangan pasar (S1, O1)	1. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (W4, O3). 2. Meningkatkan promosi (W4, O4)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di Agroindustri Gula semut di Desa Sukaharja Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil yang telah dianalisa mengenai faktor Internal, didapatkan kekuatan dan kelemahan. Kekuatan agroindustri Ketersediaan bahan baku, kelemahannya adalah Sarana dan prasarana kurang memadai.

2. Melalui hasil yang telah dianalisa mengenai faktor eksternal, adapun peluang pada agroindustri adalah adanya permintaan pasar dan memiliki pelanggan tetap, serta ancamannya adalah adanya produk yang serupa.
3. Strategi penmasaran yang harus diperhatikan dan diterapkan adalah Mengembangkan luas pasar, mengoptimalkan penggunaan teknologi yang ada, promosi ditingkatkan, kualitas produk yang tetap terjaga, pemberian pelatihan pada para karyawan agar terjadinya peningkatan kemampuan dan menambah wawasan usaha yang lebih luas.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah:

1. Permasalahan yang terjadi pada agroindustri gula semut aren ini adalah sulitnya mencari penambahan modal, sehingga perlunya pemerintah memberikan program pembiayaan dan pelatihan kepada tenaga kerja guna peningkatan produktifitas. Pengrajin juga diharapkan mampu memanfaatkan sebuah teknologi yang modern selain hemat tenaga kerja, dirasa mampu mengefektifkan biaya produksi sehingga meningkatnya kapasitas produksi.
2. Agroindustri gula semut aren ini diharapkan mampu mengembangkan usahanya, dengan melakukan strategi pengembangan pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afni Evalia, Nur. 2015. Strategi pengembangan agroindustri gula semut. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas Kampus Unand Limau Manis, Padang. <http://journal.ipb.ac.id/no.DOI/10.1735/JMA/12.15>.
- Darmawati Putri, Dindy. 2015. Potensi pengembangan Agroindustri gula

semut di kabupaten Kulon progo. DIES NATALIS XXXIII Universitas Islam Batik Surakarta. Program Studi Agribisnis Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. ISBN : 978±979±1230±35±3

Dimas Adi Pratama, Duryat, dan Hari Kaskoyo. 2022. Pendugaan potensi dan Produktifitas Nira di hutan kemasyarakatan (HKM) Binawana. Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung. JOPFE Jurnal Volume 2 nomor 1. Mei 2022. ISSN 2807-6796

Evalia NA. Syahyana R, Nofialdi. 2014. Strategi Penguatan Agroindustri dan Nilai Tambah Aren di Kecamatan Lareh Sago Halaban. di Dalam: Seminar Nasional Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas di Padang

F. R, David. (2010). Manajemen Strategi: Konsep. Salemba Empat edisi 12. Jakarta

I Gusti Bagus Udayana. 2011. Peran Industri dalam Pembangunan pertanian. Singhadwala edisi 44.

Lempang, Mody. 2012. Pohon aren dan manfaat produksinya. Balai penrlitian kehutanan Makasar. EBON Vol.19

Mikke R. Marentek dan Nancy H.J. Mandey. 2022. Strategi Promosi Industri Rumah Tangga Gula Semut Melalui Pendekatan SWOT Di Desa Koreng Kabupaten Minahasa Selatan. Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Negeti Manado. Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis ISSN 2503-

- 1406 (Online) Vol 7, No 1, (April), (2022).
- Moch Panji Sukma N. Strategi pemasaran produk olahan jamur merang pada kelompok wanita tani (KWT) spora Bali. Makalah seminar akademi. Universitas Galuh. Ciamis
- Rangkuti, F. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis,. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama)
- Ranguti, Freddy. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta : Agromedia Pustaka.
- Ratnawati. 2017. Pengaruh pembiayaan mikro terhadap perkembangan UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di kota palopo. Iain. Palopo
- Srinita Wulandari, Hasanuddin Kandatong, dan Ishak Manggabarani. 2020. Strategi pemasaran gula semut kelompok wanita tani sipakario desa sambaliwali kecamatan luyo kabupaten polewali mandar. Universitas Al Asyariah Mandar. JPCS Vol. 2 No. 1 Mei. 2020.
- Zuliana C., E Widyastuti dan W. H Susanto. 2016. Pembuatan gula semut kelapa (Kajian pH gula semut Kelapa dan Natrium Bikarbonat). Jurnal pangan dan Agroindustri. 4(1) : 109-119