

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GULA AREN DI DESA  
LEMBANG KECAMATAN KAJANG  
KABUPATEN BULUKUMBA**

**ARFIAN  
105961116518**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GULA AREN DI DESA  
LEMBANG KECAMATAN KAJANG  
KABUPATEN BULUKUMBA**

**ARFIAN  
105961116518**



**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian  
strata satu (S-1)**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren di Desa  
Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

Nama : Arfian

Nim : 105961116518

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Dr. Ir. Muh Arifin Fattah, M.Si  
NIDN: 0915056401

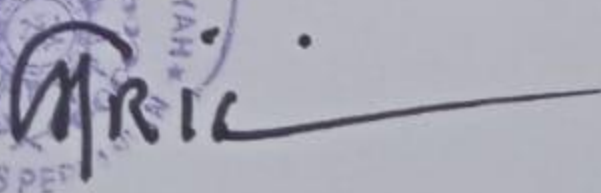
  
Dr. Dewi Sartika, S.TP., M.Si  
NIDN: 0925108404

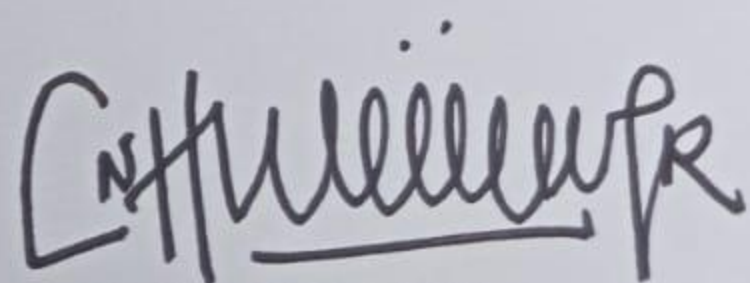
Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



  
Dr. Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd., IPU  
NIDN: 0926036803



Nadir, S.P., M.Si  
NIDN: 0909068903

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren di Desa  
Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

Nama : Arfian

Stambuk : 105961116518

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

### KOMISI PENGUJI

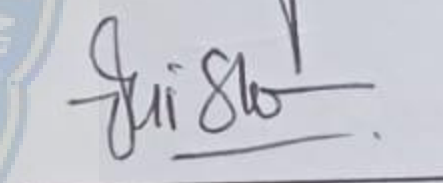
#### Nama

#### Tanda Tangan

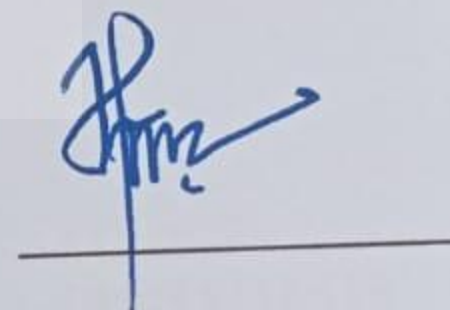
1. Dr. Ir. Muh. Arifin Fattah, M.Si  
Ketua Sidang



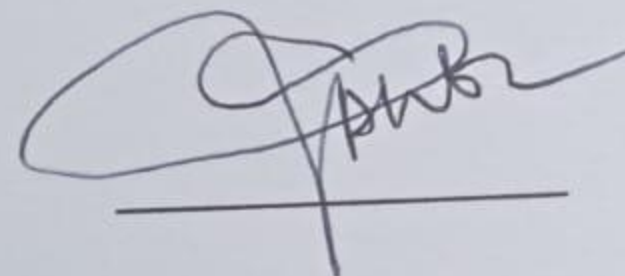
2. Dr. Dewi Sartika, S. TP., M.Si  
Sekertaris



3. Dr. Ir. Jumiati, S.P., M.M., IPM. MCE  
Anggota



4. Sahlan, S.P., M.Si  
Anggota



Tanggal Lulus : 31 Januari 2024

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI  
DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba** adalah benar merupakan hasil karya yang belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan oleh penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, 31 Januari 2024

Arfian  
105961116518

## ABSTRAK

**Arfian. 105961116518.** Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. Di bimbing oleh MUH. ARIFIN FATTAH dan DEWI SARTIKA.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan alternative strategi pemasaran khususnya buaran pemasaran bagi industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. Metode analisi yang digunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oppoportunities, Threats*) dan SPACE (*Stategic Position and Action Evaluation*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri rumah tangga gula aren memiliki kekuatan kualitas produk yang baik, memiliki ketersediaan tenaga kerja, memiliki ketersediaan bahan baku, dan modal yang dibutuhkan relatif sedikit. Sedangkan kelemahan yaitu kemasan produk yang masih menggunakan kemasan tradisional, belum memiliki merek dan label produk, promosi yang dilakukan belum optimal, saluran distribusi yang panjang dan minimnya sumber informasi harga produk. Peluang yang ada untuk memanfaatkan perkembangan teknologi, terbukanya peluang pasar ekspor, kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan dan minuman dan adanya perubahan jumlah penduduk. Sedangkan ancaman yang dihadapi yaitu perubahan selera konsumen dan munculnya produk yang sejenis dari daerah lain. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa alternative strategi pemasaran yang dijabarkan dalam buaran pemasaran yang diperoleh melalui matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah sebagai berikut : meningkatkan kualitas produk dengan membuat kemasan produk higienes dan lebih menarik dari produk sejenis lainnya, penetapan harga dengan orientasi biaya, promosi dengan membuat brosur melalui kerjasama dengan dinas pariwisata dan perhotelan ataupun melakukan promosi melalui internet.

**Kata Kunci :** Industri Rumah Tangga, Strategi Pemasaran

## ABSTRACT

**Arfian. 105961116518.** *Analysis of Palm Sugar Business Marketing Strategy in Lembang Village, Kajang District, Bulukumba Regency. Guided by MUH. ARIFIN FATTAH and DEWI SARTIKA.*

*This research aims to determine alternative marketing strategies, especially marketing output for the palm sugar home industry in Lembang Village, Kajang District, Bulukumba Regency. The analysis method used is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and SPACE (Strategic Position and Action Evaluation). The research results show that the palm sugar home industry has the strength of good product quality, has the availability of labor, has the availability of raw materials, and requires relatively little capital. Meanwhile, the weaknesses are product packaging that still uses traditional packaging, does not have a brand and product label, promotions are not optimal, distribution channels are long and there are minimal sources of product price information. Opportunities exist to take advantage of technological developments, the opening of export market opportunities, collaborative partnerships with food and beverage companies and changes in population. Meanwhile, the threats faced are changes in consumer tastes and the emergence of similar products from other regions. From this research it can be concluded that the alternative marketing strategies described in the marketing output obtained through the SWOT matrix (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) are as follows: improving product quality by making product packaging hygienic and more attractive than other similar products, setting prices with a cost orientation, promotion by making brochures in collaboration with the tourism and hospitality department or carrying out promotions via the internet.*

**Keywords:** *Home Industry, Marketing Strategy*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Tak lupa pula penulis ucapkan salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, karena beliau adalah yang telah menghantarkan kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh berkah. Adapun judul Skripsi yang akan dibahas adalah “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren Kabupaten Bulukumba Kecamatan Kajang Desa Lembang”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang di ajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari beberapa pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Dr.Ir.Muh Arifin Fattah. M.Si. Selaku pembimbing utama dan Dr.Dewi Sartika. S.TP.,M.Si. Selaku pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi dapat diselesaikan.
2. Dr.Ir. Andi Khaeriyah, M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Nadir, S.P.,M.Si. Selaku ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Kedua orang tua saya dan keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moral maupun materi sehingga skripsi dapat diselesaikan



5. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah sama-sama membantu menyusun skripsi.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak membutuhkan. Semoga berkah Allah senantiasa turunkan kepadanya. Amin.

Makassar, 12 Januari, 2023



Arfian

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJUAN PUSTAKA .....	7
2.1. Komoditas Gula Aren.....	7
2.2. Pemasaran Pertanian.....	8
2.3. Strategi Pemasaran .....	9
2.4. Buaran Pemasaran .....	10
2.5. Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran.....	12
2.6. Jenis Alat Analisis dalam Strategi Pemasaran .....	13
2.7. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	20
2.8. Kerangka Pemikiran .....	22
III. METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	24

3.3.	Teknik Pentuan informan .....	24
3.4.	Teknik Analisis Data .....	25
3.5.	Definisi Operasional.....	27
<b>IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
4.1.	Keadaan Geografis .....	29
4.2.	Keadaan Penduduk .....	29
4.3.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	30
4.4.	Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian .....	31
4.5.	Potensi Sumber Daya Alam.....	33
4.6.	Sarana dan Prasarana .....	34
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>35</b>
5.1.	Indusrti Rumah Tangga Gula Aren di Desa Lembang .....	35
5.2.	Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelamahan Industri Rumah Tangga Gula Aren Maka Perlu diketahui Faktor-Faktor Internal dan Eksternal di Desa Lembang .....	36
5.3.	Strategi Pemasaran Gula Aren di Desa Lembang .....	38
5.3.1	Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) .....	39
5.3.2	Matriks EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	40
5.3.3	Matriks SWOT .....	44
5.3.4	Luaran Strategi pemasaran Gula Aren di Desa Lembang .....	45
<b>VI. PENUTUP .....</b>		<b>49</b>
6.1.	Kesimpulan .....	49
6.2.	Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>50</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Matriks SWOT.....	17
2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	20
3	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.....	29
4	Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.....	20
5	Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.....	31
6	Luas Wilayah Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba Menurut Penggunaannya.....	32
7	Sarana dan Prasarana di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.....	33
8	Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	37
9	Matriks EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ).....	39
10	Analisis SWOT pada Desa Lembang.....	41
11	Alternatif Strategi Pemasaran Industri rumah tangga gula Aren di Desa Lembang yang dijabarkan dalam buaran pemasaran.....	42

## DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1	Saluran Pemasaran.....	9
2	Diagram Analisis SWOT.....	17
3	Kerangka Pemikiran.....	23
4	Diagram Cartesius Analisis SWOT di Desa Lembang.....	40



## I.PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara pertanian, artinya sektor pertanian masih memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Salah satu sub sektor pertanian yang cukup penting keberadaannya dalam pembangunan nasional adalah sub sektor perkebunan. Komoditi perkebunan yang banyak dilestarikan masyarakat adalah kelapa, karena dapat tumbuh hampir diseluruh wilayah di Indonesia terutama didaratan rendah, karena tidak membutuhkan persyaratan khusus untuk tumbuhnya. Kelapa dianggap sebagai tumbuhan serbaguna karena seluruh bagiannya dapat dimanfaatkan dan berguna bagi manusia dari mulai akar sampai ke ujung daun. Bagian buah kelapa adalah bagian terpenting yang bernilai ekonomis tinggi. Produk lain yang tak kalah pentingnya dari kelapa adalah nira.

Nira merupakan cairan bening yang keluar dari bunga kelapa dan aren. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang menjadi petani gula aren. Beberapa hal yang mendasari peranan penting dalam pembangunan pertanian di Indonesia diantaranya: potensi Sumber Daya Alam yang besar dan beragam, pendapatan nasional yang cukup besar. Negara yang membutuhkan gula aren dari Indonesia adalah Arab Saudi, Amerika Serikat, Australia, Selandia Baru, Jepang, dan Kanada, sehingga dengan melihat potensi yang ada memiliki peluang pasar yang besar dan layak untuk dikembangkan menjadi produk gula ekspor ke beberapa negara di dunia. besarnya permintaan produk gula aren terhadap ekspor sehingga sebagian besar penduduk Indonesia yang menggantungkan hidupnya pada sektor ini, perannya dalam penyediaan pangan masyarakat dan menjadi basis pertumbuhan di pedesaan. Potensi pertanian

Indonesia yang besar namun pada kenyataannya sampai saat ini sebagian besar dari petani kita masih banyak yang termasuk golongan miskin.

Industri kecil perlu mendapat perhatian sebab tidak hanya memberikan pendapatan bagi sebagian besar angkatan kerja, tetapi juga pelopor dalam penanggulangan kemiskinan, pengangguran, dan pemerataan pendapatan. Tanpa disadari aren mempunyai potensi yang cukup besar, baik dari segi ekonomi, pemerataan pendapatan, dan penanggulangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan. Aren melalui suatu proses sangat sederhana menghasilkan nira sebagai produk utama yang bisa diproses menjadi gula aren sebagai pengganti gula putih dan etanol yang sangat penting untuk energi. Masalah pengembangan dan pemasaran gula aren dan produknya adalah penerapan ilmu pengetahuan dan sentuhan teknologi terhadap budidaya aren dan industri pengolahannya masih sangat minim dibandingkan kelapa sawit, kelapa, dan tebu. Dalam pengembangan budidaya aren, hal pertama yang diperlukan adalah seleksi tanaman yang mempunyai produktivitas tinggi dan cara perbanyakannya. Selanjutnya adalah mengenai proses panen yang efisien dan efektif serta sistem pengolahan gula aren yang modern juga harus dikembangkan.

Gula aren merupakan salah satu produksi pertanian yang dihasilkan dari pohon aren atau enau yang banyak tumbuh dengan baik di daerah tropis Indonesia. Tanaman aren banyak tumbuh hampir di seluruh wilayah Indonesia antara lain di daerah Kendal, Sumedang, Sukabumi, Tasikmalaya, Rangkasbitung, Lebak dan di luar pulau Jawa seperti Sulawesi utara, Sulawesi Selatan, Sumatera Utara dan Papua dll.

Gula aren sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu pemanis makanan dan minuman. Gula aren diperoleh dari proses penyadapan nira aren yang

kemudian dikurangi kadar airnya hingga menjadi padat. Produk gula aren ini adalah berupa gula cetak dan gula semut. Gula cetak diperoleh dengan memasak nira aren hingga menjadi kental seperti gulali kemudian mencetaknya dalam cetakan berbentuk setengah lingkaran. Untuk gula semut, proses memasaknya lebih panjang yaitu hingga gula aren mengkristal, kemudian dikeringkan (dijemur atau dioven) hingga kadar airnya di bawah 3%.

Industri gula aren merupakan salah satu bentuk usaha peningkatan pendapatan penduduk yang bisa meningkatkan pendapatan asli daerah bertumbuh pada ekonomi untuk memperoleh atau menambah pendapatan keluarga meskipun dalam proses pengolahan masih menggunakan peralatan yang sederhana atau dikerjakan secara tradisional. Pada saat sekarang ini harga gula aren relatif stabil, yaitu Rp. 18.000 /kg. Gula aren ini dijual dalam bentuk padat seperti batu bata, dimana satu kilogram gula aren ini terdiri dari dua buah padatan dengan berat masing-masing adalah 0,5 kg. Sulawesi Selatan sebagai daerah potensial dalam memproduksi aren. Komoditas aren di Sulawesi Selatan potensial untuk dikembangkan dalam rangka peningkatan pendapatan petani aren dan kepentingan pengawetan tanah. Karena banyak manfaatnya, aren perlu diprogramkan sebagai tanaman penghijauan dan budidaya. Produk utama dari Aren yakni nira, ijuk, tepung dan bagian tanaman lainnya, yang bisa diolah menjadi alat atau bahan untuk pemakaian sehari-hari, seperti gula cetak, sapu, sikat, alkohol, cuka dan tepung sebagai bahan baku pembuatan aneka kue. Dengan banyaknya manfaat tersebut, gula menjadi komoditas ekonomi yang mendatangkan keuntungan besar bagi petani.



Melihat terdapatnya peluang usaha pengembangan gula aren di Sulawesi Selatan yang merupakan jenis komoditas unggulan akan tetapi peluang ini masih terhambat dengan berbagai kendala, salah satunya adalah karena belum kuatnya kelembagaan petani, pengelolaan yang belum optimal menyulitkan organisasi dalam menembus pasar. Peluang pengembangan aren di Sulawesi Selatan cukup potensial baik ditinjau dari aspek agroekologi, kegunaannya maupun aspek konservasinya. Luas lahan pertanaman aren di Sulawesi Selatan yaitu 7.211 ha dengan produksi gula cetak 3.723 ton yang dikelola oleh 12.472 kepala keluarga (KK). Aren dapat tumbuh diketinggian 0-1.400 m di atas permukaan laut. Tanaman ini umumnya tumbuh liar, tapi di beberapa daerah sudah dibudidayakan untuk tujuan ekonomi dan konservasi. Hasil utama aren adalah nira, ijuk, tepung, daun dan batang yang dapat diolah lebih lanjut dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi.

Sektor pertanian masih memegang peranan penting di sebagian besar wilayah Sulawesi selatan, termasuk juga Kabupaten Bulukumba terlebih khusus Kecamatan Kajang Desa Lembang. Di Desa Lembang yang menjadi mata pencaharian pokok sebagian besar masyarakat adalah pohon aren, terutama pemanfaatan niranya. Nira aren di olah menjadi gula aren. Namun, karena belum adanya strategi pengembangan atas agroekosistem setempat maka hal tersebut dilihat dari kegiatan budidaya, industri pengolahan sampai dengan pemasaran dan pemanfaatannya. Dengan hal itu, peluang yang ada menjadi belum maksimal dimanfaatkan (Evalia, 2015). Pertanian harus disertai dengan pengembangan industri hulu maupun industri hilir agar dapat mendayagunakan keunggulan kompetitif dengan sistem pertanian yang terintegrasi dengan agribisnis dan agroindustri, yang berpijak pada efisiensi, produktivitas, kualitas

serta nilai tambah, tanggap terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penerapan manajemen modern untuk mewujudkan pelaku pertanian yang profesional dan beretos kerja industri serta mewujudkan pertanian sebagai wahana untuk menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran bagi masyarakat. Agroindustri merupakan salah satu subsistem agribisnis yang strategis yaitu suatu bentuk keterpaduan antara sektor industri dan pertanian. Agroindustri diharapkan sebagai langkah awal pembangunan sektor industri terutama Negara yang didominasi sektor pertanian.

Industri kecil di pedesaan dikenal sebagai sumber tambahan pendapatan rumah tangga dan penunjang kegiatan pertanian yang menjadi mata pencaharian utama sebagian besar masyarakat pedesaan. Industri kecil pedesaan memiliki makna penting untuk mengurangi kemiskinan di pedesaan, dengan kata lain diharapkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan (Mubyarto, 2016).

Sebagian besar nira aren yang dipetik dari pohon aren di Kabupaten Bulukumba diolah menjadi gula aren oleh usaha keluarga. Pengrajin gula aren di Lembang yakni usaha keluarga yang diwariskan turun-temurun dan dilakukan secara tradisional, tenaga yang digunakan ialah tenaga anggota keluarga itu sendiri.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba?

2. Bagaimana strategi pemasaran gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pada usaha gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba yang tepat

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah maupun masyarakat yang berkaitan dalam mengambil suatu kebijaksanaan dalam pengembangan peningkatan, Analisis strategi pemasaran gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.
2. Bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

## II. TINJUAN PUSTAKA

### 2.1. Komoditas Gula Aren

Gula aren merupakan produk hasil pemekatan nira aren melalui proses pemanasan hingga nira menjadi kental dan berwarna pekat. Karakteristik gula aren memiliki aroma yang khas dan kuat, rasa manis yang legit, dengan tekstur lembut hingga lengket (Heryani, 2016).

Gula aren diperoleh dari nira pohon aren (enau atau kolang-kaling) dan berwarna coklat cerah. Bentuknya ada yang silindris dan ada yang berbentuk batok, namun biasanya dibungkus dengan daun kelapa kering.

Gula aren dibuat dengan cara memanaskan nira sehingga menjadi cairan kental yang kemudian setelah didinginkan berbentuk Kristal halus (gula semut) atau dicetak menjadi gula balok (Soeseno, 2017). Nira aren diketahui mengandung sukrosa, gula pereduksi dan protein. Terbentuknya warna coklat pada gula merah hasil pemasakan, merupakan reaksi Maillard. Reaksi Maillard dapat menghasilkan senyawa yang bersifat sebagai antioksidan (Yoshimura *dkk*, 2016)

Gula aren mengandung gula produksi dan sukrosa yang dapat digunakan mikroorganisme sebagai sumber energi. Kemudian gula akan diubah menjadi asam yang menyebabkan penurunan pH dan menciptakan suasana asam yang dapat menghambat pertumbuhan mikroba lainnya (Muchtadi dan Sugiyono, 2013; Suprayitno, 2017).

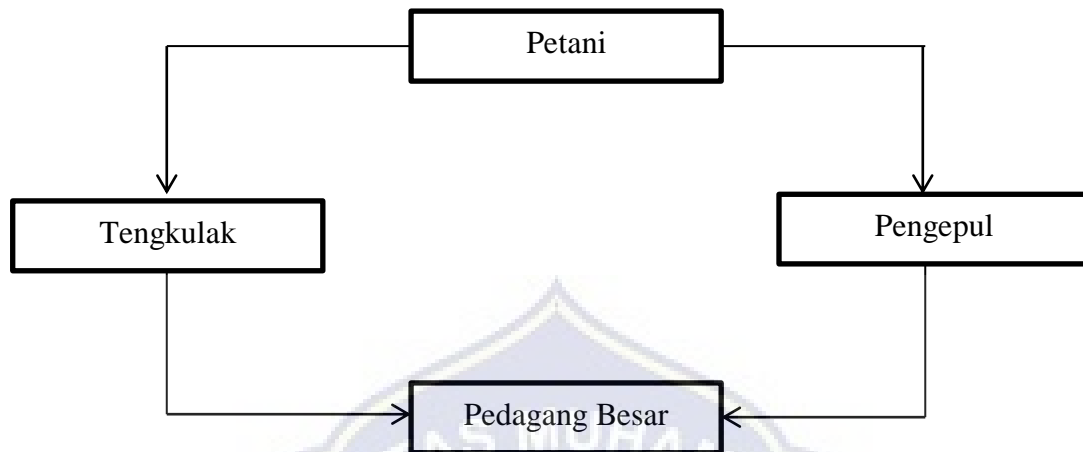
## 2.2. Pemasaran Pertanian

Pemasaran pertanian adalah sebuah proses dimana menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk atau jasa kepada individu atau kelompok untuk memenuhi apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka butuhkan. Secara umum pemasaran merupakan aliran barang yang terjadi di pasar dari barang yang diproduksi produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Aliran barang tersebut sering disebut dengan saluran pemasaran (Kotler, 2009).

Tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau jasa yang dipasarkan dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran komoditas pertanian terdapat pelaku-pelaku ekonomi yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Terdapat lima pendekatan pemasaran yaitu, pendekatan komoditi, pendekatan lembaga, pendekatan fungsi, pendekatan teori ilmu ekonomi dan pendekatan system (Sudiyono, 2002).

Selama proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir terdapat upaya-upaya dari lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui barang tersebut untuk menambah nilai guna terhadap barang tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Bentuk saluran pemasaran yang terjadi pada suatu komoditas sangat beragam, ada yang berbentuk sederhana dan ada yang berbentuk rumit sekali.

Berikut salah satu bentuk saluran pemasaran menurut (Sugiyono,2002).



**Gambaran 1 Saluran Pemasaran**

### 2.3. Strategi Pemasaran

Menurut Assauri (2007), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

## 2.4. Buaran Pemasaran

Pemasaran yang optimal dan memberikan hasil yang memuaskan apabila perusahaan mampu mengadakan *Marketing mix* atau buaran pemasaran dengan baik dan terpadu, direncanakan dengan baik, serta dikendalikan dengan baik pula. Buaran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel inti sistem pemasaran perusahaan yaitu: produk, harga, promosi, dan distribusi (Swastha dan Sukotjo, 1995).

### 1. Produk

Menurut Tjiptono (2008), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan. Sedangkan menurut Kotler (2008), produk adalah sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan atau dapat juga dikatakan sebagai kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran. Secara rinci konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

### 2. Harga dan Produser Penetapannya

Menurut Tjiptono (2008) harga merupakan satu-satunya unsur buaran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi industri. Selain itu, dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik itu langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung yaitu harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan lainnya. Faktor yang tidak langsung yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara

produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

### 3. Promosi

Pemasaran modern menghendaki lebih dari pada mengembangkan produk yang baik, menetapkan harga yang bersaing dan memungkinkan dijangkau pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus mampu mengkomunikasikan dengan pelanggan yang ada maupun yang potensial. Komunikasi pemasaran ini dilakukan perusahaan melalui promosi.

Menurut Kotler (2002), promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan pelanggan agar membeli produk tersebut. Buaran promosi terdiri dari empat alat utama, yaitu pengiklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi.

- a. Pengiklanan (*Adversiting*)
- b. Penjualan pribadi (*personal selling*)
- c. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- d. Publisitas (*publicy*)

### 4. Saluran Distribusi

Menurut Tjiptono (2008) pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha untuk mempelancar dan mempermudah barang dan jasa dari produsen sampai kepada konsumen sesuai dengan yang di perlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat yang di butuhkan). Menurut Kotler (2002) saluran distribusi



dapat dilihat sebagai sekumpulan organisasi independen yang terlibat dalam proses membuat suatu produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

Saluran pemasaran dapat dibedakan menurut tingkatannya. Tiap perantara yang melakukan tugas membawa produk dan ke pengusahaannya lebih dekat ke pembeli akhir merupakan satu tingkatan. Terdapat beberapa saluran pemasaran barang konsumsi dengan panjang yang berbeda, antara lain sebagai berikut :

- a. Saluran nol tingkat terdiri dari seorang produsen yang langsung menjual ke pelanggan terakhir.
- b. Saluran satu tingkat terdiri dari satu perantara penjualan, seperti eceran
- c. Saluran dua tingkat terdiri dari dua perantara. Dalam pasar barang –barang konsumsi, biasanya adalah pedagang besar dan pedagang eceran.
- d. Saluran tiga tingkat terdiri dari tiga perantara. Contohnya, pedagang besar menjual ke pemborong, yang akan menjualnya ke beberapa pengecer kecil.

## **2.5. Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran**

Penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran dilakukan dengan melihat langkah-langkah pokok suatu pemasaran yang terdiri dari melakukan analisis SWOT, menerapkan tujuan atau sasaran, menyusun strategi dan program, serta melakukan koordinasi atau pengendalian. Jadi setelah analisis tersebut ditetapkan baru kemudian strategi pemasaran disusun untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan dalam jangka panjang. Analisis SWOT ini sangat penting untuk dilakukan karena dari hasil analisis, perusahaan bisa melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dan juga strategi apa yang harus dilakukan untuk menghadapi

persaingan pasar.

Sehingga dalam hal ini perusahaan terus eksis dalam menawarkan produk yang akan ditawarkan di pasar persaingan. Penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran ini merupakan langkah yang nyata dalam melakukan pengembangan yang ditetapkan oleh perusahaan. Tentu saja dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari perusahaan tersebut.

## **2.6. Jenis Alat Analisis dalam Strategi Pemasaran**

Terdapat beberapa jenis alat analisis yang digunakan dalam strategi pemasaran diantaranya ialah sebagai berikut :

### **1. Analisis SWOT**

#### **a. Pengertian Analisis SWOT**

Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus meningkat, terutama dalam era perdagangan bebas abad 21, yang satu sama lain saling berhubungan dan saling tergantung. Penggunaan analisis SWOT ini sebenarnya telah muncul sejak ribuan tahun yang lalu dari bentuknya yang paling sederhana, yaitu dalam rangka menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam setiap pertempuran, sampai menyusun strategi untuk memenangkan persaingan bisnis dengan konsep kemenangan atau *coperation* dan *competition*.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Oppurtunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT menurut (Freddy Rangkuti, 2017) adalah

identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Menurut (Usman Effendi, 2014) dalam bukunya Asas Manajemen, analisis SWOT ialah peralatan yang bermanfaat untuk menganalisis situasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan analisis SWOT diharapkan perusahaan mampu menyeimbangkan antara kondisi internal yang direpresentasikan oleh kekuatan dan kelemahan dengan kesempatan dan ancaman dari lingkungan eksternal yang ada dengan teliti.

Menurut (Philip Kotler dan Keller 2014) analisis SWOT ialah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Melalui pemikiran ketiga tokoh diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya analisis SWOT adalah alat yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan.

#### 1) Elemen-Elemen dalam Analisis SWOT

Elemen-elemen yang ada dalam analisis SWOT terbagi kepada dua bagian yaitu :

##### a) Internal

- Kekuatan (*Strength*) adalah kemampuan utama yang mempunyai nilai lebih dari perusahaan dibandingkan kemampuan pesaing.
- Kelemahan (*Weakness*) adalah faktor yang dapat mengurangi

kemampuan operasi perusahaan. Hal ini harus diminimalisir agar tidak mengganggu jalannya perusahaan.

b) Eksternal

- Peluang (*Oppurtunity*) adalah kesempatan-kesempatan yang ada tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan- kesempatan tersebut.
- Ancaman (*Threat*) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan berpotensi kerugian bagi perusahaan.

2) Tahapan dalam Analisis SWOT

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan. tahapannya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan industri rumah tangga gula aren dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulaidari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis industri rumah tangga gula aren. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak bolehmelebihi skor total 1,00).
3. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1),

kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

4. Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
5. Jumlahkan total *score* masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
4. Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.

5. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan *total score* perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS *matrix*, kemungkinan nilai tertinggi *total score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. *Total score* 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. *Total score* 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman- ancaman eksternal.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT

EFAS IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 2-6 faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 2-6 faktor kekuatan internal
	OPPORTUNIES (O) Tentukan 2-6 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 2-6 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

#### 1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

#### 2. Strategi ST

Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

#### 3. Strategi WO

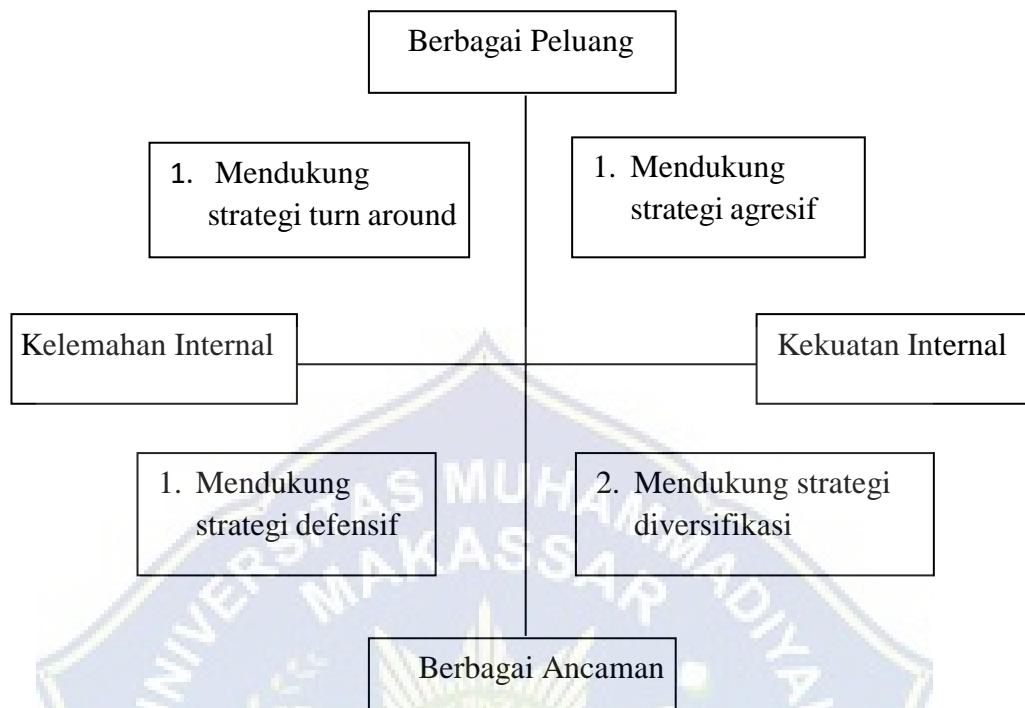
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

#### 4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

#### d. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X didapat dari selisih antara total *strength* dan total *weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total *opportunities* dan total *threat*.



**Gambar 2. Diagram Analisis SWOT**

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran 1

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Kuadran 2

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah



menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

## 2. Kuadran 3

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih besar.

## 3. Kuadran 4

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal.

### 2.7. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah suatu acuan bagi penulis yang melakukan penelitian agar penulis bisa memperbanyak teori yang dipergunakan dalam membandingkan hasil penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren di Kecamatan Malangke Kabupaten	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.	1. Segmentasi pasar. Produsen usaha kecil gula merah aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utaramenjual produknya di wilayah setempat atau menjual ke pengepul, serta gula merah ini Dapat dikonsumsi bagisemua kalangan. 2. Target pasar Targenting atau sasaranpasar penjual gula meraharen di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara berfokus

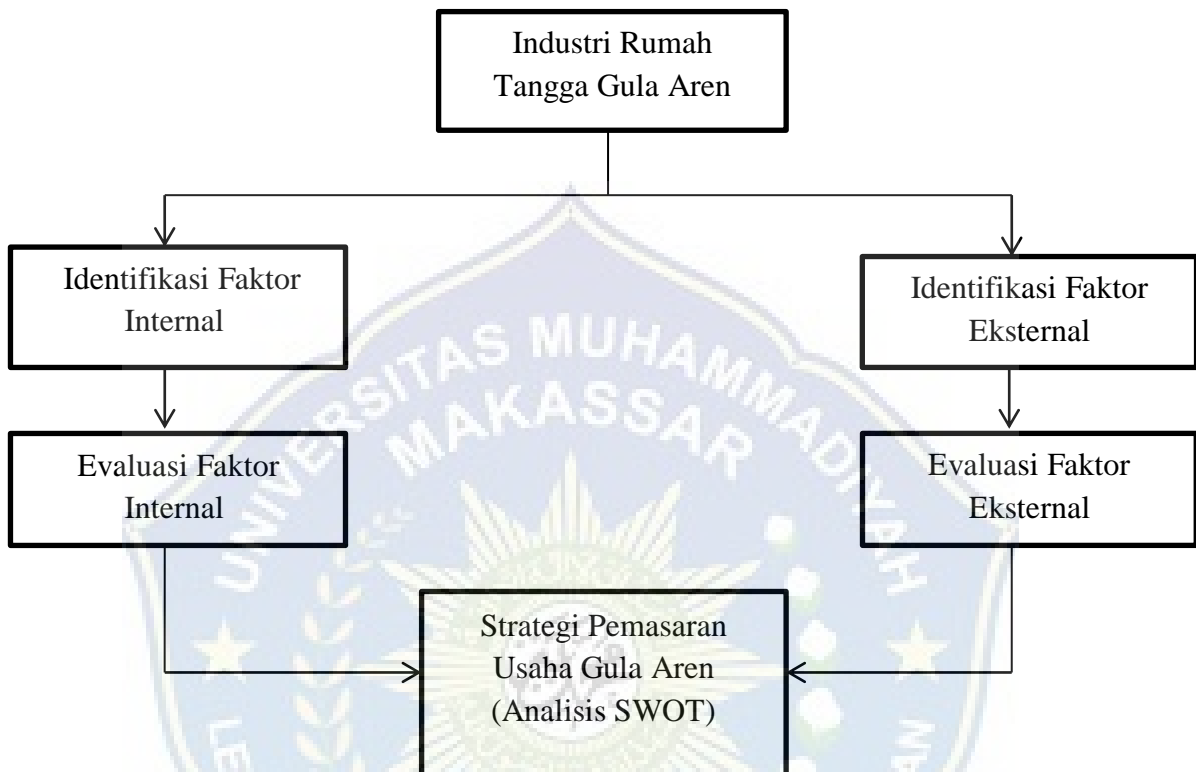
	Luwu Utara (Meliana 2019)		<p>pada pabrik-pabrik pengelola makanan berbahan dasar gula merah aren, pedagang eceran, dan masyarakat yang menggemari gula merah aren.</p> <p>3. Posisi pasar Dalam hal ini produsen gula merah aren menciptakan produk atau gula merah yang terbuat dari aren yang murni tanpa ada campuran-campuran dari bahan yang lain dan juga menciptakan produk yang berkualitas sehingga mendapatkan penilaian yang positif di pasaran. Selain itu, gula merah aren juga diminati oleh masyarakat jika dibandingkan dengan gula merah kelapa ataupun gula merah dari tebu</p>
2.	Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Gula Aren di Kota Tomohon Marketing Strategy Home Industry of Palm Sugar in Tomohon (Jaene D. Kaunang, 2020).	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dalam bentuk survey.	Strategi pemasaran industri rumah tangga gula aren di Kota Tomohon Sebagai berikut: Peningkatan kualitas produk dengan membuat kemasan yang higienes dan lebih menarik dari produk jenis lainnya. Penetapan harga yang berorientasi harga. Promosi dengan membuat brosur melalui kerja sama dengan dinas pariwisata dan perhotelan ataupun melakukan promosi melalui internet, Membangun dan meningkatkan kerjasama dan kemitraan usaha dengan perusahaan makanan/minuman dan supermarket. Perluasan jaringan pemasaran dengan memanfaatkan jaringan teknologi
3.	Analisis strategi Pemasaran Usaha Gula Merah Industri Rumah Tangga di Desa Pantama Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.	Segmentasi pasar. Produsen usaha gula merah di desa pantama Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba ini menjual produknya ke pedagang pengepul dan menjual ke masyarakat setempat. Serta gula merah ini dapat dikonsumsi untuk semua kalangan. Sasaran pasar Target atau sasaran pasar penjual gula merah di Desa Pantama Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. Yaitu berfokus pada pedagang pengepul, pedagang yang menjual makanan berbahan dasar gula merah dan masyarakat setempat. Posisi pasar Dalam hal ini produsen gula merah menciptakan produk gula merah yang terbuat

			dari nira kelapa asli tanpa adanya campuran lain dan menghasilkan produk yang berkualitas baik sehingga mendapatkan penilaian yang positif dan menghasilkan produk yang berkualitas baik sehingga mendapatkan penilaian yang positif dipasaran. Pengembangan pasar. Strategi produk Strategi harga Tempat/distribusi Promosi
4.	Analisis struktur Perilaku dan Kinerja Pasar (Structure Conduct and Performan) Komoditi Padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda kecamatan Bungan Raya Kabupaten Siak (Novia Dewi, Jumat'atri Yusri, Ari Jolanda Saputra, 2016)	Metode ini menggunakan metode kuantitatif dengan pemilihan lokasi dilakukan secara purposive data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder	1). Struktur pasar padi di Desa Bunga Raya dan di Desa Kemuning muda mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. 2). Perilaku pasar padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Terdapat korelasi sedang antara harga padi di tingkat konsumen. Sedangkan transmisi harga antara pasar di tingkat petani dengan harga pasar di tingkat konsumen menunjukkan nilai koefisien elastisitas transmisi harga kualitas dari suatu. 3). Kinerja pasar padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda yang dilihat dari margin pemasaran, biaya Pemasaran dan keuntungan di tiap lembaga pemasaran padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda diperoleh keuntungan terbesar oleh pedagang yang melakukan lebih banyak fungsi Pemasaran dengan mengeluarkan lebih banyak biaya pemasaran.

## 2.8. Kerangka Pemikiran

Analisis strategi pemasaran usaha gula aren di Di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba menggunakan analisis SWOT dimana akan diidentifikasi melalui dua faktor yaitu identifikasi faktor eksternal dan identifikasi internal. Setelah diidentifikasi akan dievaluasi dengan menggunakan evaluasi faktor eksternal dan evaluasi faktor internal. Kemudian di analisis strategi pemasaran usaha

gula aren dengan formulasi strategi pemasaran (buaran pemasaran) yaitu produk, harga, promosi dan distribusi.



**Gambaran 3. Kerangka Pemikiran**

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba pada industri rumah tangga gula aren. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan salah satu sentra produksi nira dan sebagian besar penduduknya masih menggantungkan mata pencahariannya dalam sector pertanian. Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan dimulai pada tanggal 01 september 2023 sampai dengan tanggal 01 november 2023.

#### **3.2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif adalah data yang berupa kata, kalimat, atau gambar. Data kualitatif digunakan untuk mengetahui struktur pasar dalam menganalisis hubungan antara penjual gula aren dan pembeli gula aren di Kecamatan Kajang yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, hambatan keluar masuk pasar, dideferensiasi produk dan aliran komoditas gula aren dari petani ke konsumen (Sugiyono, 2010).

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan daftar pertanyaan terbuka kepada pemilik usaha gula aren. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui berbagai website.

#### **3.3. Teknik Pentuan informan**

Jumlah sampel adalah 21 pengusaha industri rumah tangga gula aren, yaitu 4 pengusaha dari Kelurahan Arajang, 6 pengusaha dari Kelurahan Erebang dan 11

pengusaha dari Kelurahan Daulele. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode random sampling, sampel diambil secara acak

### 3.4. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, yaitu pengumpulan data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada dan dilakukan dalam bentuk survey pengambilan contoh menggunakan metode random sampling, sampel diambil secara acak. Langkah-langkah yang dilakukan analisis strategi pemasaran industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang adalah sebagai berikut :

1. Tahapan dalam Analisis SWOT

- a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu industri rumah tangga gula aren diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* industri rumah tangga. tahapannya adalah :

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan industri rumah tangga gula aren dalam kolom 1.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis industri rumah tangga gula aren. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan

apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating= 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada industri rumah tangga gula aren sedangkan bobot mengacu pada industri dimana industri rumah tangga gula aren berada.

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
- 5) Jumlahkan total *score* masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal industri rumah tangga gula aren lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

#### 1. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada

kondisi industri rumah tangga gula aren.

- 4) Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
- 5) Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan *total score* perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana industri rumah tangga gula aren tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS *matrix*, kemungkinan nilai tertinggi *total score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. *Total score* 4,0 mengindikasikan bahwa industri rumah tangga gula aren merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. *Total score* 1,0 menunjukkan strategi-strategi industri rumah tangga gula aren tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

#### c. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor- faktor strategi industri rumah tangga gula aren. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki.

#### d. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X didapat dari selisih antara total *strength* dan total *weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total *opportunities* dan total *threat*.

### 3.5. Definisi Operasional

1. Usaha gula aren adalah salah satu industry kecil yang bergerak di bidang pengolahan tanaman nira menjadi gula aren yang berlokasi di Desa Lembang



Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

2. Gula aren adalah gula yang berbentuk padat dan berwarna kecoklatan, dan biasanya terbuat dari cairan nira yang berasal dari tanaman kelapa, aren, lontar, dan tebu.
3. Pemasaran adalah sebuah proses dimana menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk atau jasa kepada individu atau kelompok untuk memenuhi apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka butuhkan.
4. Tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau jasa yang dipasarkan dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen.
5. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkeeseimbangan.
6. Buanan pemasaran adalah kumpulan dari variable-variabel pemasaran yang dapat di kendaikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

## IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### 4.1. Keadaan Geografis

Desa Lembang Lohe merupakan salah satu desa di Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba sekitar  $\pm$  250 kilometer dari kota Makassar dengan luas wilayah 522,58 ha. Desa Lembang Lohe mempunyai iklim tropis dengan ketinggian desa 2-15 mdpl serta suhu udara berkisar 26-30°C. Desa Lembang Lohe mempunyai batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Possi Tanah
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Tanah Jaya
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Herlang
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Lembang Lohe

### 4.2. Keadaan Penduduk

1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk (orang)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	1.019	46
2.	Perempuan	1.195	54
	Jumlah	2.214	100

Sumber : Kantor Desa Lembang.

Tabel 3 diuraikan mengenai penduduk Desa Lembang berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari penduduk laki-laki sebesar 1.019 orang (46%) dan penduduk

perempuan sebesar 1.195 orang (54%) dengan jumlah keseluruhan penduduk sebanyak 2.214 orang. Hal ini menunjukkan penduduk perempuan dominan lebih banyak dibandingkan penduduk laki-laki.

#### 4.3. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting didalam suatu masyarakat, khususnya bagi petani karena pendidikan berperan dalam menerima informasi atau inovasi baru dalam perkembangan zaman. Berikut tingkat pendidikan di Desa Lembang

Tabel 4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk (orang)	Presentase (%)
1.	Belum sekolah	970	43,81
2.	Usia 3-6 tahun yang sedang TK	48	2,16
3.	Usia 7-8 tahun yang sedang sekolah	218	9,84
4.	Tamat SD/Sederajat	339	15,31
5.	Tamat SMP/Sederajat	271	12,24
6.	Tamat SMA/Sederajat	268	12,10
7.	Tamat D1, D2, D3, S1, S2, S3	100	4,51
	Jumlah	2.214	100

Sumber : Kantor Desa Lembang.

Tabel 4. Menunjukkan bahwa jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Lembang yang terbanyak adalah pada tingkat pendidikan yang belum sekolah yang berjumlah orang atau 43,81% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti Tamat SD/Sederajat sejumlah 339 orang atau 15,32% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti Tamat SMP/Sederajat sejumlah 271 atau 12,24% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti tamat SMA/Sederajat sejumlah 268 atau 12,10% dari jumlah jumlah

keseluruhan penduduk. Diikuti Usia 7-18 tahun yang sedang sekolah sejumlah 218 atau 9,84% dari jumlah keseluruhan penduduk. Diikuti Tamat D1,D2,D3,S1,S2,S3 sejumlah 100 orang atau 4,51% dari jumlah keseluruhan dan diikuti oleh tingkatan pendidikan yang jumlah paling sedikit yaitu Usia 3-6 tahun yang sedang TK sejumlah 48 orang atau 2,16% dan jumlah keseluruhan penduduk. Dari data ini menunjukkan jumlah penduduk yang mengenyam tingkat pendidikan dimana total penduduk yang telah mengenyam pendidikan sebanyak 1,244 orang atau 56,19% sedangkan yang belum mengenyam pendidikan sebanyak 970 orang 42,81% dari jumlah keseluruhan penduduk.

#### **4.4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian**

Mata pencarian merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Mata pencarian diartikan pula sebagai aktivitas manusia dalam memberdayakan potensi sumber daya alam. Uraian mengenai mata pencarian yang ada di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Lembang Lohe Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba.

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Petani	875	39,52
2.	Buruh Tani	40	1,80
3.	Buruh Migran	93	4,2
4.	Pegawai Negeri Sipil	24	1,08
5.	Pedagang barang kelontong	13	0,5
6.	Peternak	354	15,98
7.	Montir	4	0,18
8.	Ahli Pengobatan Alternatif	2	0,09
9.	TNI	2	0,09
10.	POLRI	2	0,09
11.	Pedagang keliling	2	0,09
12.	Tukang kayu	6	0,27
13.	Tukang batu	8	0,36
14.	Karyawan Perusahaan Swasta	2	0,09
15.	Wiraswasta	12	0,54
16.	Pengrajin gula aren	21	0,94
17.	Pelajar	139	6,27
18.	Purnawirawam/Pensiunan	4	0,18
19.	Perangkat Desa	3	0,13
20.	Buruh Jasa Perdagangan Bumi	1	0,04
21.	Sopir	2	0,09
22.	Karyawan Honorer	1	0,04
23.	Pelaut	5	0,22
24.	Yang tidak bekerja	599	27,05
Jumlah		2.214	100

Sumber data : Kantor Desa Lembang

Tabel 5 menunjukkan keberagaman mata pencaharian di Desa Lembang. Masing-masing mata pencaharian yang berbeda-beda. Di Desa Lembang petani merupakan mata pencaharian yang paling banyak. Hal ini didukung dengan keadaan yang memiliki lahan yang cukup luas untuk dimanfaatkan sebagai sumber mata pencaharian.

#### 4.5. Potensi Sumber Daya Alam

Wilayah Desa Lembang terbagi dari beberapa bagian wilayah yang dimanfaatkan oleh masyarakat sesuai kebutuhan dan kegunaannya. Berikut tabel mengenai pembagian wilayah Desa Lembang menurut penggunaannya.

Tabel 6. Luas Wilayah Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba Menurut Penggunaannya.

No.	Luas wilayah	Jumlah (Ha)
1.	Pemukiman	133,07
2.	Persawahan	86,19
3.	Perkebunan	185,21
4.	Perkuburan	2,26
5.	Pekarangan	46,21
6.	Taman	0,00
7.	Perkantoran	1,45
8.	Hutan	63,70
9.	Prasarana Umum Lainnya	4,48
	Jumlah	522,58

Sumber : Kantor Desa Lembang

Tabel 6 menunjukkan bahwa luas wilayah Desa Lembang secara keseluruhan yaitu 522,58 ha, Luas wilayah pemukiman yang digunakan masyarakat sebanyak 133,07 ha, luas wilayah pertanian ( persawahan dan perkebunan ) sebanyak 271,4 ha. luas wilayah perkebunan 2,26 ha, luas wilayah pekarangan 46,21 ha, luas wilayah perkantoran 1,45 ha, luas wilayah hutan 63,70 ha, san luas wilayah untuk prasaran umum lainny sebesar 4,48 ha. Hal ini menunjukkan wilayah di Desa Lembang Lohe telah dibagi menjadi beberapa bagian yang sudah memenuhi kebutuhan masyarakat.

#### 4.6. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana sangat mendukung setiap aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat. Adapun sarana dan prasarana yang digunakan di Desa Lembang dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Sarana dan Prasarana di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (unit)
1.	TK	1
2.	TKA/ TPA	5
3.	SD	3
4.	SMP	1
5.	SLTA	1
6.	Kantor Desa	1
7.	Poskambling	1
8.	Sumur bor	2
9.	Perpustakaan Desa	1
10.	Mesjid	6
11.	Poskesdes	1
12.	Posyandu	3
	Jalan aspal dan Jembatan	

Sumber : Kantor Desa Lembang

Tabel 7 menunjukkan untuk sarana pendidikan di Desa Lembang tersedia TK, TKA/TPA, SD, SMP, STLA dan Perpustakaan Desa. Untuk sarana beribadah tersedia Mesjid, untuk sarana Kesehatan tersedia Poskesdes dan Posyandu, untuk sarana keamanan tersedia Poskambling, Sumur bor sebagai sarana kebutuhan air, jalan aspal dan jembatan sebagai prasarana. Hal ini menunjukkan bahwa sarana dan prasarana yang ada di Desa Lembang sudah cukup memadai.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Industri Rumah Tangga Gula Aren di Desa Lembang

Industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang yang dirintis oleh Ibu Ramlia pada tahun 2006 yang terletak di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba merupakan industri rumah tangga yang memproduksi gula cetak dari tanaman aren. Bahan baku pembuatan gula aren diperoleh dari sari gula atau yang sering disebut sebagai nira dari tanaman aren. Setiap pohon dapat menghasilkan 10-15 liter nira per hari dengan dua kali penyadapan yaitu pada waktu pagi dan sore hari. Cairan ini kemudian di masak dan di olah menjadi gula cetak.

Proses produksi gula aren dilakukan dengan peralatan yang sangat sederhana, yaitu menggunakan kuali, pengaduk dan tungku kayu bakar. Proses produksi dimulai dari penyadapan nira, pemasakan nira, pengadukan dan pencetakan gula aren, penyadapan nira aren biasanya dilakukan dua kali sehari yaitu pada pagi dan sore hari. Sebelum menyadap, bambu penampung diberi sedikit air kapur pada dasarnya yang bertujuan untuk mengurangi resiko rusaknya nira aren akibat pembiakan organisme mikro.

Data yang saya peroleh, diolah dan ditabulasi untuk menjawab tujuan penelitian, adanya uraian dijabarkan sebagai berikut :



## **5.2. Identifikasi Kekuatan dan Kelamahan Industri Rumah Tangga Gula Aren**

### **Maka Perlu diketahui Faktor-Faktor Internal dan Eksternal di Desa**

#### **Lembang**

Identifikasi faktor-faktor internal merupakan proses dimana perencanaan strategi mengkaji mengenai pemasaran, produksi, sumber daya yang ada dalam industri rumah tangga gula aren, dan identifikasi faktor-faktor yang berada di luar perusahaan sehingga sulit dikendalikan oleh perusahaan.

#### **1. Faktor internal**

##### **a. Kekuatan.**

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa lembang adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk yang baik untuk dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai gula aren cetak aromanya sangat khas di bandingkan dengan gula pasir karena gula aren mengandung kadar gula lebih rendah dibandingkan gula putih, gula aren bersifat manis alami.
- 2) Ketersediaan tenaga kerja, tenaga kerja yang ada masih memiliki hubungan keluarga sejak turun temurun yang sangat lama dimana petani selalu mengutamakan produk gula aren membentuk image kemurnian dan keaslian dengan rasa kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk gula aren.
- 3) Ketersediaan bahan baku, berdasarkan hasil wawancara setiap pohon menghasilkan 10 sampai 15 liter nira perhari dengan dua kali penyadapan yaitu pada pagi dan sore hari.

4) Biaya produksi kecil, modal yang dipergunakan dalam agroindustri hanya berasal dari anggota keluarga.

b. Kelemahan.

Faktor-faktor kelemahan yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang sebagai berikut :

- 1) Kemasan produk yang masih menggunakan kemasan tradisional, berdasarkan hasil wawancara para responden gula aren yang diproduksi oleh konsumen.
- 2) Belum ada merek dan label, sehingga dapat mempengaruhi permintaan konsumen
- 3) Promosi penjualan belum optimal, berdasarkan hasil wawancara promosi belum optimal karena yang belum melakukan promosi produk lewat media sosial sehingga informasi kurang di ketahui oleh konsumen.
- 4) Saluran distribusi yang panjang, karena dari pengrajin ke pedagang pengepul, sampai ke pedagang besar.
- 5) Minimnya sumber informasi harga, karena kebiasaan produsen langsung menjual ke konsumen.

## **2. Faktor Eksternal**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengisian kuesioner faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yaitu sebagai berikut :

a. Peluang

Pemasaran gula aren industri rumah tangga di Desa Lembang. Faktor-faktor peluang yang dimiliki adalah sebagai berikut :

- 1) Perkembangan teknologi, agroindustri dapat memanfaatkan teknologi ini baik dalam produksi maupun pemasaran. Teknologi internet membawa kemudahan bagi agroindustri, perkembangan teknologi baik internet maupun teknologi yang dipakai dalam produksi gula aren seperti mesin pengaduk dll. Agroindustri menggunakan aplikasi internet sebagai media promosi.
- 2) Terbukanya pasar ekspor, dengan Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.
- 3) Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan dan minuman, Membangun dan meningkatkan kerjasama kemitraan usaha
- 4) Perubahan jumlah penduduk, dapat meningkatkan permintaan konsumen.

b. Ancaman

Faktor-faktor ancaman yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang adalah sebagai berikut :

- 1) Perubahan selera konsumen, pola konsumsi konsumen yang beralih ke pola hidup lebih sehat.
- 2) Munculnya produk sejenis dari daerah lain, menjadi ancaman bagi penurunan konsumsi gula aren.

### **5.3. Strategi Pemasaran Gula Aren di Desa Lembang**

Strategi pemasaran, dalam hal ini adalah strategi pemasaran yang dijabarkan dalam buaran pemasaran ada 4, yaitu 1, produk, 2 harga, promosi dan 4 distribusi. Secara ringkas alternative strategi pemasaran industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang.

### 5.3.1 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu industri rumah tangga gula aren diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength* dan *weakness* industri rumah tangga gula aren. tahapannya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan industri rumah tangga gula aren dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis industri rumah tangga gula aren. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
4. Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
5. Jumlahkan total *score* masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 8. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1.	Produk yang berkualitas	0,3	4	1,2
2.	Ketersediaan tenaga kerja	0,05	4	0,2
3.	Ketersediaan bahan baku	0,2	4	0,8
4.	Biaya produksi kecil	0,1	3	0,3
Subtotal		0,65		2,5
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.	Kemasan produk masih menggunakan kemasan tradisional	0,1	3	0,15
2.	Belum ada merek dan label produk	0,05	2	0,1
3.	Promosi penjualan belum optimal	0,1	3	0,15
4.	Saluran distribusi yang panjang	0,05	1	0,05
5.	Minimnya sumber informasi harga	0,05	2	0,1
Subtotal		0,35		0,85
<b>Total</b>		<b>1,0</b>		<b>3,35</b>

Dari hasil analisis pada Tabel 8 IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,35. Karena total skor diatas 2,5 berarti ini mengindikasikan posisi internal pada industri rumah tangga gula aren begitu kuat.

### 5.3.2 Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Ada lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

3. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi industri rumah tangga gula aren, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi industri rumah tangga gula aren.
4. Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
5. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan *total score* industri rumah tangga. nilai total ini menunjukkan bagaimana industri rumah tangga tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

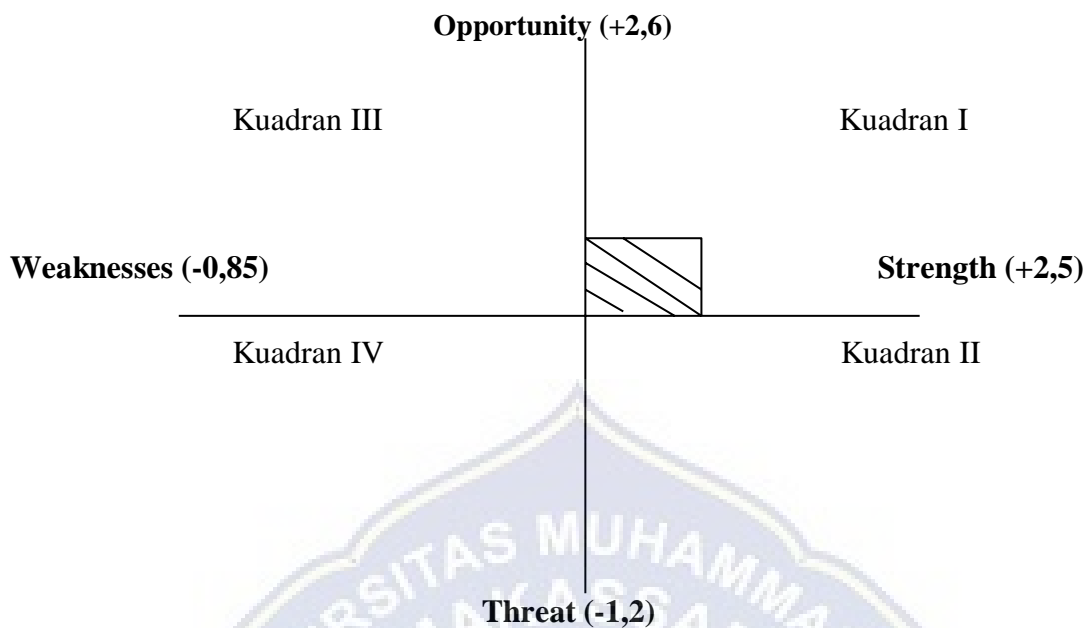
Sudah tentu bahwa dalam EFAS *matrix*, kemungkinan nilai tertinggi *total score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. *Total score* 4,0 mengindikasikan bahwa industri rumah tangga gula aren merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. *Total score* 1,0 menunjukkan strategi-strategi industri rumah tangga gula aren tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 9 Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1.	Perkembangan teknologi	0,1	4	0,4
2.	Terbukanya pasar ekspor	0,2	4	0,8
3.	Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan	0,2	4	0,8
4.	Perubahan jumlah penduduk	0,15	4	0,6
Subtotal		0,65		2,6
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
1.	Perubahan selera konsumen	0,15	4	0,6
2.	Munculnya produk sejenis dari daerah lain	0,2	3	0,6
Subtotal		0,35		1,2
<b>Total</b>		<b>1,0</b>		<b>3,8</b>

Dari hasil analisis pada Tabel 9 EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,8. Karena total skor mendekati 4,0 berarti mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, *strength* 2,5, *weakness* 0,85 *opportunity* 2,6, *threat* 1,2. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 3,35, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 3,8. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang :



**Gambar 4. Diagram Cartesius Analisis SWOT di Desa Lembang**

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa di Desa Lembang berada pada kuadran *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Industri rumah tangga gula aren tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), dengan penerapan GOS tersebut industri rumah tangga dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga industri rumah tangga gula aren dapat menyibaldi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.



### 5.3.3 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor- faktor strategi industri rumah tangga gula aren. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel melalui strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 10. Maktriks SWOT pada Desa Lembang

<div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">INTERNAL</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">EKSTERNAL</div> </div>	<p><b><u>KEKUATAN (S)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang berkualitas</li> <li>2. Ketersediaan tenaga kerja</li> <li>3. Ketersediaan bahan baku</li> <li>4. Modal sedikit</li> </ol>	<p><b><u>KELEMAHAN (W)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan produk yang masih menggunakan kemasan tradisional</li> <li>2. Belum adanya merek dan label</li> <li>3. Promosi penjualan belum optimal</li> <li>4. Saluran distribusi yang panjang</li> <li>5. Minimnya informasi harga</li> </ol>
	<p><b><u>PELUANG (O)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkembangan teknologi</li> <li>2. Terbukanya pasar ekspor</li> <li>3. Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan</li> <li>4. Perubahan jumlah penduduk</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI (SO)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun dan meningkatkan kerjasama kemitraan usaha</li> <li>2. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi</li> </ol>
<p><b><u>ANCAMAN (T)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan selera konsumen</li> <li>2. Munculnya produk sejenis dari daerah lain</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI (ST)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan dan melakukan peningkatan kualitas produk</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI (WT)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat kemasan produk yang higienes dan lebih menarik dari produk sejenis lainnya</li> <li>2. Melakukan penetapan harga dengan orientasi biaya</li> </ol>

Dari hasil analisis matriks SWOT menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks faktor internal dan maktriks eksternal empat strategi utama yang disarankan yaitu SO, WO, ST dan WT.

### 5.3.4 Luaran Strategi pemasaran Gula Aren di Desa Lembang

Untuk membuat strategi pemasaran pada analisis SWOT maka ada beberapa langkah yang dilakukan ada (4P), yaitu (1) produk, (2) harga, (3) promosi, (4) distribusi. Secara ringkas alternatif pemasaran industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Alternatif Strategi Pemasaran Industri rumah tangga gula Aren di Desa Lembang yang dijabarkan dalam buaran pemasaran.

Strategi Pemasaran	Strategi yang dijalankan
Produk	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mempertahankan dan melakukan peningkatan kualitas produk</li><li>2. Membuat kemasan yang higienes dan lebih menarik dari produk sejenis lainnya</li></ol>
Harga	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Melakukan penetapan harga dengan orientasi biaya</li></ol>
Promosi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuat brosur melalui kerjasama dengan dinas pariwisata dan perhotelan ataupun melakukan promosi melalui internet</li></ol>
Distribusi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membangun dan meningkatkan kerjasama kemitraan usaha</li><li>2. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan jaringan internet</li></ol>

#### 1. Produk

- a. Terus melakukan peningkatan kualitas produk. Dengan adanya globalisasi pasar membuat konsumen untuk memilih diantara beragamnya produk. Saat ini gula aren yang beredar di pasar adalah gula aren cetak, gula aren semut dan gula aren pasta. Tuntutan konsumen yang selalu menuntut kualitas yang baik, mengharuskan industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang untuk terus melakukan peningkatan kualitas produk agar dapat menghasilkan produk gula aren yang dapat memuaskan keinginan konsumen.

b. Membuat kemasan produk yang higienes dan lebih menarik dari produk sejenis lainnya. Konsumen kini lebih banyak membutuhkan waktu untuk memilih produk yang dicari, karena produk yang sejenis semakin banyak yang ditawarkan. Untuk membedakan produk-produk sejenis gula aren tidak lain dari kemasan ataupun mereknya. Persaingan di pasar mengharuskan para pengusaha industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang untuk meningkatkan fungsi kemasan untuk dapat memberikan daya tarik kepada konsumen melalui aspek warna, bentuk maupun desainnya.

## 2. Harga

a. Melakukan penetapan harga dengan orientasi biaya. Harga untuk industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang selama ini ditentukan oleh pedagang pengumpul sementara dari pihak pengusaha gula aren belum ada. Harga yang di jual di pasar rata-rata Rp. 16.000,- sampai Rp. 17.500,- per kg. Sedangkan harga yang berasal dari pedagang pengumpul rata-rata hanya Rp. 10.000,- sampai Rp. 12.500,- per kg.

## 3. Promosi

a. Membuat brosur melalui kerjasama dengan dinas pariwisata dan perhotelan ataupun melakukan promosi melalui internet. Langkah awal yang perlu dilakukan dengan promosi adalah membuat produk gula aren yang dihasilkan oleh industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang mudah dikenali di pasaran. Dengan beberapa keunggulan produk yang diperkenalkan melalui media promosi, konsumen akan dengan mudah mengenali produk yang dimaksud di pasaran. Misalnya selain promosi

melalui pameran-pameran pembangunan dan brosur - brosur, pengusaha industri rumah tangga gula aren bisa melakukan promosi dengan memanfaatkan internet. Internet adalah media yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas.

#### 4. Distribusi

- a. Membangun dan meningkatkan kerjasama kemitraan usaha. Ada beberapa peluang keuntungan yang dapat diperoleh melalui kerjasama kemitraan usaha dibandingkan dengan berusaha sendiri yaitu: Kerjasama pemasaran / penampungan produk gula aren dapat lebih jelas, pasti dan periodik. Dalam pemasaran gula aren perlu dibangun kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan atau minuman yang bahan bakunya menggunakan gula aren misalnya pabrik kecap, perusahaan kue tradisional serta melakukan kerjasama kemitraan dengan toko-toko atau supermarket. Hal ini penting untuk menjaga kelangsungan produksi gula aren.
- b. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Secara geografis pangsa pasar yang dilayani oleh industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang hanya terpusat di Kajang dan sekitarnya. Memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan jaringan internet masih sangat mungkin dilakukan mengingat pasar yang berada di luar Desa Lembang masih terbuka terutama untuk ekspor. Dengan mempertahankan kualitas produk secara kontinyu, kemungkinan besar produk yang dihasilkan oleh industri rumah tangga gula aren di Desa Lembang dapat diterima diberbagai segmen pasar, termasuk pasar ekspor

yang biasanya mensyaratkan kualitas produk tinggi. Pemasaran lewat internet juga bisa memperpendek saluran distribusi karena konsumen biasanya memesan langsung tanpa harus melalui pedagang pengumpul



## **VI. PENUTUP**

### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di Agroindustri rumah tangga gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis dan identifikasi kekuatan: ketersediaan bahan baku, dan kelemahannya belum optimalnya promosi penjualan.
2. Strategi dalam pemasaran agroindustry rumah tangga gula aren di Desa Lembang, memulai pengolahan kualitas produk, menetapkan harga, memanfaatkan teknologi, membangun dan meningkatkan kemitraan usaha.

### **6.2. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan kepada agroindustri rumah tangga gula aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba adalah:

1. Permasalahan pada agroindustri rumah tangga gula aren ini adalah sulit menambah modal, membutuhkan tenaga kerja yang profesional, maka sebaiknya pemerintah memberikan program pembiayaan dan pelatihan kepada tenaga kerja untuk lebih produktif. Pengusaha juga dapat memanfaatkan adanya teknologi yang modern selain mampu mengefisiensikan biaya produksi dan meningkatkan kapasitas produksi.
2. Agroindustri rumah tangga gula aren untuk mengoptimalkan usahanya, dapat melakukan strategi pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Basu Swatha, Dh dan Ibnu Sukotjo W. (1995). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta.
- Evalia, N. (2015). *Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren*. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol.12(1):57-67.
- Effendi, Usman. (2014). *Asas Manajemen*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fandy, Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta : Andi.
- Heryani, H. (2016). *Keutamaan Gula Aren dan Strategi Pengembangan Produk*. Banjarmasin, Lambung Mangkurat University Press, 158.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta : PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Pearson Marketing Management 14e*, Person Education Limited.
- Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran*. By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta, Jilid 1 Erlangga.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta.
- Mubyarto. (2016). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: LP3ES.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. PT. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2003. *Analisis SWOT : Teknik Membedah KasusBisnis*. PT Gramedia. Jakarta.
- Sofjan, Assauri. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pres.
- Sudiyono. (2002). *Pemasaran Pertanian*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang Pres.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Sugiyono, A. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Yoshimura, B. S. (2016). *Analisis Usaha Pembuatan Gula*.





**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



1. Identitas Informan

Nama :

Alama :

Usia :

Pendidikan terakhir :

Tanggung jawab keluarga :

Jabatan di agroindustri :

2. Sejak kapan agroindustri ini didirikan?

Jawab:.....  
.....  
.....

3. Apa motivasi bapak/ibu mendirikan agroindustri ini?

Jawab:.....  
.....  
.....

4. Berasal dari manakah modal yang di gunakan dalam mendirikan agroindustri?

Jawab:.....  
.....  
.....

5. Bagaimana keterampilan dan pengalaman tenaga kerja pada agroindustri?

Jawab:.....

.....  
.....

6. Berapa jumlah bahan baku yang di gunakan dalam satu kali produksi?

Jawab:.....  
.....  
.....

7. Apakah ketersediaan bahan baku cukup memadai?

Jawab:.....  
.....  
.....

8. Apa saja sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam agroindustri?

Jawab:.....  
.....  
.....

9. Berapa jumlah produksi gula semut dalam satu kali produksi?

Jawab:.....  
.....  
.....

10. Berapa harga produk persatuannya?

Jawab:.....  
.....

11. Promosi dilakukan dengan cara apa?

Jawab:.....

.....  
.....

12. Dimana produk bapak/ibu dipasarkan?

Jawab:.....  
.....  
.....

13. Apakah lokasi agroindustri cukup strategis?

Jawab:.....  
.....  
.....

14. Apakah agroindustri memiliki pelanggan tetap?

Jawab:.....  
.....  
.....

15. Apakah terdapat pesaing dalam agroindustri?

Jawab:.....  
.....  
.....

16. Apakah ada institusi yang ikut menunjang dalam perusahaan?

Jawab : .....  
.....  
.....

17. Apakah terdapat faktor alam yang dapat mempengaruhi usaha gula semut?

Jawab:.....

.....

.....

18. Apakah teknologi yang semakin berkembang dapat membantu prosesi usaha baik dari segi produksi atau pemasaran?

Jawab:.....

.....

.....

19. Bagaimana kebijakan pemerintah pada agroindustri ini?

Jawab:.....

.....

.....



Apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha gula semut aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba?

SWOT	
<p><i>Internal Strengths</i> (kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> </ol>	<p><i>Eksternal Opportunities</i> (peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> </ol>
<p><i>Internal Weaknesses</i> (kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> </ol>	<p><i>Eksternal Treaths</i> (ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> </ol>

## Identitas Responden

Industri rumah tangga gula aren

Nama : Ramlia

Alama : Daulele Desa Lembang

Usia : 43 tahun

Pendidikan terakhir : SD

Tanggungan keluarga : 6 Orang

Jabatan di agroindustri : -

SWOT	
<i>Internal Strengths</i> (kekuatan) <ol style="list-style-type: none"><li>1. Produk yang berkualitas</li><li>2. Ketersediaan tenaga kerja</li><li>3. Ketersediaan bahan baku</li><li>4. Modal sedikit</li></ol>	<i>Eksternal Opportunities</i> (peluang) <ol style="list-style-type: none"><li>1. Perkembangan teknologi</li><li>2. Terbukanya pasar ekspor</li><li>3. Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan</li><li>4. Perubahan jumlah penduduk</li></ol>

<i>Internal Weaknesses</i> (kelemahan)	<i>Eksternal Treaths</i> (ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan produk yang masih usang</li> <li>2. Belum adanya merek dan label</li> <li>3. Promosi penjualan belum optimal</li> <li>4. Saluran distribusi yang panjang</li> <li>5. Minimnya informasi harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan selera konsumen</li> <li>2. Munculnya produk sejenis dari daerah lain</li> </ol>





Tabel 12. Hasil Pembobotan Faktor Internal

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>
<b>Kekuatan/<i>Strength</i> (S)</b>	
1. Produk yang berkualitas	0,3
2. Ketersediaan tenaga kerja	0,1
3. Ketersediaan bahan baku	0,2
4. Modal sedikit	0,15
<b>Sub Total</b>	<b>0,75</b>
<b>Kelemahan/<i>Weaknesses</i> (W)</b>	
1. Kemasan produk yang masih usang	0,05
2. Belum adanya merek dan label	0,05
3. Promosi penjualan belum optimal	0,05
4. Saluran distribusi yang panjang	0,05
5. Minimnya informasi harga	0,05
<b>Sub Total</b>	<b>0,25</b>
<b>Total</b>	<b>1,0</b>

Tabel 13. Hasil Pembobotan Faktor Eksternal

<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>
<b><i>Peluang/Opportunities (O)</i></b>	
1. Perkembangan teknologi	0,1
2. Terbukanya pasar ekspor	0,2
3. Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan	0,2
4. Perubahan jumlah penduduk	0,15
<b>Sub Total</b>	<b>0,65</b>
<b><i>Ancaman/Threats (T)</i></b>	
1. Perubahan selera konsumen	0,15
2. Munculnya produk sejenis	0,2
<b>Sub Total</b>	<b>0,35</b>
<b>Total</b>	<b>1,0</b>

Tabel 14. Hasil Rating Faktor Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Rating
<b>Kekuatan/<i>Strength</i> (S)</b>	
1. Produk yang berkualitas	4
2. Ketersediaan tenaga kerja	4
3. Ketersediaan bahan baku	3
4. Modal sedikit	2
<b>Sub Total</b>	<b>13</b>
<b>Kelemahan/<i>Weaknesses</i> (W)</b>	
1. Kemasan produk yang masih tradisional	3
2. Belm ada merek dan label produk	2
3. Promosi penjualan belum optimal	3
4. Saluran distribusi yang panjang	1
5. Minimnya informasi harga	2
<b>Sub Total</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>24</b>

Tabel 15. Hasil Rating Faktor Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Rating
<b>Peluang/Opportunities (O)</b>	
1. Perkembangan teknologi	4
2. Terbukanya pasar ekspor	4
3. Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan	4
4. Perubahan jumlah penduduk	4
<b>Sub Total</b>	<b>16</b>
<b>Ancaman/Threats (T)</b>	
1. Perubahan selera konsumen	4
2. Munculnya produk sejenis di daerah lain	3
<b>Sub Total</b>	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>23</b>

Lampiran Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Foto Bersama Responden



Gambar 2. Foto Bersama Responden



Gambar 3. Kemasan Tradisional



Gambar 4. Proses Memasak

## Lampiran Surat Izin Pengantar Penelitian

 **MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Saleh A. Sudha No. 259 Telp. 08692121 Fax. 0811136138 Makassar 90221 e-mail: lp3mu@unismuh.ac.id

Nomor : 2385/05/C.4-VIII/VIII/1444/2023 12 Safar 1445 H  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 28 August 2023 M  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
di -  
Makassar

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1686/FP/A.6-II/VIII/1445/2023 tanggal 28 Agustus 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ARFIAN  
No. Stambul : 10596 1116518  
Fakultas : Fakultas Pertanian  
Jurusan : Agribisnis  
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GULA AREN DI KABUPATEN BULUKUMBA KECAMATAN KAJANG DI DESA LEMBAH"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 1 September 2023 s/d 1 Nopember 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.  
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

  
Ketua LP3M,  
Dr. Muhi Ariet Muhsin, M.Pd  
NBM 1127761

08-23

Gambar 5. Surat Pengantar Penelitian



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

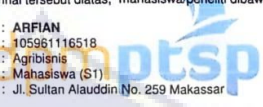
Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448938  
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor : 24733/S.01/PTSP/2023 Kepada Yth.  
Lampiran : - Bupati Bulukumba  
Perihal : Izin penelitian

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2385/05/C.4-VIII/VIII/1444/2023 tanggal 28 Agustus 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : ARFIAN  
Nomor Pokok : 10596116518  
Program Studi : Agribisnis  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)  
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar



PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GULA AREN DI KABUPATEN BULUKUMBA  
KECAMATAN KAJANG DI DESA LEMBANG "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 01 September s/d 01 November 2023

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 28 Agustus 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.  
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar.  
2. Peringgat

Gambar 6. Surat Izin Penelitian DPMPTSP SUL-SEL





PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA  
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU DAN TENAGA KERJA  
( D P M P T S P T K )

Jl. Kenari No. 13 Telp. (0413) 84241 Fax. (0413) 85060 Bulukumba 92511

SURAT IZIN PENELITIAN  
NOMOR : 521/DPMPTSPTK/IP/IX/2023

Berdasarkan Surat Rekomendasi Teknis dari KESBANGPOL dengan Nomor 074898/Bakesbangpol/IX/2023 tanggal 1 September 2023, Perihal Rekomendasi Izin Penelitian maka yang tersebut dibawah ini :

Nama Lengkap : ARFIAN  
Nomor Pokok : 105901116518  
Program Studi : Agribisnis  
Jenjang : S1  
Instansi : Universitas muhammadiyah makassar  
Tempat/Tanggal Lahir : Nulukon / 1999-12-24  
Alamat : SARANG I

Jenis Penelitian : Kualitatif  
Judul Penelitian : Analisis Strategi Pemisaran Usaha Gula Aren Di Kabupaten Bulukumba Kecamatan Kajang Di Desa Lembang

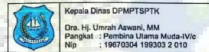
Lokasi Penelitian : Desa Lembang  
Pendamping : Dr. Muh Arifin Fattah, M. Si dan Dr. Dewi Sartika, S. TP., M. Si

Instansi Penelitian : Desa Lembang  
Lama Penelitian : tanggal 01/september/2023 s/d 01/November/2023

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami mengizinkan yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mematuhi semua Peraturan Perundang - Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat - istiadat yang berlaku pada masyarakat setempat;
2. Tidak mengganggu keamanan/ketertiban masyarakat setempat
3. Melaporkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan (satu) eksemplar hasilnya kepada Bupati Bulukumba Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab.Bulukumba;
4. Surat izin ini akan dicabut atau dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak memenuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas, atau sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengumpulan data dimaksud belum selesai.

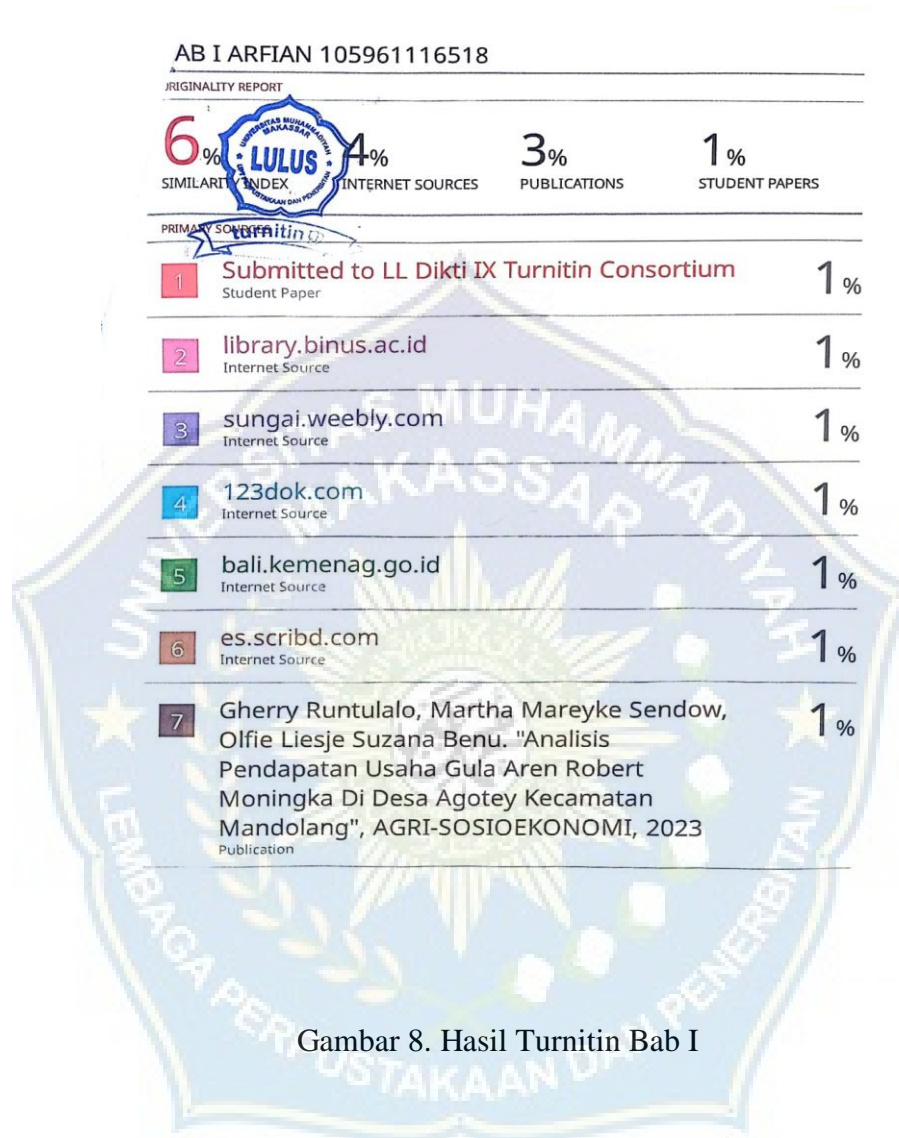
Dikeluarkan di : Bulukumba  
Pada Tanggal : 01 September 2023



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik (BSEK), BSSN.

Gambar 7. Surat Izin Penelitian DPMPTSPTK Kabupaten Bulukumba.

## Lampiran Hasil Turnitin



Gambar 8. Hasil Turnitin Bab I

AB II ARFIAN 105961116518

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Percentage
1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	5%
2	repository.uma.ac.id Internet Source	4%
3	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
4	smart.stmikplk.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Student Paper	1%
6	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet Source	1%
7	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
8	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%

Gambar 9. Hasil Turnitin Bab II

BAB III ARFIAN 105961116518

ORIGINALITY REPORT

8%		1%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	www.scribd.com Internet Source		3%
2	jurnal-umbuton.ac.id Internet Source		2%
3	jurnal.uin-antasari.ac.id Internet Source		1%
4	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper		1%
5	jurnal.um-tapsel.ac.id Internet Source		1%

Exclude quotes  Off Exclude matches  Off  
Exclude bibliography  Off

Gambar 10. Hasil Turnitin Bab III

BAB IV ARFIAN 105961116518

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX



8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Percentage
1	123dok.com Internet Source	5%
2	digilib.uns.ac.id Internet Source	2%
3	anzdoc.com Internet Source	1%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off



Gambar 11. Hasil Turnitin Bab IV

B V ARFIAN 105961116518

ORIGINALITY REPORT

5% SIMILARITY INDEX  
3% INTERNET SOURCES  
2% PUBLICATIONS  
2% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

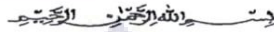
1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
3	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	1%
4	www.slideshare.net Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
6	Mohammad Ririn Rosyidi, Nailul Izzah. "STRATEGI PEMASARAN IKAN TERI DI CV TERIMAKASIH", KAIZEN : Management Systems & Industrial Engineering Journal, 2019 Publication	<1%
7	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1%

Gambar 12. Hasil Turnitin Bab V

## Lampiran Surat Keterangan Bebas Plagiat



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN  
Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588



### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Arfian  
Nim : 105961116518  
Program Studi : Agribisnis

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	6 %	10 %
2	Bab 2	21 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	8 %	10 %
5	Bab 5	5 %	10 %
6	Bab 6	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 30 Januari 2024  
Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

Nida Nurhasanah Mum, M.I.P.  
NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588  
Website: www.library.unismuh.ac.id  
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Gambar 13. Surat keterangan bebas plagiat

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**ARFIAN** dilahirkan di Nunukang pada tanggal 24 Desember 1999 dari ayah Rusdi dan Marlina, merupakan anak ke dua dari empat bersaudara.

Mengawali pendidikan di SDN 206 Bontonyeleng Kabupaten Bulukumba lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 19 Bulukumba Kabupaten Bulukumba lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan pada jurusan IPS di SMAN 5 Bulukumba Kabupaten Bulukumba lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah mengikuti kepengurusan organisasi Badan Evaluasi Mahasiswa (BEM), kemudian pernah magang di Komunitas Swabina Pedesaan Salassae (KSPS) selama kurang lebih 40 hari dan penulis pernah mengikuti Kuliah Kerja Profesi (KKP) pada tahun 2022 di Desa Kaccia Kelurahan Barombong Kota Makassar selama kurang 2 bulan. Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba”.