

Strategi Pemasaran Produk Gula Semut (Studi Kasus di Kelompok Tani Huyula Desa Dulamayo Selatan, Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo)

¹Tiyansi M. Makale, ²Ria Indriani, ³Agustinus Moonti

^{1, 2, 3} Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

¹tiyansimakale30@gmail.com

²ria.indriani@ung.ac.id

³agustinusmoonti@ung.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the internal and external factors in the marketing of palm sugar products in the Huyula Farmer Group as well as to formulate alternative marketing strategies for its product. This research was conducted in South Dulamayo Village, Telaga District, Gorontalo Regency from October to December 2022. The research method used is descriptive qualitative research in the form of research with Case Study Method. Data analysis used in this study is descriptive analysis and SWOT analysis. The findings revealed the internal and external factors that influenced the marketing of palm sugar products in the Huyula farmer group consist of Product, Price, Place, and Promotion for internal factors. Meanwhile, the external factors are government, marketing agencies, competitors, substitute products, technology, and weather. The Huyula Farmer Group's alternative marketing plan for palm sugar products entails preserving the quality of raw materials for product distribution outside the area, enhancing product packaging and labels by using government capital assistance, extending consumer networks by using digital media for marketing, and preserving stability. Weather has an effect on prices.

Keywords: Palm Sugar, Marketing Strategy, SWOT Analysis Matrix.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal pada pemasaran produk gula semut di Kelompok Tani Huyula serta merumuskan formulasi alternatif strategi pada pemasaran produknya. Penelitian ini dilakukan di Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo sejak bulan Oktober hingga Desember Tahun 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif berupa penelitian dengan metode studi kasus. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi pemasaran produk gula semut di Kelompok Tani Huyula terdiri atas: faktor internal yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Faktor eksternal yaitu pemerintah, lembaga pemasaran, pesaing, produk substitusi, teknologi dan cuaca. Adapun alternatif strategi pada pemasaran produk gula semut di Kelompok Tani Huyula yaitu dengan cara mempertahankan kualitas bahan baku untuk distribusi produk keluar Daerah, memperbaiki tampilan kemasan dan label produk dengan memanfaatkan bantuan modal dari pemerintah, memperluas jaringan konsumen dengan memanfaatkan media digital untuk pemasarn, serta menjaga kestabilan harga terhadap pengaruh cuaca.

Kata kunci: Gula Semut, Strategi Pemasaran, Matriks Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Pohon aren memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena hampir semua bagiannya dapat memiliki keuntungan finansial. Adapun daun dari pohon aren dapat digunakan sebagai bahan kerajinan dan juga dapat digunakan sebagai atap rumah. Untuk akarnya dapat dijadikan sebagai obat herbal. Serat dan batang yang memiliki nilai ekonomis dapat diperoleh dari tangkainya. Selain itu, batang pohon enau yang masih muda dapat dimanfaatkan sebagai sagu, sedangkan yang sudah tua dimanfaatkan sebagai bahan mebel (Harahap, 2018:1) Aren merupakan jenis tanaman palma yang tumbuh liar hampir di seluruh tempat di wilayah Indonesia. Getahnya bisa dijadikan gula dan nata de pinna, batangnya bisa diolah menjadi tepung arena tau sagu, buahnya yang belum masak bisa diolah menjadi kolang-kaling, daunnya bisa menjadi atap rumah dan lidinya bisa dijadikan sapu, serta ijuknya bisa menjadi kerajinan tangan yang bisa bernilai ekonomis (Ruslan, dkk 2018:1).

Nira merupakan produk yang penting karena kandungan gulanya dapat digunakan untuk menghasilkan gula aren atau difermentasi menjadi *etanol*. Komponen kimia yang terdapat dalam nira yaitu protein, mineral dan vitamin. Adapun kandungan protein dalam nira berhubungan dengan metabolisme enzimatis gula (Pontoh, dkk 2011:75)

Gula aren sudah cukup lama dikenal oleh sejumlah masyarakat, gula aren ini merupakan komoditi yang dihasilkan dari tanaman aren. Gula aren dihasilkan dari penyadapan nira yang kemudian dimasak sampai mengental. Adapun produk dari aren ini terdiri dari dua yaitu gula aren atau gula merah batu dan gula semut atau *palm sugar* (Gobel, dkk 2020:73)

Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga merupakan salah satu Daerah di Kabupaten Gorontalo yang merupakan Daerah penghasil aren. Di Kabupaten Gorontalo produk gula aren umumnya masih berupa produk dalam bentuk cetakan atau tradisional. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, munculah inovasi produk yang baru yaitu produk gula aren cetak dengan nilai tambah dari air nira aren menjadi sebuah produk gula aren bubuk, yang disebut dengan nama gula semut atau dalam istilah pasar modern yaitu *palm sugar/brown sugar*.

Gula semut aren merupakan salah satu produk aren yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan. Hal ini disebabkan karena permintaan gula semut aren meningkat serta kebutuhan pasar masih belum terpenuhi baik untuk kebutuhan ekspor maupun luar negeri (Evalia, 2004:58) Gula semut atau *palm sugar* adalah gula merah versi bubuk yang dikristalkan. Alasan yang menyebabkan gula semut aren lebih sehat dibandingkan dengan gula pasir yaitu kalori yang terkandung didalam gula semut aren lebih sedikit dibandingkan dengan gula putih sehingga gula semut aren sering disebut sebagai salah satu gula rendah kalori (Wilberta, dkk 2021:102).

Penelitian ini penting dilakukan, mengingat Kelompok Tani Huyula Desa Dulamayo Selatan merupakan salah satu Kelompok Tani yang berhasil mengolah nira aren menjadi gula semut dan sampai sekarang masih memproduksi. Fenomena yang ditemui di lapangan bahwa anggota Kelompok Tani Huyula hanya bisa memasarkan produk kepada kerabat terdekat saja dengan bentuk kemasan yang masih sangat sederhana dan tidak memiliki kemasan dan label yang menarik. Oleh karena itu perlu dirumuskan alternatif strategi pemasaran produk gula semut yang tepat agar kedepannya dapat membantu petani untuk bisa menciptakan inovasi produk dan pemasaran gula semut yang lebih menarik lagi dan dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas serta memberikan kepuasan kepada pelanggan. Saat ini suatu strategi pemasaran seperti misalnya penggunaan *Smart Digital Content Marketing* merupakan sebuah strategi yang lazim di era digital (Moonti, A., & Adam, E. 2022)

Kepuasan pelanggan akan memberikan dampak dalam jangka yang panjang bagi suatu usaha atau bisnis, mereka yang memahami dampak bagaimana dampak dari seorang pelanggan yang puas, maka mereka akan cenderung mengalokasikan anggaran yang cukup besar demi memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan (Alimin, E. dkk 2022:153) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal pada pemasaran produk gula

semut di Kelompok Tani Huyula, serta merumuskan formulasi alternatif strategi pemasaran produknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kelompok Tani Huyula Desa Dulamayo Selatan, Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo. Pemilihan lokasi dan objek penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Dalam hal ini Kelompok Tani Huyula dipilih dengan pertimbangan eksistensi yang tergolong cukup lama dalam usaha tani aren yang memproduksi gula semut dibandingkan kelompok tani lainnya. Waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan, terhitung mulai bulan Oktober hingga Desember Tahun 2022.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif berupa penelitian dengan metode studi kasus (*case study*). Moleong (2011:6) menjelaskan bahwa penelitian yang menggunakan metode kualitatif maka akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari responden dan perilaku yang diamati.

Menurut (Sugiyono 2011:80) jenis data dilihat dari sumber perolehannya dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

- 1) Data primer yaitu merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau asli. Data primer diperoleh yaitu berupa wawancara langsung dengan anggota Kelompok Tani Huyula dengan daftar pertanyaan dan kuesioner.
- 2) Data sekunder yaitu merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui beberapa perantara. Data ini telah tersedia, sehingga peneliti hanya cukup mencari dan mengumpulkannya melalui jurnal, website, dan instansi-instansi terkait.

Menurut (Sugiyono 2011:80) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu Kelompok Tani Huyula. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2015:85), Sampling jenuh merupakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampelnya. Adapun sampel dalam penelitian ini menggunakan semua anggota populasi sebagai responden yaitu 10 orang anggota Kelompok Tani Huyula.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung bertanya dan bertatap muka antara penanya dan Kelompok Tani.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara panduan daftar pertanyaan kepada Kelompok Tani.
3. Dokumentasi, yaitu sebuah proses pengumpulan data dengan cara membuka dokumen yang ada pada objek penelitian, kemudian mengambil data yang relevan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis SWOT. Menurut Sugiyono (2015:25) metode analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan suatu data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis SWOT merupakan salah satu instrument yang kuat dan terkenal untuk menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Matriks SWOT adalah salah satu alat yang dipakai untuk menyusun suatu faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2015:84).

Analisis strategi dapat dilihat dalam suatu matriks analisis sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH	WEAKNESS
OPPORTUNITY	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
THREAT	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T

Sumber: Freddy Rangkuti (2015).

Keterangan:

1. Strategi SO, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi WO, yaitu strategi mengarahkan untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan suatu peluang.
3. Strategi ST, yaitu suatu strategi dimana untuk pengoptimalan kekuatan dalam mengatasi sebuah ancaman.
4. Strategi WT, yaitu strategi untuk upaya meminimalkan kelemahan serta menghindari suatu ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Gorontalo merupakan Kabupaten yang berada di tengah Provinsi Gorontalo. Secara geografis Kabupaten Gorontalo mempunyai luas 2.125,47 km² atau 15,55% dari luas Provinsi Gorontalo. Kabupaten Gorontalo memiliki letak astronomis antara 0° 19' 00" – 1° 57' 00" Lintang Utara 121° 23' 00" – 125° 14' 00" Bujur Timur. Kabupaten Gorontalo dibagi menjadi 19 Kecamatan yang terdiri dari 206 Desa/Kelurahan. Kecamatan Telaga merupakan salah satu dari 19 Kecamatan yang ada di Kabupaten Gorontalo. Kecamatan Telaga terdiri dari 9 Desa di antaranya yaitu Desa Bulila, Hulawa, Dulamayo Barat, Mongoloato, Pilohayanga Barat, Luhu, Dulamayo Selatan dan Dulohupa. Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga, terletak membujur dari arah Selatan ke Utara dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Dulamayo Utara Kec. Telaga Biru
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Modelidu Kec. Telaga Biru
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Tonala Kec. Telaga Biru
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Dulamayo Barat Kec. Telaga

Profil Kelompok Tani Huyula

Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo merupakan salah satu Wilayah dataran tinggi yang ada di Kabupaten Gorontalo. Mayoritas masyarakat Desa Dulamayo Selatan bermata pencarian sebagai petani. Sumber daya alam yang ada di Desa ini adalah cengkih, kayu manis, pala, dan aren. Masyarakat Desa Dulamayo Selatan mengolah nira aren menjadi gula merah batu, tidak hanya itu biasanya masyarakat juga mengolah nira aren menjadi minuman keras. Namun dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, saat ini masyarakat khususnya Kelompok Tani Huyula sudah mampu mengolah hasil dari pohon aren menjadi gula semut atau *palm sugar*.

Kelompok Tani Huyula adalah kelompok binaan dari Kantor Kesatuan Hutan Produksi Unit VI Gorontalo yang sudah memproduksi gula semut sejak dari Tahun 2015 dengan jumlah anggota sebanyak 10 orang. Adapun yang mendorong masyarakat untuk mengolah nira menjadi gula semut yaitu karena tersedianya bahan baku aren disekitar tempat tinggal serta keinginan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar khususnya para anggota Kelompok Tani Huyula itu sendiri.

Proses Produksi Gula Semut Oleh Kelompok Tani Huyula

1. Penyiapan Nira Aren

Kelompok Tani Huyula biasanya memilih umur pohon aren yang akan disadap untuk di ambil air niranya. Adapun umur pohon aren yang disadap yaitu dengan kisaran antara 10-15 Tahun dengan kondisi pohon yang sudah berbuah. Pohon aren yang disadap oleh Kelompok Tani Huyula untuk pembuatan gula semut rata-rata sebanyak 10-15 pohon. Rata-rata setiap pohon menghasilkan 3 Liter Nira setiap kali penyiapan, dimana penyiapan dilakukan selama 3 bulan.

2. Proses Pengolahan

Setelah dilakukan penyiapan dan pengambilan air nira maka, air nira tersebut akan diproduksi. Pertama, air nira dituangkan perlu disaring menggunakan penyaring, guna untuk mengeluarkan unsur yang dapat mengurangi mutu gula. Cara memasak gula semut ini, dimasak didalam kuah diatas tungku, dan harus diaduk secara berkala dengan metode dan alat tradisional. Selama 2 jam pemasakan air nira tidak boleh ditinggalkan, dan suhu panas dari api juga harus selalu dikontrol. Proses masak membutuhkan waktu kurang lebih 2 jam. Proses pengkristalan dilakukan dengan menggunakan batok kelapa hingga terbentuk butiran-butiran kristal gula semut. Setelah terbentuk butiran-butiran kristal, proses selanjutnya adalah pengeringan dengan cara dijemur atau dioven. Meskipun dengan metode tradisional, namun hasil dari produk gula semut Kelompok Tani Huyula tetap memiliki cita rasa dan aroma yang khas.

Pemasaran Gula Semut

Untuk pemasaran produk gula semut ini sudah memiliki pedagang pengecer atau pelanggan tetap yang akan memasarkan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Untuk peluang pemasaran gula semut ini juga cukup menjanjikan, walaupun adanya produk pesaing dari luar daerah akan tetapi para konsumen tetap memilih untuk membeli produk gula semut yang ada di kelompok tani huyula.

Kendala pemasaran produk gula semut yang dihadapi oleh kelompok tani huyula adalah sebagian masyarakat yang masih kurang mengenal manfaat produk gula semut serta tidak adanya akses jaringan internet untuk memudahkan kelompok tani huyula memasarkan produk melalui media sosial.

Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pada Pemasaran Produk Gula Semut Di Kelompok Tani Huyula

Berdasarkan peninjauan ke lokasi penelitian sesuai dengan metode yang digunakan maka tahap pertama adalah tahap pengumpulan data dimana dapat diketahui lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan, serta lingkungan eksternal yang menjadi ancaman dan peluang.

Faktor Internal

Berdasarkan strategi pemasaran, pemasar menyusun *marketing mix* yang terdiri dari kegiatan membuat produk, penetapan harga, penentuan lokasi dan melakukan kegiatan promosi.

a. Product (produk)

Produk merupakan salah satu faktor terpenting dalam *marketing mix* yang memiliki peran utama dalam menentukan kegiatan suatu usaha. Karena tanpa produk, suatu usaha tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Produk gula semut yang ditawarkan oleh Kelompok Tani Huyula yaitu:

- 1) Produk gula semut terbuat dari bahan baku alami
- 2) Produk bersertifikasi halal dibawah naungan Dinas Kehutanan
- 3) Produk gula semut dapat menurunkan kadar gula darah yang tinggi
- 4) Daya tahan produk lebih lama
- 5) Kemudahan bahan baku
- 6) Produksi kontinu

Kelompok Tani Huyula memproduksi gula semut setiap minggu, dalam satu kali produksi bisa menghabiskan 30 liter air nira dan akan menghasilkan 10-15 kg gula semut. Dalam 1 minggu

bisa 3 sampai 4 kali produksi tergantung adanya bahan baku air nira. Untuk bahan baku sendiri didapat dari pohon petani aren yang juga salah satu anggota Kelompok Tani Huyula. Setiap anggota Kelompok Tani Huyula memiliki 10 sampai 14 pohon aren yang disadap untuk di ambil air niranya. Adapun pembuatan gula semut tergantung permintaan pasar. Gula Semut sangat cocok untuk penambah cita rasa manis baik itu makanan, minuman, atau jamu herbal. Beberapa kendala yang menjadi kendala umum pada aspek produk adalah unsur jenis kemasan yang belum berbeda dengan produk gula semut dari produsen di wilayah lain.

b. Price (Harga)

Harga merupakan elemen terpenting yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Penentuan harga yang terjangkau sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Adapun harga yang ditawarkan oleh Kelompok Tani Huyula yaitu:

- 1) Harga bergantung pada varian ukuran atau volume produk
- 2) Terdapat unsur promosi pada sisi harga

Kelompok Tani Huyula telah memasarkan produk dengan varian harga yang memungkinkan dapat dijangkau oleh segmen pelanggan. Harga produk yang ditawarkan bervariasi tergantung ukuran produk yang dibeli. Harga yang ditetapkan oleh Kelompok Tani Huyula terhadap produk gula semut berkisar Rp 28.000/kg. Konsumen juga bisa memilih produk gula semut varian 0.5 kg dengan harga Rp 14.000. Pembelian dengan kuantitas tertentu akan memperoleh potongan harga dari produsen. Sayangnya berdasarkan temuan di lapangan, selama ini aspek harga yang dinilai relatif terjangkau, namun volume penjualan untuk kebutuhan pasar lokal belum meningkat pesat hingga saat ini.

c. Place (Lokasi)

Lokasi memiliki peranan penting dalam membangun sebuah usaha baik dari segi barang atau jasa. Lokasi yang strategis menjadi salah satu penentu keberhasilan usaha. Lokasi ini tergolong belum cukup strategis sebab tidak berada di pusat perkotaan, namun mudah dijangkau oleh konsumen dari wilayah Kota Gorontalo sebab memiliki akses jalan yang cukup baik. Konsumen rata-rata memilih datang langsung ke lokasi untuk membeli produk gula semut. Konsumen yang ingin membeli gula semut bisa langsung datang ke lokasi atau bisa juga melalui perantara beberapa pihak yang berperan sebagai *Reseller*. Adapun lokasi produksi sekaligus pusat pemasaran produk gula semut ini berada di Desa Dulamayo Selatan, Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo.

Saluran distribusi yang digunakan oleh Kelompok Tani Huyula dalam menyalurkan produk gula semut yaitu dengan metode penjualan langsung kepada konsumen akhir serta menggunakan media pedagang pengecer. Dimana dalam hal ini pihak pengecer /*Reseller* adalah dominan personil dari Dinas Kehutanan yang juga merupakan pelanggan tetap dari produk gula semut. Produk gula semut yang diproduksi sesuai permintaan dari pengecer untuk diekspor ke luar negeri. Gula semut ini sudah di ekspor ke beberapa daerah seperti India, Belanda, Prancis dan Dubai.

d. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk yang dihasilkan. Aktivitas ini dapat memengaruhi konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan serta memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Belum banyak sentuhan strategi promosi dalam pemasaran gula semut oleh Kelompok Tani Huyula. Promosi yang dilakukan oleh Kelompok Tani Huyula hanya melalui strategi *word of mouth marketing* atau pesan dari mulut ke mulut. Pemanfaatan media digital dalam hal promosi belum dilakukan, dimana hal tersebut juga dipengaruhi oleh kendala akses jaringan internet di Desa Dulamayo Selatan. Walaupun promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut, akan tetapi cukup banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk gula semut oleh kelompok tani Huyula.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang ada di Kelompok Tani Huyula terdiri atas:

a. Pemerintah

Kebijakan pemerintah mendukung Kelompok Tani Huyula dalam pembuatan produk gula semut. Kebijakan yang diberikan oleh pemerintah yaitu seperti memberikan pembinaan dan penyuluhan, kebijakan surat izin usaha, bantuan alat produksi berupa wajan/kuali, oven, dan ayakan. Pemerintah berharap bahwa Kelompok Tani Huyula ini mampu untuk bertahan bahkan lebih berkembang. Pemerintah juga khususnya Dinas Kehutanan sudah menjadi salah satu pelanggan tetap untuk membeli gula semut untuk dipasarkan kembali.

b. Pesaing

Pemasaran produk gula semut tidak lepas dari berbagai persaingan. Pesaing dengan jenis produk yang sama cukup banyak akan tetapi tidak membuat Kelompok Tani Huyula kehilangan para konsumennya. Adapun produk pesaing yaitu, produk dari Surabaya dengan merek “*palm gugar (pino)*” yang dijual di toko-toko atau supermarket, dengan kisaran harga yang bervariasi dengan ukuran 200g dijual dengan harga Rp 7.500 dan untuk ukuran ± 200 g dijual dengan harga Rp 6.400. Kemudian untuk produk dari Tangerang yang juga dijual di toko-toko atau supermarket dengan merek “*Haan GULA AREN Palam Sugar*” ukuran 250g dijual dengan kisaran harga sebesar Rp 20.700. dan produk yang lainnya yaitu produk dari Atinggola yang memproduksi gula semut yang sama.

c. Lembaga Pemasaran

Adanya jarak antara produsen dan konsumen akhir akan memerlukan keterlibatan beberapa pedagang perantara untuk menyalurkan produk dari produsen ketangan konsumen akhir. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen akan mengakibatkan relatif panjangnya saluran pemasaran yang dapat mengakibatkan tingginya harga beli yang harus dibayar oleh konsumen akhir. Perantara saluran pemasaran gula semut adalah melalui pedagang pengecer.

Pedagang eceran (*retailer*) adalah pedagang yang mengambil barang dan menjualnya kembali langsung kepada konsumen. Pedagang eceran mengambil gula semut secara langsung di tempat produksi gula semut dengan kisaran harga sebesar Rp 28.000/kg kemudian mereka akan menjualnya kembali dengan harga dan kemasan yang berbeda dengan kisaran Rp 7.000 dengan ukuran kemasan 250g. Dalam hal ini yang menjadi pelanggan tetap dari produk gula semut yaitu dari Dinas Kehutanan serta kerabat yang ada disekitar tempat tinggal.

d. Cuaca

Prose pembuatan gula semut sangat bergantung pada cuaca. Pada saat cuaca bagus atau musim panas, proses pengambilan air nira dari pohon aren sangat mudah, bahkan sampai pada saat pemasakan hingga penjemuran. Jika musim hujan para Kelompok Tani sulit untuk mendapatkan kayu bakar, proses pengambilan air nira dari pohon aren pun akan mengalami kesulitan, serta sampai pada proses penjemuran akan terhambat oleh cuaca, karena pada saat penjemuran membutuhkan sinar matahari untuk mendapatkan hasil yang bagus.

e. Teknologi

Adanya perkembangan teknologi pengolahan di masyarakat seperti mesin boiler, alat pencetak dan perebusan yang terbuat dari bahan aluminium, perkembangan media promosi melalui internet dan lain sebagainya, menjadikan peluang bagi pengusaha untuk dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut dengan baik sehingga membawa dampak yang positif bagi pengusaha gula semut itu sendiri.

Identifikasi Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal maka dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpengaruh terhadap pemasaran produk gula semut di Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. Adapun faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Identifikasi Faktor Internal

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Produk gula semut terbuat dari bahan baku alami - Produk bersertifikasi halal dibawah naungan Dinas Kehutanan - Produk gula semut dapat menurunkan kadar gula darah yang tinggi - Daya tahan produk lebih lama - Kemudahan bahan baku - Produksi kontinu 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk gula semut tidak memiliki label - Kemasan produk gula semut kurang menarik - Tidak adanya keragaman produk gula semut
<i>Price</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki varian harga - Adanya promo menarik 	
<i>Place</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi strategis dan mudah dijangkau 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi jauh dari pusat Kota
<i>Promotion</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Tidak adanya pemasaran menggunakan media digital - Tidak adanya akses jaringan internet

Sumber: Data Primer Setelah Diolah 2022.

Tabel 3. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Pemerintah	Bantuan modal dari pemerintah	
Lembaga Pemasaran	Pangsa pasar lebih luas	Usaha tidak berkembang
Pesaing		<ul style="list-style-type: none"> - Ketatnya persaingan dengan jenis produk yang sama - Potensi gulung tikar/bangkrut
Teknologi	Kemajuan Teknologi	
Produk Substitusi	Produk substitusi gula putih/gula tebu	
Cuaca		Pengaruh Cuaca

Sumber: Data Primer Setelah Diolah 2022.

Formulasi Alternatif Strategi Pada Pemasaran Produk Gula Semut Di Kelompok Tani Huyula

Matriks SWOT menghasilkan beberapa strategi alternatif yang dapat dipertimbangkan yaitu:

a. Strategi S-O

- 1) Optimalisasi modal dari pemerintah untuk memperkuat teknologi pemasaran dan pengembangan produksi gula semut.
- 2) Memperkuat citra produk gula semut sebagai produk yang murni organik atau produk substitusi gula putih/gula tebu yang baik bagi kesehatan agar menarik minat konsumen kalangan khusus.
- 3) Meningkatkan kualitas bahan baku untuk menjamin daya tahan serta kualitas produk untuk kepuasan pelanggan.
- 4) Menambah varian harga dan pemberlakuan promo diskon atau bonus untuk menarik konsumen baru.
- 5) Memperluas jaringan pemasaran melalui adopsi teknologi digital (*online marketing*).

b. Strategi W-O

- 1) Memperbaiki tampilan kemasan dan label produk dengan memanfaatkan bantuan modal dari pemerintah.
- 2) Inovaasi cita rasa produk yang lebih khas dan variatif agar menarik minat konsumen untuk meningkatkan pendapatan.
- 3) Menambah partner/mitra penjualan untuk distribusi produk ke luar Daerah.
- 4) Memindahkan lokasi pemasaran (Galeri/toko) ke lokasi yang lebih strategis untuk memudahkan jangkauan bagi konsumen berbasis COD.
- 5) Memanfaatkan teknologi digital (online) guna penyebaran informasi dan promosi yang dapat menarik minat konsumen.

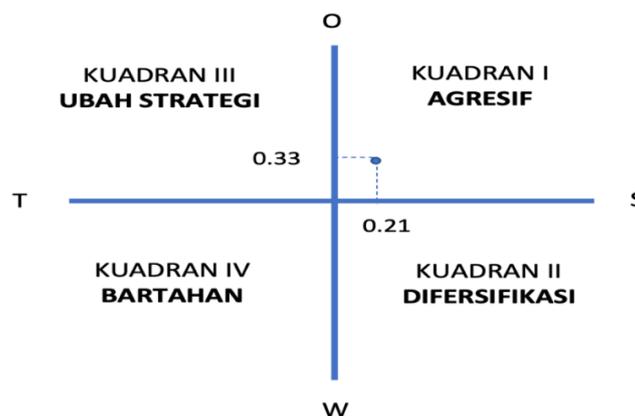
c. Strategi W-T

- 1) Mendesain tampilan label dan kemasan produk yang bisa menguatkan ciri khas produk.
- 2) Perlu adanya lokasi disekitar kota agar dapat dijangkau oleh konsumen lain.
- 3) Menciptakan lini produk yang unggul untuk menjaga segmen pelanggan loyal.
- 4) Mengasilkan produk yang lebih variatif.
- 5) Memperluas jangkauan kepada berbagai segmen pasar dengan memanfaatkan media digital untuk pemasaran.

d. Strategi S-T

- 1) Meningkatkan kualitas produk dan bahan baku untuk menjaga kepuasan pelanggan.
- 2) Mengembangkan produk dengan cara membuat inovasi baru dengan daya tahan produk lebih lama.
- 3) Memanfaatkan promo menarik serta membuat inovasi produk agar potensi gulung tikar/bangkrut dapat diatasi.
- 4) Menjaga ketersediaan pasokan gula semut yang cukup saat cuaca tidak menentu
- 5) Menjaga stabilitas harga meskipun produksi bisa menurun oleh pengaruh cuaca.

Berdasarkan hasil analisis dengan kuadran SWOT, maka diperoleh bahwa strategi pemasaran gula semut oleh kelompok tani Huyula Berada pada Kuadran 1. Artinya bahwa sebaiknya kelompok tani Huyula harus mengambil langkah strategis S-O dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki guna merebut peluang produk dan pasar.



Gambar 1. Hasil Analisis Kuadran SWOT.

SIMPULAN

Alternatif strategi pemasaran produk gula semut di Kelompok Tani Huyula digambarkan dengan menggunakan Matriks SWOT. Matriks ini dapat menghasilkan empat alternatif strategi yang terdiri dari strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T. Berdasarkan hasil analisis menggunakan kuadran SWOT, maka rekomendasi strategi yang harus dipilih berada pada KUADRAN I yaitu strategi S-O yang artinya memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang.

Beberapa komponen strategi S-O yang harus dilakukan oleh Kelompok Tani Huyula dalam pemasaran gula semut yaitu; 1). Optimalisasi modal dari pemerintah untuk memperkuat teknologi pemasaran dan pengembangan produksi gula semut. 2). Memperkuat citra produk gula semut sebagai produk yang murni organik atau produk substitusi gula putih/gula tebu yang baik bagi kesehatan agar menarik minat konsumen kalangan khusus. 3). Meningkatkan kualitas bahan baku untuk menjamin daya tahan serta kualitas produk untuk kepuasan pelanggan. 4). Menambah varian harga dan pemberlakuan promo diskon atau bonus untuk menarik konsumen baru. 5). Memperluas jaringan pemasaran melalui adopsi teknologi digital (*online marketing*).

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M., ... & Tabun, M. A. (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern). Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Evalia, N. A. (2004). Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(1), 57–67. <https://doi.org/10.17358/jma.12.1.57>
- Gobel, J., Indriani, R., & Boekoesoe, Y. (2020). Sistem Pemasaran Gula Aren di Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. *Agribisnis*, 5(1), 73–80.
- Harahap, M. H. (2018). Analisis Nilai Tambah Gula Aren dan Gula Semut (Studi Kasus: Desa Buluh Awar Kecamatan Sibolangit Kabupaten Deli Serdang). In *Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Moonti, A., & Adam, E. (2022). Apakah Smart Digital Content Marketing Dapat Meredam Perilaku Penghindaran Iklan?: Sebuah Strategi Pemasaran Digital. *Jambura Agribusiness Journal*, 3(2), 87-94.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Pontoh, J., Gunawan, I., & Fatimah, F. (2011). Analisa Kandungan Protein Dalam Nira Aren. *Chemistry Progress*, 4(2), 75–79.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, S. M., Baharuddin, B., & Taskirawati, I. (2018). Potensi dan Pemanfaatan Tanaman Aren (*Arenga Pinnata*) dengan Pola Agroforestri di Desa Palakka Kecamatan Barru Kabupaten Barru. *Perennial*, 14(1), 24. <https://doi.org/10.24259/perennial.v14i1.5000>
- Wilberta, N., Sonya, N. T., & Lydia, S. H. R. (2021). Dari Nira Aren yang Dipengaruhi Ph dan Kadar Air. *Jurnal Pendidikan Biologi*, 12(1), 102.