

**STRATEGI PEMASARAN HHBK GULA AREN  
DI DEASA LUMPIAS WILAYAH KPHL MINAHASA UTARA**

Marthinus Fatemyo (1), Hengki D. Walangitan (2) Wawan Nurmawan(2)  
1 Program Study Ilmu Kehutanan, Jurusan Budidaya Pertanian Fakultas Pertanian  
Universitas Sam Ratulangi, Manado

---

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran gula aren di Desa Lumpias. penelitian dilaksanakan pada bulan September 2017 menggunakan pendekatan survei dengan mewawancara (interview) terhadap 6 responden produsen melalui pengisian kuisioner dengan pertanyaan terbuka. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT diperoleh strategi *hold and maintain* artinya pemasaran gula aren di Desa Lumpias memiliki kekuatan dan peluang untuk terus dipertahankan dan dipelihara melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk. Selanjutnya dalam pengembangan pemasaran dengan strategi sebagai berikut : (1) strategi membangun dan meningkatkan kerja sama kemitran usaha dan memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi (2) strategi melakukan promosi melalui internet (3) strategi mempertahankan dan melakukan peningkatan kualitas produk

Kata kunci : Strategi Pemasaran HHBK Gula Aren di Deasa Lumpias Wilayah KPHL Minahasa Utara.

**STRATEGY MARKETING HHBK SUGAR PALM  
IN VILLAGE LUMPIAS THE REGION KPHL MINAHASA NORTH**

ABSTRACT

This study aims to describe and analyze the marketing strategy of palm sugar in Lumpias Village. The study was conducted in September 2017 using a survey approach by interviewing 6 producers of respondents through questionnaires, with open questions. The data obtained were analyzed using the SWOT method. Based on the results of the SWOT analysis obtained hold and maintain strategy means that the marketing of palm sugar in Lumpias Village has the strength and opportunity to continue to be maintained and maintained through market penetration and product development. Furthermore, in the development of marketing with the following strategies : (1) the strategy of building and increasing business partnership and expanding the marketing network by utilizing the development of information technology (2) the strategy of promoting through the internet (3) the strategy of maintaining and improving product quality

Key words: HHBK Marketing Strategy Palm Sugar in Deasa Lumpias North Minahasa KPHL Region.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Produk hasil hutan bukan kayu merupakan salah satu sumber daya hutan yang memiliki keunggulan komparatif dan paling berkesinambungan dengan aspek sosial ekonomi masyarakat sekitar hutan. HHBK terbukti dapat memberikan dampak pada peningkatan penghasilan masyarakat sekitar hutan dan memberikan kontribusi yang berarti bagi penambahan devisa negara.

Dalam Rencana Strategis Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Tahun 2015-2019 sasaran pembangunan diantaranya yaitu memanfaatkan potensi sumber daya hutan dan lingkungan hutan secara lestari untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang berkeadilan, dengan indikator kinerja peningkatan kontribusi sumber daya hutan dan lingkungan. (Data Statistik, 2015)

Desa Lumpias merupakan satu diantaranya beberapa desa yang berbatasan dengan wilayah kawasan hutan KPHL unit VI Minahasa Utara, Manado, Bitung. Industri gula aren di desa tersebut merupakan kegiatan ekonomi produktif sebagian masyarakat secara turun temurun. Hal ini didukung oleh potensi tanaman aren yang tumbuh dikawasan hutan sekitarnya. Upaya peningkatan potensi gula aren sebagai komoditas HHBK yang penting tersebut terkendala oleh beberapa faktor diantaranya rendahnya kualitas produk karena sistem pengolahan masih tradisional, dilain pihak petani

produsen masih menggunakan sistem pemasaran tradisional secara pula juga.

Pemasaran produk merupakan masalah yang dihadapi oleh setiap industri tidak terkecuali industri besar apalagi industri skala rumah tangga. Oleh sebab itu aspek pemasaran produk gula aren menarik untuk dikaji sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat berdasarkan kendala-kendala yang ada pada setiap industri. Faktor-faktor tersebut menjadi kendala petani untuk memperoleh pendapatan yang memadai.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Kualitas produk gula aren menjadi isu sangat penting untuk menghadapi ketatnya persaingan pasar dilain pihak dukungan kelembagaan pemasaran memungkinkan petani produsen dapat mengakses pasar yang lebih luas.

Berdasarkan argumen tersebut maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- (1) Bagaimanakah pemasaran gula aren di Desa Lumpias.
- (2) Strategi apa yang dapat diterapkan dalam usaha pemasaran industri gula aren di Desa Lumpias.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

- (1) Mendeskripsikan pemasaran gula aren di Desa Lumpias .
- (2) Menganalisis strategi pemasaran gula aren di Desa Lumpias

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- (1) Bagi pengusaha industri gula aren penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan Pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik dimasa yang akan datang terutama

dalam strategi pemasaran yang di gunakan (Rencana pembentukan sentra Hasil hutan bukan kayu 2015)

(2) Bagi pihak lain penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **3.1 Tempat dan waktu**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lumpias pada bulan September 2017.

##### **3.2 Alat dan Bahan**

Alat dan bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah kamera digital, alat tulis menulis dan kuisioner.

##### **3.3 Teknik pengambilan sampel**

Sampel yang diambil secara sengaja (*purposive*) yaitu penentuan daerah sampel yang diambil secara sengaja. Pengumpulan data dilakukan pendekatan survei dengan mewawancara (interview) terhadap 6 responden produsen melalui pengisian kuisioner dengan pertanyaan terbuka. Responden tersebut dijumpai secara kontinue erbatas dan demikian juga berdasarkan hasil wawancara industri gula aren tidak banyak, hanya bersifat insidental sehingga dijumpai hanya berjumlah 6 responden produsen yang berprofesi sebagai petani pengusaha gula aren dalam wawancara tersebut, responden memberikan bobot dan rating terhadap faktor strategis pemasaran gula aren.

##### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

###### **(1) Data primer**

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari suatu kejadian, misalnya keterangan dari saksi mata, keputusan rapat, foto-foto, dan sebagainya (Nazir, M. 2003). Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuisioner kepada produsen pihak-pihak yang terlibat didalam pemasaran produk gula aren.

###### **(2) Data skunder**

Data sekunder dalam penelitian ini meliputi data dari aparat Desa keadaan umum lokasi data produksi dan penjualan gula aren..

##### **3.5 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan mengelolah dan menyajikan data yang diperoleh sehingga dapat memberikan keterangan yang jelas. Langkah-langkah analisis data yang di lakukan sebagai berikut:

(1) Analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara sistematis (Rangkuti, F. 2002)

(2) Matriks SWOT merupakan analisis yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran dengan memanfaatkan bauran pemasaran 4P (*product, Promotion, price, dan place*). (Umar, H. 2002).

(3) Menentukan bobot rating dan skor ditentukan tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dengan 1-4 1 tidak penting 4 sangat penting.

(4) Menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan kemudian dihitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan sehingga total total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100% dengan cara yang sama dihitung bobot relatif peluang dan ancaman.

(5) Menentukan rating analisis terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek nilai rating untuk variabel kekuatan di beri nilai 1-4 diberi nilai 1 kemungkinan indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dibandingkan pesaing utama diberi nilai 2 kalau indikator itu kinerjanya menurun sama dengan pesaing utama sedangkan di beri nilai 3 atau 4 indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama semakin tinggi nilainya artinya kinerja indikator tersebut tahun depan akan baik dibandingkan pesaing utama.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran umum Desa Lumpias**

##### **4.1.1 Kondisi Fisik Wilayah**

Desa Lumpias merupakan desa yang terletak paling ujung utara dalam wilayah Kecamatan Dimembe, jarak ke pusat Kecamatan sekitar 5 km atau sekitar 20 km dari pusat Ibukota Kabupaten Minahasa Utara. Desa Lumpias mempunyai luas wilayah mencapai 874 Ha dan terdiri dari 7 wilayah jaga, yang dibatasi oleh babaerapa wilayah antara lain.

Sebelah Utara : Desa Wangorer Kecamatan Likupang Selatan

Sebelah Timur : Desa Pinenek Kecamatan Likupang Barat

Sebelah Selatan : Desa Wasian Kecamatan Dimembe

Sebelah Barat : Desa Teep Kecamatan Talawan.

##### **4.1.2 Jumlah Penduduk**

Penduduk di Desa Lumpias sebanyak 1.467 jiwa dengan komposisi laki-laki sebanyak 732 jiwa dan perempuan sebanyak 734 jiwa. yang tersebar di (7) jaga itu merupakan aset yang berharga untuk pembangunan Desa Lumpias.

#### **4.2 Deskripsi Usaha pemasaran gula aren**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 6 responden produsen melalui pengisian kuisioner dengan pertanyaan terbuka pemasaran gula aren di Deasa Lumpias merupakan tradisi turun temurun dari keluarga sebelumnya sebagai mata pencaharian sehingga tradisi ini terus dilakukan dari generasi ke generasi. Lebih lanjut diketahui pemasaran pemasaran gula arena melalui (4P) diantaranya:

##### **(1) Produk**

Berdasarkan hasil wawancara para responden diketahui proses pengolahan gula aren setiap pohon mencapai 3 sampai 5 penyedapan dilakukan pada sore dan pagi hari menghasilkan 10 sampai 15 liter nira per hari. Proses produksi gula aren dilakukan dengan peralatan tradisonal, yaitu menggunakan kual, tungku kayu bakar. Proses produksi dimulai dari penyadapan pemasakan dan pencetakan lama pemasakan nira aren hingga dicetak selama 3 sampai 4 jam. Jumlah produk gula cetak yang dihasilkan rata-rata 20 kg per hari.

##### **(2). Harga**

Harga gula aren dari hasil wawancara penetapan harga untuk pemasaran gula aren petani (produsen) Rp 8.000 sampai Rp 9.000 per kg sedangkan pedagang pengumpul harga yang di jual di pasar rata-rata Rp. 10.000,- sampai Rp. 12.000,- per kg. Sedangkan konsumen akhir harga yang dijual Rp. 16.000,- sampai Rp. 17.500,- per kg.

#### (3) Promosi

Berdasarkan hasil wawancara sudah ada responden yang melakukan promosi diantara 6 responden ada 3 yang promosi produk lewat media sosial internet. Langkah awal yang perlu dilakukan dengan promosi adalah membuat produk gula aren yang dihasilkan oleh petani (responden) mudah dikenali oleh pihak yang dibutuhkan.

#### (4) Saluran distribusi

Berdasarkan hasil wawancara para responden saluran pemasaran saat ini sangat sederhana meliputi :

##### a Saluran Pemasaran I

Pada saluran 1 petani (produsen) menjual produk gula aren langsung kepada konsumen tanpa perantara. Proses penjualan petani hanya menunggu konsumen membeli ditempat, bahkan produsen yang langsung mendistribusikan produk gula aren kepada konsumen sesuai pesanan.

##### b Saluran Pemasaran II

Pada saluran II petani (produsen) menjual gula aren kepada pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul tersebut menjual langsung kepada konsumen.

### **4.3 Identifikasi Isu-Isu Lingkungan Strategis Pemasaran.**

Dari hasil wawancara dengan pengisian kuisioner para responden didapatkan terdapat isu-isu lingkungan strategis sebagai berikut :

(1) Lingkungan internal kekuatan dan kelemahan berasal dari dalam.

- a Ketersediaan tenaga kerja
- b Ketersediaan bahan baku
- c Kualitas produk
- d Saluran distribusi pendek
- e Alat produk yang bersifat tradisional
- f Proses produksi kurang higienis
- g Promosi belum optimal
- h Belum ada merek dan label

(2) Lingkungan eksternal peluang dan ancaman berasal dari luar

- a Perubahan jumlah penduduk
- b Perkembangan teknologi informasi
- c Adanya dukungan dari pemerintah
- d Bekerja sama dengan perusahaan makanan dan minuman
- e Munculnya produk sejenis dari daerah lain
- f Belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap produsen

### **4.4 Analisis Faktor Internal Dan Eksternal**

Faktor-faktor internal dan eksternal diperoleh dari wawancara dan hasil pengisian kuisioner tahap pertama yang merupakan identifikasi terhadap faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi keberhasilan pemasaran industri gula aren di Desa Lumpias.

#### **4.4.1 Faktor Internal**

Seuai dengan hasil wawancara dan pengisian kuisioner faktor inernal meliputi kekuatan dan kelemahan

**a Kekuatan**

➤ ketersediaan tenaga kerja

Dari hasil wawancara diketahui jumlah ketersediaan tenaga kerja merupakan faktor utama industri ini mengadakan industri rumah tangga untuk mengembangkan produk hasil hutan bukan kayu berupa gula aren. 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.

Tabel 1. Pengalaman tenaga kerja

No.	Pengalaman	Tenaga kerja
1 .	3 -5 tahun	5
2	6-8 tahun	9
3 .	10-15 tahun	4
<b>Jumlah Total</b>		<b>18</b>

Sumber : Data primer telah di olah 2017

Tabel 1 diatas menunjukkan jumlah pengalaman tenaga kerja terbanyak adalah 6 sampai dengan 8 tahun sedangkan jumlah pengalaman yang berikutnya adalah 3 sampai 5 tahun dan jumlah pengalaman paling sedikit adalah 10 sampai 15 tahun.

➤ Kualitas produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden gula aren merupakan kualitas produk gula aren menjadi isu sangat penting untuk menghadapi ketatnya persaingan pasar dilain pihak

dukungan kelembagan pemasaran memungkinkan petani produsen dapat mengakses pasar yang lebih luas. Selanjutnya kualitas produk untuk dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar hutan 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.

➤ ketersediaan bahan baku

Berdasarkan hasil wawancara ketersediaan bahan baku merupakan nira aren penderesan pada tangkai bunga aren dan bahan berupa akar rabet kapur metabisulfide (pengawet), setiap pohon mencapai 3 sampai 5 menghasilkan 10 sampai 15 liter nira per hari dengan dua kali penyadapan yaitu pada pagi dan sore hari, produk gula cetak yang dihasilkan rata-rata idelnya 20 kg per hari.

➤ Saluran distribusi pendek

Baerdasarkan hasil wawancara para responden saluran pemasaran yang dimanfaatkan oleh produsen terdiri dari 2 saluran diantaranya :

Pada saluran 1 petani (produsen) menjual produk gula aren kepada konsumen tanpa perantara konsumsen datang membeli ditempat sesuai pesanan.

Pada saluran II petani (produsen) menjual gula aren kepada pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul tersebut menjual langsung kepada konsumen.

**a Kelemahan**

➤ Alat produksi yang bersifat tradisonal

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden proses produksi gula aren tergantung pada tenaga manuaia karena teknologi yang

digunakan bersifat tradisional seperti alat cetak tempurung kelapa, Kualu, tungku tanah, kayu bakar, bambu, pengaduk, tangga, ember, papan pengalas, palu, dan plastic, maka produk yang dihasilkan sangat terbatas.

➤ Proses produksi kurang higienis

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden proses produksi kurang higienis seperti cara penyadapan dan proses memasak, letak pohon yang diolah berjauhan sehingga membutuhkan waktu lebih lama dengan demikian pengusaha gula aren kurang efisien karena teknologi yang digunakan dalam sistem produksi gula aren bersifat tradisional, menggunakan kayu bakar, tungku api dan kualu sehingga menjadi higienis.



Gambar 3 Alat Proses Pengolahan Gula Aren Kurang Higienis

➤ Promosi belum optimal

Berdasarkan hasil wawancara promosi belum optimal karena diantara 6 responden ada 3 yang belum melakukan promosi produk lewat media sosial sehingga informasi sangat kurang tidak diketahui oleh konsumen.

➤ Belum ada merek dan label produk

Berdasarkan hasil wawancara para responden gula aren yang diproduksi oleh konsumen belum ada merek dan label sehingga dapat mempengaruhi permintaan konsumen.

#### 4.4.2 Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal diperoleh dari wawancara dan hasil pengisian kuisioner tahap pertama yang merupakan identifikasi terhadap faktor peluang dan ancaman keberhasilan pemasaran industri gula aren

##### a Peluang

➤ perubahan jumlah penduduk

Berdasarkan hasil wawancara produk gula aren terbukti dapat memberikan dampak pada kegiatan ekonomi produktif sebagian masyarakat memnftkan produk tersebut memberikan kontribusi yang berarti bagi penambahan jumlah penduduk dan penambah devisa Negara.

➤ Adanya dukungan dari pemerintah

Berdasarkan hasil wawancara adanya dukungan dari pemerintah memberikan bantuan berupa dana melalui badan usaha milik desa (BUMDES), menyalurkan kepada industri pengusaha gula aren untuk menunjang jalannya kegiatan produksi gula aren.

➤ Bekerja sama dengan perusahaan makanan dan minuman

Berdasarkan hasil wawancara terhadap para responden membangun hubungan kerjasama dengan perusahaan makanan dan minuman yang bahan baku gula aren misalnya pabrik kecap, perusahaan kue tradisional kemudian melakukan kerjasama kemitran dengan toko-toko atau supermarket, hal ini penting untuk menjaga kelangsungan pemasaran produk gula aren.

➤ Perkembangan teknologi informasi

Berdasarkan hasil wawancara terhadap para responden petani pengusaha gula aren memperluas jaringan pemasaran dengan

memanfaatkan perkembangan teknologi informasi melalui internet sehingga mudah dikenali dengan produk yang diperkenalkan melalui media promosi memanfaatkan internet merupakan media yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas kepada konsumen.

**b Ancaman**

➤ Munculnya produk sejenis dari daerah lain.  
 Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden munculnya produk sejenis dari daerah lain Saat ini yang beredar dipasar adalah gula aren cetak produk yang sejenis Semakin banyak yang beredar dipasar dapat mempengaruhi terhadap produk gula aren yang dipasarkan oleh produsen kepada konsumen.

➤ Belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap produsen  
 Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden selama ini belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah mialnya pembinaan, pelatihan terpadu baik pelatihan internal dari instansi terkait mendatangkan pakar dari luar atau lingkungan akademis kepada industri gula aren sehingga dapat mengancam pada produk tersebut sangat menurun

**4.5 Analisis Penentuan Alternatif Strategi**

(1) Internal Faktor Evaluation Matris (Matriks IFE)

Analisis faktor-faktor strategis kekuatan dan kelemahan menampilkan Jumlah, bobot, rating, bobot x rating dan skor.

Tabel 2. Anlisis penentuan strategis faktor-faktor Internal Industri Gua Aren di Deasa Lumpias.

Faktor Internal			
No	Kekuatan (Strenghts)	Jumlah Bobot Ranting	Bobot x Ranting
<b>1. Ketersediaan tenaga kerja</b>			
		16	0.13
			3
			0,39
<b>2. Ketersediaan bahan baku</b>			
		22	0,18
			4
			0,72
<b>3. produk yang berkualitas</b>			
		19	0,15
			4
			0,60
<b>4. Saluran distribusi Pendek</b>			
		16	0,14
			3
			0,42
<b>Total Skor Terbobot</b>			
<b>2,13</b>			
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
<b>1. Alat produksi yang bersifat tradisonal</b>			
		15	0,12
			2
			0,24
<b>2. Proses produksi kurang higienis</b>			
		12	0,10
			2
			0,20
<b>3. Promosi belum optimal</b>			
		8	0.06
			2
			0,12
<b>4. Belum ada merek dan label produk</b>			
		12	0,10
			2
			0,20



<b>Total Skor Terbobot</b>	<b>120</b>	<b>1,00</b>	<b>0,76</b>
<b>Total</b>			<b>2,89</b>

Sumber: Data primer telah di olah 2017

Dari tabel 2 tersebut diatas diketahui skor tertinggi pada faktor kekuatan merupakan ketersediaan bahan baku dengan skor tertinggi sebesar 0,72 skor terendah pada faktor kekuatan adalah ketersediaan tenaga kerja 0,39. Sedangkan pada faktor kelemahan skor tertinggi adalah alat produk yang bersifat tradisonal sebesar 0,24 skor terendah adalah promosi belum optimal sebesar 0,12 oleh sebab itu jumlah skor untuk kekuat 2,13 sedangkan jumlah skor untuk kelemahan 0,76.

Total skor matrik IFE sebesar 2,89, sehingga dinilai kondisi internal pemasaran industri gula aren berada pada daerah rata-rata, yang berarti kekuatan yang dimiliki industri gula aren dapat mengatasi kelemahan dengan cukup baik.

### (3) Eksternal Faktor Evaluation Matris ( EFE)

Faktor-faktor strategis eksternal ke dalam kategori-kategori yang diterima secara umum mengenai peluang dan ancaman, dari jumlah, bobot, rating, dan skor.

Tabel 3. Eksternal Faktor-Faktor Eksternal Industri Gula Aren di Desa Lumpias

Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot		
Rating	Bobot x Rating			
No	Peluang ( <i>Opportunity</i> )			
1.	perubahan jumlah penduduk	17	0,17	3
0,51	2. Perkembangan teknologi informasi	15	0,15	2
0,30	3. Adanya dukungan			

dari pemerintah	22	0,22	4	
0,88	4. Bekerja sama dengan perusahaan ma Perushan makanan dan minuman	17	0,18	3
				0,54

**Total skor terbobot**  
**2,23**

No. Ancaman (*Threats*)

#### 1. Munculnya produk sejenis

Dari daerah lain	14	0,15	2
			0,30

#### 2. Belum adanya kebijakan

khusus dari pemerintah terhadap produsen	13	0,13	2
			0,26

**Total Skor Terbobot**      **98**      **1,00**  
**0,56**

**Total**      **2,79**

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2017

Dari tabel 3 diatas diketahui skor tertinggi pada peluang adalah adanya dukungan dari pemerintah sebesar 0,88 skor terendah pada peluang adalah perkembangan teknologi informasi sebesar 0,30. Sedangkan skor tertinggi pada ancaman adalah munculnya produk sejenis dari daerah lain sebesar 0,30 skor terendah pada ancaman adalah belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap produsen sebesar 0,26 oleh sebab itu jumlah skor untuk peluang 2,23 sedangkan jumlah skor untuk ancaman 0,56.

Total skor pada pada matris EFE sebesar 2,79. hal ini menunjukkan kondisi industri gula aren berada pada daerah sedang, yaitu industri gula aren

cukup baik dalam merespon peluang dan meminimalisasi ancaman.

(4) Internal Eksternal Matriks (IE)

Berdasarkan analisis yang dilakukan sebelumnya total yang dibobot pada Matrik IFE sebesar 2.89 yang artinya indutri gula aren mempunyai posisi internal yang rata-rata, hal ini berarti bahwa kekuatan yang dimiliki indutri gula

aren dapat mengatasi kelemahan dengan cukup baik. Sedangkan pada Matrik EFE skor totalnya sebesar 2,79 yang menunjukkan industri gula aren mempunyai posisi eksternal yang sedang hal ini berarti industri gula aren cukup baik dalam merespon peluang dan meminimalisasi ancaman.

Tabel 4 Total Skor Matriks internal Eksternal (IFE) Pemasaran Gula Aren Di Desa Lumpias

	Kuat (3,0 – 4,0)	Rata-rata 2,0 – 2,9)	Lemah (1,0 – 1,9)
Tinggi 3,0-4,0	I Grow and Build	II Grow and Build	III Hold and Maintain
Sedang 2,0-2,9	IV Grow and Build	V Hold and Maintain	VI Harvest and Divestiture
Rendah 1,0-1,9	VII Hold and maintain	VIII Harvest and Divestiture	IX Harvest and Divestiture

Sumber: Data Primer Telah diolah 2017

Dari tabel 4 diatas menunjukkan bahwa strategi pemasaran gula aren di Desa Lumpias berada pada Sel V *hold and maintain* artinya pemasaran gula aren di Desa Lumpias memiliki kekuatan dan peluang untuk terus dipertahankan dan dipelihara melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Tabel 5. Merumuskan Strategis Pemasaran Gula Aren di Deasa Lumpias

Faktor Internal	Strenghts (S)	Weaknesses (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersedian tenaga kerja</li> <li>2. Ketersedian bahan baku</li> <li>3. Produk yang berkualitas</li> <li>4. Saluran distribusi pendek</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alat produk yang bersifat manual</li> <li>2. Proses produksi kurang higienis</li> <li>3. Promosi belum optimal</li> </ol>

Faktor Eksternal		4. Belum ada merek dan label produk
<b>Opportunities (O)</b> 1. Perubahan jumlah penduduk 2. Perkembangan teknologi 3. Adanya dukungan dari pemerintah 4. Kerjasama kemitraan dengan perusahaan makanan	<b>Strategi S-O</b> 1. Membangun dan meningkatkan kerja sama kemitraan usaha 2. Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi	<b>Strategi W-O</b> 1. Melakukan promosi melalui internet
<b>Threats (T)</b> 1. Munculnya produk sejenis dari daerah lain 2. Belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap konsumen	<b>Strategi S-T</b> 1. Mempertahakan dan melakukan peningkatan kualitas produk	<b>Strategi W-T</b> 1. Membuat merek dan label produk gula aren dengan produk lain 2. Melakukan saluran pemasaran dengan konsumen

Sumber: Data Primer Telah Di Olah 2017

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran gula aren yang ditreapkan

(1) Strategi pemasaran gula aren diterapkan melalui proses pengolahan gula aren setiap pohon 3 sampai 5 menghasilkan 10 sampai 15 liter rata-rata 20 kg nira aren per hari. Sedangkan kendala yang dihadapi produsen pada tahap produksi diantaranya peralatan yang masih tradisonal ketersediaan kayu bakar serta aksesibilitas tempat pengolahan dengan pemukiman yang tergolong jalan setapak yang dapat di akses dengan jalan kaki atau menggunakan roda 2 sepeda motor. Saluran pemasara saat ini sangat

sederhana yaitu salura I produsen–konsumen Saluran II produsen-pedangang pengumpul-Konsumen

(2) Strategi pemasaran gula aren berda pada sel *V hold and maintain* artinya pemasaran gula aren di Desa Lumpias memiliki kekuatan dan peluang untuk terus dipertahankan dan dipelihara melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk. Selanjutnya dalam pengembangan pemasaran dengan strategi sebagai berikut: (1) strategi membangun dan meningkatkan kerja sama kemitran usaha dan memperluas jariaden pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi (2) strategi meningkatkan kemampuan lawat internet (3) strategi mempertahankan dan melakukan peningkatan kualitas produk

pada sel V (*hold and Maintain*) berdasarkan hasil

## 5.2 Saran

- (1) Diperlukan agar peran pemerintah daerah khususnya dinas yang terkait perlu mendatangkan pakar/ahli dari luar atau didalam lingkungan, melalui pelatihan terpadu baik pelatihan internal dari instansi terkait agar kedepannya petani industri gula gula aren lebih berkembang sehingga bisa bersaing dengan gula aren didaerah lain.
- (2) Perlu diupayakan berdirinya lembaga swadaya masyarakat seperti Koperasi Unit Desa (KUD), yang dapat membantu pemasaran gula aren.

kabupaten minahasa utara provinsi  
sulawesi utara

Rangkuti, F. 2002. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Pt Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sigit. 2001. Pengantar Metodologi Penelitian Sosial – Bisnis – Manajemen Cetakan Kedua. Penerbit Bpfe Ust, Yogyakarta

Umar, H. 2002. Strategic Management In Action. Pt Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

David, F. R. 2004. Manajemen Strategis Konsep-Konsep. Terjemahan. Pt. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta

Data Statistik, 2015. Rencana Pembentukan Sentra Hasil Hutan Bukan Kayu di Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara.

Nazir, M. 2003. Metode Penelitian Ghalia Indonesia. Jakarta.

Rencana pembentukan sentra Hasil hutan bukan kayu (hhbk) 2015. Gula aren di