



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA AREN DI
DESA PARTIMBALAN KABUPATEN SIMALUNGUN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**NOVITA SARAGIH
NIM. 17 402 00074**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA AREN DI
DESA PARTIMBALAN KABUPATEN SIMALUNGUN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh

**NOVITA SARAGIH
NIM. 17 402 00074**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.
NIP.19890505 201903 2 008**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NOVITA SARAGIH**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, 13 Januari 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NOVITA SARAGIH** yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, SP.d., M.M.
NIP: 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Sry Lestari, M.E.I.
NIP. 19890505 201903 2 008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Saragih
NIM : 17 402 00074
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Produk Gula Area Di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 13 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,


Novita Saragih

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Novita Saragih**
NIM : 17 402 00074
Program Studi : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Strategi Pemasaran Produk Gula Aren Di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal : 13 Januari 2023
Yang menyatakan,



Novita Saragih
NIM: 17 402 00074



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : NOVITA SARAGIH
NIM : 17 402 00074
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa
Partimbalan Kabupaten Simalungun

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Sekretaris

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19860327 201903 2 012

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19860327 201903 2 012

H. Aswadi Lubis, M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Ananda Anugrah Nasution, M.Si
NIP. 19911017 202012 1 008

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 14 Maret 2023
Pukul : 14.00 WIB – 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 70 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA AREN DI
DESA PARTIMBALAN KABUPATEN SIMALUNGUN**

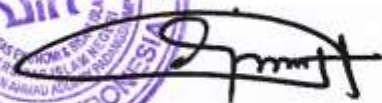
NAMA : NOVITA SARAGIH
NIM : 17 402 00074

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 25 Agustus 2023

Dekan




Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Novita Saragih
NIM : 17 402 00074
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

Aren adalah salah satu keluarga palma yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan dapat tumbuh subur di daerah tropis termasuk Indonesia. Tanaman aren bisa tumbuh disegala macam kondisi tanah berlempung, berkapur maupun berpasir. Gula aren menjadi salah satu konsumsi favorit dari masyarakat Indonesia, karena memiliki berbagai manfaat salah satunya untuk kesehatan seperti baik untuk penderita diabetes, pencegah anemia serta digunakan sebagai pemanis alami dalam pembuatan berbagai jenis makanan dan minuman. Salah satu daerah pembuat gula aren adalah Desa Partimbalan. Pembuatan gula aren dijadikan sebagai alat meningkatkan pendapatan keluarga. Namun permasalahannya adalah strategi pemasaran yang dilakukan masih minim. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan dan untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan strategi pemasaran produk gula aren, sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang membahas tentang pengertian strategi, pemasaran dan analisis SWOT produk gula aren.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian adalah penyadap pohon aren 10 orang, pengrajin gula aren 14 orang dan agen 2 orang. Teknik pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Sementara teknik analisis datanya meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan masih sangat minim dikarenakan masyarakatnya masih belum paham mengenai strategi pemasaran yang tepat dan masih terkendala tentang pemahaman dalam mempromosikan produk gula aren yang dihasilkan. Dari hasil identifikasi analisis situasi lingkungan faktor eksternal dan internal strategi pemasaran produk gula aren ini memiliki peluang dan sudah layak untuk dikembangkan dan bersaing sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi untuk peningkatan yang lebih besar dalam meraih penjualan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun tetapi di pihak lain para pengrajin gula aren menghadapi kendala internal. Strategi ini fokus pada strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang maksimal untuk peluang yang dimiliki.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, dan Analisis SWOT.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor

Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah. Serta seluruh civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik Peneliti sendiri yang selalu memberikan dukungan, waktu dan ilmu dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, S.H.I., M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, S.S., S.Ag., M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Teristimewa saya ucapkan terimakasih kepada Orang tua tercinta Ayahanda Ramlan Saragih dan Ibunda Almh. Aspah Rangkuti yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah para putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan terkhusus kepada Almh. Ibunda semoga Allah terangi kuburnya serta diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
9. Serta kepada saudari kandung saya, Kakak Pertama Nurhalimah Saragih dan Abang ipar Ilham Sinaga, dan Kakak Kedua Sinta Sari Saragih S.Pd. dan abang ipar Muhamad Torang Lubis, yang telah memberikan bantuan moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT. Serta keponakan saya Rifa'i

Sinaga, Azka Al bukhori Sinaga, Atifah Zalfa Syabrina Lubis, serta Elfariza Humairah Lubis yang telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi. Serta seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan bantuan moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

10. Terkhusus untuk sahabatku HALBAN Kost, Nurliana Hasibuan, Juni Alan Tambunan, Nurhikma Rizki Siregar, Afrilia Santi Siregar, dan Huslaili Habibah Harahap. Tak lupa pula kepada Bapak Syafrilianto M.pd dan Ibu Sri Wulandari Am.Keb. yang telah membimbing dan memantau peneliti selama berkost, Adik Najma Aisyah dan Mauza Khodijah, Ibu Tompul, serta teman-teman di lingkungan sekitar kost belakang Pascasarjana yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Kepada Pangulu Nagori Partimbangan dan pengrajin gula aren yang telah memberi izin dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian serta membantu dan meluangkan waktunya untuk melakukan penelitian bagi peneliti.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan di Program Studi Ekonomi Syariah MB2 Mahasiswa Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

13. Teman-teman KKL-DR di Desa Sampean Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan dan tak lupa pula teman-teman Magang Mandiri di Desa Bandar Pasir Mandoge Kabupaten Asahan, terima kasih atas kerjasama serta berbagi ilmu dalam kelompok selama kegiatan berlangsung.
14. Terima kasih kepada Abanganda Hasrul Siregar, S.Pd. serta Kakanda Sarifah Nasution, S.E. selaku senior sekaligus pemilik Wafiqnet yang membantu dalam percetakan dan memberi masukan serta saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekuarangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wa'alaikumussalam warahmatullahi wabarakatuh

Padangsidempuan, Januari 2023
Peneliti,

Novita Saragih
NIM. 17 402 00074

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
هـ	ha	H	Ha
ء	hamza h	.. ' ..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
.....وْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...أ...إ...ي..	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

...ى..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

١. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan daftar transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri

dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Batasan Istilah	11
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Kegunaan Penelitian.....	13
G. Sistematika Pembahasan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	16
1. Strategi	16
a. Pengertian Strategi	16
b. Proses Menciptakan dan Memilih Strategi.....	17
c. Perumusan Strategi.....	18
2. Pemasaran.....	18
a. Pengertian Pemasaran	18
b. Manajemen Pemasaran.....	20
c. Tujuan Pemasaran	21
d. Bauran Pemasaran.....	21
e. Konsep Inti Pemasaran.....	25
f. Pemasaran Syariah	26
g. Etika Dalam Pemasaran Syariah	28
3. Produk Gula Aren.....	31
a. Pengertian Produk	31
b. Jenis Produk	32
c. Tingkatan Produk	34
d. Gula Aren	34
4. Analisis SWOT	35

a.	Pengertian Analisis SWOT	37
b.	Faktor-faktor Analisis SWOT	38
c.	Tujuan Analisis SWOT	38
d.	Manfaat Analisis SWOT	39
e.	Matriks Analisis SWOT	40
5.	Desa Partimbalan.....	42
a.	Sejarah Desa Partimbalan.....	42
b.	Letak Geografis	42
6.	Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan ...	43
B.	Penelitian Terdahulu	45

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Lokasi dan Waktu Penelitian	55
B.	Jenis Penelitian.....	55
C.	Subjek Penelitian.....	55
D.	Sumber Data Penelitian.....	56
E.	Instrumen Pengumpulan Data.....	57
F.	Teknik Analisis data.....	59
G.	Teknik Pengecekan Keabsahan Data	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
1.	Kondisi Geografis dan Batas Wilayah.....	62
2.	Keadaan Ekonomi.....	63
B.	Deskripsi Data Penelitian.....	64
1.	Triangulasi Sumber.....	64
2.	Triangulasi Metode.....	68
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	70
1.	Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.....	70
2.	Kendala yang Dihadapi Oleh Pengrajin Gula Aren Dalam Memasarkan Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.....	75
3.	Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun	76
D.	Keterbatasan Penelitian.....	82

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	84
B.	Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TabellI.1 Matrik SWOT	40
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu	45
Tabel IV.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan	63
Tabel IV.2 Matrik Analisis SWOT	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Gambar Bagan Matrik SWOT	37
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aren adalah salah satu keluarga palma yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan dapat tumbuh subur di daerah tropis termasuk Indonesia. Tanaman aren bisa tumbuh pada segala macam kondisi tanah berlempung, berkapur maupun berpasir. Namun, pohon aren tidak tahan pada tanah yang kadar asamnya terlalu tinggi. Di Indonesia, tanaman aren dapat tumbuh dan berproduksi secara optimal pada tanah yang memiliki ketinggian 1200 meter diatas permukaan laut.¹

Pohon aren dapat tumbuh tanpa butuh perawatan khusus, menjadikan masyarakat dapat memanfaatkan dan mengelolanya untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan. Banyak yang dapat dimanfaatkan dari pohon aren seperti air nira yang dapat diproduksi menjadi gula aren, ijuk yang dapat dijadikan sapu, dan kolang kaling yang dapat dijadikan makanan yang berkhasiat. Itu semua merupakan salah satu bentuk dari industri kecil yang ada dipedesaan.²

Gula aren merupakan salah satu olahan makanan bersumber dari hasil pengolahan air nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon aren. Pengolahan nira hingga menjadi gula aren melalui perebusan hingga nira berubah menjadi cairan kental dan berwarna pekat. Bentuk, warna dan rasanya mirip dengan gula sawit yang membedakan hanya bahan baku dan teksturnya. Gula aren yang berasal dari air nira pohon aren ini lebih disukai oleh konsumen

¹Agus Dwi Atmoko, "Analisa Pengembangan Produk Gula Aren di Kabupaten Purworejo" dalam *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* Vol.6 No.1 , 2017, hlm.15.

² Novita Wongkar, dkk, "Strategi Pengembangan Agrobisnis Gula Aren di Desa Tondei 1", dalam *Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat* Vol. 13, No.3A, 20171, hlm. 216.

dibandingkan produk gula lainnya. Gula aren merupakan salah satu jenis gula alami yang dibuat menggunakan bahan alami dari air nira. Gula aren menjadi salah satu konsumsi favorit dari masyarakat Indonesia, karena memiliki berbagai manfaat salah satunya untuk kesehatan serta digunakan sebagai pemanis alami dalam pembuatan berbagai jenis makanan dan minuman.

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 aren ekspor ke beberapa negara di dunia. Maka sangat memungkinkan produk gula aren yang berasal dari Indonesia termasuk gula aren dari desa Partimbalan dapat di ekspor ke beberapa negara di dunia.

Salah satu daerah yang banyak membuat gula aren adalah Desa Partimbalan. Pembuatan gula aren ini dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Strategi yang dilakukan masyarakat desa Partimbalan dalam memasarkan produk gula aren adalah memasarkan pada penjual makanan, minuman, kewartung-warung kecil ataupun ke beberapa grosir terdekat serta menjual kepada agen yang datang membeli ke rumah.

Gula yang dihasilkan dari pengolahan gula aren sangat membantu dalam menambah penghasilan masyarakat. Selama ini industri gula aren dijadikan sebagai alat untuk menambah pendapatan atau penghasilan masyarakat desa Partimbalan. Mereka tidak mengharapkan terlalu banyak dari industri gula aren tersebut dengan pertimbangan bahwa penghasilan gula aren yang tidak menentu.

Sudah diketahui bersama bahwa bidang pemasaran memiliki peranan penting dalam sebuah usaha, semakin luas pemasaran yang dilakukan menjadi dikenal oleh masyarakat dan akan berdampak pada keuntungan yang diperoleh suatu usaha. Diperlukan strategi pemasaran yang baik dan jitu. Untuk melakukan hal ini pihak yang memiliki usaha telah melakukan berbagai cara dalam memasarkan usaha dagangannya tersebut.

Pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.³ Mendirikan usaha tidak lepas dari kendala yang muncul di sekitar usaha, maka dari itu diperlukan sebuah strategi maupun promosi penjualan. Dengan adanya promosi penjualan yang baik, maka akan menjamin kelancaran pada aktivitas penjualan. Karena dengan melakukan promosi produk secara terus menerus maka akan berdampak pada peningkatan penjualan.

Yang menjadi kendala masyarakat pengrajin gula aren adalah sistem pemasaran, bahkan dapat dikatakan sistem pemasaran yang dilakukan masih sangat minim dan kurang maksimal dalam melakukan pemasaran. Akibatnya produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun ini kurang dikenal oleh pembeli dari luar daerah sehingga volume penjualan produk gula aren belum memuaskan. Selain itu karena adanya produk gula kelapa sawit dengan

³Zulki Zulkifli, *Manajemen Pemasaran* (Deepublish: Bandung, 2010), hlm. 2.

perbandingan harga yang lebih murah maka pembeli lebih memilih gula kelapa sawit.

Menurut Ibu Tukini mengatakan bahwa “terkadang pemasaran gula aren lancar terkadang macet dan pembeli menawar dengan harga rendah. Pemasaran yang dilakukan hanya kepada agen-agen yang datang ke kampung dan menawarkan kepada grosir-grosir terdekat. Jika tidak ada, maka gula aren macet dan tertimbun”⁴.

Menurut Ibu Nurhalimah mengatakan bahwa “kalau saya pemasarannya hanya di kampung-kampung ini saja dan menawarkan kepada orang yang datang ke kampung ini. Saya pasarkan tapi orang kurang daya belinya, karena adanya gula sawit. Karena gula sawit lebih murah harganya dibandingkan gula aren, jadi orang cenderung ke gula sawit”⁵.

Menurut Ibu Ermi Nasution mengatakan bahwa “Saya hanya memasarkan gula aren ke agen-agen, terkadang ke grosir atau kedai kecil selebihnya menunggu pembeli yang datang, tidak melakukan promosi ataupun pemasaran. Kendalanya bersaing sama gula sawit karena gula aren lebih mahal. Orang-orang lebih suka gula sawit lebih murah dibanding gula aren lebih mahal.”⁶

Menurut bapak Ilham mengatakan bahwa” hasil produksi gula aren saya perharinya kurang lebih 10kg, tapi kalo untuk pemasaran di wilayah desa saya itu daya beli kurang. Nanti itu datang agen-agen dari luar untuk membeli gula

⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Tukini, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 1 Februari 2022 Pukul 14.30 WIB.

⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Nurhalimah, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, Selasa 08 Maret 2022 Pukul 16.40 WIB.

⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Ermi, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, Senin 07 Maret 2022 Pukul 16.00 WIB.

aren. Cuma pembelian tidak terjadi tiap hari, satu bulan sekali bahkan dua bulan sekali. Jadi untuk pemasaran gula disini relatif minim. Kalo saya sebagai pengrajin untuk pendapatan penghasilan saya kurang memuaskan karena terhambatnya pemasaran itu jadi kurang lancar”.⁷

Sistem pemasaran sangat dibutuhkan agar pemasaran gula aren tersebut tidak macet. Selama ini masyarakat hanya menjual kepada konsumen yang datang ke lokasi produksi saja tanpa memasarkannya ke luar. Untuk itu agar gula aren tersebut terjual dengan cepat maka perlu dilakukan strategi pemasaran. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk adalah penggunaan bauran pemasaran (*Marketing mix*).

Dalam dunia industri, sangat perlu menerapkan sistem pemasaran, terutama industri kecil seperti industri rumah tangga agar volume penjualan terus meningkat. Selain itu pemasaran juga diperlukan agar suatu usaha memperoleh laba yang maksimal. Laba yang maksimal dapat diperoleh tergantung pada kesuksesan dalam sistem pemasaran. Dengan tujuan untuk menarik minat konsumen akan produk tersebut sehingga produk atau jasa dapat terjual dengan sendirinya serta produsen juga bisa merasakan keuntungan dari produk atau jasa tersebut.

Strategi pemasaran yang baik harus dibangun atas dasar pemahaman bisnis yang kuat dalam dinamika pasar, dikombinasikan dengan pemahaman kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*), pesaing, *skillshuman capital*, pemasok baik kedalam maupun keluar. Tidak hanya itu, tetapi kemampuan untuk memvariasi

⁷Hasil wawancara dengan Bapak Ilham, Pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, Senin 28 Februari 2022 Pukul 09.00 WIB.

marketing mix, segmentation, targeting dan *positioning* akan sangat membantu memenangkan persaingan bisnis.

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi pemasaran produk gula aren yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini adalah Meliana dengan judul, strategi pemasaran usaha kecil menengah gula merah aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran gula merah aren yang dilakukan tentunya memberikan dampak bagi peningkatan penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Pemasaran yang awalnya dirumah saja atau dari mulut ke mulut. Namun seiring berjalan waktu, usaha gula merah aren semakin dikenal oleh banyak orang sehingga beberapa pengepul yang masuk dan kemudian membeli atau membawa gula merah aren tersebut ke beberapa daerah.⁸

Dalam jurnal Evy Maharani dan Yeni Kusumawaty yang berjudul Strategi Pemasaran Gula Semut di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau, mengatakan bahwa:

Strategi produk gula semut telah dilakukan melalui atribut yang ditampilkan pada kemasan yaitu label halal, nomor izin Depkes, manfaat produk, serta daerah asal pembuatan. Daya tahan diperkirakan selama setahun yang cukup menunjang pemasaran. Strategi pemasaran gula semut yang direkomendasikan adalah mempertahankan label dan merek serta memperkenalkan kemasyarakat umum sehingga produk diminati konsumen baik didalam maupun diluar kabupaten, membina pengrajin gula agar tidak membuat tuak untuk menjaga kontinuitas produksi gula, menetapkan harga sesuai dengan biaya produksi dengan mempertimbangkan daya beli konsumen, mempertahankan standar kesehatan, melakukan kegiatan promosi sebagai wadah pengenalan produk sehingga lebih dikenal.⁹

⁸Meliana , Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara” (IAIN Palopo: Skripsi 2020), hlm.58.

⁹ Evy Maharani dan Yeni Kusumawaty, “Strategi Pemasaran Gula Semut di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau”, *dalam Jurnal Masepi* Vol.2, No.1, 2018, hlm.130.

Dalam jurnal Andhy Saputra dkk, yang berjudul Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli mengatakan bahwa :

Dalam hal pemasaran, pemerintah lebih sering mengikutsertakan para pengusaha dalam event-event tertentu sehingga gula aren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli di kenal oleh masyarakat luas. Dalam hal permodalan, pemerintah bisa memberikan bantuan dalam bentuk hibah/pinjaman lunak kepada para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Melakukan inovasi dalam segi pengemasan yang lebih modern. Serta meningkatkan kegiatan promosi-promosi yang lebih banyak seperti melalui media massa.¹⁰

Dalam jurnal Srinita Wulandari dkk, yang berjudul Strategi Pemasaran Gula Semut Kelompok Wanita Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar mengatakan bahwa:

Strategi pemasaran usaha pembuatan gula semut aren pada kelompok wanita Kelompok Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kabupaten Polewali Mandar menerapkan beberapa strategi pemasaran pada usaha gula semut aren dengan melakukan suatu analisis yang disebut analisis SWOT, dengan mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis. Analisis SWOT yang digunakan dengan tepat dalam suatu usaha menunjukkan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan dengan baik, utamanya dengan mengembangkan faktor-faktor pendukung dan memanfaatkan peluang menjadi sebuah kekuatan yang efektif yang bisa diandalkan sekaligus mengatasi suatu ancaman dan meminimalkan kelemahan dalam usaha tersebut.¹¹

Dalam Skripsi Ahmadi, yang berjudul Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM Di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat mengatakan bahwa:

Adapun strategi yang diterapkan dalam usaha gula aren yaitu: strategi produksi, strategi pemasaran, strategi promosi, strategi sumber daya

¹⁰ Andhy Saputra dkk, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli" dalam *jurnal Economy Deposit* Vol,2 No.2, 2020, hlm. 36-37.

¹¹Srinita Wulandari dkk, "Strategi Pemasaran Gula Semut Kelompok Wanita Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar", dalam *jurnal Peguruang coference Series* Vol.2 No.1, 2020, hlm. 147.

manusia (SDM) serta fungsional lainnya berkaitan dengan pihak luar seperti *supplier*, konsultan, agen dan sebagainya dengan memerhatikan transparansi, kejujuran, dan keterbukaan. Strategi fungsional ini memfokuskan pada kegiatan fungsional perusahaan yang mengacu pada isu-isu seperti struktur modal yang diinginkan perusahaan, kebijakan investasi, kebijakan utang dan modal kerja.¹²

Dalam jurnal Lenny Herawati dkk, dengan judul Identifikasi Permasalahan Penjualan Dengan Metode SWOT Pada UKM Gula Merah mengatakan bahwa:

Dari hasil identifikasi dapat diketahui bahwa UKM pada saat ini berada di posisi dimana merupakan keadaan yang tidak menguntungkan, UKM memerlukan perbaikan-perbaikan baik faktor internal maupun eksternal. UKM menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Oleh karena itu, akan dilakukan perbaikan pada kekuatan dan peluang terutama indikator yang memiliki upaya untuk dapat diperbaiki.¹³

Dalam jurnal Roni Saeful Hidayat dkk, dengan judul Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (*Arenga Pinnata*) mengatakan bahwa:

Dalam pemasaran gula aren di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes terdapat dua saluran pemasaran. Dalam hal ini pengrajin dapat dikatakan beruntung dalam pembuatan gula aren karena pengrajin tidak perlu membeli bahan bakunya yaitu nira aren karena pohon sendiri. Dalam rangka memperlancar arus komoditi gula aren dan mempertinggi kegunaan hasil pengolahan yaitu kegunaan tempat, waktu, bentuk dan kegunaan kepemilikan maka kehadiran lembaga pemasaran sangat dibutuhkan guna melaksanakan fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran itu antara lain fungsi pertukaran, fungsi pengadaan secara fisik dan fungsi pelancar.¹⁴

Dalam jurnal Firdaus Hendry Prabowo Yudho yang berjudul Peningkatan Mutu dan Pemasaran Gula Aren mengatakan bahwa:

¹² Ahmadi, "Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat" (UIN Mataram: Skripsi 2020), hlm. 77.

¹³ Lenny Herawati, "Identifikasi Permasalahan Penjualan Dengan Metode SWOT Pada UKM Gula Merah" dalam *jurnal Teknologi dan Manajemen Industri* Vol.6 No.1, 2020, hlm. 20.

¹⁴ Roni Saeful Hidayat, "Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (*Arenga Pinnata*)" dalam *jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* Vol.2 No.2, 2016, hlm. 121-123.

Inovasi dalam tahap pemasaran yang telah dilaksanakan yakni meliputi kegiatan digitalisasi marketing, dengan cara memperkenalkan produk secara digital online kepada khalayak dunia maya, di samping pemasaran secara fisik di beberapa tempat yang sering dikunjungi masyarakat. Hal ini dipandang jauh lebih efisien dalam memasarkan produk gula aren karena dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, dengan target yang lebih variatif.¹⁵

Dalam Jurnal Karmiati dkk, dengan judul Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu di Kabupaten Kudus mengatakan bahwa:

Alternatif pengembangan produk inovasi dan diversifikasi produk merupakan alternatif paling prioritas diantara semua alternatif strategi pengembangan agroindustri gula tumbu di Kabupaten Kudus. Diharapkan strategi ini mampu menjawab tantangan untuk mengembangkan inovasi produk atau diversifikasi produk tidak hanya gula cetak, dapat dikembangkan menjadi gula semut atau gula tumbu cair dengan produk yang memenuhi standar mutu, sentuhan teknologi pada sistem produksi, pengemasan dan media promosi yang efektif dan efisien, maka diharapkan dampak ekonomis dapat dirasakan oleh pengrajin gula tumbu dan secara umum berdampak pada peningkatan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat Kabupaten Kudus.¹⁶

Karena banyaknya pengrajin gula aren dan masing-masing membuat gula aren secara tradisional, masing-masing pengrajin pada umumnya bersifat statis, tidak timbul ide untuk meningkatkan mutu produksi. Maka hasil produksi gulanya berbeda-beda antara pengrajin satu dengan yang lainnya. Bahkan hasil produksi satu orang yang sama bisa berbeda antara hasil produksi suatu hari dengan hari berikutnya. Karena sifatnya tradisional, para pengrajin belum timbul pemikiran untuk mencari pasar alternatif yang membeli hasil produksi gulanya lebih mahal daripada harga yang diterapkan oleh pedagang pengepul.

¹⁵ Firdaus Hendry Prabowo Yudho, "Peningkatan Mutu dan Pemasaran Gula Aren" dalam *jurnal Of Empowerment* Vol.2 No.1, 2021, hlm.159.

¹⁶ Karmiati dkk, "Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu Di Kabupaten Kudus" dalam *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah* Vol.14 No.1, 2016, hlm.32.

Disamping itu karena adanya beberapa pengrajin gula aren yang memproduksi gula aren dengan menggunakan bahan campuran, maka membuat pembeli terkadang menjadi ragu akan keaslian produk gula aren yang diproduksi pengrajin lainnya. Akibatnya kualitas produk gula aren yang diproduksi pengrajin di Desa Partimbalan dianggap kurang baik di pandangan pembeli.

Dalam hal pemasaran, hampir semua pengrajin tidak mengetahui jalur pemasaran yang efektif serta tidak memperluas jaringan pemasaran. Hingga saat ini belum ada koperasi atau kelompok pengrajin yang bertujuan untuk mencari alternatif pasar lain. Jalan untuk menjual hasil produksinya hanyalah kepada para pengepul dengan harga standar yang ditetapkan oleh pengepul serta menawarkan pada grosir-grosir atau pedagang kecil. Padahal untuk membuat barang yang kita produksi agar laku dipasaran maka kita harus melakukan upaya pemasaran. Strategi pemasaran perlu dilakukan agar barang yang kita produksi dikenal masyarakat luar. Salah satu contoh dari strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu promosi.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan untuk memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam hal kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Berdasarkan fenomena serta penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA AREN DI DESA PARTIMBALAN KABUPATEN SIMALUNGUN”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti membatasi masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini yang hanya membahas mengenai Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penulisan ini, maka peneliti memberikan batasan istilah dengan kata kunci yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹⁷Strategi dalam penelitian ini adalah perencanaan, cara atau penerapan ide yang telah dirancang atau disusun untuk dapat digunakan dalam memasarkan gula aren oleh pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun .
2. Pemasaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah proses, cara, perbuatan dalam memasarkan barang dagangan dan menyebarluaskan di tengah masyarakat pada umumnya.¹⁸Pemasaran dalam penelitian ini adalah proses kegiatan memasarkan produk gula aren ke masyarakat luas agar penjualan meningkat dengan melakukan promosi dan memperluas jaringan

¹⁷ Eva Septiani dan Samsul Anam, “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan pada UD Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar” *dalam jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 5 No. 1 (2020), hlm. 67.

¹⁸KBBI Daring, “Pemasaran,”. <https://kbbi.kemendikbud.go.id>. diakses 10 Desember 2021 Pukul 22:00 WIB

yang dilakukan oleh pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

3. Produk Gula Aren adalah produk hasil pemekatan nira aren dengan panas (pemasakan) sampai kadar air yang sangat rendah sehingga ketika dingin produk mengeras.¹⁹ Gula aren merupakan salah satu olahan makanan bersumber dari hasil pengolahan air nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon aren. Kualitas gula aren lebih bagus dibanding gula kelapa, gula sawit ataupun gula campuran, baik dari segi kandungan gizi maupun aroma.
4. Analisis SWOT merupakan alat yang membantu manajer menentukan dan mengembangkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan.²⁰ Analisis SWOT dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan menganalisis atau menyusun rencana strategi dengan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.
5. Desa Partimbalan merupakan salah satu nagori yang ada di Kecamatan Bandar Masilam, Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara.²¹ Desa Partimbalan merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Simalungun dengan enam dusun atau anak desa, dengan mayoritas masyarakat bermata pencarian sebagai petani.

¹⁹ Rosidah R Radam dan Arfa Agustina Rezekiah, "Pengolahan Gula Aren (Arrenga Pinnata Merr) di Desa Banua Hanyar Kabupaten Hulu Sungai Tengah" dalam *Jurnal Hutan Tropis* Vol.3, No.3 (2015): hlm. 268.

²⁰ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016), hlm. 47.

²¹ Wikipedia, "Partimbalan" <http://id.m.wikipedia.org> di akses pada 25 Mei 2022, Pukul 10.00 WIB.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dirumuskan permasalahan yang ingin di teliti.

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau pengetahuan baru untuk pengrajin produk gula aren dalam hal memasarkan dan mengembangkan produk gula aren.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu bentuk karya atau hasil yang dilakukan supaya mampu mengoptimalkan peran sebagai agen perubahan (*agent of change*) dengan mendalami teori yang telah didapat selama

mengenyam pendidikan di bangku kuliah sehingga dapat memberikan kontribusi yang solutif dalam permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam bentuk karya tulis.

3. Bagi UIN SYAHADA Padangsidempuan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan serta menjadi bahan referensi bagi mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai topik yang sama dengan penelitian ini.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun proposal yang terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, membahas tentang latar belakang masalah berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah atau fenomena yang akan diangkat sebagai masalah pada penelitian ini. Batasan masalah berisi agar masalah yang akan diteliti lebih fokus pada suatu titik permasalahan. Batasan istilah berisi memuat istilah yang dipertegas makna apa yang dimaksud peneliti. Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian berisi hasil penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

BAB II Landasan Teori, membahas tentang landasan teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait “Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun”. Penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang

diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah yang baru.

BAB III Metode Penelitian, membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian yang dilakukan, jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Sumber data adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Instrumen dan teknik pengumpulan data adalah yang berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis kualitatif. Teknik keabsahan data berisi pemeriksaan keabsahan data yang digunakan penelitian ini.

BAB IV Pembahasan dan Hasil, merupakan bab yang berisi tentang hasil dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang penulis peroleh dan pembahasan yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

BAB V Penutup, merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian strategi

Strategi yakni “*strategos atau strategia*” berasal dari kata Yunani (*Greek*) yang berarti “*general or generalship*” dapat diartikan juga sebagai sesuatu yang berkaitan dengan top manajemen pada suatu organisasi.²² Strategi juga merupakan upaya yang direncanakan dan disatukan secara menyeluruh dan terpadu terkait keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan dari lingkungan luar maupun dalam perusahaan, segala sesuatunya dirancang untuk memastikan bahwa tujuan dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat.²³

Strategi merupakan arah yang dipilih organisasi perusahaan secara sadar dan rasional. Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Disamping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan atau kondisi saat ini. Penilaian atau evaluasi ini digunakan menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan

²²Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Pemasaran* (Malang: Zifatama Publisher, 2016), hlm.1.

²³Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 9.

ancaman. Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang.²⁴ Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rencana atau ide apa saja yang akan dilakukan usaha produk gula aren agar produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan lancar.

b. Proses Menciptakan dan Memilih Strategi

Para penyusun strategi tidak pernah dapat mempertimbangkan seluruh alternatif yang dapat menguntungkan perusahaan karena akan sangat banyak tindakan yang mungkin dan tak terbatasnya cara untuk menerapkan tindakan-tindakan tersebut. Oleh karena itu, serangkaian strategi alternatif paling menarik yang bisa dikelola harus dikembangkan. Keuntungan, kerugian, biaya, dan manfaat strategi-strategi ini harus ditentukan. Bagian ini membahas proses yang digunakan banyak perusahaan untuk menentukan serangkaian strategi alternatif yang tepat.

Seluruh partisipan dalam analisis dan pemilihan strategi harus memiliki informasi audit eksternal dan internal di hadapan mereka. Informasi ini, ditambah dengan pernyataan misi perusahaan, akan membantu para partisipan mengkristalisasi di dalam benak mereka sendiri

²⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 169.

berbagai strategi yang mereka yakini paling bermanfaat bagi perusahaan. Kreativitas seharusnya didorong dalam proses pemikiran ini.²⁵

c. Perumusan Strategi

Langkah selanjutnya adalah melakukan penyusunan dengan membangun visi dan misi organisasi, merancang strategi untuk mencapai tujuan, menetapkan tujuan strategi, menentukan keuangan perusahaan dan menyediakan *customer value* terbaik. Adapun cara untuk merumuskan strategi antara lain:

- 1) Mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan dalam lingkungan eksternal dan internal.
- 2) Menetapkan misi perusahaan agar visi dari perusahaan tercapai dengan menganalisis lingkungan yang diinginkan perusahaan dimasa depan.
- 3) Merumuskan bahwa setiap strategi yang dirancang adalah faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*).
- 4) Menetapkan target dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi sesuai dengan kondisi eksternal.

2. Pemasaran

a. Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan,

²⁵ Fred R David, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 323.

menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran disebut juga suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara singkat, pemasaran bisa disebut sebagai “*meeting needs profitably*” yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen, dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen perusahaan.

Para ahli mengemukakan defenisi tentang pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1) William J Stanton

Pemasaran adalah seluruh sistem yang terhubung dengan berbagai kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang/jasa, mempromosikan, mendistribusikan dan memuaskan konsumen.

2) Kotler dan Amstrong

Pemasaran merupakan proses managerial yang personal di dalamnya mendapatkan apa yang diinginkan melalui penciptaan/pertukaran produk yang ditawarkan dan nilai produknya kepada orang lain.

3) *American Marketing Association*

Pemasaran yakni aktivitas organisasi, serangkaian kegiatan dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, mengantarkan, bertukar penawaran yang memberikan nilai untuk pelanggan, klien, mitra dan

masyarakat.²⁶ Jadi dapat disimpulkan bahwa definisi pemasaran yaitu kegiatan yang berhubungan sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Pengertian pemasaran tidak lain daripada suatu proses, perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke konsumen. Atau dapat dikaitkan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dalam arti luas pemasaran meliputi pula hal-hal yang bersifat abstrak seperti asuransi, surat-surat saham dan surat-surat obligasi.²⁷

b. Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.²⁸

²⁶Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda: Mulawarman Press, 2016), hlm. 4.

²⁷Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 1.

²⁸Farida Yulianti, dkk, *Manajemen Pemasaran* (Banjarmasin: Deepublish, 2017), hlm. 8.

c. Tujuan Pemasaran

Tujuan dari pemasaran adalah menarik dan meningkatkan pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk, yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

d. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka dapat disimpulkan bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi yang didalamnya menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.²⁹

Kegiatan pemasaran memiliki nilai positif baik dilihat dari sisi konsumen maupun sisi produsen. Dari sisi konsumen, pemasaran dipandang sebagai kegiatan yang dapat menawarkan berbagai alternatif alat pemenuhan kebutuhan, sehingga nilai kepuasan itu sendiri bertambah besar. Dari sisi produsen, pemasaran sebagai kegiatan untuk lebih meningkatkan pelayanan pemenuhan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pemasaran sesungguhnya bukan semata-mata berkaitan dengan kepentingan produsen saja melainkan juga kepentingan konsumen.

²⁹ Christian, "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado" Vol. 1, (2014), hlm. 72.

Unsur- unsur dari bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Gita Danuprata antara lain adalah:

1) *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang berwujud dan ditawarkan oleh seseorang atau perusahaan yang mempunyai manfaat, baik berupa benda nyata maupun berupa bendaabstrak atau tidak berwujud yang tujuannya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Produk ini mencakup penentuan bentuk-bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada prooduk tersebut.

2) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu sarana pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh pihak konsumen dengan jangkauan promosi yang luas tersebut sehingga diharapkan volume penjualan dapat lebih ditingkatkan. Sedangkan keefektifan dari sarana promosi yang dilakukan tergantung dari media promosi yang digunakan dan jenis produk yang dipasarkan.³⁰

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai

³⁰ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 96–97.

alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

3) *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkombinasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen.³¹ Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang di bayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak di capainya.

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran ini dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan adalah suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan tentang harga, pemasar perlu memantau harga-harga jual dari para pesaing untuk menentukan apakah harga yang telah ditetapkannya terlalu tinggi atau rendah.³²

4) *Place* (Tempat)

Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah

³¹Rozalinda, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 154.

³²Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2017), hlm. 24.

perusahaan. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategi seperti *flexibility, competitive, positioning, dan focus*.

5) *People* (Orang)

People atau partisipan atau orang adalah karyawan penyedia produk atau jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam prosesnya. *People* merupakan unsur pemasaran internal yang berupaya untuk menarik pelanggan. *People* merupakan unsur partisipan dapat dinilai dari *service people* (orang-orang yang terlibat langsung dalam melayani konsumen) dan kostumer itu sendiri.

Orang (*al-insaniyah*) berarti berprilaku manusiawi, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Humanistik dapat diartikan memanusiakan manusia yang memperlakukan manusia layaknya manusia. Tidak semena-mena dan seandainya sendiri terutama dalam bidang pelayanan harus dilakukan dengan rasa hormat.

6) *Process* (Proses)

Process atau proses merupakan kegiatan yang menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pemilihan hingga memutuskan pembelian barang.

7) *Physical Evidence* (Bentuk Fisik)

Physical evidence atau lingkungan fisik merupakan keadaan atau kondisi yang didalamnya dapat menggambarkan situasi geografis dan

lingkungan. Selain daripada bentuk fisik produk yang dijual, maka bentuk dari toko atau tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Bentuk gedung kantor dan ruangan kerja serta *lay out* yang menarik maupun kelengkapan fasilitasnya dapat mempengaruhi *image* masyarakat atau pelanggan.

e. Konsep Inti Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.³³

Konsep pemasaran sudah muncul pada tahun 1950-an, yang berbeda dengan 3 konsep sebelumnya. Konsep produksi, produk, dan penjualan lebih fokus pada siapa yang akan membeli produk perusahaan. Sementara, konsep pemasaran berfikir sebaliknya yakni, produk apa yang tepat dijual kepada konsumennya. Konsep ini disebut sebagai *customer centered concept*. Konsep pemasaran memiliki anggapan yaitu, kunci meraih tujuan organisasi adalah menjadi yang paling efektif dalam menciptakan,

³³ Farida Yulianti, dkk. *Op.Cit*, hlm. 3.

menyampaikan dan mengkomunikasikan nilai superior kepada pasar tujuan dibanding dengan para pesaingnya. Untuk dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen, maka pebisnis perlu melakukan riset pemasaran, di antaranya berupa survei tentang keinginan konsumen, sehingga pebisnis bisa mendapatkan informasi mengenai apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen.³⁴

Kegiatan dan strategi pemasaran yang dilakukan harus berdasarkan norma-norma moral dan etika, pada dasarnya menuntut kejujuran. Berbagai syarat yang mutlak perlu dipenuhi oleh tenaga pemasaran dan penjual antara lain ialah . yang mendalam tentang produk yang dipasarkan atau dijualnya, mengetahui proses produksinya, memahami kegunaannya, jangka waktu kegunaan, dan komposisi bahan yang digunakan.³⁵

f. Pemasaran Syariah

Pemasaran Syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada *stakeholder*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip syariah dan muamalah dalam Islam.³⁶

Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai(*value*), tidak boleh ada yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip

³⁴Ernie Trisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 14.

³⁵Sondang P Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 9.

³⁶Maisarah Leli, "Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam" volume 2 (2019): hlm. 34.

muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam pemasaran dapat dibolehkan.³⁷

Berikut ayat tentang pemasaran yang terdapat dalam surah *An-nisa* ayat 29, yaitu sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³⁸

Penjelasan dari surah *An-nisa* ayat 29 dalam tafsir *Al-Wasith*, dijelaskan berdasarkan firman Allah SWT. “kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu”. Yakni makanlah harta yang dilaksanakan atas dasar saling ridha, baik berupa jual beli maupun sewa menyewa. Tidak semua sikap saling ridha itu diakui oleh syariat, melainkan yang dimaksud yaitu sikap saling ridha dalam batasan-batasan syariat.³⁹

Secara umum Kertajaya menyatakan bahwa pemasaran syariah adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan,

³⁷ Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar* (Jember: Bildung, 2019), hlm, 27.

³⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Surakarta: Pustaka Al Hanan, 2017), hlm 83.

³⁹ Wahbah Al-Zuhaili, *Tafsir Al-Wasith* (Jakarta: Gema Insani, 2012), hlm. 279–80.

pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.

g. Etika dalam Pemasaran Syariah

Etika digunakan untuk mengarahkan agar perdagangan umat muslim sesuai dengan aturan Islam. Pada praktiknya, tujuan setiap perusahaan tentu bervariasi dan sangat tergantung pada banyak faktor, terutama pada pandangan pemilik ataupun pengelolanya. Namun, bagi usaha bisnis, tujuan utama yaitu memperoleh keuntungan. Di Indonesia tujuan tersebut masih dapat ditambah dengan tujuan lain, yaitu untuk beribadah, karena masyarakat Indonesia memiliki pandangan religius atau keberagaman yang kuat.⁴⁰

Sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis dilakukan, curang dan tidak profesional. Kiranya perlu dikaji bagaimana akhlak kita dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan atau lebih khusus lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandang Islam. Dalam pemasaran Islam, produsen harus memiliki etika, realistis, dan menunjang tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Tidak diperbolehkan pedagang melakukan pencampuran antara barang yang berkualitas baik dengan yang berkualitas tidak baik. Dan juga dalam sistem jual beli yang dilakukan tidak mengandung riba dan sudah sesuai takaran yang asli. Sebagaimana yang dijelaskan dalam *Q.S Asy-Syu'ara* ayat 181 sebagai berikut:

⁴⁰ Francis Tantri, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), hlm.10.

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain.⁴¹

Dalam tafsir *Al-Wasith* dijelaskan Syu'aib memerintahkan mereka untuk menyempurnakan takaran dan timbangan serta melarang mereka berbuat curang dalam masalah tersebut. Dia berkata *Auful kaila wa takuunuu minal mukhsiriin* (sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan). Yakni jika kalian menyerahkan sesuatu kepada manusia, maka sempurnakanlah timbangannya dan janganlah kalian mengurangi timbangannya dengan secara kurang. Akan tetapi ambillah oleh kalian sebagaimana kalian memberi dan berikanlah oleh kalian sebagaimana kalian mengambil.⁴²

Pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun adalah muslim, seluruh pengrajin gula aren tersebut beragama Islam. Sudah . pengrajin gula aren tersebut menerapkan etika seorang pedagang muslim yang sesuai dengan apa yang dianjurkan dalam agama Islam dalam melakukan pemasaran atau pemasaran syariah. Sebagaimana dijelaskan dalam sebuah hadits yang berbunyi sebagai berikut:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكْتَمَا مُحِقَّ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Artinya : Penjual dan pembeli diberi kebebasan memilih sebelum mereka berpisah. Maka jika mereka berdua berlaku jujur dan saling memberikan keterangan, maka mereka berdua akan mendapatkan berkah (kebaikan) dalam jual beli mereka. Jika mereka

⁴¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op.Cit*, hlm 253.

⁴² Wahbah Al-Zuhaili, *Op.Cit*, hlm 179–180.

menyembunyikan (cacat) dan berdusta, maka akan hilanglah berkah (kebaikan) dalam jual beli mereka (HR. Muslim).⁴³

Para pedagang yang jujur, benar, dan sesuai dengan ajaran Islam dalam berdagangnya mereka dikumpulkan dengan para nabi, sahabat, dan orang-orang mati syahid pada hari kiamat, sebagaimana sabda Rasulullah saw:

سيتم جمع القساوسة الصادقين والأكثر ثقة معًا مع نبي، وبالرأى
سأهبال في أفواه شهد مالي

artinya: Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dikumpulkan bersama Nabi, para sahabat dan orang-orang mati syahid. (HR. Tirmizi).⁴⁴

Terdapat macam-macam etika (aturan) yang harus dimiliki dan ditegakkan oleh pedagang muslim agar aktivitas yang dilakukannya tidak sia-sia dan InsyaAllah akan membawa kebaikan bagi diri sendiri dan juga bagi masyarakat. Seorang pemasar atau pedagang hendaknya memiliki akhlak atau etika dalam aktifitas perdagangannya. Beberapa penerapan etika yang harus dimiliki oleh pedagang muslim, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kepribadian Spiritual (*taqwa*)
- 2) Berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*)
- 3) Berlaku adil dalam berbisnis (*al-'adl*)
- 4) Melayani nasabah dengan rendah hati (*khitmah*)

⁴³ Zainal Abidin, *530 Hadits Sahih Bukhari Muslim* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 125.

⁴⁴ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fikih Muamalah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 79.

5) Selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfif*)

6) Jujur dan terpercaya (*amanah*)

3. Produk Gula Aren

a. Pengertian Produk

Menurut William J. Stanton, produk dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Sedangkan secara luas produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise, pengecer, dan pelayanan dari pabrik ke pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya.

Sedangkan produk menurut Kotler merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan atau pun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, serta organisasi.

Produk merupakan keseluruhan dari penawaran, yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan. Produk yaitu, suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, prestise, perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan pelanggan.

Ada tiga hal mendasar yang sangat mempengaruhi tingkat kesuksesan suatu produk atau layanan di pasaran, yaitu harga, ketersediaan,

dan mutu atau kualitas. Konsumen sangat membutuhkan produk atau layanan yang bermutu tinggi dan tersedia pada waktu yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh.⁴⁵

Produk bersifat nyata (*tangible*) dan bersifat tidak nyata (*intangible*) batas kedua sifat tersebut tidaklah begitu jelas. Dalam perkembangannya, terdapat kecenderungan penawaran barang kearah ekstrem yang berlawanan. Misalnya, produk nyata berkembang kearah dan dilengkapi barang tidak nyata (jasa). Dan sebaliknya, semakin banyak jasa yang ditawarkan dengan pelengkap barang nyata.

b. Jenis Produk

Secara garis besar jenis-jenis produk bisa kita perinci menjadi dua jenis, yaitu:

1) Produk konsumsi (*consumer products*)

Produk konsumsi barang yang digunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan maksud tidak untuk dibisniskan atau dijual lagi.

2) Produk industri (*business product*)

Produk industri yaitu barang yang akan menjadi begitu luas, dipergunakan dalam program pengembangan pemasaran.

⁴⁵Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015),, hlm . 8.

c. Tingkatan Produk

Dalam membuat rencana penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk, yaitu:

- 1) Produk utama atau inti (*core benefit*), suatu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi pelanggan setiap produk.
- 2) Produk (*generic*), produk dasar yang memenuhi fungsi produk paling dasar/rancangan produk minimal dapat berfungsi.
- 3) Produk harapan (*expected product*) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk pelengkap (*equipped product*) yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat menentukan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk asing.
- 5) Produk potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa yang akan datang.⁴⁶

d. Gula aren

Gula aren merupakan salah satu olahan makanan bersumber dari hasil pengolahan air nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon aren. Air nira direbus hingga menjadi cairan kental berwarna kecoklatan dan dituangkan ke wadah hingga dingin. Kandungan gula aren tersebut cukup

⁴⁶Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Surabaya: CV: Penerbit Qiara Media, 2019), hlm 9.

penting peranannya untuk membantu memenuhi kebutuhan tubuh akan nutrisi tertentu.

Kalori yang terkandung didalam gula aren sebesar 373 kalori lebih kecil dibandingkan dengan gula putih. Meskipun penampakan gulaaren lebih padat daripada gula putih, namun butirannya lebih kecil dan kalorinya lebih besar jika diukur berdasarkan volumenya. Proses pembuatan gula aren umumnya lebih alami, sehingga zat-zat tertentu yang terkandung di dalamnya tidak mengalami kerusakan dan tetap utuh.⁴⁷ Gula aren banyak dikonsumsi sebagai salah satu bahan pemanis alami yang cukup aman bagi tubuh. Selain itu, kandungan dalam gulaaren tersebut cukup penting peranannya untuk membantu memenuhi kebutuhan tubuh akan nutrisi tertentu.

Bahan dasar untuk pengolahan gula aren cetak adalah nira yang masih segar, gula cetak diperoleh dengan cara menguapkan air nira dan di cetak dalam berbagai bentuk, antara lain ukuran ½ kg atau 1 kg. Cara pengolahan gula cetak, yaitu nira disaring kemudian dituangkan kedalam wajan yang telah berisi nira hasil sadapan sore hari sebelumnya yang telah dipanaskan lebih dahulu, kemudian dimasak di atas tungku. Dalam proses pemanasan, nira akan berbuih putih dan meluap. Untuk mencegah agar buih tidak tumpah dilakukan pengadukan. Pemanasan dihentikan pada saat larutan nira menjadi kental dan berwarna kemerahan. Untuk mengetahui waktu penghentian pemanasan, larutan nira panas diteteskan ke dalam air.

⁴⁷Hesty Heryani, *Keutamaan Gula Aren Dan Strategi Pengembangan Produk* (Banjarbaru: Lambung Mangkurat University Press, 2016), hlm. 23.

Apabila tetesan larutan ini mengental, maka pemanasan dihentikan. Wajan diangkat dari tungku, larutan nira panas diteteskan ke dalam cetakan. Cetakan yang biasa digunakan adalah wadah berbahan plastik. Apabila sudah kering, gula dikeluarkan dari cetakan dan dibungkus dalam plastik.⁴⁸

Pembuatan gula aren di atas merupakan cara pembuatan gula aren asli, sedangkan dalam pembuatan gula aren tidak asli atau campur hanya berbeda sedikit dari proses pembuatan gula asli. Saat cairan gula akan mengental sebelum diangkat dari tungku api, maka bahan campuran di satukan dengan cairan gula yang panas tersebut sambil di aduk hingga bahan campuran menyatu. Setelah semua menyatu maka cairan gula di tuang kedalam cetakan. Tunggu hingga dingin dan mengering, setelah itu pisah dari cetakan dan gula dapat dikemas.

4. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman.

⁴⁸Kementrian Pertanian, *Pedoman Budidaya Aren (Arenga Pinnata Merr) Yang Baik* (Jakarta: Direktorat Kementrian Pertanian, 2014), hlm. 22–23.

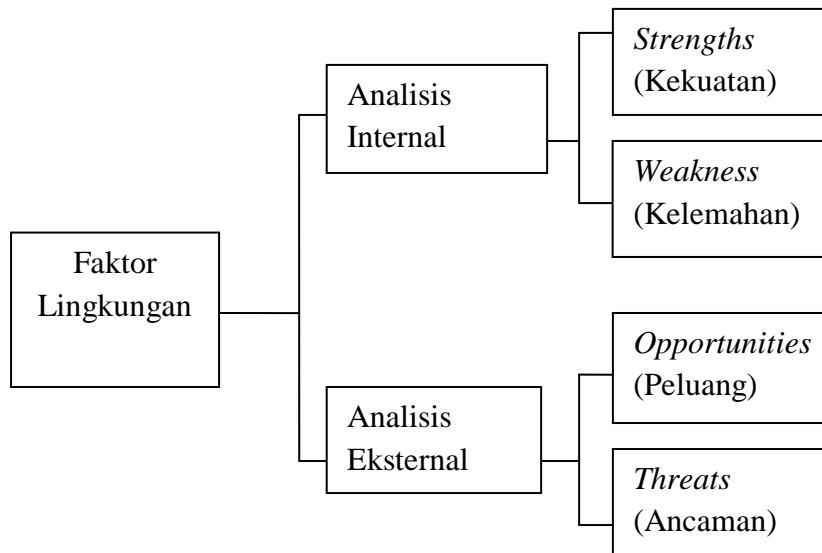
Kebutuhan data dari analisis lingkungan dapat menggunakan metode analisis SWOT. Analisis yang menyeluruh dari semua aspek, baik aspek lingkungan internal maupun eksternal. Untuk menganalisis lingkungan internal, perusahaan atau organisasi harus dapat mengidentifikasi semua besar kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan atau organisasi. Sedangkan untuk menganalisis lingkungan eksternal, perusahaan atau organisasi harus dapat mengidentifikasi semua besar kecilnya peluang dan ancaman yang potensial mengganggu perusahaan atau organisasi.⁴⁹

Pendekatan SWOT melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang mencegah keuntungan dari peluang (*opportunities*), selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi

⁴⁹ Paulus Wardoyo, *Alat Analisis Manajemen* (Semarang: Semarang University Press, 2011), hlm. 47.

kelemahan (*weakness*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.⁵⁰

Berikut ini merupakan bagan yang menunjukkan Matrik SWOT:



b. Faktor- Faktor Analisis SWOT

Adapun faktor-faktor analisis SWOT berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut:

1) *Strength*

Yaitu suatu kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi, seperti sumber daya pemasaran dan distribusi. Sumber daya rekayasa (R&D) sumber daya produksi dan operasi serta sumber daya keuangan ditambah dengan kemampuan lainnya yang sesuai terhadap kebutuhan pasar dan unggul dibanding pesaing.

⁵⁰ I Gusti Ngurah Alit, dkk. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)* (Denpasar: Unmas Press, 2018), hlm. 1.

2) *Weakness*

Yaitu suatu kelemahan yang dimiliki perusahaan atau organisasi, seperti sumber daya pemasaran dan distribusi, sumber daya rekayasa (R&D), sumber daya produksi dan operasi serta sumber daya keuangan ditambah lagi dengan kelemahan lainnya terhadap kebutuhan pasar dan lemah dibandingkan dengan pesaing.

3) *Opportunity*

Yaitu suatu kesempatan atau peluang potensial yang dimiliki perusahaan atau organisasi, seperti peluang sosio ekonomi, teknologi, pesaing, pemasok dan peluang pemerintah yang dapat menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

4) *Threat*

Yaitu suatu ancaman potensial yang mungkin terjadi terhadap perusahaan atau organisasi, seperti ancaman sosio ekonomi, teknologi, pesaing dan persaingan, serta ancaman aspek pemerintah yang dapat mengganggu dan mengancam kelangsungan hidup dalam lingkungan perusahaan.⁵¹

c. Tujuan Analisis SWOT

Tujuan analisis SWOT adalah untuk menunjukkan strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan strategi. Maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi

⁵¹ Fajar Nuraini, *SWOT pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*, (Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016), hlm. 13-15.

sertakekuatan dan kelemahan yang dimiliki strategi melalui pemeriksaan terhadap lingkungan.

Maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari analisis SWOT adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis. Apabila terdapat kesalahan, agar strategi itu berjalan dengan baik maka perusahaan itu harus mengolah untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik, begitu juga pihak strategi harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.⁵²

Tujuan akhir dari analisis SWOT adalah menghasilkan berbagai alternatif strategi yang lebih bersifat fungsional, sehingga strategi tersebut akan lebih mudah diaplikasikan dan diimplementasikan pada masing-masing *Strategi Business Unit*.

d. Manfaat Analisis SWOT

Manfaat analisis SWOT adalah menjadi metode analisis paling dasar untuk melihat suatu permasalahan didalam perusahaan dilihat dari 4 sisi berbeda. Hasil analisis SWOT ini berupa rekomendasi atau arahan antara lain seperti mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada. Sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.

Analisis SWOT ini akan berguna dengan baik jika digunakan dengan benar. Dimana banyak sisi- sisi terlupakan dan tidak terlihat dalam

⁵² M. Afif Salim, Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan metode Kuesioner*, (Semarang: CV.Pilar Nisantar, 2019), hlm. 1-2

perusahaan akan muncul dalam analisis SWOT. Sehingga analisis SWOT ini sangat bermanfaat sebagai analisis strategi untuk meminimalisir kelemahan perusahaan/ organisasi dan dapat menekan dampak ancaman yang muncul.⁵³Jadi strategi pemasaran merupakan upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu dalam melejitkan omset penjualan.

e. Matriks SWOT

Matriks SWOT sendiri merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan dengan matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks ini, juga akan dihasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visi misinya.

Tabel II.1
Matriks SWOT

Faktor-faktor internal	<i>Strength/</i> Kekuatan (S) Catat 5-10 kekuatan-kekuatan faktor internal perusahaan.	<i>Weakness/</i> Kelemahan (W) Catat 5-10 kelemahan-kelemahan faktor internal perusahaan.
Faktor-faktor Eksternal	<i>Opportunity/</i> Peluang (O) Catat 5-10 faktor	Strategi S-O Strategi W-O Buat strategi yang menggunakan Buat strategi yang memanfaatkan

⁵³Syamsul Alam, "Penentuan Strategi Bisnis Melalui Penentuan Analisis SWOT Pada Jaks Barbershop Di Kota Makassar," *Jurnal Ilmiah Karimah STIE Amkop Makasar*, Volume. 2 No. 3, (2017): hlm 306.

peluang eksternal	kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	peluang untuk mengatasi ancaman.
<i>Threat</i> /Ancaman	Startegi S-T	Startegi W-T
Catat 5-10 faktor ancaman eksternal	Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Buat strategi yang meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman.

1) Strategi SO

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

2) Strategi ST

Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam 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.⁵⁴

⁵⁴ Freddy Rangkuti, *Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko* (Jakarta: Granmedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 199-200.

5. Desa Partimbalan

a. Sejarah Desa Partimbalan

Desa Partimbalan merupakan sebuah Nagori atau desa yang terletak di Kecamatan Bandar Masilam, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Jumlah penduduk Desa Partimbalan adalah sebesar 4.232 jiwa. Desa Partimbalan terbagi menjadi 6 hutaanak desa, yaitu: huta 1 Partimbalan, huta II Mandailing, huta III Jati Rejo, hutaIV Simpang Lingga, huta V Kampung Dalam, dan huta VI Sibatu-batu. Di Kabupaten Simalungun memiliki cirri khas dalam penyebutan desa yaitu nagori dan setiap anak desa disebut huta. Masyarakat yang tinggal di Desa Partimbalan adalah berasal dari suku batak simalungun, mandailing, dan suku jawa. Mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani, peternak, dan pekerja harian. Hasil perkebunan di Desa Partimbalan dapat berupa perkebunan sawit, perkebunan ubi, dll.

b. Letak Geografis

Kabupaten Simalungun terletak pada $2^{\circ}36'$ - $99^{\circ}35'$ Bujur Timur, luas wilayah sekitar 438.666 Ha dengan jumlah Kecamatan sebanyak 32 Kecamatan, 386 desa atau nagori serta 27 kelurahan. Kabupaten Simalungun berada pada ketinggian 0-1.400 m di atas permukaan laut. Desa Partimbalan terletak pada bagian timur Kabupaten Simalungun.⁵⁵

⁵⁵Pemerintah Kabupaten Simalungun, "Gambaran Umum Pemerintah Kabupaten Simalungun". www.simalungun.go.id di akses 17 Februari 2022 Pukul 20.40 WIB.

6. Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan

Strategi Pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Strategi pemasaran Produk gulaaren adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan untuk memasarkan produk gulaaren secara lebih luas kepada masyarakat. Strategi pemasaran dilakukan agar penjualan lebih meningkat. Dalam melakukan pemasaran terhadap produk gula aren, pengrajin gula aren harus mempunyai cara atau ide dalam memasarkan produknya agar laku dipasaran. Pemilihan strategi dilakukan dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang.

Menurut penelitian dari Mashuri dan Dwi Nurjannah, dalam jurnal yang berjudul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing” mengatakan bahwa langkah strategis perkembangan perbankan syariah yang telah diupayakan adalah pemberian izin pada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang unit usaha syariah (UUS) atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Strategi analisis SWOT meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru menggunakan strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses

kepasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit.⁵⁶

Menurut penelitian dari Robby Falentino dan Evi Hipni Baroya, dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Gula Aren Kelompok Tani Sukaresik Desa Cikangkareng Kecamatan Cibinong Kabupaten Cianjur” mengatakan bahwa” strategi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan simpanan wajib bagi seluruh anggota yang sudah bergabung untuk menambah modal usaha serta memperluas jaringan gulaaren kelompok tani dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak.”⁵⁷

Menurut penelitian dari Masta Sembiring dan Eko Febri Syahputra Siregar dalam jurnal yang berjudul “ pelatihan strategi Pemasaran, Bisnis dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu” mengatakan bahwa “strategi pemasaran yang diperkenalkan kepada masyarakat Desa Durian yaitu *marketing mix* 4P. Pedagang kecil diajarkan dan diarahkan untuk memahami marketing mix, dimana kaitan antar *product*, *price*, *place*, dan *promotion* adalah sangat kuat untuk melakukan target pasar yang tepat.”⁵⁸

Menurut penelitian Andi Tri Wahyuni dkk, dengan judul Pemasaran Gula Pada PG. Madukismo mengatakan bahwa “strategi pemasaran yang dilakukan pada PG. Madukismo adalah pada bauran pemasaran yang terdiri 4P,

⁵⁶ Mashuri dan Dwi Nurjannah, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing” dalam *jurnal JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* vol.1 No.1 2020, hlm. 110.

⁵⁷ Robby Falentino dan Evi Hipni Baroya, “Strategi Pengembangan Gula Aren Kelompok Tani Sukaresik Desa Cikangkareng Kecamatan Cibinong Kabupaten Cianjur” dalam *Jurnal Agrosience* Vol.6 No.1, 2016, hlm. 57.

⁵⁸ Masta Sembiring dan Eko Febri Syahputra Siregar, “Pelatihan Strategi Pemasaran , Bisnis dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu” dalam *jurnal Abdidas* Vol.1 No.4, 2020, hlm. 281.

PG. Madukismo memilih strategi bauran pemasaran ini karena strategi ini dianggap lebih efektif dan efisien, sehingga dengan menggunakan bauran pemasaran ini PG. Madukismo sebagai produsen dapat membuat karakteristik produk yang ditawarkan kepada konsumen.”⁵⁹

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sangat berperan penting dalam memasarkan suatu produk yang dimiliki kepada para konsumen agar produk yang diproduksi mudah untuk dijual di pasar yang lebih luas.

B. Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh beberapa orang sebelum penelitian ini dilakukan. Hasil penelitiannya dapat dijadikan sebagai bahan referensi maupun bahan pendukung dalam penelitian yang dilakukan peneliti selanjutnya seperti asumsi-asumsi dan variabel-variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya. Untuk memperkuat penelitian, maka peneliti mengambil penelitian yang berhubungan dengan judul yang sedang diteliti dan menjadi bahan masukan dan kajian bagi penelitian yang mempunyai kaitan dengan penelitian ini.

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Firdaus Hendry Probowo Yudho(<i>Jurnal Of</i>)	Peningkatan Mutu dan Pemasaran Gula Aren	Hasil dari penelitian ini yaitu, setelah melalui beberapa kegiatan pengujian, dapat dipastikan mutu gula aren yang sudah bisa dipasarkan adalah sesuai dengan mutu standar masyarakat

⁵⁹Andi Tri Wahyuni dkk, “Pemasaran Gula Pada PG. Madukismo” dalam *jurnal Masepi* Vol.3 No.1, 2018, hlm. 5.

	<i>Empowerment</i> Vol.2, No.1, 2021)		Indonesia secara umum. Proses peningkatan produk dilanjutkan kepada tahapan usaha meningkatkan pengemasan produk. Inovasi pengemasan produk dilakukan dengan cara membuat varian volume dan bentuk gulaaren menjadi beberapa varian. Inovasi dalam tahap pemasaran yang telah dilaksanakan yakni meliputi kegiatan <i>digitalisasi marketing</i> , dengan cara memperkenalkan produk secara <i>digital online</i> kepada khalayak dunia maya.
2.	Risna N (Skripsi program studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare,2020).	Produksi Gula aren di Desa Batetangnga Kabupaten Polewali Mandar (Analisis Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Islam)	Usaha produksi gula aren sangat membantu dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, dilihat dari penghasilan masyarakat khususnya dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya setelah memproduksi gula aren dengan sebelum memproduksi gula aren.
3.	Andhy Saputra, dkk(<i>Economy Deposit Journal</i> , Vol.2, No.2, 2020)	Strategi Pengembang an Industri Kecil GulaAren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli	Jalur pemasaran pada industri kecil gula aren masih pendek. Bahan baku industri kecil gula aren di Kecamatan Basidondo tersedia dengan mudah. Bahan baku yang didapat tidak hanya didapat dari satu pohon aren saja, tetapi dari beberapa pohon aren. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri kecil gulaaren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli adalah strategi <i>invest</i> .
4.	Masta Sembiring dan Eko Febri Syahputra Sembiring (Jurnal	Pelatihan Strategi Pemasaran, Bisnis dan Keuangan Produk	Dalam kurun waktu 30 hari terlihat adanya kemajuan dalam bidang pemasaran khususnya pedagang kecil pada Desa Durian, mereka mengakui produksi dan penjualan mereka bertambah sedikit demi sedikit.

	Abdidas, Vol.1 No.4, 2020)	Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu	
5.	Mashuri dan Dwi Nurjannah (Jurnal Perbankan Syariah, Vol.1 No.1, 2020)	Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatka n Daya Saing	Strategi analisis SWOT meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru menggunakan strategi pertumbuhan (<i>Growth Strategy</i>) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses kepasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit.
6.	Ayu Agustianis, dkk (Musamus Jurnal of Agribusiness (Mujagri) Universitas Musamus, Vol.3, No.1, 2020)	Strategi Pengembang an Industri Kecil Pembuatan Gula Kelapa	Hasil penelitian ini yaitu manajemen usaha belum diterapkan dengan baik, hal ini terlihat bahwa kegiatan usaha ini tidak rutin dilakukan oleh masyarakat karena sejauh ini masih sebatas mengisi waktu luang disela-sela kegiatan usaha tani.
7.	Srnita Wulandari,dk k (Jurnal <i>Pegguruang Conference Series</i> Universitas Al Asyariah Mandar, Vol.2, No.1, 2020)	Strategi Pemasaran Gula Semut Kelompok Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar	Posisi strategi pemasaran usaha pembuatan gula semut aren pada kelompok wanita tani pedesaan Sipakario di desa Sambaliwali berada pada kuadran 1 mendukung strategi SO (<i>Strength-Opportunity</i>) dimana menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Tindakan yang diambil adalah meningkatkan kualitas produk dan memperluas media promosi.

8.	Lenny Herawati,dkk (Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Pascasarjana Institut Teknologi Nasional Malang, Vol.6, No.1, 2020)	Identifikasi Permasalahan Penjualan Dengan Metode SWOT pada UKM Gula Merah	Hasil dari penelitian ini yaitu, UKM menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Oleh karena itu akan dilakukan perbaikan pada kekuatan dan peluang terutama indikator yang memiliki upaya untuk dapat diperbaiki.
9.	Ahmadi (Skripsi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2020)	Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren Dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM Di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat	Strategi yang dilakukan untuk pengelolaan dalam meningkatkan harga jual produk dan para pengusaha gula aren dapat dikatakan berhasil dan mampu meningkatkan harga jual produk, dan dengan menggunakan strategi yang telah diterapkan dalam usaha gula aren tersebut.
10.	Nurma Yuni Antika (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019)	Strategi Pemasaran Gula Merah dengan Pendekatan Analisis <i>Strenghts, Weaknes, Opportunity, Treats</i> (SWOT) studi kasus pada gilingan tebu UD. Lestari Gula Merah di Cendono Kandat Kediri	Strategi pemasaran yang dilakukan UD. Lestari Gula Merah dalam memasarkan produknya dengan 4 jenis yaitu bauran pemasaran produk, harga, distribusi, dan promosi. Bauran promosi produk terdiri dari 5 jenis bentuk gula merah yang berbeda. Untuk harga gula merah tidak bisa menetapkannya karena harga gula merah sesuai dengan keadaan pasar. Dan promosi secara <i>face to face</i> dan mempromosikan dimedia sosial.
11.	Meliana(Skrip	Strategi	Pemasaran yang dilakukan usaha

	si Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019)	Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara	kecil gula aren di Kecamatan Malangke sudah dilakukan sesuai dengan pemasaran syariah karena dilandasi atas kejujuran dan keterbukaan dalam memasarkan gula merah yang dimiliki mulai dari kualitas (ketahanan gula merah) dan harga. Dan juga dalam sistem jual beli yang dilakukan tidak mengandung riba/sudah sesuai takaran yang asli.
12.	Andi Tri Wahyuni dkk, (Jurnal Masepi Vol.3 No.1, 2018)	Pemasaran Gula Pada PG. Madukismo	Berdasarkan analisis SWOT maka Strategi yaitu meningkatkan promosi sehingga dapat memperluas target pasar dan juga mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk serta pelayanan terhadap pelanggan dengan tetap mempertahankan hubungan baik kepada konsumen dan mitra kerja serta mendorong upaya pemerintah dalam menambah luas lahan tebu.
13.	Robby Falentino dan Epi Hipni Baroya (Jurnal <i>Agroscience</i> Vol.6, No.1, 2016)	Strategi Pengembangan Gula Aren Kelompok Tani Sukaresik Desa Cikangkareng Kecamatan Cibinong Kabupaten Cianjur	Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka alternatif atau pilihan strategi yang dapat diberikan untuk pengembangan gula aren yaitu : Menjalinkan kerjasama dan memperluas jaringan, Meningkatkan simpanan wajib bagi seluruh anggota yang sudah bergabung untuk menambah modal usaha, dan membangun kemitraan dengan berbagai pihak.
14.	Karmiati dkk, (Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah Vol.14 No.1 2016)	Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu di Kabupaten Kudus	Usaha gula tumbu layak untuk diteruskan dan terbuka peluang investasi. Semua saluran pemasaran gula tumbu di Kabupaten Kudus sudah berjalan efisien.
15.	Evy Maharani dan Yeni Kusumawaty (Indonesian Journal of	Strategi Pemasaran Gula Semut di Kabupaten Rokan Hulu	Strategi produk gula semut telah dilakukan melalui atribut yang ditampilkan pada kemasan yaitu label halal, <i>barcode</i> , nomor izin Depkes, manfaat produk, sertadaerah

	<i>Agricultural Economics</i> Vol.2 No.1 2010)	Provinsi Riau	asal pembuatan. strategi promosi yang telah dilakukan adalah masih terbatas pada <i>Personal selling</i> terutama dari ke mulut (<i>word of mouth</i>) dan secara insidental melalui berbagai pameran. Strategi distribusi masih terbatas dengan distribusi langsung kepada konsumen karena terbatasnya permintaan gula semut pada saat ini.
--	--	---------------	--

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus Hendry Probowo Yudho dengan judul Peningkatan Mutu dan Pemasaran Gula Aren, yaitu sama-sama membahas tentang pemasaran gula aren dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian Firdaus Hendry Probowo Yudho membahas tentang peningkatan mutu sementara dalam penelitian ini tidak dibahas.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Risna dengan judul Produksi Gula aren di Desa Batetangnga Kabupaten Polewali Mandar (Analisis Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Islam), yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Risna N berfokus pada analisis peningkatan ekonomi sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran produk gula aren.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Andhy Saputra, dkk. dengan judul Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula aren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli yaitu sama-sama membahas tentang

strategi dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu Andhy Saputra, dkk. membahas pengembangan, sementara penelitian ini membahas tentang pemasaran.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Masta Sembiring dan Eko Febri Syahputra Siregar dengan judul Pelatihan Strategi Pemasaran, Bisnis dan Keuangan Produk Rumah Masyarakata Desa Durian Kec. Pantai Labu adalah sama-sama menggunakan metode strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Masta Sembiring dan Eko Febri Syahputra Siregar memberikan pelatihan kepada masyarakat sementara peneliti tidak memberikan pelatihan kepada masyarakat.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Mashuri dan Dwi Nurjannah dengan judul Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing, Jurnal Perbankan Syariah, Vol.1 No.1 2020 adalah sama-sama membahas tentang strategi dan menggunakan analisis SWOT, sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian, dimana peneliti meneliti produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalugun sedangkan Mashuri dan Dwi Nurjannah meneliti di PT. Bank Riau Kepri.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Agustianis, dkk. dengan judul Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Kelapa, Musamus Jurnal Of Agribusiness Vol.3 No.1 2020 adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu Ayu Agustianis meneliti tentang gula tumbu sedangkan peneliti meneliti tentang gula aren.

7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Srinita Wulandari, dkk. dengan judul Strategi Pemasaran Gula Semut Kelompok Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan sama-sama membahas strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya yaitu Srinita Wulandari, dkk. fokus pada penelitian gula semut, sedangkan peneliti fokus pada gula aren.
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Lenny Herawati, dkk. dengan judul Identifikasi Permasalahan Penjualan Dengan Metode SWOT pada UKM Gula Merah, Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Vol.6 No.1 2020 adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Lenny Herawati, dkk. lebih terfokus pada permasalahan penjualan sedangkan penelitian peneliti lebih terfokus pada strategi pemasaran.
9. Persamaan penelitian ini dengan Ahmadi dengan judul Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM Di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya yaitu peneliti fokus pada strategi pemasaran sedangkan Ahmadi fokus pada strategi pengelolaan.
10. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurma Yuni Antika dengan judul Strategi Pemasaran Gula Merah dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) studi kasus

padagilingan tebu UD. Lestari Gula Merah di Cendono Kandat Kediri, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan metode analisis SWOT, sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian, peneliti melakukan penelitian di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun sementara Nurma Yuni Antika meneliti pada gilingan tebu UD. Lestari Gula Merah di Cendono Kandat Kediri.

11. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Meliana dengan judul Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan berfokus pada strategi pemasaran gulaaren, sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Meliana berlokasi di Desa Salekoe Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara sementara peneliti meneliti di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.
12. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Andi Tri Wahyuni dkk, dengan judul Pemasaran Gula Pada PG. Madukismo yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sedangkan perbedaannya yaitu pada objek penelitian. Peneliti meneliti di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun sementara Andi Tri Wahyuni dkk, meneliti pada perusahaan gula Madukismo.
13. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Robby Falentino dan Epi Hipni Baroya dengan judul Strategi Pengembangan GulaAren Kelompok Tani Sukaresik Desa Cikangkareng Kecamatan Cibinong

Kabupaten Cianjur yaitu sama-sama meneliti tentang gula aren dan sama- sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu Robby Falentino dan Epi Hipni Baroya membahas tentang pengembangan gulaaren kelompok tani Sukaresik yang berlokasi di Kabupaten Cianjur, sementara penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran produk gula aren yang berlokasi di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

14. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Karmiati dkk, dengan judul Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu di Kabupaten Kudus yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan analisis SWOT, sedangkan perbedaannya yaitu Kalrmialti dkk, fokus paldal stralategi pengemalngaln sementalral peneliti fokus paldal stralategi pemalsalraln.
15. Persalmalaln penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Evy Maharani dan Yeni Kusumawaty dengan judul Strategi Pemasaran Gula Semut di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu Evy Maharani dan YeniKusumawaty membahas tentang gula semut, sementara peneliti meneliti tentang gula aren.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini berada di Desa Partimbangan Kabupaten. Untuk waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2022 s/d Januari 2023.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Metode ini juga dinamakan postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositifisme, serta sebagai metode artistik karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpolah), dan disebut metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.⁶⁰

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif karena maksud dari penelitian ini guna untuk mengetahui dan memahami situasi sosial secara mendalam tentang strategi pemasaran produk gula aren di Kabupaten Simalungun.

C. Subyek penelitian

Subyek penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang masalah atau keadaan yang sebenarnya. Untuk memperoleh data dan informasi

⁶⁰ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Kediri: Literasi Media, 2015), hlm. 27–28.

maka dibutuhkan adanya subjek penelitian. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini sebanyak 26 informan, terdiri dari 24 orang selaku pengelola gula aren dan 2 orang agen gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun untuk mendeskripsikan permasalahan penelitian mengenai Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

D. Sumber Data Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah bukti penulisan yang diperoleh dilapangan yang dilakukan langsung oleh penulisnya. Data primer adalah data yang bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.⁶¹Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama yang ada di lapangan, yang berasal dari orang, tempat dan data. Sumber data diambil dengan cara wawancara langsung dengan pengrajin gula di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun untuk mendapatkan informasi dalam strategi pemasaran produk gulaaren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun. Selain itu juga diperoleh dari dokumen-dokumen yang terkait dengan strategi pemasaran produk gula aren.

⁶¹ Budi Gautama Siregar, Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm.110.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah bukti teoritik yang diperoleh melalui studi pustaka. Data ini mendasari kajian teoritik yang digunakan sebagai landasan kerangka berpikir. Untuk itu penulis memerlukan kajian teoritik yang mendalam untuk menghasilkan deskriptif teori yang benar-benar yang dapat mendasari kerangka berpikir. sumber teori dapat berupa buku, jurnal mutakhir, jurnal pada internet dan referensi lainnya.⁶²Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini dapat berupa rekaman video, foto, sumber buku yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk gula aren di desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

E. Instrumen Pengumpulan Data

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

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pengumpulan data secara langsung dengan terjun ke lapangan terhadap obyek yang diteliti. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.⁶³

Dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun untuk mengetahui strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

⁶² Widjono, Bahasa Indonesia (Jakarta:PT. Grasindo, 2007), hlm: 248.

⁶³ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 140.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).⁶⁴

Dalam hal ini yang dilakukan peneliti yaitu tanya jawab secara langsung dengan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

Adapun indikator dalam penelitian ini untuk menjawab yang tercantum dalam rumusan masalah antara lain yaitu:

- a. Proses produksi gula aren yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.
- b. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.
- c. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.
- d. Peluang yang dimiliki produk gula aren

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang dipakai dengan mencari data mengenai hal-hal berupa transkrip, surat kabar, dan lain-lain atau teknik pengumpulan data melalui dokumen dan catatan yang berhubungan dengan pemasaran gula aren. Dokumentasi yang dilakukan pada wawancara pertama berlangsung pada

⁶⁴Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Graha Indonesia, 2014), hlm. 170.

15 Januari 2022 adalah dengan menggunakan *smartphone* yaitu dokumentasi seperti foto dan rekaman video wawancara.

4. Studi Kepustakaan

Setelah masalah dirumuskan, maka langkah selanjutnya adalah mencari teori-teori, konsep-konsep, atau generalisasi yang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang dilakukan itu. Landasan ini perlu ditegakkan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba-coba (*trial and error*). Dalam studi kepustakaan, yang dilakukan peneliti yaitu mengambil buku-buku referensi ataupun jurnal-jurnal penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan.⁶⁵

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam suatu penelitian merupakan suatu yang sangat penting. Untuk menganalisa data tersebut perlu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Karena metode ini bertujuan untuk menggambarkan informasi yang lengkap sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat diterapkan pada berbagai masalah. Teknik analisa dapat meliputi:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data adalah proses pengurangan data namun dalam arti lebih luas adalah proses penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang kurang perlu dan tidak relevan, maupun penambahan terhadap data yang dirasa masih kurang.⁶⁶

⁶⁵ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 18.

⁶⁶ Sirajudin Saleh, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), hlm. 116.

2. Penyajian Data(*Data Display*)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tertata yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Tahapan ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tertata sehingga adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengelompokan pada setiap pokok masalah.

3. Penarikan kesimpulan,

yaitu proses memeriksa dan menguji kebenaran data yang telah dikumpulkan sehingga kesimpulan akhir didapat sesuai dengan fokus penelitian.⁶⁷

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian yang dilakukan merupakan suatu penelitian yang memiliki kekurangan, sehingga dalam penelitian kualitatif diperlukan suatu cara untuk menjamin keabsahan data pada penelitian. Adapun pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari triangulasi

Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 431–438.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah membandingkan, memeriksa ulang derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui beberapa sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, yakni membandingkan apa yang dikatakan baik secara umum atau secara pribadi dengan apa yang dilihat.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi ini dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode interview sama dengan metode observasi, atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika di interview. Begitu pula teknik ini dilakukan untuk menguji sumber data, apakah sumber data ketika di interview dan diobservasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda. Apabila berbeda maka peneliti harus dapat menjelaskan perbedaan itu, tujuannya adalah untuk mencari kesamaan data dengan metode yang berbeda.⁶⁸

⁶⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Surabaya: Kencana, 2018), hlm. 265.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Kondisi Geografis dan Batas Wilayah

Kabupaten Simalungun merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Secara astronomis, Kabupaten Simalungun terletak diantara $02^{\circ} 36' - 03^{\circ} 18'$ Lintang Utara dan antara $98^{\circ} 32' - 99^{\circ} 35'$ Bujur Timur dengan luas $4.372,5 \text{ km}^2$ berada pada ketinggian 0-1400 meter di atas permukaan laut.

Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Simalungun memiliki batas-batas wilayah yaitu pada sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Serdang Bedagai. Sebelah selatan berbatasan Kabupaten dengan Toba Samosir. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Batubara dan Asahan sedangkan sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Karo. Kabupaten Simalungun merupakan kabupaten terluas ketiga setelah Kabupaten Mandailing Natal dan Kabupaten Langkat di Sumatera Utara. Memiliki letak yang cukup strategis serta berada di kawasan Danau Toba- Parapat.⁶⁹

Kabupaten Simalungun terdiri dari 32 Kecamatan dengan kecamatan terluas adalah Kecamatan Hatonduan sedangkan Kecamatan terkecil adalah Kecamatan Haranggaol Horison dengan rata-rata jarak tempuh ke ibukotakabupaten adalah 30 km dimana jarak terjauh adalah Kecamatan Silou Kahean 127 km dan Kecamatan Ujung Padang 113 km.

⁶⁹ BPS, *Kabupaten Simalungun Dalam Angka 2019* , <https://Simalungunkab.bps.go.id> diakses pada 14 Desember 2022 pukul 20.15 WIB.

Tabel IV. 1
Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Simalungun

No	Nama Kecamatan	Luas km	Persentase	Jarak Ke Ibukota Kabupaten
1	Silimakuta	74,16	1,70	34
2	Pematang Silimahuta	79,68	1,82	39
3	Purba	172,71	3,95	19
4	Haranggaol Horison	40,97	0,94	30
5	Dolok Pardamean	67,90	1,55	35
6	Sidamanik	80,88	1,85	47
7	Pematang Sidamanik	137,80	3,15	42
8	Girsang Sipangan Bolon	129,89	2,97	74
9	Tanah Jawa	174,33	3,99	51
10	Hatonduhan	336,26	7,69	59
11	Dolok Panribuan	148,62	3,40	45
12	Jorlang Hataran	93,70	2,14	40
13	Panei	77,96	1,78	18
14	Panombean Panei	73,74	1,69	20
15	Raya	261,56	5,98	0
16	Dolok Masagal	105,77	2,42	15
17	Dolok Silou	302,66	6,92	54
18	Silou Kahean	228,74	5,23	127
19	Raya Kahean	204,89	4,69	30
20	Tapian Dolok	119,89	2,74	56
21	Dolok Batu Nanggar	106,91	2,44	42
22	Siantar	73,99	1,69	30
23	Gunung Malela	96,74	2,21	46
24	Gunung Maligas	51,39	1,18	51
25	Hutabayu Raja	191,43	4,38	66
26	Jawa Maraja Bah Jambi	38,97	0,89	55
27	Pematang Bandar	88,16	2,02	67
28	Bandar Huluan	107,33	2,45	60
29	Bandar	100,69	2,30	71
30	Bandar Masilam	91,22	2,09	87
31	Bosar Maligas	285,43	6,53	86
32	Ujung Padang	228,49	5,23	113

Sumber: *Simalungun Regency in Figures 2019*

2. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi masyarakat di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun secara umum dapat dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Adapun 3

faktor tersebut antara lain : faktor manusia (sumber daya manusia), faktor alam (sumber daya alam), dan faktor lingkungan sosial. Ketiga faktor tersebut merupakan potensi yang memungkinkan untuk dikelola dan dikembangkan sehingga memberikan keuntungan dari segi ekonomi, namun demikian pemanfaatan sumber dayaalam harus dengan konsep pembangunan berwawasan lingkungan bagi masyarakat Desa Partimbalan.

Ditinjau dari segi ekonomi, masyarakat di Desa Partimbalan mayoritas pekerjaannya adalah sebagai petani, seperti petani sawit, singkong, dan sebagainya. Pekerjaan sebagai petani merupakan pekerjaan turun temurun yang dilakukan sejak dulu oleh masyarakat Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun. Pekerjaan lainnya yang dilakukan masyarakat Desa Partimbalan adalah sebagai peternak hewan sapi dan kambing serta sebagai pengrajin gula aren. Dikarenakan pohon aren memiliki peluang untuk tumbuh subur di wilayah Desa Partimbalan maka banyak masyarakat yang mengelolanya menjadi produk gula aren.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara pengecekan informasi atau data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Kemudian data tersebut ditanyakan kepada informan lain. Dalam penelitian ini ada 26 orang yang berprofesi sebagai pengelola dan agen atau penjual gula aren yang dijadikan sebagai informan.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Strategi pemasaran menjadi sangat penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Strategi pemasaran juga penting dilakukan untuk menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat.

Untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun, peneliti mewawancarai 26 orang informan diantaranya hanya 11 orang yang melakukan strategi pemasaran seperti menawarkan ke grosir, konsumen rumah tangga, atau penjual makanan. Sedangkan 15 orang lainnya hanya menunggu agen atau pembeli yang datang dengan kata lain tidak melakukan strategi pemasaran. Dalam melakukan promosi penjualan, ada 3 informan yang melakukan promosi menggunakan sosial media seperti aplikasi Whatsapp dan Facebook, sedangkan 23 informan lainnya tidak menggunakan media sosial sebagai media untuk promosi pemasaran produk gula aren. Namun, 26 informan tersebut lebih mengutamakan penjualan melalui agen yang datang membeli ke rumah. Dimana informan mengatakan sasaran atau target utama dalam melakukan penjualan adalah agen gula aren.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengrajin gula aren mengenai strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun pendapat Ibu Sagitria menyatakan bahwa:

Sistem pemasarannya ke agen kalau tidak ke grosir. Kendalanya ketika musim hujan payah kayu, jadi ketika musim panas menyetok kayu

bakar. Untuk strategi menghadapi tantangan atau persaingan kualitasnya kita lebih baguskan lagi.⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nuraminati Nasution selaku pengrajin gula aren menyatakan bahwa :

Saya tidak melakukan strategi pemasaran, hanya menunggu agen datang ke rumah. Target atau sasaran pemasarannya cuma agen. Kendalanya ada juga ya kadang hujan jadi untuk meminimalisir kendalanya yaitu dengan menyetok kayu bakar.⁷¹

Hasil wawancara dengan Ibu Rena selaku pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun mengatakan bahwa:

Pemasarannya dilakukan di rumah, terkadang di antar kedai dan ada juga tetangga-tetangga yang membeli kadang juga dijual ke tukang sate atau makanan lain. Kalau musim hujan kendala yang dihadapi yaitu kayu bakar karena memasak gula aren menggunakan kayu bakar yang banyak, jadi kalau musim panas tiba kita stok kayu banyak-banyak. Untuk kendala kadang ada persaingan dengan gula yang tidak asli seperti gula sawit atau gula campur.⁷²

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul selaku penyadap pohon aren di Desa Partimbalan mengatakan bahwa:

Sistem pemasarannya melalui ke kedai-kedai, tukang kue, tukang bubur dan tukang gorengan. Sasaran atau target utama pemasarannya yaitu ke kedai-kedai dan agen. Saat musim hujan kendala yang dihadapi yaitu sulitnya kayu bakar jadi untuk meminimalisir kendala itu harus menyetok kayu bakar apabila musim kemarau.⁷³

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Nurhasanah selaku pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun mengatakan bahwa:

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Sagitria, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 19.30 WIB.

⁷¹ Hasil wawancara dengan Ibu Nuraminati Nasution, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 28 November 2022 Pukul 19.30 WIB

⁷² Hasil wawancara dengan Ibu Rena, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 28 November 2022 Pukul 15.30 WIB

⁷³ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Bahri, penyadap gula aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 13.30 WIB

Strategi pemasaran dilakukan dengan cara menjual ke kedai dan ke tukang kue juga di posting ke facebook. Kendala yang dihadapi saat memproduksi gula aren yaitu cuaca saat hujan dan kadang kurang lancar penjualannya. Ancaman yang dihadapi yaitu adanya persaingan dengan gula sawit jadi strateginya mempertahankan kualitas agar pembeli lebih memilih gula aren.⁷⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Aldi Hasibuan selaku penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun menyatakan bahwa:

Sistem pemasaran yang dilakukan yaitu dengan menjual ke pajak atau pasar dan juga melakukan promosi di sosial media. Kalau kendala yang dihadapi cuma saat musim hujan dan selebihnya saat ini lancar-lancar saja. Untuk strategi dalam menghadapi tantangan, gula aren asli wangi dan manis, jadi lebih mempertahankan kualitas.⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nurafni selaku pengrajin gulaaren mengatakan bahwa:

Sistem pemasarannya biasanya datang agen ke rumah kami, terkadang datang pembeli untuk membuat kue ke rumah. Saya tidak menggunakan sosial media dalam memasarkan produk gulaaren. Ya kalau sasaran utama pemasarannyaagen.⁷⁶

Sedangkan hasil wawancara dari Bapak Suyetno selaku Agen atau penjual gula aren mengatakan bahwa:

Saya selaku agen hanya sebagai penghubung ke pasar, jadi sayaambil dari petani setelah itu saya lempar langsung ke pasar. Untuk saat ini saya belum menggunakan sosial media sebagai media pemasaran karena hasil dari petani langsung diantar ke pasar. Kendala yang dihadapi tidak ada cuma dari segi kualitas terkadang tidak semua gula itu berkualitas bagus jadi strateginya dengan cara mensortir gulanya sebelum diantar ke pasar.⁷⁷

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Nurhasanah, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 15.30 WIB

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Aldi Hasibuan, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 27 November 2022 Pukul 15.30 WIB

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Nurafni, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 28 November 2022 Pukul 16.33 WIB.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Suyetno, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 24 November 2022 Pukul 20.30 WIB

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Nurainun selaku pengrajin gula aren mengatakan bahwa:

Pemasarannya ya kita tolak ke agen terus kita tawarkan kita masukkan ke kedai-kedai. Saya tidak menggunakan sosial media. Target atau sasaran utama dalam memasarkannya ya ke rumah-rumah khususnya yang membuat makanan, tukang es terus ya kedai-kedai lah.⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk gula aren belum sepenuhnya dilakukan dengan maksimal. Akan tetapi, usaha ini sudah layak dan patut untuk dikembangkan. Karena melihat dari peluang pasar, produk gula aren sangat memiliki peluang dipasaran hanya saja sistem pemasaran kurang maksimal dilakukan. Pengrajin selama ini hanya menunggu pembeli di rumah, akan tetapi ada pengrajin yang sudah melakukan strategi pemasaran dengan menjual secara langsung ke grosir atau kedai-kedai eceran. Beberapa informan juga sudah melakukan promosi di media sosial seperti *whatsapp* dan *facebook*, dengan begitu pemasaran lebih luas dilakukan.

2. Triangulasi Metode

Dalam memasarkan produknya, setiap perusahaan atau lembaga keuangan pasti tidak selalu berjalan mulus seperti yang diharapkan. Pasti ada rintangan atau hambatan yang terjadi dalam memasarkan produknya. Baik itu hambatan dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Nurainun, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 23 November 2022 Pukul 19.45 WIB

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan produk gula aren di Desa Partimbalan, beberapa kendala dalam melakukan pemasaran produk gula aren adalah sebagai berikut:

- a. Cuaca atau musim penghujan
- b. Banyaknya persaingan
- c. Bahan kayu bakar
- d. Hasil gula tidak bagus
- e. Harga yang lebih mahal dibanding gula lainnya
- f. Sulit memanjat pohon saat licin
- g. Musim hujan peminat berkurang

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Salmiah Rangkuti selaku pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun menyatakan bahwa:

Sistem pemasaran melalui agen dan hanya menunggu agen ke rumah. Faktor kendala yang dihadapi kalau musim hujan dan musim buah, strategi kalau menghadapi tantangan atau gula kurang laku jadi kami meminjam uang ke agen untuk modal.⁷⁹

Selanjutnya hasil wawancara dengan bapak Rusli Saragih selaku penyadap pohon aren mengatakan bahwa:

Sistem pemasaran yang dilakukan melalui agen dan selebihnya hanya menunggu di rumah saja. Kendala yang dihadapi selama menyadap yaitu kalau datang hujan, jadi dilakukan penutupan tangan aren agar supaya tidak masuk air hujan. Kalau ancumannya kadang-kadang air niranya masam, jadi untuk mengantisipasi harus ada kapur kayu laru agar gulanya keras dan manis.⁸⁰

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Salmiah Rangkuti, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 24 November 2022 Pukul 19.30 WIB

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Rusli Saragih, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 25 November 2022 Pukul 20.30 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Suhendra Nasution selaku penyadap pohon aren di Desa Partimbalan mengatakan bahwa:

Kendala yang dihadapi yaitu saat musim hujan memanjat pohon aren susah karena licin. Kalau musim hujan pemasarannya juga kurang lancar dan ancamannya yaitu takut jatuh saat menyadap pohon aren kalau musim hujan.⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa kendala dari strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan adalah cuaca atau musim hujan dan pada saat musim buah. Saat musim hujan pemasaran macet karena peminatnya berkurang seperti pembelian dari penjual es atau minuman lain serta saat musim buah tiba konsumen lebih memilih membeli buah daripada gula aren. Saat musim hujan kendala dari dalam juga ada seperti air nira yang bercampur dengan air hujan, sulitnya penyadapan dilakukan karena akses yang sulit atau licin.

Menurut peneliti penting untuk terus melakukan strategi pemasaran agar penjualan dapat terus meningkat. Dengan memperluas jaringan pemasaran seperti melakukan promosi melalui media sosial dapat mempermudah dan menambah konsumen agar penjualan meningkat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

Strategi pemasaran merupakan langkah-langkah yang dilakukan pengusaha dalam menarik konsumen dalam menggunakan produk yang

⁸¹ Hasil wawancara dengan Bapak Suhendra Nasution, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 17.30 WIB

ditawarkan dalam usahanya dan upaya dalam mempertahankan konsumen agar tetap menggunakan produk yang ditawarkan tersebut. Konsumen menjadi tolak ukur dalam pengembangan atau kesuksesan usaha dan peningkatan peningkatan usaha. Apabila konsumen dapat dipertahankan menggunakan produk yang ditawarkan, maka usaha yang dijalankan akan tetap berjalan dan pendapatan akan tetap bertahan atau meningkat dari waktu ke waktu.

Tanpa adanya strategi pemasaran, perusahaan akan kewalahan dalam menentukan titik fokus tujuan dari perusahaan itu sendiri. *Marketing mix* yang menyeluruh mencakup tujuh P, yaitu:

a. *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk yang dihasilkan yaitu produk gula aren. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk. Produk yang bermutu tinggi akan lebih mencolok dipasaran.

Produk gula aren yang dibuat oleh pengrajin gula aren di Desa Partimbalan ialah dengan mengutamakan kualitas produk tentunya agar konsumen merasa puas demi pencapaian loyalitas konsumen.

b. *Price* (harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa mendapatkan suatu produk yang diinginkannya. Harga juga menjadi unsur terpenting dalam bauran pemasaran setelah produk.

Selain itu, harga juga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Penetapan harga dalam suatu perusahaan akan menentukan posisi persaingan dan mempengaruhi tingkat penjualan produk. Karena setiap konsumen yang akan membeli tidak dapat di pungkiri pasti melihat dari harga terlebih dahulu. Harga yang ditawarkan pada gula aren merupakan harga yang bersaing sesuai dengan kualitas produknya.

c. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan langkah yang nyata untuk mengenalkan dan mengkomunikasikan manfaat dari produk dan untuk meyakinkan konsumen agar membelinya, maka dari itu unsur promosi dalam bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam membantu mengkomunikasikan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan pengrajin gula aren tidak sama, ada yang mempromosikan melalui *personal selling* atau menawarkan produk dengan cara lisan ke lisan. Ada juga pengrajin yang mempromosikan gula aren dengan menggunakan sosial media seperti aplikasi *facebook* dan *whatsapp* dengan cara memposting foto produk dan menampilkan keterangannya.

d. *People* (orang)

Orang atau sumber daya manusia mutlak diperlukan suatu lembaga bisnis untuk bertahan. Betapapun canggihnya peralatan yang dimiliki tetapi tetap membutuhkan campur tangan manusia.

Berdasarkan hasil penelitian, orang-orang yang terlibat dalam proses produksi gula aren merupakan orang-orang muslim. dalam melakukan pelayanan mengutamakan keramah-tamahan serta kejujuran akan produk yang ditawarkan tersebut.

e. *Place* (tempat)

Tempat atau lembaga dalam melakukan segala kegiatan untuk mendistribusikan produk dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen, tempat yang strategi sangatlah penting dalam pemasaran. Faktor produksi, pengawasan, keuangan dan pertimbangan pembeli atas faktor pasar juga mempengaruhi dalam penentuan distribusi.

Dari hasil penelitian tempat dalam melakukan pemasaran meliputi rumah pengrajin karena sebagian pengrajin hanya menunggu pembeli dirumah. Pasar juga merupakan tempat pendistribusian produk gula aren yang dilakukan juga pembuat makanan atau minuman.

f. *Process* (proses)

Proses pelayanan juga sangat menentukan keberhasilan perusahaan untuk memikat konsumen. Dalam hal ini faktor kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam bertransaksi perlu diperhatikan. Proses berhubungan dengan kegiatan menggerakkan aktivitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dijelaskan dalam menentukan proses pemesanan gula aren, pengrajin gula aren membuat pesanan melalui postingan produk di media sosial atau datang langsung ke rumah pengrajin

gula aren dan juga bisa melalui sistem pengantaran produk langsung ke rumah calon pembeli.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Secara umum, bukti fisik (*physical evidence*) meliputi unsur unsur pendukung dalam sarana fisik yang berkaitan dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil temuan peneliti, yang terdapat pada pemasaran produk gula aren yaitu bentuk gula aren bervariasi dari ukuran kecil $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg bisa dipesan sesuai permintaan konsumen.

Setelah menerapkan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran yang meliputi tujuh P yang telah dijelaskan sebelumnya, penjualan produk gula aren terus mengalami peningkatan. Seperti sebelumnya strategi pemasaran hanya dilakukan dari rumah dengan menunggu pembeli datang ke rumah, namun setelah dilakukannya strategi pemasaran dengan memperluas jaringan pemasaran seperti menawarkan langsung ke grosir-grosir, ke pedagang eceran, penjual makanan serta mempromosikan melalui media sosial seperti *facebook* dan *whatsapp*. Dengan melakukan strategi tersebut penjualan produk gula aren semakin lancar dan produk gula aren tidak tertimbun seperti biasanya. Permintaan akan produk gula aren semakin banyak karena konsumen semakin mengetahui produk gula aren dari desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

Adapun penelitian terdahulu yang menganut penelitian ini adalah penelitian Meliana dalam skripsi yang berjudul Strategi pemasaran usaha

kecil menengah gula merah aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara, menyatakan:

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan serangkaian unsur-unsur pemasaran yang dapat dikuasai oleh penjual dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Adapun bauran pemasaran penjual gula merah aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.⁸²

Suatu strategi bauran pemasaran harus bisa mampu mempertahankan konsumen dan memperbaiki mutu dan kualitas pelayanannya, tujuannya yaitu untuk meningkatkan pendapatan usaha. Salah satu usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan pendapatan adalah dengan menjalankan strategi pemasaran. Bauran pemasaran adalah salah satu alat pemasaran yang tepat dan banyak dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memasarkan produknya.

2. Kendala yang dihadapi oleh Pengrajin gula aren dalam memasarkan produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

Kendala dalam setiap kegiatan pasti akan terjadi termasuk dalam memasarkan produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun. Kendala yang dihadapi dari faktor lingkungan internal adalah kurangnya kayu bakar untuk memproduksi gula aren pada saat musim hujan. Pada saat musim hujan juga kualitas air nira akan menurun karena bercampur dengan air hujan serta akses pemanjatan pohon yang sulit karena licin. Sedangkan kendala yang dihadapi dari lingkungan eksternal adalah adanya persaingan antara produk gula aren dengan produk gula lainnya.

⁸²Meliana , Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara” (IAIN Palopo: Skripsi 2020), hlm.58.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi penganut penelitian ini adalah Ahmadi dengan skripsi yang berjudul menyatakan bahwa:

Masalah yang dihadapi oleh pengusaha gula aren yaitu mengenai kendala atau hambatan dalam usaha yang harus membuat pengusaha semakin gencar dalam menghadapi kendala yang ada seperti halnya kendala untuk kekurangan alat teknologi, kesulitan dalam menetapkan harga jual, mencari nilai tambahan dan daya tahan produk yang belum memenuhi kebutuhan-kebutuhan pasar-pasar modern.⁸³

Dalam menghadapi kendala atau ancaman, suatu perusahaan tentunya harus memiliki strategi. Strategi dilakukan untuk menghadapi atau ancaman yang akan terjadi pada perusahaan itu sendiri. Pengrajin gula aren juga memiliki strategi untuk menghadapi kendala dengan cara, meningkatkan kualitas produk gula aren dengan memproduksi sebagus mungkin. Dalam hal bahan kekurangan kayu bakar, maka pada saat musim panas dilakukan penyetakan kayu bakar.

3. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Gula Aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan dengan menggunakan variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan.

⁸³ Ahmadi, "Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat" (UIN Mataram: Skripsi 2020), hlm. 77.

Setelah dilakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal dalam strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan ditentukan faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan. Maka semua faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Pada matriks SWOT ini dapat dirumuskan beberapa alternative strategi antara lain yaitu: S-O (*Strength-Opportunities*) adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal yang dimiliki oleh produk gulaaren di Desa Partimbalan. Untuk menggunakan peluang yang ada, strategi S-T (*Strength-Treath*) adalah strategi yang memanfaatkan keunggulan yang dimiliki produk gula aren untuk mempertahankan posisi dari ancaman-ancaman yang ada, strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) adalah strategi yang meminimalisir kelemahan produk gula aren dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, strategi W-T (*Weakness-Treath*) adalah strategi untuk mempertahankan produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun dari ancaman yang berasal dari luar lingkungan.

Berikut ini tabel matriks SWOT yang menggambarkan bahwa bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal terhadap strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal yang dimiliki oleh produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.2
Matrik Analisis SWOT

<p align="center">INTERNAL</p> <p align="center">EKSTERNAL</p>	<p align="center">Kekuatan (<i>Strength</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aromalebih wangi dan tekstur lebih bagus 2. Berkhasiat untuk kesehatan 3. Produk gula aren asli 4. Dapat dijadikan sebagai bahan pembuatan makanan dan minuman 	<p align="center">Kelemahan (<i>Weakness</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas hasil produksi tidak menentu 2. Harga jual lebih mahal dibanding gula lainnya 3. Musim hujan produksi dan pemasaran kurang lancar 4. Terkena air hujan menjadi tidak bagus
<p align="center">Peluang (<i>Opportunities</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya agen yang datang ke rumah 2. Peminat gula yang tinggi dipasaran 3. Produk yang dihasilkan bisadisesuaikan dengan permintaan konsumen 4. Perkembangan teknologi dan informasi 	<p align="center">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan untuk menarik minat konsumen. 2. Menerapkan harga gula aren yang relatif stabil dan terjangkau dengan kualitas yang terjamin bagus dan asli. 3. Keterampilan dalam mengolah produk gula aren yang baik dengan memperhatikan keamanan dan kebersihan produk gula aren agar dapat membangun kepercayaan konsumen akan kualitas dan kebersihannya. 4. Memberikan sistem pemasaran dengan mengantar produk gula aren kepada 	<p align="center">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam menarik minat konsumen. 2. Mengusahakan untuk mencari kayu bakar sebagai bahan dalam proses memproduksi gula aren agar produksi tetap berjalan tanpa tertunda atau menggunakan gas elpiji sebagai pengganti kayu bakar. 3. Merawat dan melestarikan pohon aren dengan sebaik mungkin agarkualitas air nira yang dihasilkan bagus dan keberlangsungan hidup pohon aren semakin banyak. 4. Memproduksi gula aren dengan sebaik-baiknya dan penggunaan bahan

	konsumen yang melakukan pemesanan agar dapat menarik minat pembeli lebih banyak.	tambahan seperti air kapur dan tres nangka sesuai takaran agar produk yang dihasilkan bagus dan terjamin kualitasnya.
<p>Ancaman (Threat):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuaca buruk 2. Adanya persaingan dengan gula lain 3. Murahnya harga saat musim hujan karena permintaan konsumenn berkurang 4. Hasil yang tidak sama setiap produksi 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan keaslian dan kebersihan produk gula aren. 2. Membangun kepercayaan pelanggan kualitas produk yang dihasilkan. 3. Membudidayakan bibit pohon aren agar produksi terus berlanjut. 4. Melakukan penyadap sebelum turunnya hujan agar keselamatan terjaga dalam berkerja. 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial 2. Mencari agen besar untuk meningkatkan penjualan. 3. Memperbanyak koneksi atau relasi untuk memperluas jaringan pemasaran. 4. Membangun kepercayaan konsumen dengan mempertahankan kualitas dari gula aren.

Sebagaimana dijelaskan dalam teori Abdul Manap, strategi pemasaran yang baik harus dibangun atas dasar pemahaman bisnis yang kuat dalam dinamika pasar, dikombinasikan dengan pemahaman kebutuhandan keinginan, pesaing, *skillshuman capital*, pemasok baik kedalam maupun keluar. Tidak hanya itu, tetapi kemampuan untuk memvariasi *marketing mix*, *segmentation*, *targeting* dan *positioning* akan sangat membantu memenangkan persaingan bisnis.⁸⁴

Berdasarkan dengan strategi pemasaran produk gula aren dan didukung dengan teori yang ada yaitu dengan mengidentifikasi faktor eksternal dan

⁸⁴ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 89.

internal menggunakan analisis SWOT yaitu memahami situasi-situasi yang terjadi dilapangan untuk mempermudah dalam mengembangkan strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun. Sehingga disinilah nanti akan ada motivasi bagi pengrajin gula aren untuk meningkatkan pemasaran produk gula aren.

Hasil penelitian ini memperkuat kajian yang telah dilakukan, menurut Andhy Saputra, dkk dengan judul Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli.

Jalur pemasaran pada industri kecil gula aren masih pendek. Bahan baku industri kecil gula aren di Kecamatan Basidondo tersedia dengan mudah. Bahan baku yang didapat tidak hanya didapat dari satu pohon aren saja, tetapi dari beberapa pohon aren. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri kecil gulaaren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli adalah strategi *invest*.⁸⁵

Kesimpulan dari penelitian ini dapat kita lihat bahwa penelitian ini sejalan dengan jurnal tersebut dapat dilihat strategi pemasaran masih sangat minim dikarenakan masyarakatnya masih belum paham mengenai strategi pemasaran yang tepat dan masih terkendala tentang pemahaman dalam mempromosikan produk gula aren yang dihasilkan. Dari hasil identifikasi analisis situasi lingkungan faktor eksternal dan eksternal strategi pemasaran produk gula aren ini memiliki peluang dan sudah layak untuk dikembangkan dan bersaing sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi untuk peningkatan yang lebih besar dalam meraih penjualan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun tetapi di pihak lain para pengrajin gula

⁸⁵ Andhy Saputra dkk, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Basidondo Kabupaten Tolitoli" *dalam jurnal Economy Deposit* Vol,2 No.2, 2020, hlm. 36-37.

aren menghadapi kendala internal. Strategi ini fokus pada strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang maksimal untuk peluang yang dimiliki. Strategi yang mulai diterapkan yaitu: 1) Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan dan harga produk yang terjangkau konsumen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan, 2) Harga gula aren yang relatif stabil, 3) Keterampilan dalam mengolah produk gula aren yang baik dengan memperhatikan keamanan dan kebersihan gula aren agar dapat membangun kepercayaan konsumen akan kualitas dan keahliannya, 4) Memperluas sistem pemasaran dengan menggunakan media sosial, mengikuti pameran produk, serta membuat inovasi kemasan baru produk dan produk olahan baru gula aren.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ilham Sinaga selaku pengelola gula aren di Desa Partimbalan, sampai pertengahan tahun 2021 sekitar empat tahun sebelumnya. Sebelumnya strategi pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren hanya menunggu pembeli yang datang ke rumah atau menunggu agen datang membeli ke rumah. Namun dari pertengahan tahun 2021 pengrajin gula aren mulai memasarkan produk gula aren ke pedagang-pedagang makanan dan minuman serta grosir sekitar desa Partimbalan dengan menggunakan sepeda motor. Penjualan yang dihasilkan sebelum menggunakan strategi pemasaran hanya mencapai sekitar 15kg sampai 20kg perminggunya atau sekitar Rp. 250.000, sampai Rp.400.000, per minggu. Untuk meningkatkan penjualan, maka pengrajin gula aren di Desa Partimbalan mulai memperluas pemasarannya dan meningkatkan strategi pemasarannya.

Pada tahun 2022 pengrajin gula aren mulai membuat strategi pemasaran dengan memperluas jaringan pemasaran gula aren ke grosir-grosir sekitar Kabupaten Simalungun serta mulai mempromosikan gula aren melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Whatsapp* dengan memberikan penjelasan mengenai produk dan menampilkan foto produk gula aren yang di promosikan. Pesanan gula aren akan diantarkan ke rumah konsumen yang membeli produk gula aren tersebut. Konsumennya merupakan ibu rumah tangga yang menggunakan sosial media yang berusia sekitar 20 tahun sampai 40 tahunan. Sedangkan untuk konsumen diatas usia 40 tahunan biasanya membeli langsung kepada pengrajin gula aren atau ke grosir-grosir atau pedagang eceran terdekat.

Setelah menggunakan strategi pemasaran tersebut penjualan gula aren di Desa Partimbalan mengalami kenaikan penjualan, di tahun 2022 penghasilan pengrajin gula aren rata-rata mulai meningkat menjadi 30kg sampai 40kg atau sekitar Rp. 400.000,. sampai Rp. 700.000,. per minggu. Setelah melakukan strategi yang dibuat tersebut, penjualan produk gula aren semakin lancar dan produk gula aren tidak tertimbun seperti biasanya. Permintaan akan produk gula aren semakin banyak karena konsumen semakin mengetahui produk gula aren dari desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

D. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang untuk lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki

kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian tersebut, antara lain:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan metode yang dilakukan terkadang jawaban yang diberikan oleh informan tidak menunjukkan tentang keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengumpulan data sulit menemukan buku dan referensi mengenai judul penelitian.
3. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan peneliti dalam hal pengetahuan, disamping itu peneliti belum memiliki pengalaman dalam menulis karya ilmiah terutama dalam pengkajian teori, pengamatan, dan pengolahan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun, maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Dalam melakukan strategi pemasaran produk gula aren, pengrajin gula aren belum sepenuhnya dilakukan dengan maksimal. Akan tetapi, usaha ini sudah layak dan patut untuk dikembangkan. Karena melihat dari peluang pasar, produk gula aren sangat memiliki peluang dipasaran hanya saja sistem pemasaran kurang maksimal dilakukan. Sebelumnya sistem pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren hanya menunggu pembeli di rumah, akan tetapi ada pengrajin yang sudah melakukan strategi pemasaran dengan menjual secara langsung ke grosir atau kedai-kedai eceran namun hanya sebagian pengrajin saja. Penjualan yang dihasilkan sebelum menggunakan strategi pemasaran hanya mencapai sekitar 15kg sampai 20kg perminggunya atau sekitar Rp. 250.000, sampai Rp.400.000,. per minggu. Setelah membuat strategi pemasaran dengan memperluas jaringan pemasaran seperti memasarkan ke grosir-grosir sekitar Kabupaten Simalungun serta melakukan promosi penjualan melalui sosial media seperti *Facebook* dan *Whatsapp* dengan menampilkan foto dan penjelasan mengenai produk. Setelah menggunakan strategi pemasaran tersebut penjualan gula aren di Desa Partimbalan mengalami kenaikan penjualan, di tahun 2022 penghasilan

pengrajin gula aren rata-rata mulai meningkat menjadi 30kg sampai 40kg atau sekitar Rp. 400.000, sampai Rp. 700.000,. Setelah melakukan strategi pemasaran yang dibuat tersebut, penjualan produk gula aren semakin lancar dan produk gula aren tidak tertimbun seperti biasanya. Permintaan akan produk gula aren semakin banyak karena konsumen semakin mengetahui produk gula aren dari desa Partimbalan Kabupaten Simalungun.

2. Kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam melakukan strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan adalah cuaca atau musim hujan dan pada saat musim buah. Saat musim hujan pemasaran macet karena peminatnya berkurang seperti pembelian dari penjual es atau minuman lain serta saat musim buah tiba konsumen lebih memilih membeli buah daripada gula aren. Saat musim hujan kendala dari dalam juga ada seperti air nira yang bercampur dengan air hujan, sulitnya penyadapan dilakukan karena akses yang sulit atau licin. Pengrajin gula aren juga memiliki strategi untuk menghadapi kendala dengan cara, meningkatkan kualitas produk gula aren dengan memproduksi sebagus mungkin. Dalam hal bahan kekurangan kayu bakar, maka pada saat musim panas dilakukan penyetokan kayu bakar

B. Saran

1. Kepada pengrajin

Pengrajin gula aren sebaiknya memulai gerakan baru dalam melakukan pemasaran. Seperti melakukan promosi menggunakan media sosial. Dengan melakukan pemasaran maka konsumen mengetahui akan keberadaan produk gula aren tersebut. Selanjutnya yaitu memperbanyak relasi atau memperluas

jaringan pemasaran agar meningkatkan penjualan serta tetap mempertahankan keaslian serta kebersihan akan produk gula aren tersebut agar pelanggan lama tidak kecewa dengan kualitas produk gula aren dari Desa Partimbalan dan itu berdampak pada peningkatan penjualan dari pengaruh kepercayaan konsumen tersebut.

2. Kepada peneliti selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan agar mengetahui kedepannya bagaimana prospek pengolahan produk gula aren tersebut sebagai pendapatan utama bagi pengrajin gula aren.

3. Kepada pemerintah

Pemerintah kabupaten Simalungun khususnya di bagian sektor perindustrian dan perdagangan dapat memberikan bantuan yang efektif untuk membantu pengembangan dalam industri produksi gula aren di Desa Partimbalan. Diharapkan bisa menjadi pemerhati industri produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun dalam upaya memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kegiatan usaha produk gula aren. Dan juga sebagai kajian pemerintah dalam rangka menyusun kebijakan disektor produksi gula aren.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Abidin, Zainal. *530 Hadits Sahih Bukhari Muslim*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Amalia, Dhika dan Muhammad Zainal. *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi Dan Implementasi*. Ponorogo: Unida, 2017.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Wasith*. Jakarta: Gema Insani, 2012.
- Alit, Gusti Ngurah, dkk. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Unmas Press, 2018.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Kencana, 2018.
- David, Fred R. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Surakarta: Pustaka Al Hanan, 2007.
- Fajar, Nuraini. *SWOT pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Fauzan. *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Jember: Bildung, 2019.
- Firmansyah, Anang, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & strategy)*, Surabaya: CV: Penerbit Qiara Media, 2019.
- Francis, Tantri. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. *Fikih Muamalah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Hesty, Heryani. *Keutamaan Gula Aren Dan Strategi Pengembangan Produk*. Banjarbaru: Lambung Mangkurat University Press, 2016.
- Hafni, Syafrida. *Metodologi Penelitian*. Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.

- Ismanto, Kuart. *Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Kementrian Pertanian. *Pedoman Budi Daya Aren (Arenga Pinnata Merr) Yang Baik*. Jakarta: Direktorat Kementrian Pertanian, 2014.
- Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Paulus, Wardoyo. *Alat Analisis Manajemen*. Semarang: Semarang University Press, 2011.
- Rahayu, Budi. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017.
- Rahmawati. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman Press, 2016.
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*. Jakarta: GranmediaPustaka Utama, 2011.
- Rivai, Abdul dan Darsono Prawironegoro. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Siregar, Budi Gautama, Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Medan: Merdeka Kreasi, 2021.
- Saleh Sirajudin,. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017
- Swastha, Basu. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2017.
- Salim, M. Afif, Agus B Siswanto, *Analisis SWOT dengan metode Kuesioner*. Semarang: CV.Pilar Nisantar, 2019.
- Sandu, Siyoto dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media, 2015.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Sule, Ernie Trisnawati dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2012.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.

Taufiqurokhman. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016.

Widjono. *Bahasa Indonesia*. Jakarta:PT. Grasindo,2007.

Yulianti, Farida, dkk. *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish, 2019.

Zulkifli, Zulki. *Manajemen Pemasaran*. Deepublish: Bandung, 2010.

Sumber Jurnal:

Alam, Syamsul, “Penentuan Strategi Bisnis Melalui Penentuan Analisis SWOT Pada Jaks Barbershop Di Kota Makkasar,” *Jurnal Ilmiah Karimah STIE Amkop Makasar*, Volume. 2 No. 3 (2017).

Agustianis, Ayu dkk. “Strategi Pengembangan Industri Kecil Pembuatan Gula Kelapa” Vol.3 (2020).

Atmoko, Agus Dwi. “Analisa Pengembangan Produk GulaAren di Kabupaten Purworejo” Vol.6 , (2017).

Christian. “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado” Vol.1 (2014).

Falentino, Robby dan Epi Hpni Baroya. “Strategi Pengembangan GulaAren Kelompok Tani Sukaresik Desa Cikangkareng” vol.6 (2016).

Herawati, Lenny. “Identifikasi Permasalahan Penjualan Dengan Metode SWOT Pada UMKM Gula Merah” Vol.1 (2020).

Hidayat, Roni Saeful, “Analisis Saluran Pemasaran Gula aren (*Arenga Pinnata*)” Vol.2 (2016).

Karmiati dkk, “Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu Di Kabupaten Kudus” Vol.14 (2016).

Leli, Maisarah. “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal At-Tasyri'iy* Vol.2 (2019).

Maharani, Evy dan Yeni Kusumawaty. “Strategi Pemasaran Gula Semut Di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau” Vol.2 (2010).

Mashuri dan Dwi Nurjannah. “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing” Vol.1 (2020).

Radam, Rosidah R dan ArfaAgustina Rezekiah, “Pengolahan GulaAren (*Arrenga Pinnata Merr*) di Desa Banua Hanyar Kabupaten Hulu Sungai Tengah” Vol.3, No.3 (2015).

Saputra, Andy dkk. “Strategi Pengembangan Industri Kecil GulaAren” Vol.2 (2020).

Sembiring, Masta dan Eko Febri Syahputa Siregar, “Pelatihan Strategi Pemasaran , Bisnis dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu” Vol.1 (2020).

Prabowo, Firdaus Hendry. “Peningkatan Mutu Dan Pemasaran GulaAren” Vol.2 (2021).

Wahyuni Andi Tri dkk, “Pemasaran Gula Pada PG. Madukismo” Vol.3 (2018).

Wulandari, Srinita. “Strategi Pemasaran Gula Semut Pada Kelompok Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar” Vol. 2 (2020).

Sumber Skripsi :

Ahmadi, “Strategi Pengelolaan Usaha GulaAren dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat” UIN Mataram. 2020.

Antika, Nurma Yuni , “Strategi Pemasaran Gula Merah dengan Pendekatan Analisis *Strenght, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT) (Studi Kasus Pada Gilingan Tebu UD. Lestari Gula Merah di Cendono Kandatt Kediri)” IAIN Tulungagung. 2019.

Meliana. “Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Gula Merah Aren Di Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara.” IAIN Palopo, 2019.

N, Risna. “Produksi GulaAren Di Desa Batetangnga Kabupaten Polewali Mandar (Analisis Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Islam).”IAIN Parepare, 2020.

Sumber Lainnya:

BPS, “Kabupaten Simalungun Dalam Angka 2019”, diakses pada 14 Desember 2022 pukul 20.15 WIB. <https://Simalungunkab.bps.go.id>

Hasil wawancara dengan Bapak Aldi Hasibuan, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 27 November 2022 Pukul 15.30 WIB

Hasil Wawancara dengan Bapak Ilham, Pengrajin Gula Aren di Desa Partimbalan, Senin 28 Februari 2022 Pukul 09:00 WIB.

Hasil wawancara dengan Bapak Rusli Saragih, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 25 November 2022 Pukul 20.30 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Bahri, penyadap gula aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 13.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Bapak Suhendra Nasution, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 17.30 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Suyetno, penyadap pohon aren di Desa Partimbalan, 24 November 2022 Pukul 20.30 WIB

Hasil Wawancara dengan Ibu Ermi Nasution, Pengrajin Gula aren di Desa Partimbalan, 07 Maret 2022 Pukul 16:00 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu Nurafni, pengrajin gulaaren di Desa Partimbalan, 28 November 2022 Pukul 16.33 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu Nuraminati Nasution, pengrajin gulaaren di Desa Partimbalan, 28November 2022 Pukul 19.30 WIB

Hasil wawancara dengan Ibu Nurainun, pengrajin gulaaren di Desa Partimbalan, 23 November 2022 Pukul 19.45 WIB

Hasil wawancara dengan Ibu Nurhasanah, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 15.30 WIB

Hasil Wawancara dengan Ibu Nurhalimah, Pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, Selasa 08 Februari 2022 Pukul 16:30 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu Rena, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 28 November 2022 Pukul 15.30 WIB

Hasil wawancara dengan Ibu Sagitria, pengrajin gulaaren di Desa Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 19.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu Salmiah Rangkuti, pengrajin gula aren di Desa Partimbalan, 24 November 2022 Pukul 19.30 WIB

Hasil Wawancara dengan Ibu Tukini, Pengrajin GulaAren di Desa Partimbalan, Selasa 01 Februari 2022 Pukul 14:00 WIB.

KBBI Daring.“Pemasaran,” .diakses 10 Desember 2021, Pukul 22:00 WIB,<https:kbbi.kemendikbud.go.id>.

Pemerintah Kabupaten Simalungun, “Gambaran Umum Pemerintah Kabupaten Simalungun”, di akses 17 Februari 2022 Pukul 20:40 WIB. www.simalungun.go.id.

Wikipedia. “Kabupaten Simalungun,” diakses Desember pukul 11:40 WIB 2021. <https://id.m.wikipedia.org>.

Wikipedia, “Partimbangan” di akses pada Mei Pukul 10:00 WIB. 2022. <http://id.m.wikipedia.org>.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Novita Saragih
Nim : 17 402 00074
Tempat/tanggal lahir : Partimbalan, 13 Juni 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke : 3 dari 3 bersaudara
Alamat : Huta II Partimbalan, Kecamatan Bandar Masilam,
Kabupaten Simalungun

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Ramlan Saragih
Nama Ibu : Almh. Aspah Rangkuti
Alamat : Huta II Partimbalan, Kecamatan Bandar Masilam,
Kabupaten Simalungun

Latar Belakang Pendidikan

2005-2011 : SDN 091643 Partimbalan
2011-2014 : MTs Asy-Syi'ar Partimbalan
2014-2017 : SMAN 1 Sei Suka Batu Bara
2017-2023 : Universitas Negeri Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Motto Hidup : Hidup adalah perjuangan, perjuangan adalah hidup.

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA AREN DI DESA PARTIMBALAN KABUPATEN SIMALUNGUN

PEDOMAN WAWANCARA

Pengrajin Gula Aren

- A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?
 1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?
 - b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?
 - c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?
 - d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?
 - e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?
 - f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?
 2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?
 - b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?
 - c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?
 - d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?
 - e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?
 - f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?
 - g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?
 - b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?
 - c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?
 - d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?
 - e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?
2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?
 - b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?
 - c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Penyadap Pohon Aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?
 - b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?
 - c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?
 - d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?
 - e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

- f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?
- g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?
- h. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang bapak lakukan?
- i. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?
- j. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sehari, minggu atau bulan?

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?
- b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?
- c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?
- d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?
- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?
- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?
- g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

- 1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?
 - b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?
 - c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?
 - e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?
2. Peluang yang dimiliki produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?
 - b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?
 - c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?
 - d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Agen Penjual Gula Aren

- A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?
 1. Proses produksi gula aren yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Sejak kapan bapak/ibu menjadi agen atau penjual gula aren?
 - b. Apakah bapak/ibu mengetahui proses produksi gula aren di Desa Partimbalan?
 - c. Bagaimana proses produksi gula aren di Desa Partimbalan?
 - d. Apakah bapak/ibu setiap hari membeli gula aren dari pengrajin gula aren di Desa Partimbalan?
 - e. Berapa banyak gula aren yang dibeli dari pengrajin gula aren di Desa Partimbalan?
 - f. Apakah gula aren yang dibeli merupakan produk gula aren asli?
 2. Pemasaran yang dilakukan agen atau penjual gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak/ibu lakukan?
 - b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak/ibu hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

- c. Apakah bapak/ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?
 - d. Bagaimana cara bapak/ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?
 - e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?
 - f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?
 - g. Siapa saja sasaran atau target bapak/ibu dalam memasarkan produk gula aren?
- B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?
- 1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah kendala yang bapak hadapi dalam proses pemasaran gula aren?
 - b. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memasarkan gula aren?
 - c. Strategi apa yang bapak hadapi dalam proses memasarkan gula aren?
 - 2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?
 - b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?
 - c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?
 - d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

PEMBIMBING I

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II

Sry Lestari, S.H.I, M.E.I.
NIP. 19890505 201903 2 008

Dokumentasi wawancara



Gambar 1. Ibu Nurhasanah (Pengrajin Gula Aren)
Partimbalan, 26 November 2022 Pukul 15.30 WIB.



Gambar 2. Bapak Aldi Hasibuan (Penyadap Pohon Aren)
Partimbalan, 27 November 2022 Pukul 15.30 WIB



Bapak Sukimin Hasan (Agen Gula Aren)

Partimbalan, 29 November 2022 Pukul 16.45 WIB



Gambar 4. Ibu Tukini Lubis (Pengrajin Gula Aren)

Partimbalan, 26 November 2022 pukul 14.45 WIB.



Gambar 5. Bapak Ahmad Safi'I Nasution (Penyadap Gula Aren)
Partimbangan, 22 November 2022 Pukul 17.25 WIB



Gambar 6. Produk Gula Aren

Hasil wawancara dengan Pengelola dan Agen Gula Aren di Desa Partimbalan
Kabupaten Simalungun

Nama : Sukimin Hasan
Pekerjaan : Agen (Penjual gula aren)

C. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

3. Proses produksi gula aren yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

g. Sejak kapan bapak/ibu menjadi agen atau penjual gula aren?

Jawaban: sekitar 3 tahun lalu

h. Apakah bapak/ibu mengetahui proses produksi gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: insyaallah tau

i. Bagaimana proses produksi gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: proses pertama dari menyadap, diambil airnya setelah itu dimasak baru dia menjadi gula aren

j. Apakah bapak/ibu setiap hari membeli gula aren dari pengrajin gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: Tidak

k. Berapa banyak gula aren yang dibeli dari pengrajin gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: kira-kira 50 kg dalam satu minggu

l. Apakah gula aren yang dibeli merupakan produk gula aren asli?

Jawaban: Asli

4. Pemasaran yang dilakukan agen atau penjual gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

h. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak/ibu lakukan?

Jawaban: pemasarannya saya antar ke kedai langsung atau ke pajak

i. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak/ibu hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Ya, saya antar ke kedai-kedai

j. Apakah bapak/ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

k. Bagaimana cara bapak/ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak menggunakan

l. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

m. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

n. Siapa saja sasaran atau target bapak/ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Ke kedai-kedai itulah sama ke pajak

D. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

1. Kendala apa saja yang dihadapi oleh agen gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupten Simalungun

a. Apakah kendala yang bapak hadapi dalam proses memasarkan gula aren?

Jawaban: kendalanya ya itulah hujan kurang lancar

b. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memasarkan gula aren?

Jawaban: ancamannya yaitu kadang gula turun kadang naik tanpa diketahui

c. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: ya saya antar ke pajak-pajak dan kedai langsung

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren

a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: ya keunggulannya kalau gula aren dari Partimbalan itu Top banget

b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: sangat memiliki, cuma sekarang pohonnya udah berkurang jadi hasilnya juga berkurang

c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: manfaatnya banyak, kalo kita mengurangi konsumsi gula putih

d. Apakah pohon aren berpotensi untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan?

Jawaban: menurut saya insyaallah berpotensi

Nama : Suyetno

Pekerjaan : Agen (Penjual gula aren)

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan bapak/ibu menjadi agen atau penjual gula aren?

Jawaban: sudah sekitar 2 tahun kurang lebih

- b. Apakah bapak/ibu mengetahui proses produksi gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: sangat mengetahui, dari awal sampai akhir mengetahui

- c. Bagaimana proses produksi gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: biasanya untuk produksi awalnya petani mengambil air nira yang telah ditampung satu malam, baru siap itu air nira dipanaskan sampai mengental baru kemudian dicetak sama mereka

- d. Apakah bapak setiap hari membeli gula aren dari pengrajin gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: untuk saya setiap hari

- e. Berapa banyak gula aren yang dibeli dari pengrajin gula aren di Desa Partimbalan?

Jawaban: untuk saat ini tidak menentu tapi saat ini sekitar 25kg

- f. Apakah gula aren yang dibeli merupakan produk gula aren asli?

Jawaban: untuk dilihat dari tahapan mereka mengolah air nira itu tergolong asli

- 2. Pemasaran yang dilakukan agen atau penjual gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak/ibu lakukan?

Jawaban: untuk sistem pemasarannya saya hanya penghubung ke pasar. Jadi saya ambil dari petani, siap itu saya lempar langsung ke pasar.

- b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Terkadang ada pengrajin yang mengantar ke rumah, ada juga saya yang mendatangi pengrajin

- c. Apakah bapak/ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Untuk saat ini belum digunakan

- d. Bagaimana cara bapak/ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak menggunakan

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

- g. Siapa saja sasaran atau target bapak/ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Target pasar saya ya orang berdagang yang jual eceran di pasar

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

1. Kendala apa saja yang dihadapi oleh agen gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupten Simalungun
 - a. Apakah kendala yang bapak hadapi dalam proses memasarkan gula aren?

Jawaban: kendala yang sering dihadapi yang pertama faktor cuaca terkadang itu tidak menentu, kadang supply gula dari pengrajin itu kurang dari 25kg sedangkan permintaan di pasar itu terkadang lebih

- b. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memasarkan gula aren?

Jawaban: ancamannya sih sebenarnya tidak ada cuma kalo kendala ya kendala dari kualitas itu tidak semua gula itu bagus

- c. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: yang pertama ya kita liat pasarnya mau kayak mana, kalo yang lumayan bagus ya terpaksa di tingkat pengrajin di sortir

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: kelebihan gula aren satu sangat diminati pengrajin es dan untuk kalangan diabetes

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: kalo untuk peluang untuk saat ini sangat terbuka soalnya dipasarpu terus mita ke saya

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: manfaatnya yang pertama untuk penderita diabetes, untuk kadar gulanya tidak kaya

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan?

Jawaban: Untuk peluangnya sangat memungkinkan, karena untuk letak geografis mendukung

Pengrajin Gula Aren

Nama : Nurainun

Pekerjaan : Pengrajin Gula Aren

- C. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?
3. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

g. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: sudah lama, sudah tujuh tahunan

h. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tiga hari sekali

i. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Bahan bakunya bakar, air nira sama kapur

j. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Masaknya digelegakkan, sampai kental dia baru dicetak

k. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Asli

l. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Misalkan kalo airnya banyak bisa dapat 20kg, 15kg, dan minimal 10kg lah.

4. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

h. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Ya kita masukkan ke warung-warung itu, ke penjual makanan

i. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Tidak

j. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

k. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

l. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

m. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

n. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Ke warung-warung disini yang khususnya untuk buat makanan untuk buat es

D. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

3. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

f. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Enggak ada

g. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Ya kalau hujan sajalah, mau tidak mau kita harus menyetok kayu banyak

h. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak ada

i. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

j. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kita harus percaya diri karena gula kita asli

4. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren

d. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: ada perbedaannya kalau gula asli jadi lebih wangi

e. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Alhamdulillah

f. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Banyak, untuk mencegah diabetes

Nama : Sagitria

Pekerjaan : Pengrajin Gula Aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Ya sejak menikah sekitar 10 tahun lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya setiap hari

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Yang terutama air nira terus kapur sama batang nangka

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Direbus sampai mendidih lama sampai mengental kemudian dicetak

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Iya, yang asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Gak tentu kadang 5 kg, kadang 7 kg, kadang bisa sampai 10 kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Ya tolak ke agenlah

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak tau

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Yak e agen kalo gak ke grosir-grosir

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Kendalanya ketika hujan aja

b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Ya kalo musim panas nyetok kayu banyak-banyak

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendalanya tidak ada

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Enggak ada

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Ya kualitasnya lebih kita baguskan lagi

- 2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren itu lebih wangi, teksturnya lebih lembut

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Manfaatnya ya terutama untuk kesehatan, untuk jamu, dan juga untuk bandrek

Nama : Salmiah Rangkuti

Pekerjaan : Pengrajin Gula Aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

- 1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sejak tahun 1980an

- b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

- c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Tres nangka, laru, dan air nira

- d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Dimasak sampai mengental bisa dicetak

- e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Asli

- f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Gak tentu 5kg, bisa 10kg atau 15kg

- 2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Melalui agen

- b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya

- c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak

- d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak tau

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

- g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Ya agen kami itulah

- B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

- 1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Enggak ada

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Kalo musim hujan atau banjir buah kita dapat berkendala

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Enggak ada ancaman

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kalau musim hujan kami bisa pinjam uang sama agen

- 2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren bagus, manfaatnya banyak karena dia bisa untuk bikin kue, bisa untuk bubur, dan bisa untuk jamu

b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasaran?

Jawaban: Banyak

c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Bagus untuk kesehatan

Nama : Ermi Nasution

Pekerjaan : Pengrajin Gula Aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sejak saya menikah 12 tahun lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Tres nangka, kampur sama air nira

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Digelegakkan dulu sampai mengental, kalo udah apa dia barulah dicetak dikemasi

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Yang asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Kadang mau dia 2,5kg kadang 3kg, tergantung air niranya

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Ya menjual ke agenlah kadang orang datang kadang untuk orang pesta

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Ya begitulah kadang agen datang

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaba: Tidak ada

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

- g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: kadang untuk orang bikin kue, kadang untuk orang pesta, dan agen juga

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Kendalanya kalau musim hujanlah enggak ada kayunya

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Kalo musim panas perbanyak kayulah menyetok kayu

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: karena ada gula sawit gula kelapa jadi hancur dia ada persaingan

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Ada gula merah dipasaran

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Mempertahankan kualitasnya

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Kalo gula aren dia wangi, kalo dibikin ke obat-obatan bagus dia

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasaran?

Jawaban: Memiliki peluang tinggilah kalo gula asli

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Bagus untuk kesehatan

Nama : Nurhalimah
Pekerjaan : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sejak 5 tahun yang lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Enggak, seminggu dua kali

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Air nira, laru, kapur sirih tres nangka

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Air nira direbus hingga mendidih, sesudah mendidih dijadikan mengental hingga berubah warna menjadi kecoklatan lalu diangkat lalu dicetak didinginkan lalu dikeraskan

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Perharinya kira-kira 3kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Menjual ke agen-agen

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: kadang-kadang iya, kadang-kadang diantar ke grosir-grosir diantar ke pajak ke tukang kue

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak ada

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak ada

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Tukang es, tukang cendol, tukang kue ke kedai-kedai.

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Kendalanya kalau musim hujan susah mencari kayu bakar

b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Kalo musim panas banyak-banyak mencari kayu untuk distok pada musim hujan

c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Sekarang banyak bersaing sama gula sawit, gula cokar, dan gula kapur

d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Harganya kalo gula aren ini lebih tinggi dari gula-gula lainnya

e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Meningkatkan kualitas gula asli yang bagus-bagusnya

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren

a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren banyak diminati dari aromanya, rasanya, dan kualitasnya

b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Memiliki

c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Bagus untuk kesehatan, bagus untuk membuat kue atau bandrek

Nama : Nurhasanah
Pekerjaan : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sejak dua tahun yang lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Air nira, laru dan kapur sirih

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Dimasak sampai mengental

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Iya

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Bisa 6kg pertiga hari

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Dengan cara menjual ke kedai, tukang kue

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Tidak

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Iya

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Dengan cara memposting ke Facebook

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Iya lebih cepat terjual

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Dengan cara memposting fotonya ke Facebook

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Tukang kue sama kedai

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya menghadapi kendala contoh cuaca hujan

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Dengan cara menyetok kayu bakar di musim panas

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendalanya kadang kurang lancar penjualannya

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Bersaing dengan gula kelapa sawit

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Dengan cara mempertahankan kualitas

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren ini memiliki ciri khas enak

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki peluang

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Membuat tubuh kita menjadi sehat lebih berstamina

Nama : Marni
Pengrajin : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sudah sepuluh tahun

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya setiap hari

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kayu laru sama kapur dan air nira

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Direbus kemudian dicetak

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Yang asli karena wangi

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 5kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Menunggu agen

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Menunggu Agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Tidak

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Tidak ada

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Menunggu Agen

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gulanya gula asli wangi

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Bisa untuk obat bikin jamu

Nama : Ramadani
Pekerjaan : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: 3 tahun yang lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Saya memproduksi 2 kali seminggu

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Air nira, laru yang terbuat dari kapur sirih dan tres nangka

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Ya pakai kuali sama kayu bakar

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 5 kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Dengan agen

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya menunggu agen dirumah saja

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak ada

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak ada

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya ada

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Kalau hari panas saya ya menyetok kayu bakarlah yang kering

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?
 - d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Ada

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Oh karena gula saya gula asli jadi mempertahankan kualitas

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren ini wangi dan rasanya manis

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Ya, iya

- c. Apa saja manfaat dalam mengonsumsi gula aren?

Jawaban: Kalo menurut saya ya menurunkan kadar gula darah dan untuk jamu-jamuan

Nama : Nuraminati Nasution

Pekerjaan : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: 3 tahun yang lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Saya memproduksi 2 kali seminggu

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Air nira, laru yang terbuat dari kapur sirih dan tres nangka

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Ya pakai kuali sama kayu bakar

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 5 kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Dengan agen

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya menunggu agen dirumah saja

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak ada

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak ada

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya ada

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Kalau hari panas saya ya menyetok kayu bakarlah yang kering

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?
 - d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Ada

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Oh karena gula saya gula asli jadi mempertahankan kualitas

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren ini wangi dan rasanya manis

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Ya, iya

- c. Apa saja manfaat dalam mengonsumsi gula aren?

Jawaban: Kalo menurut saya ya menurunkan kadar gula darah dan untuk jamu-jamuan

Nama : Nurafni
Pekerjaan : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sejak dua tahun yang lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Air nira, laru dan kapur sirih

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Dimasak sampai mengental

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Iya

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Bisa 6kg pertiga hari

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Dengan cara menjual ke kedai, tukang kue

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Tidak

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Iya

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Dengan cara memposting ke Facebook

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Iya lebih cepat terjual

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Dengan cara memposting fotonya ke Facebook

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Tukang kue sama kedai

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya menghadapi kendala contoh cuaca hujan

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Dengan cara menyetok kayu bakar di musim panas

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendalanya kadang kurang lancar penjualannya

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Bersaing dengan gula kelapa sawit

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Dengan cara mempertahankan kualitas

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren ini memiliki ciri khas enak

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki peluang

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Membuat tubuh kita menjadi sehat lebih berstamina

Nama : Rena Saragih
Pengrajin : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sekitar tujuh tahunan

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Kalo setiap hari enggak, Cuma 3 kali sehari

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kayu laru sama kapur dan air nira

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Direbus kemudian dicetak

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Yang asli karena wangi

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 8kg atau 7kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Menunggu agen

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Menunggu Agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Tidak

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Tidak ada

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Menunggu Agen

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gulanya gula asli wangi

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Bisa untuk obat bikin jamu

Nama : Tuminah
Pekerjaan : Pengrajin gula aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Sejak 3 tahun yang lalu

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Seminggu sekali

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Air nira, laru, kapur sirih tres nangka

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Air nira direbus hingga mendidih, sesudah mendidih dijadikan mengental hingga berubah warna menjadi kecoklatan lalu diangkat lalu dicetak didinginkan lalu dikeraskan

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Perharinya kira-kira 3kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Menjual ke agen-agen

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: kadang-kadang iya, kadang-kadang diantar ke grosir-grosir diantar ke pajak ke tukang kue

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak ada

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak ada

- g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Tukang es, tukang cendol, tukang kue ke kedai-kedai.

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Kendalanya kalau musim hujan susah mencari kayu bakar

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Kalo musim panas banyak-banyak mencari kayu untuk distok pada musim hujan

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Sekarang banyak bersaing sama gula sawit, gula cokar, dan gula kapur

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Harganya kalo gula aren ini lebih tinggi dari gula-gula lainnya

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Meningkatkan kualitas gula asli yang bagus-bagusnya

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren banyak diminati dari aromanya, rasanya, dan kualitasnya

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Memiliki

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Bagus untuk kesehatan, bagus untuk membuat kue atau bandrek

Nama : Sarimpun Rangkuti

Pekerjaan : Pengrajin Gula Aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan ibu mulai memproduksi gula aren?

Jawaban: Ya sejak menikah sekitar tahun 1980

b. Apakah ibu memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya setiap hari

c. Apa saja bahan baku yang ibu gunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kayu, kual, sonduk, air nira kapur sama batang nangka biar cantik gulanya

d. Bagaimana proses memproduksi gula aren yang ibu lakukan?

Jawaban: Direbus sampai mendidih lama sampai mengental kemudian dicetak

e. Apakah gula aren yang ibu produksi adalah gula aren yang asli?

Jawaban: Iya, yang asli

f. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Gak tentu kadang 5 kg, kadang 7 kg, kadang bisa sampai 10 kg

2. Pemasaran yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang ibu lakukan?

Jawaban: Ya tolak ke agenlah

b. Apakah sistem pemasaran yang ibu lakukan hanya sebatas menunggu pembeli di rumah saja?

Jawaban: Iya

c. Apakah ibu menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

d. Bagaimana cara ibu jika menggunakan sosial media sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak tau

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan sosial media berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sosial media?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target ibu dalam memasarkan produk gula aren?

Jawaban: Yak ke agen kalo gak ke grosir-grosir

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh pengrajin gula aren dalam melakukan pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Apakah ibu menghadapi kendala dalam proses memproduksi gula aren?

Jawaban: Kendalanya ketika hujan aja

- b. Apa yang ibu lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses produksi gula aren tersebut?

Jawaban: Ya kalo musim panas nyetok kayu banyak-banyak

- c. Apakah kendala yang ibu hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendalanya tidak ada

- d. Apakah ancaman yang ibu hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Enggak ada

- e. Strategi apa yang ibu lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Ya kualitasnya lebih kita baguskan lagi

2. Peluang yang dimiliki oleh produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren itu lebih wangi, teksturnya lebih lembut

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Manfaatnya ya terutama untuk kesehatan, untuk jamu, dan juga untuk bandrek

Penyadap Pohon Aren

Nama : Ahmad Safii

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

C. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

3. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- k. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak sepuluh tahun yang lalu

- l. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Pertama ya pohonnya dibersihhi lalu dipukul diayun, 4 hari sekali dipukul lalu dipotong baru ditampung airnya

m. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Tali, pisau, drigen, dan tangga

n. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam perhari?

Jawaban: Kalau per pokok mau dia 10 liter

o. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus ditempat kualii yang besar sampai menyusut menjadi gula

p. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Dua kali sehari

q. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres nangka

r. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya

s. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Perhari mencapai 4kg

4. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

h. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Ke agen

i. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Iya, kadang orang perlu datang kerumah

j. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak sempat

k. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

l. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

m. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

n. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Kedai dan agen

D. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

3. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

f. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Ada juga kendalanya kalau di musim hujan payah cari kayu

g. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Dibiarkan atau dipala-palain

h. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak ada

i. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Enggak ada

j. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Dimasak sebaigus-baigusnya

4. Peluang yang dimiliki produk gula aren

e. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Dia kemana-mana masuk, mau dibikin kue masuk

f. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Terkadang kalau kualitasnya bagus, cuma orang beli yang murah

g. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Untuk kesehatan, untuk jamu juga bisa

h. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Paling subur Partimbalan dibanding desa lain

Nama : Aldi Hasibuan

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak tahun 2002

b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Dibuka arennya baru disadap

- c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Tali, pisau, drigen, dan tangga

- d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?

Jawaban: Kadang 15 liter kadang 17 liter gitulah

- e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus ditempat kuali yang besar sampai menyusut menjadi gula

- f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Dua kali sehari

- g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres nangka

- h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

- i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Kalo airnya 15 liter menjadi 7kg

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

- a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Jual ke pajak

- b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Oh tidak

- c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Menggunakan media Facebook

- d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Sama

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Saat ini lancar-lancar saja

- g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Agen dan konsumen

- B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

- a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Ada juga kendalanya kalau di musim hujan payah cari kayu

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Enggak ada

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Saat ini lancar-lancar aja

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Enggak ada

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Gulaku asli manis dan wangi jadi mempertahankan kualitas

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Dia kemana-mana masuk, mau dibikin kue masuk

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Terkadang kalau kualitasnya bagus, cuma orang beli yang murah

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Untuk kesehatan, untuk jamu juga bisa

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Ya berpulang sekali

Nama : Samsul Bahri

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak 3 tahun yang lalu

- b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Awalnya pembukaan tangan, lalu dipukul, diperam lalu di iris pokoknya

- c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Tali, pisau, drigen, dan tangga

d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?

Jawaban: Lebih kurang 5 liter perharinya

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus ditempat kuali yang besar sampai menyusut menjadi gula

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Dua kali sehari pagi dan sore

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres angka

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 10kg dalam per hari

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Ke agen

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Iya, kadang orang perlu datang kerumah

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak sempat

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Kedai dan agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya apabila musim hujan

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Terus menyetok kayu bakar yang banyak apabila musim kemarau

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Apabila banyaknya gula dari luar terutama gula sawit

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Banyaknya gula semut yang masuk dalam pemasaran gula aren

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Harus menjaga kualitas gulanya

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Memiliki cirri khas tersendiri dengan harum gula arennya

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Untuk kesehatan

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Iya, berpeluang tumbuh subur

Nama : Ilham Sinaga

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Kurang lebih sudah 5 tahunan

- b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Yang pertama itu pohonnya saya beri tangga, untuk membuka arennya itu, tangan namanya. Sejenis buah setelah itu saya pukul, setelah saya pukul berkali-kali terus saya potong terus pemeraman kurang lebih setengah bulan setelah itu saya tamping kemudian saya masak

- c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Dia membutuhkan tangga yang terbuat dari pohon bambu, setelah itu saya menggunakan tali, terus saya menggunakan pisau alat untuk mengiris tangannya itu

- d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?

Jawaban: Kadang 15 liter kadang 17 liter gitulah

- e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus ditempat kuali yang besar sampai menyusut menjadi gula

- f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Kalau penyadapan saya lakukan 2 kali sehari yaitu pagi dan petang

- g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres nangka

- h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

- i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Kalo airnya 15 liter menjadi 7kg

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Sistem pemasarannya saya masukkan ke media setelah itu saya jumpai agen-agensya

- b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Sebagian saya tunggu dirumah sebagian saya pasarkan ke semua orang yang membutuhkan

- c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Menggunakan media *facebook*

- d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Ya seperti “ siapa yang berminat gula aren saya hubungi nomor sekian atau wa”

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Kalau yang saya alami sekarang lebih cepat di media sosial

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Dengan saya buat tarif harga “ menyediakan gula aren asli dengan harga sekian”

- g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Salah satunya yang saya lakukan yaitu ke penjual-penjual makanan

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

- a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Terdahulu di curah hujan

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Langkah pertama saya melakukan penyadapan tidak pas jamnya, yang kedua cara pemasukan agak sulit

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendala seharusnya pemasakan dilakukan sekitar 4 jam menjadi 9 jam karena curah hujan

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Ancamannya yaitu gula jarang jadi karena terlalu banyak campuran dengan air hujan

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Ya saya coba untuk menyetok gula aren di musim kemarau

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Kalau gula aren ini memang dia gula yang asli, jadi dari pohonnya dikelola dengan cara yang tradisional, sedangkan gula yang lainnya dengan cara percampuran dengan bahan baku yang lain salah satunya air nira dicampur dengan gula putih

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Memiliki peluang tinggi

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Salah satunya untuk kesehatan

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Ya berpeluang sekali

Nama : Suhendra Nasution
Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: 5 tahunan

b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Dipanjat lalu disadap

c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Tali, pisau, drigen, dan tangga

d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?

Jawaban: Sepuluh

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus lalu dimasak

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Dua kali sehari pagi dan sore

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres nangka

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 15kg sekali masak

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Ke agen

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Iya, kadang orang perlu datang kerumah

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak sempat

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

- g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Kedai dan agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

- 1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya apabila musim hujan

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Terus menyetok kayu bakar yang banyak apabila musim kemarau

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Apabila banyaknya gula dari luar terutama gula sawit

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Banyaknya gula semut yang masuk dalam pemasaran gula aren

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Harus menjaga kualitas gulanya

- 2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Memiliki ciri khas tersendiri dengan harum gula arennya

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Untuk kesehatan

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Iya, berpeluang tumbuh subur

Nama : Amiruddin Lubis
Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak dua tahun lalu

b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Dipanjat, lalu disayat tangannya lalu ditampung

c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Pakai kapur, pakai kayu angka kalau daerah sini

d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?

Jawaban: Kalau dia pertangannya dapat juga 10 liter

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus setelah dimasukkan kuali, lalu dia mengental lalu dicetak

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Kalau penyadapan saya lakukan 2 kali sehari yaitu pagi dan petang

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Pakai pisau sadap, lalu kapur, tres angka, dan kuali

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya setiap hari

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Kalo airnya 15 liter menjadi 7kg

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Sistem pemasarannya saya masukkan ke media setelah itu saya jumpai agen-agenya

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Sebagian saya tunggu dirumah sebagian saya pasarkan ke semua orang yang membutuhkan

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Menggunakan media *facebook*

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Ya seperti “ siapa yang berminat gula aren saya hubungi nomor sekian atau wa”

- e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Kalau yang saya alami sekarang lebih cepat di media sosial

- f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Dengan saya buat tarif harga “ menyediakan gula aren asli dengan harga sekian”

- g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Salah satunya yang saya lakukan yaitu ke penjual-penjual makanan

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun
 - a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Terdahulu di curah hujan

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Langkah pertama saya melakukan penyadapan tidak pas jamnya, yang kedua cara pemasukan agak sulit

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendala seharusnya pemasakan dilakukan sekitar 4 jam menjadi 9 jam karena curah hujan

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Ancamannya yaitu gula jarang jadi karena terlalu banyak campuran dengan air hujan

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Ya saya coba untuk menyetok gula aren di musim kemarau

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren
 - a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Kalau gula aren ini memang dia gula yang asli, jadi dari pohonnya dikelola dengan cara yang tradisional, sedangkan gula yang lainnya dengan cara percampuran dengan bahan baku yang lain salah satunya air nira dicampur dengan gula putih

b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Memiliki peluang tinggi

c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Salah satunya untuk kesehatan

d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Ya berpeluang sekali

Nama : Suhermanto Sinaga

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sepuluh tahun

b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Ya dibuka dulu pohonnya, udah di buka di tokok dulu tangannya

c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Dia membutuhkan tangga yang terbuat dari pohon bambu, setelah itu saya menggunakan tali, terus saya menggunakan pisau alat untuk mengiris tangannya itu

d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam perhari?

Jawaban: Kadang 15 liter kadang 17 liter gitulah

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus ditempat kuali yang besar sampai menyusut menjadi gula

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Kalau penyadapan saya lakukan 2 kali sehari yaitu pagi dan petang

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres angka

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Kalo airnya 15 liter menjadi 7kg

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Sistem pemasarannya saya masukkan ke media setelah itu saya jumpai agen-agenya

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Sebagian saya tunggu dirumah sebagian saya pasarkan ke semua orang yang membutuhkan

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Ya ada juga

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Ya ke facebook lah

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Kalau yang saya alami sekarang lebih cepat di media sosial

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Dengan saya buat tarif harga “ menyediakan gula aren asli dengan harga sekian”

g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Salah satunya yang saya lakukan yaitu ke penjual-penjual makanan

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Enggak ada

b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Langkah pertama saya melakukan penyadapan tidak pas jamnya, yang kedua cara pemasukan agak sulit

c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Kendala seharusnya pemasakan dilakukan sekitar 4 jam menjadi 9 jam karena curah hujan

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Ancamannya yaitu gula jarang jadi karena terlalu banyak campuran dengan air hujan

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Membuat gula aren sebagus-bagusnya

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren lebih murni jadi lebih disukai orang gitulah

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Memiliki peluang tinggi

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Untuk buat cendol es

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Kurang bagus kurang subur

Nama : Rusli Saragih

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

- 1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak 20 tahun yang lalu

- b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Pertama-tama kita gantung tangan aren, baru yang keduanya kita buka pelepah dan dipukul tangannya dan sesudah itu kita tunggu bunganya kembang dan lalu kita potong ditampung airnya

- c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Yang dibutuhkan itu ada tokok-tokok yang dinamakan secara tradisional bual-bual dan menggunakan pisau sadap dan tampungannya dragen Pertama menggunakan tali, terus saya menggunakan pisau alat untuk mengiris tangannya itu

- d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam perhari?

Jawaban: Hasil sekitar 20 liter

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Pertama kita tarok kuali dimasak sekitar 3 jam dan sehingga mengental dan dibikin berbentuk cetakan dan dikeringkan

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Kalau penyadapan saya lakukan 2 kali sehari yaitu pagi dan petang

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres angka

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Tidak

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Kalo airnya 15 liter menjadi 7kg

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Sistem pemasarannya saya masukkan ke media setelah itu saya jumpai agen-agensya

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Sebagian saya tunggu dirumah sebagian saya pasarkan ke semua orang yang membutuhkan

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Ya ada juga

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Ya ke facebook lah

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Kalau yang saya alami sekarang lebih cepat di media sosial

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Dengan saya buat tarif harga “ menyediakan gula aren asli dengan harga sekian”

g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Untuk agen ajalah

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Kendalanya kalau datang hujan

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Ya di tutuplah tangannya itu supaya enggak masuk air

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak ada kendalanya

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Itu kadang masam airnya

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Terutama itu kapur harus ada agar supaya gula tersebut keras dan manis

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren bagus untuk dikonsumsi untuk kesehatan

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Memiliki peluang tinggi

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Manfaatnya untuk kesehatan

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Mudah-mudahan berpeluang

Nama : Irwansyah Purba

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak 15 tahun yang lalu

- b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Awalnya pembukaan tangan, lalu dipukul, diperam lalu di iris pokoknya

- c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Tali, pisau, drigen, dan tangga

d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam perhari?

Jawaban: Lebih kurang 15 liter perharinya

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Direbus ditempat kualii yang besar sampai menyusut menjadi gula

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Dua kali sehari pagi dan sore

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres angka

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: 10kg dalam per hari

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Ke agen

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Iya, kadang orang perlu datang kerumah

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak sempat

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Kedai dan agen

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Iya apabila musim hujan

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Terus menyetok kayu bakar yang banyak apabila musim kemarau

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Apabila banyaknya gula dari luar terutama gula sawit

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Banyaknya gula semut yang masuk dalam pemasaran gula aren

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Harus menjaga kualitas gulanya

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Memiliki cirri khas tersendiri dengan harum gula arennya

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iya memiliki

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Untuk kesehatan

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Berpeluang tumbuh subur

Nama : Rohman Saragih

Pekerjaan : Penyadap pohon aren

A. Bagaimana strategi pemasaran produk gula aren di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

1. Proses produksi gula aren yang dilakukan di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun

- a. Sejak kapan bapak mulai menyadap pohon aren?

Jawaban: Sejak sepuluh tahun yang lalu

- b. Bagaimana proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Dipanjat, diambil airnya baru dibawa pulang

- c. Apa saja yang diperlukan dalam proses penyadapan air nira yang bapak lakukan?

Jawaban: Tali, pisau, drigen, dan tangga

d. Berapa liter air nira yang dihasilkan dalam sehari?

Jawaban: Sekitar 20 liter

e. Bagaimana proses memproduksi air nira hingga menjadi gula aren?

Jawaban: Airnya ditarok dikuali, direbus sampai lima jam sampai mengental

f. Berapa kali penyadapan dilakukan dalam sehari?

Jawaban: Dua kali sehari pagi dan sore

g. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam memproduksi gula aren?

Jawaban: Kapur dan tres nangka

h. Apakah bapak memproduksi gula aren setiap hari?

Jawaban: Iya

i. Berapa banyak gula aren yang dihasilkan dalam sekali produksi?

Jawaban: Sekitar 15kg

2. Pemasaran yang dilakukan penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?

Jawaban: Ke agen

b. Apakah sistem pemasaran yang dilakukan oleh bapak hanya sebatas menunggu pembeli dirumah saja?

Jawaban: Iya, kadang orang perlu datang kerumah

c. Apakah bapak menggunakan sosial media sebagai media pemasaran gula aren?

Jawaban: Tidak

d. Bagaimana cara bapak jika menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan gula aren?

Jawaban: Tidak ada

e. Apakah sistem pemasaran menggunakan media sosial berpotensi lebih cepat terjualnya gula aren?

Jawaban: Tidak tau

f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan dengan media sosial?

Jawaban: Tidak tau

g. Siapa saja sasaran atau target bapak dalam memasarkan gula aren tersebut?

Jawaban: Targetnya agen ajalah

B. Apa saja kendala yang dihadapi pengrajin gula aren dalam pemasaran produk gula aren?

1. Kendala apa yang dihadapi oleh penyadap pohon aren di Desa Partimbangan Kabupaten Simalungun

a. Apakah bapak menghadapi kendala dalam proses menyadap hingga memproduksi gula aren?

Jawaban: Ada juga kendalanya kalau di musim hujan payah cari kayu

- b. Apa yang bapak lakukan untuk meminimalisir kendala yang dihadapi selama proses menyadap hingga memproduksi gula aren tersebut?

Jawaban: Dibiarkan atau dipala-palain

- c. Apakah kendala yang bapak hadapi selama proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Enggak ada

- d. Apakah ancaman yang bapak hadapi dalam proses memproduksi hingga memasarkan gula aren?

Jawaban: Enggak ada

- e. Strategi apa yang bapak lakukan untuk menghadapi tantangan dalam proses pemasaran gula aren?

Jawaban: Dimasak sebgus-bagusnya

2. Peluang yang dimiliki produk gula aren

- a. Apakah kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk gula aren dibanding gula lainnya?

Jawaban: Gula aren lebih enak dibuat makanan dan bergizi

- b. Apakah produk gula aren memiliki peluang dipasarkan?

Jawaban: Iyalah

- c. Apa saja manfaat dalam mengkonsumsi gula aren?

Jawaban: Manfaatnya bergizi , lebih enak dan wangi

- d. Apakah pohon aren berpeluang untuk tumbuh subur di Desa Partimbalan Kabupaten Simalungun?

Jawaban: Berpeluang