Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Riset Multidisiplin
Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/

Strategi Pemasaran Gula Aren Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kaseralau, Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pinrang

Nurhapsa, Irninthya Nanda Pratami Irwan, Sri wahyuni nengsi*

[1]Fakultas Pertanian Peternakan dan Perikanan, Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare, Kota Parepare, Indonesia Email: [1]nurhapsanurhapsa@gmail.com, [2]nandafapetrik2021@gmail.com, [3*]sriwahyuninengsi283@gmail.com

Abstrak –Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa, Kabupaten Pnrang dari bulan Agustus 2025 sampai dengan Oktober 2025. Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi harga jual gula aren di tingkat petani. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap 15 informan (pemilik dan pelanggan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha gula aren terletak pada cita rasa yang khas dan alami di banding gula jenis lain, Produk gula aren dibuat tanpa bahan pengawet, Harga sesuai dengan kualitas produk, Tekstur gula aren lembut dan bersih. Peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu peluang seperti permintaan pasar semakin tinggi, gula aren di Desa Kaseralau berpotensi sebagai produk unggulan daerah dan gula aren semakin diminati karena trend gaya hidup sehat. sementara ancaman berasal dari adanya barang subtitusi produk gula aren (Gula Kelapa dan Gula Pasir), perubahan selera konsumen, produk sejenis dari daerah lain, dan belum adanya sertifikasi atau label halal bisa menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk gula aren tersebut. Berdasarkan hasil analisis SWOT usaha berada pada kuadran I (strategi agresif), sehingga strategi yang disarankan adalah memperluas jangkauan promosi melalui media sosial, memperbaiki kemasan, serta menjaga kualitas produk agar tetap diminati konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran1, Analisis SWOT2, Gula Aren3

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks pembangunan dan ekonomi global saat ini semakin banyak konsumen yang mencari produk alami dan organik, menciptakan pelung besar bagi komoditas pertanian, salah satu komoditas yang menonjol di Indonesia adalah gula aren (gula merah) yang memegang peranan penting tidak hanya secara ekonomi tetapi juga secara sosial, terutama sebagai mata pencaharian utama bagi masyarakat pedesaan dan petani aren. Potensi pasar gula aren sangat luas, mencakup permintaan lokal, nasional, hingga internasional.

Meskipun potensi pasar gula aren di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan signifikan yang menghambat peningkatan kesejahtraan mereka. Permasalahan yang paling mendasar adalah harga jual yang cenderung rendah di tingkat petani, ditambah dengan keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas. Selain itu, kurangnya inovasi dalam produk serta minimnya pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang efektif memperparah kondisi. Akibatnya terlepas dari permintaan yang stabil, pendapatan petani tetap rendah dan membuat mereka sulit keluar dari garis kemiskinan.

Melihat kondisi saat ini, peningkatan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat petani gula aren menjadi indikator krusial keberhasilan pembangunan daerah. Salah satu pendekatan yang paling menjanjikan untuk mencapai tujuan ini adalah melalui penguatan strategi pasar. Dengan strategi pasar yang tepat dan terarah, tidak hanya jangkauan pasar akan meluas dan harga jual produk akan meningkat, tetapi juga akan mendorong diversifikasi produk, peningkatan produk, dan perkembangan nilai tambah lainnya yang pada akhirnya meningkatkan daya saing gula aren.

Di Desa Kaseralau tanaman aren merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga sangat prosfektif dalam pengembangan dan memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
perekonomian masyarakat di Desa Kaseralau tersebut. Tanaman perkebunan yang potensial untuk dikembangkan sebagai agroindustri di pedesaan adalah tanaman aren.

Tanaman aren juga memiliki potensi ekonomi yang tinggi karna hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Buahnya dapat dibuat kolang kaling yang digemari masyarakat Indonesia pada umumnya. Daunnya dapat digunakan sebagai kerajinan tangan dan bisa juga sebagai atap, sedangkan akarnya dapat dijadikan bahan obat-obatan. Dari batangnya dapat diperolah ijuk dan lidi yang memiliki nilai ekonomis. Selain itu, batang usia muda dapat diambil sahunnya, sedangkan pada usia tua apat dipakai sebagai bahan furniture **(simbolon 2022)**

Tanaman aren termasuk salah satu tanaman yang berpotensi cukup besar dikembangkan di desa kaseralau, karena tanaman ini merupakan sumber daya alam yang dikenal di kawasan tropika, disebabkan oleh manfaatnya yang beraneka ragam, seperti sagu, ijuk, tangkai tandan bunga jantan, buah, daun, pelepah, akar dan kulit batang yang banyak dimanfaatkan orang.

Gula aren yang diproduksi di Desa Kaseralau ukurannya rata-rata 1 kilo gram per biji, berbeda dengan produksi gula aren dari daerah lain yang berukuran kecil. Gula aren memiliki khas tersendiri di banding dengan gula dari sumber lain (gula Tebu dan gula Bit). Gula ini mudah larut, kering dan bersih serta memiliki aroma yang khas, sehingga banyak digunakan dalam pembuatan kue-kue, kecap dan produk lainnya.

Selain itu pemasaran gula aren di Desa Kaseralau masih berjalan secara tradisional, antara lain informasi pasar yang dilakukan dari mulut ke mulut atau datang langsung ke tempat produksi (rumah produsen). Produksi gula aren di Desa Kaseralau dilakukan setiap hari. Banyak kenyataan dan kelemahan dalam sistem pertanian di negara berkembang, termasuk Indonesia antara lain ialah kurangnya strategi tersebut diharpkan mampu memberikan solusi dalam proses pemasaran, sehingga dapat membantu laju pertumbuhan ekonomi. Oleh karna itu, pengembangan agroindustri serta strategi pemasaran di pedesaan membutuhkan alternatife terbaik dalam meningkatkan kinerja sektor pertanian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah, Apa saja faktor internal dan eksternal yang berkaitan dengan pemasaran gula aren di tingkat petani?, Strategi pemasaran inovatif apa yang paling efektif untuk diterapkan guna meningkatkan kesejahteraan petani gula aren di Desa Kaseralau?.

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah kajian ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai faktor internal dan eksternal yang berkaitan dengan pemasaran gula aren. Selain itu, penelitian ini memberikan informasi bagi petani atau produsen gula aren sebagai dasar dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kesejahteraan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan referensi bagi peneliti selanjutnya. Bagi Akademisi dan Pengembangan Ilmu Pengetahuan, Menambah studi kasus spesifik tentang pengembangan komoditas pertanian lokal di Indonesia, Menyediakan kerangka analisis yang dapat digunakan atau dikembangkan dalam penelitian serupa di daerah atau komoditas lain. Secara tidak langsung, penelitian ini dapat menguntungkan konsumen dengan memastikan ketersediaan gula aren berkualitas tinggi melalui jalur distribusi yang lebih efisien.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kaseralau Kecematan Batulappa Kabupaten Pinrang. Peneliti sengaja memilih lokasi Desa Kaseralau karna di Desa Kaseralau terdapat beberapa pelaku usaha gula aren yang menjadi subjek utama dalam penelitian. Adapun waktu pelaksanaan penelitian direncanakan pada bulan Agustus-September 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha gula aren di Desa Kaseralau yang terlibat dalam proses produksi, pengolahan, dan pemasaran gula aren. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
(total sampling), yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Dengan demikian, semua pelaku usaha gula aren tersebut dijadikan responden dalam penelitian ini.

2.2. Tahap Penelitian

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lokasi produksi dan kegiatan pemasaran gula aren. Observasi mencakup: Proses pengolahan gula aren dan nira sampai menjadi produk jadi, alat dan teknologi yang digunakan dalam produksi, teknik pengemasan dan teknik pemasarannya. Wawancara dilakukan secara langsung/tatap muka dengan pelaku usaha gula aren. Teknik ini bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai strategi pemasaran yang mereka gunakan, kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran, dan perubahan atau perkembangan strategi pemasaran dari waktu ke waktu. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan foto-foto kegiatan usaha, alat produksi, serta dokumen pendukung lain yang relavan dengan kegiatan pemasaran gula aren. Teknik analisi data dalam suat penelitian merupakan suatu yang sangat penting. Untuk menganalisa data tersebut perlu menggunakan metode deskriftif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan informasi yang lengkap sihingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat diterapkan pada berbagai masalah. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Proses analisis meliputi tiga tahapan sebagai berikut: Reduksi Data, Menyaring dan memilih data yang relavan dengan fokus penelitian, serta menyusun data ke dalam kategori-kategori tertentu. Penyajian Data, Menyusun data yang telah diredukasi dalam bentuk narasi deskriptif untuk menggambarkan kondisi nyata di lapangan. Penarikan Kesimpulan, Berdasarkan data yang disajikan, peneliti menarik makna atau pemahaman dari data yang telah duanalisis untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

3. HASIL dan PEMBAHASAN

Gula Aren yang diproduksi di Desa Kaseralau memiliki ciri khas tersendiri berkat bahan baku nira aren lokal yang diambil langsung dari pohon aren yang tumbuh subur di wilayah perbukitan desa. Dari hasil wawancara kelima pengusaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau mereka menjelaskan bahwa usaha ini muncul dari kebutuhan untuk menutupi kekurangan penghasilan keluarga sebagai upaya menambah sumber pendapatan tambahan. Selain itu mereka juga melihat adanya potensi alam yang cukup besar di Desa Kaseralau, khususnya keberadaan pohon aren yang tumbuh di beberapa titik wilayah desa. Potensi tersebut kemudian dimanfaatkan dengan cara mengolah nira aren menjadi gula aren yang memiliki nilai jual dan permintaan yang stabil di masyarakat. Dalam penjelasan kelima pelaku usaha menyampaikan bahwa proses produksi gula aren yang mereka lakukan masih bersifat tradisional dan menggunakan peralatan sederhana. Mulai dari pengambilan nira, proses penyaringan, hingga pemasakan dilakukan dengan peralatan manual seperti kuali besar, tungku berbahan kayu bakar, serta cetakan yang menggunakan tempurung kelapa. Meskipun demikian, proses yang sederhana ini justru membantu mempertahankan cita rasa khas gula aren serta menjaga kualitas produk agar tetap alami tanpa campuran bahan kimia.

Penilaian konsumen terhadap produk gula aren yang dihasilkan di Desa Kaseralau secara umum menunjukkan respon yang sangat positif. Mayoritas konsumen menyatakan bahwa mereka menyukai produk gula aren tersebut karena dinilai memiliki kualitas yang baik serta menawarkan rasa manis yang alami. Salah satu faktor utama yang menjadi dasar penilaian positif ini adalah gula aren di Desa Kaseralau diproduksi tanpa menggunakan bahan kimia tambahan. Proses pengolahannya masih dilakukan secara tradisional, mulai dari pengambilan air nira dari pohon aren hingga proses pemasakan, pencetakan, dan pendinginan. Metode produksi yang alami dan sederhana ini membuat konsumen merasa lebih aman dan percaya bahwa produk tersebut benar-benar murni dan tidak berbahaya bagi kesehatan.

Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Riset Multidisiplin
Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/

Tabel 1 Analisis SWOT faktor internal dan faktor eksternal

No	Faktor	Penjelasan
1	Strengths (S)	Memiliki cita rasa yang khas dan alami, tanpa bahan pengawet, harga sesuai kualitas, gula aren lembut dan bersih
2	Weakness (W)	Informasi asal usul belum tercantum, belum memiliki merek, masih menggunakan peralatan tradisional, promosi terbatas
3	Opportunities (O)	Permintaan gula aren tinggi, berpotensi sebagai produk unggulan daerah, adanya dukungan pemerintah, gula aren semakin diminati
4	Threats (T)	Adanya barang subtitusi, perubahan selera konsumen, produk sejenis, belum ada sertifikasi atau label

Tabel 2 Internal faktor analisis summary (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strenght)			
Memiliki cita rasa yang khas dan alami	0,145	4	0,58
Tanpa bahan pengawet	0,145	4	0,58
Harga sesuai kualitas	0,126	4	0,504
Gula aren lembut dan bersih	0,126	4	0,504
Jumlah			2,168
Kelemahan (Weakness)			
Informasi asal usul belum tercantum	0,097	3	0,291
Belum memiliki merek	0,112	3	0,336
Masih menggunakan peralatan tradisional	0,13	4	0,52
Promosi terbatas	0,119	3	0,357
Jumlah			1,504
Total			**3,672**

Sumber Data Primer Telah Diolah 2025

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa skor terbesar faktor kekuatan yaitu Harga sesuai kualitas serta Gula aren lembut dan bersih masing-masing memiliki skor 0,504, dan Memiliki cita rasa yang khas dan alami serta tanpa bahan pengawet juga masing-masing memiliki skor 0,58. Total skor pada faktor kekuatan ini jumlahnya 2,168 berdasarkan hasil analisis data tersebut, usaha gula aren di Desa Kaseralau dapat menggunakan Keunggulan tersebut untuk mencapai tujuan utama dengan memaksimalkan kualitas produk.

Adapun kelemahan pada usaha gula aren di Desa Kaseralau adalah promosi terbatas dengan skor 0,357, belum memiliki merek dengan skor 0,336, informasi asal usul belum tercantum dengan skor 0,291 dan masih menggunakan peralatan tradisional dengan skor 0,52Total skor pada faktor internal yang berfokus pada kelemahan ini adalah 1,504. Produk yang hanya bisa bertahan 2-3 bulan dan belum efektifnya promosi menjadi kekurangan utama dalam meningkatkan kualitas produk gula aren.

Tabel 3 Eksternal faktor analisis summary (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/

Permintaan gula aren tinggi	0,145	4	0,58
Berpotensi sebagai produk unggulan daerah	0,145	4	0,58
Adanya dukungan pemerintah	0,124	3	0,372
Gula aren semakin diminati	0,149	4	0,596
Jumlah			2,128
Ancaman (Threats)			
Adanya barang subtitusi	0,096	2	0,192
Perubahan selera konsumen	0,1	2	0,2
Produk sejenis	0,108	4	0,432
Belum ada sertifikasi atau label	0,133	4	0,452
Jumlah			1,276
Total			**3,404**

Sumber DataPrimer telah di Olah

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS pada tabel 5.2 menunjukkan bahwa skor terbesar faktor kekuatan yaitu Harga sesuai kualitas serta Gula aren lembut dan bersih masing-masing memiliki skor 0,504, dan Memiliki cita rasa yang khas dan alami serta tanpa bahan pengawet juga masing-masing memiliki skor 0,58. Total skor pada faktor kekuatan ini jumlahnya 2,168 berdasarkan hasil analisis data tersebut, usaha gula aren di Desa Kaseralau dapat menggunakan Keunggulan tersebut untuk mencapai tujuan utama dengan memaksimalkan kualitas produk.

Adapun kelemahan pada usaha gula aren di Desa Kaseralau adalah promosi terbatas dengan skor 0,357, belum memiliki merek dengan skor 0,336, informasi asal usul belum tercantum dengan skor 0,291 dan masih menggunakan peralatan tradisional dengan skor 0,52Total skor pada faktor internal yang berfokus pada kelemahan ini adalah 1,504. Produk yang hanya bisa bertahan 2-3 bulan dan belum efektifnya promosi menjadi kekurangan utama dalam meningkatkan kualitas produk gula aren.

Tabel 3 Eksternal faktor analisis summary (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			
Permintaan gula aren tinggi	0,145	4	0,58
Berpotensi sebagai produk unggulan daerah	0,145	4	0,58
Adanya dukungan pemerintah	0,124	3	0,372
Gula aren semakin diminati	0,149	4	0,596
Jumlah			2,128
Ancaman (Threats)			
Adanya barang subtitusi	0,096	2	0,192
Perubahan selera konsumen	0,1	2	0,2
Produk sejenis	0,108	4	0,432
Belum ada sertifikasi atau label	0,133	4	0,452
Jumlah			1,276
Total			**3,404**

Sumber DataPrimer telah di Olah

Hasil perhitungan External Factor Analysis Summary (EFAS) yang tertera pada Tabel5.3menggambarkan bahwa

Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Riset Multidisiplin
Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
usaha gula aren di Desa Kaseralau memiliki potensi peluang yang cukup besar. Peluang utaman yang dimiliki oleh usaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau yaitu gula aren yang semakin diminati dengan skor 0,596, adanya dukungan pemerintah dengan skor 0,372, Permintaan gula aren tinggi dan berpotensi sebagai produk unggulan daerah masing-masing memiliki skor 0,58. Total skor yang ada pada faktor ancaman ini jumlahnya 2,128. Berdasarkan peluang tersebut, usaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau perlu memaksimalkan keunggulan yang dimiliki, yakni menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Gula aren diminati oleh berbagai kalangan karena cita rasanya yang khas serta minimnya pesaing dalam usaha sejenis. Selain itu, harga yang terjangkau menjadi nilai tambah yang memudahkan konsumen untuk membeli dan mengonsumsinya.

Adapun ancaman utama yang dihadapi oleh pengusaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau dengan skor tertinggi meliputi Belum ada sertifikasi atau label halal bisa menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk gula aren dengan skor 0,452 adanya produk sejenis dengan skor 0,432 dengan adanya produk sejenis dari daerah lain bisa menimbulkan persaingan yag ketat, Adanya barang subtitusi dengan skor 0,192 dan Perubahan selera konsumen dengan skor 0,2. Jadi total skor pada faktor eksternal yang berfokus pada ancaman adalah sebesar 1,276. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hadirnya berbagai produk modern di pasar tradisional serta perubahan preferensi konsumen menjadi tantangan signifikan bagi keberlangsungan kue jipang di Toko Anugrah. Selain itu, ketersediaan bahan baku yang bergantung pada musim dan perubahan daya beli masyarakat turut memperbesar risiko yang harus dihadapi oleh usaha ini.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IFAS dan EFAS, diketahui bahwa tabel IFAS menunjukkan skor rata-rata sebesar 3,672yang menandakan bahwa kondisi internal usaha gula aren di Desa Kaseralau berada pada kategori kuat. Sementara itu, tabel EFAS memperoleh skor rata-rata 3,404yang juga menggambarkan bahwa kondisi eksternal usaha berada pada kategori tinggi.

Total skor berbobot dari kedua tabel tersebut kemudian dipetakan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE) untuk mengetahui posisi usaha gula aren. Dari pemetaan tersebut, dapat dirumuskan strategi yang paling tepat bagi usaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau. Berikut adalah matriks I-E yang menunjukkan posisi usaha olahan pangan tradisional tersebut.

Tabel 4 Matriks Internal-Eksternal

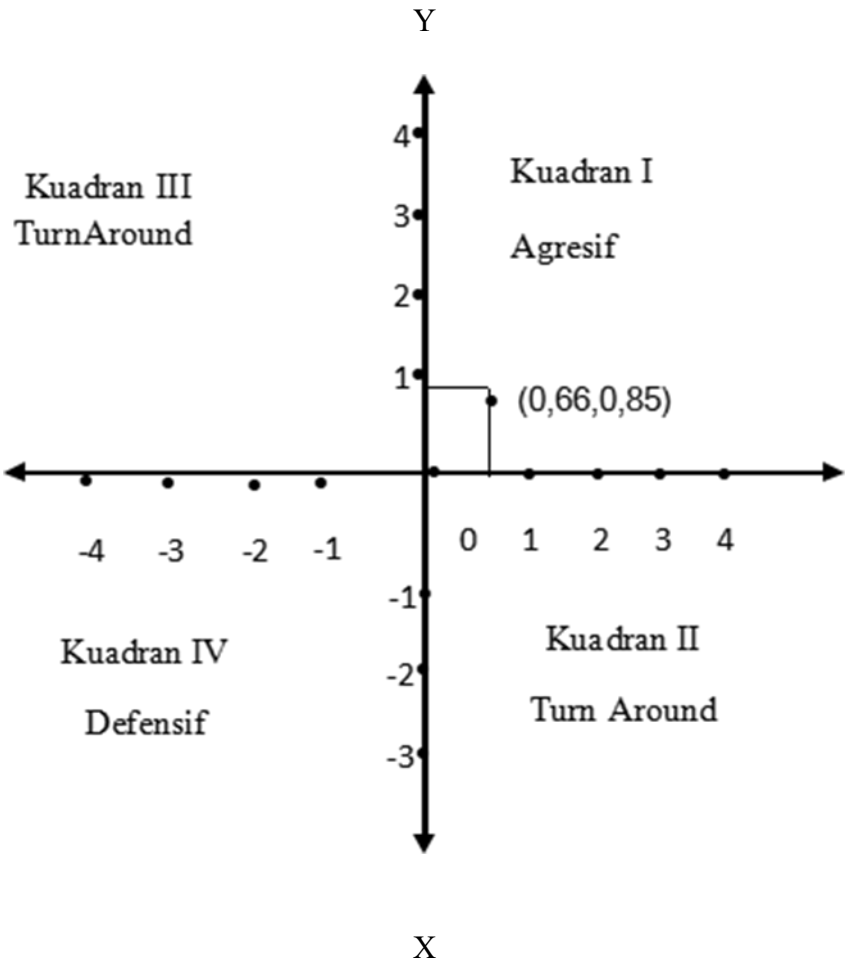
IFAS / EFAS	Tinggi(3,0-4,0)	Sedang(2,0-2,99)	Lemah(1,0-1,99)
Tinggi(3,0-4,0)	I	II	III
Sedang(2,0-2,99)	IV	V	VI
Lemah(1,0-1,99)	VII	VIII	IX

Berdasarkan hasil perhitungan pada matriks IFAS pada tabel 6.2 dan EFAS pada tabel 6.3, posisi usaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau berada pada kotak sel I, dengan nilai sumbu Y (IFAS) berada pada titik 3,672 dan sumbu X (EFAS) berada di titik 3,404. Nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha memliki kondisi yang cukup kuat serta peluang eksternal yang mendukung perkembangan usaha tersebut. Kotak zel I menggambarkan bahwa usaha berada dalam

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
kategori strategi pertumbuhan. Hal ini berarti usaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau tidak hanya tumbuh secara positif tetapi juga memiliki ruang yang luas untuk terus diperkuat da dikembangkan. Dengan memanfaatkan kekuatan yang sudah ada dan peluang di lingkungan eksternal, usaha ini berpotensi meningkatkan kinerja dan memperluas jangkauan pasar kedepannya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 6.2 dan tabel 6.3, terlihat bahwa analisis strategi memrlukan penetapan posisi pada diagram silang antara kekuatan – kelemahan serta peluang – ancaman yang ditunjukkan melalui garis positif dan negatif. Dari total skor faktor kekuatan sebesar 2,168 dan total skor faktor kelemahan sebesar 1,504, dapat disimpulkan bahwa posisi kelemahan lebih dominan dibandingkan dengan kekuatan. Sementara itu total skor peluang mencapai 2,128 dan total skor ancaman mencapai 1,276, yang menunjukkan bahwa pengaruh peluang lebih besar daripada ancaman.

Titik koordinat analisis Internal yang diperoleh dari pengurangan skor total kekuatan dan skor kelemahan yaitu 2,168 - 1,504 = 0,664 (X) Sedangkan untukmemperoleh koordiant eksternal skor total peluang dan skor total ancaman yaitu 2,128 – 1,276= 0,852 (Y).



Gambar 3. Posisi Usaha Gula Aren di Desa Kaseralau

Gambar tersebut memperlihatkan jenis strategi yang diterapkan oleh usaha gula aren berdasarkan titik temu antara sumbu X dan sumbu Y. Setiap ilustrasi menunjukkan strategi yang berbeda, yang kemudian ditetapkan melalui hasil perhitungan untuk menentukan posisi kuadran sehingga dapat menghasilkan kebijakan perumusan strategi yang tepat dan efektif.

Berdasarkan analisis SWOT, titik potong sebesar 0,66 pada sumbu X dan titik potong sebesar 0,85 pada sumbu Y

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
berada pada kuadran I, yang mengindikasikan bahwa usaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau berada pada posisi agresif. Hal ini menunjukkan bahwa usaha gula aren di Desa Kaseralau memiliki kekuatan dan peluang yang tinggi sehingga mampu bersaing dengan lebih optimal melalui pemanfaatan kekuatan yang dimiliki serta pengelolaan peluang yang tersedia secara maksimal.

Strategi yang dijalankan oleh pengusaha gula aren yang ada di Desa Kaseralau mencerminkan kemampuan usaha dalam menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar. Upaya pengembangan dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas proses pengolahan, penggunaan peralatan yang lebih efisien, serta inovasi pada bentuk dan ukuran produk agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, penerapan strategi pemasaran yang lebih modern, seperti promosi melalui sosial media atau kerja sama dengan pedagang luar desa, dapat memperluas jangkauan pasar. Strategipemasaran usaha gula aren di Desa Kaseralau dirumuskan berdasarkananalisisSWOTyangmengidentifikasikekuatan,kelemahan,peluang, dan ancaman usaha. Dengan mengacu padateori Rangkuti (2006),strategi dibagi menjadi empat kategori utama, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.

Strategi ini bertujuan untuk Menjaga kualitas bahan baku produk agar sesuai dengan pola konsumsi masyarakat.Dengan tersedianya peralatan/sarana untuk memproduksi gula aren mendapat memenuhi permintaan yang semakin meningkat. Memaksimalkan proses pengelolaan gula aren secara berkelanjutan yang merupakan produk tradisional danmenjadi ciri khas daerah. Dengan adanya sumber daya manusia yang memadai pemilik usaha dapat memanfaatkan teknologi untuk memudahkan dalam berkomunikasi dan melakukan kemitraan.

Promosi melalui media sosial Menurut Kloter & Keller (2016) pemasaran digital adalah saluran efektif untuk membangun hubunga dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Kekuatan produk gula aren yang unik dapat dikemas secara visual dan naratif di media sosial untuk menarik perhatian konsumen. Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia sekaligus meminimalkan berbagai kelemahan yang dimiliki. Salah satu kelemahan utana pengusaha gula aren yang ada di desa kaseralau yaitu: informasi produk gula aren masih belum tercantum, belum memiliki brand/merek, teknologi yang tidak memadai dan promosi yang masih terbatas. Adapun peluang pemasaran digital dan meningkatnya arus wisatawan dapat membantu mengatasi kendala tersebut. Permintaan produk gula aren di Desa Kaseralau tidak pernah menurun melainkan selalu meningkat setiap tahunnya.

Strategi ini merupakan upaya memanfaatkan kekuatan yang dimiliki usaha untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal. Persaingan dengan produk pemanis modern, ketidakstabilan bahan baku nira, serta perubahan selera konsumen menjadi tantangan yang harus diantisipasi. Dengan kekuatan berupa cita rasa khas gula aren Desa Kaseralau, tidak menggunakan bahan pengawet, serta kualitas gula aren tidak pernah turun, para pelaku usaha gula aren di Desa Kaseralau mampu mempertahankan posisinya di tengah persaingan pasar. Di tengah perubahan selera pasar, para pengrajin gula aren tetap dapat mengandalkan kekuatan produk tradisional mereka sambil memperkenalkan inovasi ringan, seperti bentuk atau kemasan yang lebih praktis, tanpa menghilangkan keaslian rasa. Dengan demikian, ancaman dari luar dapat dihadapi secara efektif melalui penguatan kualitas dan pelayanan yang berkelanjutan.

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Kelemahan seperti manajemen keuangan yang belum tertata, promosi yang terbatas, daya tahan produk yang relatif singkat, serta minimnya inovasi perlu segera diperbaiki untuk mencegah dampak negatif dari persaingan dan perubahan tren pasar. Peningkatan efisiensi operasional, seperti penataan pencatatan keuangan sederhana dan penggunaan teknologi tepat guna, dapat membantu menekan biaya produksi di tengah fluktuasi harga bahan baku. Selain itu, memperbaiki kemasan sehingga lebih tahan lama dan menarik dapat mengurangi risiko penurunan minat konsumen. Melalui strategi defensif ini, kelemahan dapat ditekan dan usaha dapat bertahan serta

Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Riset Multidisiplin
Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
berkembang secara lebih stabil.

Tabel 5 Strategi pemasaran gula aren di desa kaseralau

NO	JENIS STRATEGI	PENJABARANSTRATEGI
1	SO (Strenght- Opportunity)	Memanfaatkan kualitas gula aren yang alami tanpa bahan kimia, memiliki cita rasa yang khas dan tersedianya bahan baku. Keunggulan ini dapat digunakan untuk memperluas pasar melalui branding lokal, sertifikasi halal, serta pemasaran digital.
2	WO (Weakness-Opportunity)	Meningkatkan kualitas promosi dengan memanfaatkan peluang pemasaran digital. Mengikuti pelatihan sederhana seperti cara menggunakan teknologi sederhana untuk gula aren serta pemasaran digital. Dengan memanfaatkan peluang tersebut kelemahan usaha dapat diperbaiki sehingga produk gula aren lebih berkualitas, lebih menarik, dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.
3	ST (Strenght-Threat)	Mempertahankan kualitas produk gula aren dan rasa guna menghadapi persaingan produk modern. Mengoptimalkan efisiensi produksi dan menjaga pelayanan untuk membangun citra usahayangkuatsertamenghadapiancamanperubahans elera pasar.
4	WT (Weakness-Threat)	Memperbaiki kelemahan seperti kualitas yang tidak stabil dan kemasan yang sederhana agar tidak kalah dengan ancaman seperti persaingan pemanis lain dan produk dari daerah lain. Dengan peningkatan keterampilan dan perbaikan proses usaha gula aren dapat tetap bertahan dan bersaing

Tahap berikutnya dalam analisis SWOT adalah merumuskan strategi yang dapat direkomendasikan, yaitu dengan menyusun matriks SO, ST, WO, dan WT. Strategi-strategi tersebut diperoleh dari hasil perhitungan pada tabel IFAS dan EFAS, kemudian dikombinasikan melalui proses penjumlahan seperti yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 6 Penjumlahan skor kekuatan (S), kelemahan (W), Peluang (O), dan Ancaman (T)

PENGAMBILAN KEPUTUSAN	
SO(S+O) 4,296	WO(W+O) 3,632

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/

ST(S+T) 3,444	WT(W+T) 2,780

Tabel 5.6 menunjukkan bahwa nilai penjumlahan tertinggi adalah penjumlahan kekuatan (S) dan peluang (O) dengan jumlah skor 4,296 dan terendah diperolah dari penjumlahan kelemahan (W) dan ancaman (T) dengan jumlah skor 2,780. Berdasarkan hasil tersebut maka strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha gula aren di Desa Kaseralau adalah tingkatan dan kembangkan kualitas serta kapasitas produk.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Strategi Pemasaran Gula Aren Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Kaseralau, Kecematan Batulappa, Kabupaten Pinrang, maka dapat disimpulkan :Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual gula aren di tingkat petani yaitu: ketersediaan bahan baku berupa air nira, yang menjadi faktor utama penentu harga. Selain itu kondisi cuaca juga berpengaruh; pada musim hujan, air hujan dapat masuk ke dalam wadah penampung nira sehingga menurunkan kualitas air nira dan berdampak pada kualitas gula aren yang dihasilkan. Akses pasar yang terbatas turut menyulitkan produsen dalam menetapkan harga jual yang sesuai. Strategi pemasaran yang dianggap paling efektif oleh petani gula aren adalah melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat setempat, baik melalui penjelasan mengenai kualitas produk maupun melalui hubunga sosial yang sudah terjalin. Selain itu, para petani juga mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, dimana informasi tentang produk gula aren yang mereka hasilkan tersebar melalui rekomendasi antarwarga. Cara ini dinilai efektif karna mampu membangun kepercayaan konsumen dan menjaga loyalitas pembeli.

REFERENCES

Ahmad Jumarding, Al Gazali, M. Tang , "*Strategi Peningkatan Produksi Gula Semut Di Desa Mangkawani Kabupaten Enrekang*

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.1, No.7 Desember 2021

Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali-Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga. Jakarta

Br. Simbolon, Juliana, Roida Ervina Sinaga, Jupianus Sitepu, and Dedi Erno Sinaga. 2022. "*Strategi Pemasaran Dan Pengolahan Gula Aren Di Desa Buluh Awar Sumatera Utara*." Jurnal Agroteknosains 6(1): 33.

Fadhilah, R., & Pratiwi, R. (2021). *Strategi Pemasaran Marketing Mix* Universitas Muhammadiyah Gresik Husein Umar. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. Ed:3 Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.

Hofstede,G.(2001).*Culture'sConsequences:ComparingValues,Behaviors, InstitutionsandOrganizationsAcrossNations*.Sage Publications.

Ina Mutmainah , dan Syara Annisa Fita Hutami." *Strategi Pemasaran Umkm Kub Berkah Di Desa Karang Asem, Kabupaten Pemalang Pada Era New Normal*" Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI Vol. 3 No. 1 Tahun 2021.

Jalal, Ahmad, "*Strategi Pemasaran Pada UMKM Kota Palopo Dalam Meningkatkan Produktivitas Produk (Studi Pada Usaha Kecil Kelurahan Balandai*)", SI, Palopo: IAIN Palopo, 2017.

Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Prenada Media. Jakarta. Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kasmir.(2019).*ManajemenSumberDayaManusia*.RajawaliPers.

Vol 1, No 1, Februari 2026, Hal 241 - 251
ISSN XXXX-XXXX (Media Online)
Website : https://journal.hdgi.org/index.php/sinergi/
Laudon,K.C.,&Traver,C.G.(2020).*E-commerce2020:Business,Technology, Society*. Pearson.

Lutfiah, Nunung, "*Strategi Pemasaran Kripik Bayam Arjuna 999 di Kota Batu*", Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang 2016.

Musyawarah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju.* Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(1), 1–13.

M. Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta. Sri Dewi Setiawati, Lukmanul Hakim, Ani Solihat, "*Strategi Produk Cilok Sebagai Makanan Khas Kota Bandung*"Jjurnal Ecodemica, Vol. IV No. 2, September 2016.

Pratama D. S, I. G. (2012). *Analisis pendapatan nelayan pancing ulur di Kecamatan manggar kabupaten belitung timur.*

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Rizky Erlangga, Amidi. 2019. *Hubungan Antara Segmentasi Demografis denga Keputusan Menggunakan Media Sosial.* Maret, 01, 2022.

Rangkuti,Freddy.(2006).*AnalisisSWOT:TeknikMembedaKasusBisnis*.Jakarta:PTGramediaPustakaUtama Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. C.V Andi Offset. Yogyakarta.

Sunanto, H. 1993. Aren *Budidaya dan Multigunanya*. Penerbit Kanisius.Yogyakarta. Sunanto, H. 1993. *Aren Budidaya dan Multigunanya*. Kanisius Yogyakarta.

Soesono, S. 1991. *Bertanam aren*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Wijayanti, L., & Ihsannudin. (2013). *Strategi peningkatan kesejahteraan*

file:///C:/Users/WINDOOWS%2010/Downloads/118220017_file5%20(1).pdf