

## RINGKASAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN GULA AREN DI DESA JAMBI TULO KECAMATAN MARO SEBO PROVINSI JAMBI.** (Arta Sari Sitorus dibawah bimbingan Bapak Dr. Marwoto, S.Hut., M.Si dan Bapak Rahmad Nurmansah, S.Hut. M.Si.)

Aren atau enau (*Arenga Pinnata Merr*) menjadi salah satu jenis tanaman palma yang sangat berpotensi dan telah dikenal sebagai produk HHBK yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Gula aren menjadi salah satu produk turunan HHBK dari aren yang paling banyak diusahakan oleh Masyarakat termasuk di Desa Jambi Tulo yang merupakan salah satu Desa yang ada di Provinsi Jambi. Di Desa Jambi Tulo terdapat tiga jalur untuk petani KTH Aren serbaguna untuk dapat memasarkan gula arennya yaitu melalui: pemasaran sendiri, retailer dan pengepul yang menyebabkan perbedaan harga jual yang diterima oleh Petani. Selain itu kondisi internal dan eksternal yang dihadapi juga berbeda dan membuat petani kesulitan dalam melakukan peningkatan penjualan karena untuk meningkatkan penjualan gula aren di Desa Jambi Tulo dibutuhkan strategi dalam pemasarannya yang disebut sebagai strategi pemasaran. Strategi pemasaran inilah yang nantinya dimanfaatkan sebagai manajemen kontrol untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal dari sebuah Perusahaan. Strategi pemasaran berhubungan erat dengan Marketing Mix yang akan dianalisis secara sistematis dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi dan menganalisis Bauran Pemasaran yang dijalankan oleh Petani gula aren yang melakukan pemasaran sendiri, retailer dan pengepul 2) Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dalam pemasaran gula aren yang dipasarkan sendiri, melalui retailer dan pengepul 3) Merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam pemasaran gula aren yang dipasarkan sendiri, melalui pengecer dan melalui pengepul.

Metode penelitian yang digunakan yaitu gabungan dari analisis data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data akan dilakukan melalui Wawancara, Kuesioner, Observasi, Studi Pustaka dan Dokumentasi. Dengan jumlah responden sebanyak 27 responden yang ditentukan dengan cara purposive sampling. Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan yaitu mulai bulan Mei-Juni 2024 di Desa Jambi Tulo, Kecamatan Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi.

Hasil dari penelitian ini adalah pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan oleh petani KTH Aren Serbaguna jika dilihat dari strategi produk lebih menguntungkan pada saluran pemasaran 0 (petani—konsumen) karena produk yang ditawarkan lebih bervariasi dan dengan harga yang ditetapkan langsung oleh petani aren. Selain itu, Pada saluran 0 petani juga dapat lebih untuk mengetahui kebutuhan pasar dan konsumen. Sedangkan pada kondisi Internal dan Eksternal yang dihadapi pada oleh petani KTH Aren Serbaguna pada saluran 0 (petani—konsumen) berada pada kuadran II (Strategi *Diversifikasi*) dan saluran pemasaran 1 dan 2 sama-sama berada pada kuadran III (Strategi *Turn-around*). Sehingga Strategi Pemasaran yang dirumuskan untuk saluran Pemasaran 0 (petani—konsumen) yaitu mampu mempertahankan kualitas dari bahan baku yang digunakan dalam pembuatan gula aren untuk meningkatkan daya tahan gula aren serta memberikan pelayanan yang baik agar produk dapat bertahan ditengah

tingginya tingkat persaingan, saluran pemasaran 1 (petani—retailer—konsumen) dengan melibatkan pihak peneliti/akademis dan dukungan Pemerintah untuk membantu petani dalam memilih maupun menambah saluran pemasaran yang efektif karena dipengecer jumlah gula yang diambil terbatas dan untuk saluran pemasaran 2 (petani—pengepul—retailer—konsumen) yaitu berani mencoba untuk lebih mengembangkan lagi variasi dari produk aren dan membangun promosi dengan menggunakan media internet untuk meningkatkan pendapatan bagi petani dan tidak hanya bergantung keuntungan dari pengepul yang saat ini hanya membeli gula aren saja.