

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aren atau enau (*Arenga Pinnata Merr*) menjadi salah satu jenis tanaman palma yang sangat berpotensi dan dapat tumbuh dengan baik di daerah tropis, termasuk di Indonesia (Rachman, 2009). Aren merupakan produk HHBK yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan yang mendorong perekonomian Masyarakat (Anggraini, *et al.*, 2021). Aren juga merupakan salah satu komoditi yang bernilai ekonomis tinggi karena hampir seluruh bagiannya dapat dimanfaatkan (Atmoko, 2017). Dimulai dari buah aren yang dapat dijadikan sebagai kolang-kaling, daun aren sebagai bahan kerajinan dan atap rumah serta nira aren yang dapat dijadikan sebagai bahan utama untuk pembuatan gula aren cetak dan gula semut. Gula cetak aren menjadi produk utama dan paling banyak diusahakan oleh Masyarakat (Susanna *et al.*, 2019).

Di Provinsi Jambi, gula cetak dan gula semut telah diproduksi dan diusahakan sebagai sumber mata pencaharian utama oleh sebagian Masyarakat desa termasuk Desa Jambi Tulo. Hanya saja dalam pengelolaan gula semut dilakukan sedikit lebih jarang dan hanya diproduksi oleh beberapa orang saja. Di Desa Jambi Tulo gula cetak juga telah menjadi salah satu produk utama yang masih diproduksi hingga hari ini. Pengolahan gula cetak di Desa Jambi Tulo sebenarnya telah berjalan sejak lama secara turun temurun sedangkan pengelolaan gula semut diperkenalkan kembali pada tahun 2021 kepada masyarakat dalam kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini dilakukan tepatnya 2 tahun setelah pembentukan KTH Aren Serbaguna pada tanggal 21 Oktober 2019.

Desa Jambi Tulo juga merupakan salah satu wilayah binaan KPHP Muaro Jambi Unit XIII, yang masih aktif memanfaatkan aren menjadi produk gula cetak aren dan gula semut hanya saja, untuk tanaman aren di Desa Jambi Tulo masih belum dijadikan sebagai komoditas unggulan dan petani masih bergantung pada bibit aren yang tumbuh secara alami di pekarangan dan hutan. Selain itu, petani aren juga akan menyadap nira aren dari tanaman aren milik tetangga yang tidak

mengelola gula cetak dengan syarat membagi hasil akhir pada pemilik tanaman aren yang disadap niranya. Hal ini dilakukan tentu saja untuk meningkatkan penjualan gula cetak dan gula semut. Beruntungnya pada akhir tahun 2023, tepatnya pada akhir bulan Desember KPHP Muaro Jambi memberikan bantuan bibit aren kepada KTH Aren Serbaguna dan bibit sudah mulai ditanami oleh para anggota KTH Aren Serbaguna di sekitar pekarangan dan jalan Desa. Dalam pengelolaannya juga masih dilakukan secara tradisional.

Berdasarkan SK. Nomor: 44/KTH/JT/2019 ditetapkan 20 anggota KTH Aren Serbaguna di Desa Jambi Tulo. Akan tetapi, saat ini tersisa hanya 14 anggota yang tergolong aktif. Untuk gula cetak aren yang telah berhasil diproduksi akan dibungkus menggunakan daun pisang kering dan masih belum memiliki label. Sedangkan gula semut hanya akan diproduksi oleh petani hanya jika mendapatkan pesanan saja. Setelah gula cetak berhasil diproduksi, petani biasanya akan memasarkan gula cetak aren secara individu. Di Desa Jambi Tulo terdapat dua jalur untuk memasarkan gula cetak aren yaitu: melalui Pengepul (tengkulak) dan dipasarkan sendiri ke Pasar. Dimana jika gula aren dipasarkan melalui Pengepul maka harga jualnya adalah Rp 8.000/bungkus untuk tiap sebulan sekali penjemputan gula ke rumah Petani. Sedangkan gula aren yang dipasarkan sendiri dijual Rp 10.000-12.000/bungkus dan dipasarkan setiap harinya ke Desa Baru dan Desa Jambi Tulo. Dengan keberadaan Petani arenyang memasarkan gula aren melalui pengepul menyebabkan perbedaan harga jual produk yang diterima oleh petani dan harga beli yang dibayar oleh konsumen akhir (Nugroho, 2021).

Namun, meskipun jika melalui Pengepul harga jual gula aren dibuat lebih murah jika dibandingkan dengan dipasarkan sendiri, pada kenyataannya Petani aren di Desa Jambi Tulo masih menjual gula arennya melalui Pengepul dan beberapa Petani lainnya memasarkan gula arennya sendiri. Alasannya adalah karena masih terbatasnya jangkauan pasar dan petani tidak memiliki akses ke pasar. Akibatnya, karena petani tidak dapat mengakses pasar ini, mereka tidak tahu apa-apa tentang harga pasar dan hanya mengandalkan tengkulak untuk mengetahui harga pasar.

Petani tidak memiliki banyak informasi, yang membuat mendapatkan harga jual yang tinggi menjadi sulit karena ketergantungan ini (Megasari, 2019).

Sedangkan bagi petani yang memasarkan gula arennya sendiri lebih memilih memasarkan produk gula arennya ke toko-toko langganan di Desa Baru dan termasuk para tetangga-tetangga yang sering membeli gula cetak langsung dari petani. Meskipun terdapat perbedaan jalur pemasaran para petani di Desa Jambi Tulo ternyata terdapat ancaman yang sama yang dihadapi oleh para petani yaitu: dimulai dari ancaman musim yang berkepanjangan hingga saat ini, menyebabkan air nira yang ditampung para Petani menjadi lebih sedikit. Ditambah dengan keberadaan produk pesaing yaitu gula tebu, gula merah yang dijual dengan harga yang sedikit lebih murah dibandingkan dengan gula cetak dan gula semut.

Dari permasalahan tersebut, pada akhirnya tentu saja berdampak pada proses pemasaran dalam meningkatkan penjualan gula aren di Desa Jambi Tulo. Jannah (2021) dalam penelitiannya di lokasi yang sama mengungkapkan bahwa usaha pengolahan gula aren telah layak untuk dijalankan, hanya saja sedikit lemah dalam pemasarannya. Pemasaran sebenarnya memiliki peran penting dalam berjalannya usaha karena semakin luas pemasaran yang dilakukan, maka akan semakin besar keuntungan yang dapat diperoleh. Menurut Priyanto (2017) Dalam melakukan sebuah usaha pemasaran, perusahaan tidak hanya didorong untuk memproduksi sebuah produk, tetapi diperlukan yang namanya strategi dalam pemasaran. Strategi inilah yang nantinya akan membuat suatu bisnis dapat berdaya saing dan dapat menentukan keberhasilan pemasaran produk.

Dalam bisnis, Pelaku usaha harus mampu mengetahui segala bentuk kelemahan dan kekuatan dari produk yang dipasarkan serta kondisi eksternal dari perusahaan sehingga di sinilah strategi pemasaran dapat dimanfaatkan sebagai manajemen kontrol yang baik. Strategi pemasaran sangat erat hubungannya dengan bauran pemasaran (*marketing mix*), bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan sangat mempengaruhi konsumen dari segmentasi

pasar yang dituju oleh perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016) Bauran pemasaran yaitu strategi yang menggabungkan produk, harga, promosi, dan lokasi dengan tujuan memaksimalkan penjualan produk dengan memberikan kepuasan pelanggan. Sari (2020) dalam penelitiannya juga menggunakan bauran pemasaran dengan 4 variabel yang sama yaitu: harga, produk, tempat/*distribusi* dan promosi untuk membentuk sebuah strategi pemasaran penjualan kopi Aceh.

Semua variabel di dalam bauran pemasaran ini yang nantinya akan dimasukkan untuk menganalisis faktor internal, sedangkan untuk menganalisis faktor eksternal digunakan variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan seperti: cuaca, teknologi, pesaing dan lain-lain. Faktor internal dan eksternal nantinya kemudian diidentifikasi secara sistematis menggunakan analisis SWOT untuk menghasilkan strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan lingkungan perusahaan (Rangkuti, 2009). Menurut Tambunan (2020) Analisis SWOT merupakan salah satu alat/*tools* strategi pemasaran yang meliputi: *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (ancaman).

Seperti yang dilakukan Harisudin (2022) dalam penelitiannya yaitu untuk menganalisis strategi pemasaran ekowisata Ledok Sambu menggunakan Analisis SWOT, menunjukkan bahwa Ekowisata Ledok Sambu berada pada posisi kuadran I “*Agresif*”. Alasan menggunakan analisis SWOT adalah karena analisis ini memiliki kemampuan untuk menilai kondisi terkini dari Ekowisata Ledok Sambu. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan pada analisis lingkungan internal (*Strength* dan *Weakness*) serta eksternal (*Opportunity* dan *Threat*) yang dihadapi perusahaan agar perusahaan punya kekuatan dalam bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga perusahaan mampu meningkatkan penjualan produknya (Rangkuti, 2015). Strategi pemasaran yang berbicara mengenai perencanaan yang dinamis dan kreatif dalam memperkenalkan produk dengan mempertimbangkan risiko sehingga produk dapat terus bertahan keeksistensinya (Zulhiyah *et al.*, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Gula Aren Di Desa Jambi Tulo Kecamatan Maro Sebo Provinsi Jambi**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Bauran Pemasaran yang dijalankan oleh Petani yang memasarkan gula aren sendiri, melalui retailer dan yang dipasarkan melalui pengepul?
2. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh petani yang melakukan pemasaran gula aren cetak sendiri, melalui retailer dan yang dipasarkan melalui pengepul?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam pemasaran gula aren cetak yang dipasarkan sendiri, melalui retailer dan yang dipasarkan melalui pengepul?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis Bauran Pemasaran yang dijalankan oleh Petani yang memasarkan gula aren cetak sendiri, melalui retailer dan yang dipasarkan melalui pengepul.
2. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh petani yang melakukan pemasaran gula aren cetak sendiri, melalui retailer dan yang dipasarkan melalui pengepul.
3. Merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam pemasaran gula aren yang dipasarkan sendiri, melalui retailer dan yang dipasarkan melalui pengepul.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi mengenai bauran pemasaran yang berhasil diterapkan oleh petani aren di Desa Jambi Tulo, Kecamatan Maro Sebo Provinsi Jambi.
2. Sebagai bahan masukan dan acuan bagi Pemilik usaha gula aren dalam proses pemasaran usaha gula aren.
3. Membantu memberikan informasi mengenai strategi pemasaran yang tepat dalam pemasaran gula aren di Desa Jambi dan penelitian ini juga diharapkan dapat berguna sebagai bahan tambahan informasi dan referensi bagi pengkajian penelitian pada masalah yang sama.