

ABSTRAK

DASMAN. 2024. STRATEGI PEMASARAN GULA KELAPA DI DESA KARANGSARI KECAMATAN PADAHERANG KABUPATEN PANGANDARAN. MUHAMAD NURDIN YUSUF dan TIKTIEK KURNIAWATI.

Gula kelapa merupakan bahan pemanis yang berasal dari pengolahan nira kelapa. Produksi Gula kelapa yang dihasilkan UMKM Jawa Barat tahun 2023 sebanyak 86.340 dan Kecamatan Padaherang memproduksi sebanyak 470 ton. Desa Karang Sari merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Padaherang, para pengrajin gula kela di Desa Karang Sari masih berskala rumah tangga. Permasalahan yang dialami oleh para pengrajin adalah pengolahan masih bersifat tradisional, lingkup pemasaran yang sempit serta kurangnya manajemen pembukuan oleh karena itu perlu diketahui strategi yang tepat untuk dapat memasarkan gula kelapa secara maksimal agar para pengrajin mendapat keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang ada dalam pemasaran gula kelapa serta mengetahui strategi pemasaran yang ada dalam pemasaran gula kelapa di Desa Karang Sari. Jenis penelitian yaitu deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan data primer juga data sekunder. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive* dengan responden sebanyak 7 orang dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal kekuatan adalah bahan baku nira yang melimpah, penjualan produk mudah serta kualitas produk yang baik, dan kelemahan adalah kurangnya manajemen pembukuan, pengolahan masih sederhana dan tradisional serta tidak adanya kegiatan promosi. Untuk faktor eksternal peluang adalah pemasaran yang luas, adanya event dan pameran lokal, banyaknya pengepul serta pemasaran dengan pemanfaatan media digital, dan ancaman adalah iklim atau cuaca yang buruk, pesaing serta keterbatasan pengetahuan teknologi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah strategi SO dengan strategi mengoptimalkan dan menambah volume produksi, mengoptimalkan dukungan pemerintah dan melakukan pengenalan media digital.

Kata Kunci : Faktor Eksternal, Faktor Internal, Gula Kelapa, Strategi

ABSTRACT

DASMAN. 2024. MARKETING STRATEGY OF COCONUT SUGAR IN KARANGSARI VILLAGE, PADAHERANG DISTRICT, PANGANDARAN REGENCY. MUHAMAD NURDIN YUSUF and TIKTIEK KURNIAWATI.

Coconut sugar is a sweetener derived from coconut sap processing. The production of coconut sugar produced by West Java UMKM is 86,340 tons/2023 and Padaherang District produces 470 tons/2023. Karang Sari Village is one of the villages located in Padaherang District, the kelp sugar artisans in Karang Sari Village are still on a household scale. The problems experienced by the artisans are that the processing is still traditional, the scope of marketing is narrow and the lack of bookkeeping is therefore it is necessary to know the right strategy to be able to market coconut sugar to the maximum so that the artisans get profits. This study aims to find out the internal and external factors that exist in coconut sugar marketing and to find out the marketing strategies that exist in coconut sugar marketing in Karang Sari Village. The type of research is qualitative descriptive with a case study approach, with primary data as well as secondary data. The sampling technique in this study was purposive with 7 respondents with SWOT analysis. The results of the study show that the internal factors of strength are abundant sap raw materials, easy product sales and good product quality, and weaknesses are lack of bookkeeping management, processing is still simple and traditional and no promotional activities. For external factors, the opportunities are extensive marketing, the existence of local events and exhibitions, the number of collectors and marketing with the use of digital media, and threats are bad climate or weather, competitors, and limited technological knowledge. An alternative strategy that can be applied is the SO strategy with the strategy of optimizing and increasing production volume, optimizing government support and introducing digital media.

Keywords: Coconut Sugar, External Factors, Internal Factor, Strategy