

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA TAPO (STUDI KASUS DI DESA AMBESIA KECAMATAN TOMINI KABUPATEN PARIGI MOUTONG)

Development of Tapo Sugar Marketing strategy (a case study at Ambesia village, Tomini Region-Parigi Moutong district)

Moh. Halini Azhari¹⁾, M.R. Yantu²⁾, dan Dewi Nur Asih²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾ Staf Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

ABSTRACT

Arenga is one of the strategic commodities that has to be developed, this plant has high economic value and well known to most Indonesian. In Ambesia village, Arenga sap is used by combining with other materials and processed traditionally, resulting to a typical snack and commonly called Tapo Sugar. This study aimed to develop a marketing strategy for Tapo sugar product by identifying the internal and external factors that affect marketing of sugar tapo and also analyze alternative strategy for marketing tapo Sugar from Ambesia village. Results obtained with a coordinates analysis that the alternative strategy is in quadrant I, which indicates that the right strategy is the strategy of SO (Strength-Opportunity) called also an aggressive strategy, namely (i) improve the quality of the workforce through training effort that able to encourage local communities to create job, (ii) to maximize the utilization of raw material which is adequate in the village, (iii) maintain the authentic flavor of Tapo suger for attracting agro-tourism and market at national level, (iv) innovate new flavors to become an agro competitive product.

Keywords: Alternative strategies, Tapo Sugar, marketing strategy

ABSTRAK

Tanaman aren merupakan salah satu komoditi strategis yang mempunyai peluang untuk dikembangkan karena kedudukannya yang sudah dikenal masyarakat Indonesia dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Di Desa Ambesia tanaman aren diolah secara tradisional dan dipadukan dengan bahan lain, sehingga menghasilkan cemilan khas daerah yang biasa disebut gula tapo. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran produk gula tapo dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran gula tapo serta menganalisis alternatif strategi pemasaran produk gula tapo asal Desa Ambesia. Hasil analisis pada titik koordinat diperoleh alternatif strategi berada pada kuadran I yang mengindikasikan bahwa strategi yang tepat berada pada strategi SO (Kekuatan-Peluang) yang disebut dengan strategi agresif, yakni : (i) meningkatkan kualitas tenaga kerja melalui pelatihan usaha sehingga mendorong masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja, (ii) memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang cukup memadai, (iii) mempertahankan keaslian cita rasa untuk sasaran pasar nasional dan agrowisata, (iv) meningkatkan diversifikasi rasa produk menjadi produk unggulan agrowisata.

Key words : Alternatif strategi, Gula tapo, strategi pemasaran.

PENDAHULUAN

Banyak kenyataan kelemahan dalam sistem pertanian di negara berkembang, termasuk Indonesia antara lain ialah kurangnya

perhatian dalam bidang pemasaran. Pertanian dengan karakteristik hasil yang mudah rusak, bersifat musiman dengan lokasi tersebar dan skala produksi yang relatif kecil, memerlukan strategi pemasaran yang tepat.

Strategi tersebut diharapkan mampu memberikan solusi dalam proses pemasaran, sehingga dapat membantu laju pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, pengembangan agroindustri perdesaan membutuhkan alternatif terbaik dalam meningkatkan kinerja sektor pertanian. Dan salah satu subsektor pertanian yakni subsektor perkebunan pendukung utama sektor pertanian dalam perekonomian Sulawesi Tengah (Yantu *dkk*, 2009a, Yantu *dkk*, 2009b).

Salah satu tanaman perkebunan yang potensial untuk dikembangkan sebagai agroindustri di perdesaan adalah tanaman aren (*Arenga Pinnata Merr*). Tanaman aren merupakan salah satu komoditi strategis yang mempunyai peluang untuk dikembangkan karena kedudukannya yang sudah dikenal masyarakat Indonesia dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Salah satu hasil utama tanaman ini adalah gula aren atau gula merah yang sudah dikenal masyarakat umum.

Gula aren memiliki kekhasan tersendiri dibanding dengan gula dari sumber lain (gula Tebu, 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, khususnya di Desa Ambesia Kecamatan Tomini gula aren diolah secara tradisional dan dipadukan dengan bahan lainnya, sehingga menghasilkan makanan cemilan khas daerah yang biasanya disebut dengan gula tapo.

Gula tapo ialah makanan cemilan yang khas yang banyak diusahakan masyarakat di Kecamatan Tomini, secara khusus membantu sebagai penopang perekonomian. Gula tapo ialah makanan cemilan yang terbuat dari perpaduan antara gula aren dan parutan buah kelapa yang diolah dengan cukup sederhana sehingga tercipta cita rasa yang enak.

Strategi pemasaran produk gula tapo di Desa Ambesia masih berjalan secara tradisional, antara lain: 1) informasi pasar yang dilakukan dari mulut ke mulut, pembuatan produk yang berdasarkan pesanan (*non kontinue*), 2) jalur pemasaran yang dilakukan hanya dari produsen ke pedagang pengumpul, 3)

serta produsen gula tapo hanya berperan sebagai penerima harga (*Price Taker*).

Berdasarkan data monografi Desa Ambesia (2011) diketahui bahwa produksi gula di desa tersebut sebesar 5,4 ton/tahun. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Desa Ambesia merupakan salah satu desa yang memproduksi gula tapo maupun gula merah terbesar di Kecamatan Tomini, dengan kondisi dimana sebagian besar masyarakat (160 KK) masuk dalam kategori prasejahtera.

Sehubungan dengan hal di atas, maka peneliti bermaksud melakukan kajian tentang pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo di Desa Ambesia, dalam upaya peningkatan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat di Desa Ambesia.

Berdasarkan latar belakang, maka pertanyaan penting yang muncul ialah bagaimana pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo agar usaha gula tapo menjadi usaha agroindustri yang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Ambesia. Pertanyaan ini menimbulkan beberapa pertanyaan antara lain bagaimana karakteristik pengrajin gula tapo di Desa Ambesia, faktor-faktor internal dan eksternal apakah yang mempengaruhi usaha gula tapo di Desa Ambesia Kecamatan Tomini Kabupaten Parigi Moutong, serta bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk komoditi gula tapo di desa tersebut.

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran gula tapo. Secara khusus penelitian ini bertujuan, antara lain : mengidentifikasi karakteristik pengrajin gula tapo asal Desa Ambesia, mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran gula tapo asal Desa Ambesia, menganalisis alternatif strategi pemasaran komoditi gula tapo asal Desa Ambesia. Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi para pembaca serta dapat menjadi acuan dan pembanding untuk penelitian selanjutnya.

BAHAN DAN METODE

Penetapan Lokasi dan Pengumpulan Data. Penelitian ini dilaksanakan di Desa

Ambesia Kecamatan Tomini Kabupaten Parigi Moutong pada bulan Mei-Juli 2012. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Tomini merupakan salah satu daerah penghasil gula tapo di Kabupaten Parigi Moutong.

Metode Analisis. Dalam Penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2006), bahwa analisis SWOT adalah analisis yang berguna untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat. Analisis ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi dengan dasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan strategis sebagai berikut :

1. Tahapan pengumpulan data dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan dalam usaha gula tapo yang berupa kekuatan dan kelemahan dan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman. Faktor ini dibuat dalam bentuk matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*).
2. Tahap analisis : menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, cara penentuan berdasarkan pengamatan lapangan untuk menentukan urutan prioritas yaitu faktor mana yang paling penting dan tidak penting. Total bobot sebesar satu untuk masing-masing kondisi (internal dan eksternal), selanjutnya memberi rating nilai dengan skala 1-4 dengan kualifikasi sebagai berikut :
 - Nilai 1 = tidak penting
 - Nilai 2 = kurang penting
 - Nilai 3 = penting
 - Nilai 4 = sangat penting

Pemberian nilai rating berbanding terbalik antara peluang dan ancaman dan kekuatan dan kelemahan. Semakin mendekati kenyataan, maka nilai peluang dan kekuatan semakin besar sehingga nilai kelemahan dan ancaman semakin kecil.

Menurut Rangkuti (2006), untuk memperoleh bobot dari faktor internal dan faktor eksternal dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\beta_i = \frac{1}{\sum (F_i \times R_i)} \times (F_i \times R_i)$$

Keterangan :

β_i = Bobot faktor ke-i

F_i = Faktor ke-i

R_i = Nilai rating faktor ke-i

3. Setelah pemberian nilai dan bobot selanjutnya ditentukan nilai skor dengan mengalikan antara bobot dan rating.
4. Menurut Yantu et. al. (2001 dan 2002), bila koefisien IFAS dan EFAS lebih besar daripada nilai rating tertinggi dibagi dua maka lingkungan internal dan eksternal mampu merespon perekonomian.
5. Pengambilan keputusan untuk perumusan strategi dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS, matriks tersebut menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi sebagai berikut :

- 1) Strategi SO (Kekuatan – Peluang)

Strategi ini merupakan kombinasi antara kekuatan dan peluang, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, strategi ini disebut juga strategi agresif.

- 2) Strategi ST (Kekuatan – Ancaman)

Strategi ini adalah strategi yang menggunakan seoptimal mungkin kekuatan internal untuk menghadapi tantangan atau kelemahan, strategi ini disebut juga strategi diversifikasi.

- 3) Strategi WO (Kelemahan – Peluang)

Strategi ini adalah gabungan antara kelemahan dan peluang yang berupaya untuk meminimalkan kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada, strategi ini disebut juga strategi turnaround.

- 4) Strategi WT (Kelemahan – Ancaman)

Strategi ini adalah kombinasi antara kelemahan dan ancaman yang tidak

menguntungkan dan berusaha meminimalkan kelemahan internal yang ada serta menghindari ancaman, strategi ini disebut juga strategi defensif atau bertahan.

Keempat strategi yang telah dirumuskan, dikaji untuk menentukan strategi yang paling menguntungkan bagi pemasaran gula

tapo berdasarkan SWOT dan akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan menjadi pegangan dalam melaksanakan kegiatan selanjutnya yang lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat diagram matriks SWOT di bawah ini :

Tabel 1. Diagram Matriks SWOT

Faktor Eksternal (EFAS)	Faktor Internal (IFAS)	Kekuatan Strengths(S)	Kelemahan Weakness(W)
Peluang Opportunities(O)		<u>Strategi (S-O)</u> Menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang	<u>Strategi (W-O)</u> Meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang
Ancaman Threats(T)		<u>Strategi (S-T)</u> Menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman	<u>Strategi (W-T)</u> Meminimalkan kelemahan dan menghindarkan ancaman

Tabel 8. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

No.	Faktor Internal	No.	Faktor Eksternal
1.	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	1.	Peluang (<i>Opportunities</i>)
	a. Tenaga kerja cukup tersedia		a. Menjadi sumber mata pencaharian masyarakat
	b. Bahan baku cukup memadai		b. Pemasaran produk cukup luas karena permintaan konsumen yang tinggi
	c. Letak geografis cukup strategis		c. Melakukan program pelatihan
	d. Rasa produk beragam dan tahan lama		d. Bisa dijadikan produk agrowisata di Kabupaten Parigi Moutong
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)		Ancaman (<i>Threaths</i>)
	a. Posisi tawar yang rendah		a. Persaingan pasar yang tinggi
2.	b. Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan tergolong tradisional		b. Perubahan iklim
	c. Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah	2.	c. Alih fungsi lahan tanaman aren sebagai bahan baku menjadi tanaman lain
	d. Kemasan produk masih tradisional		d. Belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap pengrajin gula tapo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal. Hasil wawancara dari responden tentang identifikasi faktor internal dan eksternal, disajikan dalam Tabel 8.

Faktor internal dan eksternal seperti Tabel 8, menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo di Desa Ambesia.

Faktor Internal

Kekuatan (*Strenghts*)

Tenaga Kerja Cukup Tersedia. Sesuai dengan data hasil wawancara pada Tabel 6 tentang jumlah tanggungan keluarga, pengrajin gula tapo menggunakan beban keluarga sebagai tenaga kerja potensial untuk mengembangkan usaha gula tapo. Di lokasi penelitian, tenaga kerja keluarga merupakan tenaga kerja utama dalam kegiatan usaha gula tapo.

Menurut Siagian (2003) bahwa biasanya dalam perusahaan kecil, tenaga kerja yang ada masih memiliki hubungan keluarga. Dalam hal ini, tenaga kerja keluarga merupakan tenaga kerja yang paling pokok. Berdasarkan hasil FGD, tenaga kerja potensial merupakan faktor kekuatan yang diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Bahan Baku Cukup Memadai. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pengrajin gula tapo di Desa Ambesia diperoleh informasi bahwa ketersediaan bahan baku berupa tanaman aren cukup tersedia, sehingga tidak menjadi kendala dalam proses pembuatan gula tapo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara kepada pengrajin gula tapo di Desa Ambesia tentang jumlah pohon yang dimanfaatkan seluruhnya berjumlah 175 pohon dari 30 orang pengrajin, sedangkan yang belum dimanfaatkan menurut aparat desa masih sekitar ± 1000 pohon. Ketersediaan bahan baku merupakan faktor kekuatan yang diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Letak Geografis Cukup Strategis. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya dalam Bab IV bahwa letak geografis Desa Ambesia adalah cukup strategis karena merupakan jalur trans sulawesi yang menghubungkan Propinsi Sulawesi Tengah dengan Propinsi Gorontalo dan Propinsi Sulawesi Utara, sehingga dipandang sangat strategis untuk pemasaran gula tapo. Berdasarkan hasil FGD, letak geografis yang strategis merupakan faktor kekuatan yang diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Rasa Produk Beragam dan Tahan Lama. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh informasi bahwa gula tapo memiliki beragam cita rasa yang antara lain durian, kelapa, telur, dan kacang. Hal tersebut membuktikan bahwa gula tapo sangat berpotensi untuk dipasarkan secara luas. Selain itu, gula tapo juga memiliki daya tahan yang lama rata-rata sekitar >6 minggu sesuai cara pengolahan. Rasa produk beragam dan tahan lama merupakan faktor kekuatan yang diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Kelemahan (Weakness)

Posisi Tawar yang Rendah. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, posisi tawar gula tapo sangat rendah. Hal ini disebabkan

oleh kurangnya pengetahuan dari pengrajin gula tapo tentang informasi harga yang pantas dari produk yang dihasilkan. Dalam proses penjualan produk gula tapo harga telah ditentukan oleh pedagang yang mereka sebut dengan bos. Berdasarkan hasil FGD, posisi tawar yang rendah merupakan faktor kelemahan yang diberi *rating* 3 yang menyatakan penting.

Fasilitas dan Modal Usaha Belum Memadai dan Pengolahan Tergolong Tradisional.

Dari hasil wawancara dengan responden pengrajin gula tapo diperoleh bahwa fasilitas dan modal usaha belum memadai karena keterbatasan ekonomi responden yang menyebabkan fasilitas menjadi kurang memadai akibat kurangnya modal usaha dan bantuan dari pemerintah yang belum menyentu kalangan pengrajin gula tapo. Selain itu, pengolahan gula tapo masih tergolong sederhana atau tradisional seperti penggunaan alat cetak tempurung dan penggunaan tungku tanah. Berdasarkan hasil FGD, fasilitas dan modal usaha belum memadai merupakan faktor kelemahan yang diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Tingkat Pendidikan Masyarakat Masih Rendah.

Berdasarkan hasil survei diperoleh bahwa responden pengrajin gula tapo memiliki tingkat pendidikan yang masih rendah, ini dapat dilihat dari tingkat pendidikan yang tertinggi berada di tingkat SD dengan persentase sebesar 93,34%. Meskipun tingkat pendidikan masyarakat merupakan hal yang sangat penting, tetapi sebagian pengrajin gula tapo masih menganggap bahwa pendidikan bukanlah hal yang mendasar dalam usaha ini sehingga hasil FGD yang diperoleh untuk faktor kelemahan ini diberi *rating* 2 yang menyatakan kurang penting.

Kemasan Produk Masih Tradisional.

Dari hasil wawancara di lapangan diperoleh bahwa kemasan produk gula tapo masih sederhana atau masih tradisional yaitu terbuat dari daun pisang yang kering. Hal ini mengindikasikan bahwa bentuk kemasan sangat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli. Meskipun kemasan sangat penting untuk menarik minat konsumen, sebagian pengrajin gula tapo masih memegang

teguh tradisi kemasan yang terbuat dari daun pisang karena beberapa alasan sehingga berdasarkan hasil FGD, faktor ini diberi *rating* 2 yang menyatakan kurang penting.

Setelah faktor-faktor strategis internal usaha gula tapo teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*Internal Factor Analysis*

Summary). Berdasarkan hasil perhitungan setiap rating, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai rating faktor internal disajikan dalam Tabel 9.

Hasil *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Analisis SWOT Matriks (IFAS) Usaha Gula Tapo

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Ket.
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
1) Tenaga kerja cukup tersedia	0,15	4	0,60	
2) Bahan bahan baku cukup memadai	0,15	4	0,60	
3) Letak geografis yang cukup strategis	0,15	4	0,60	
4) Rasa produk beragam dan tahan lama	0,15	4	0,60	
Sub Total	0,6	16	2,4	
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1) Posisi tawar yang rendah	0,11	3	0,33	
2) Fasilitas dan modal usaha belum memadai	0,15	4	0,60	
3) Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah	0,07	2	0,14	
4) Kemasan produk masih tradisional	0,07	2	0,14	
Sub Total	0,4	11	1,21	
Total	1,00	27	3,61	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Berdasarkan hasil analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) pada tabel di atas, terlihat bahwa faktor kekuatan (*Strenghts*) mempunyai nilai sebesar 2,4, dengan kelemahan (*Weakness*) mempunyai nilai sebesar 1,21. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa usaha gula tapo memiliki kekuatan yang lebih besar yaitu 66,48 persen dibandingkan dengan kelemahan sebesar 33,52 persen sehingga masih memiliki potensi untuk pengembangan pemasaran.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai skor faktor lingkungan internal dalam pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo di Kecamatan Tomini, yaitu faktor kekuatan (*strenght*) dikurangi dengan faktor kelemahan (*weakness*) diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal = $2,4 - 1,21 = 1,19$. Dengan demikian, nilai sumbu X dalam diagram SWOT adalah sebesar 1,19.

Faktor Eksternal

Peluang (*Opportunities*)

Menjadi Sumber Mata Pencaharian Masyarakat. Potensi ekonomi usaha gula tapo ini sangat tinggi karena selain hasilnya

yang memberikan keuntungan ekonomi bagi pengrajin, sudah terdapat sebagian masyarakat di Desa Ambesia menggantungkan hidupnya sebagai pengrajin gula tapo. Selain itu, usaha gula tapo ini dapat pula menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat di Desa Ambesia. Usaha gula tapo sebagai sumber mata pencaharian pokok merupakan salah satu faktor yang diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Pemasaran Produk Cukup Luas Karena Permintaan Konsumen yang Tinggi.

Prospek pasar gula tapo sangat baik dilihat dari besarnya permintaan konsumen akan produk gula tapo itu sendiri. Hal ini didukung oleh kondisi geografis Desa Ambesia yang menjadi jalur darat yang menghubungkan antar provinsi sehingga mempermudah dalam proses pemasarannya. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara terhadap responden gula tapo diperoleh hasil bahwa rata-rata pemberian *rating* untuk pemasaran produk gula tapo diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Melakukan Program Pelatihan Dalam Meningkatkan Kreativitas Masyarakat.

beragam cita rasa dari gula tapo seperti rasa durian, kacang, telur, dan lainnya konsumen akan semakin tertarik untuk mengkonsumsi gula tapo sehingga perlu dilakukan program pelatihan guna melatih keterampilan para pengrajin agar lebih kreatif dalam menciptakan inovasi baru. Untuk itu, pemberian *rating* untuk melakukan program pelatihan diberi nilai 4 yang menyatakan sangat penting.

Bisa Dijadikan Produk Agrowisata Di Kabupaten Parigi Moutong. Melihat potensi produk dari gula tapo itu sendiri, akan menyebabkan para wisatawan yang ingin melancong ke daerah ini tertarik dengan olahan produk gula tapo, sehingga dapat menjadi sebuah peluang dalam menambah salah satu makanan cemilan khas daerah. Untuk itu, pemberian *rating* untuk faktor ini diberi *rating* 4 yang menyatakan sangat penting.

Ancaman (Threats)

Persaingan Pasar yang Tinggi. Persaingan merupakan suatu hal yang wajar dalam bidang usaha, termasuk bidang usaha gula tapo yang saat ini menjadi produk unggulan khas di Kabupaten Parigi Moutong. Selain itu, usaha gula tapo ini tidak mengenal monopoli, jadi semua produksi akan bersaing bebas di pasaran. Oleh sebab itu, diperlukan tindakan penyesuaian sebagai reaksi terhadap situasi pasar dengan pertimbangan yang wajar. Meskipun hal ini sangat penting untuk diperhatikan, tetapi sebagian pengrajin menganggap bahwa hal tersebut kurang berpengaruh dengan usaha karena menurut mereka setiap pengrajin pasti mempunyai ciri khas tersendiri sehingga *rating* yang diberikan yaitu bernilai 2 yang menyatakan kurang penting.

Perubahan Iklim. Masalah iklim merupakan faktor pembatas dari setiap unit lahan yang ada yang tidak dapat diubah dalam skala besar, tetapi hanya pada skala mikro yaitu iklim di sekeliling tanaman. Iklim mempunyai peranan yang sangat penting terhadap perkembangan tanaman. Ketidaksesuaian iklim terhadap tanaman akan menghambat proses pertumbuhan dan perkembangan dari tanaman itu sendiri.

Iklim yang meliputi curah hujan, suhu, kelembaban udara, penyinaran matahari

dan kecepatan angin juga akan mempengaruhi aktivitas produksi gula tapo. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa bila pada saat hujan, proses pengolahan gula tapo menjadi sangat lama sehingga membutuhkan kayu bakar yang cukup banyak. Selain itu, bila hujan turun pengrajin gula tapo akan sangat sulit menemukan kayu bakar yang kering karena kekurangan cadangan kayu bakar. Hal tersebut juga terjadi pada proses pengambilan nira aren. Pada saat hujan, nira aren yang diperoleh akan lebih sedikit bila dibandingkan pada saat tidak turun hujan sehingga pengaruh perubahan iklim tersebut sangat mempengaruhi aktivitas para pengrajin gula tapo. Meskipun demikian, sebagian pengrajin menganggap bahwa perubahan iklim masih bisa diatasi sehingga *rating* yang diberikan untuk faktor ini yaitu 2 yang menyatakan kurang penting.

Alih Fungsi Lahan Tanaman Aren Sebagai Bahan Baku Menjadi Tanaman Lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengrajin gula tapo di Desa Ambesia, saat ini warga masyarakat Desa Ambesia tertarik untuk menanam cengkeh, cokelat, dan kelapa di lahan mereka. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan dapat mengakibatkan sumber bahan baku yakni tanaman aren menjadi berkurang. Dalam kenyataannya, harga gula tapo di pasaran masih kalah bersaing dengan tanaman perkebunan lainnya sehingga dapat menjadi ancaman untuk keberlanjutan usaha gula tapo di Desa Ambesia. Meskipun hal ini sangat penting, sebagian masyarakat menganggap bahwa masalah alih fungsi lahan tidak menjadi ancaman karena tanaman aren bisa hidup liar sehingga mereka memberi *rating* 2 yang menyatakan kurang penting.

Belum Adanya Kebijakan Khusus Dari Pemerintah Terhadap Pengrajin Gula Tapo. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pengrajin gula tapo, diperoleh hasil bahwa jika mereka tidak mendapat kebijakan khusus dari pemerintah, maka jalan yang akan ditempuh yaitu beralih profesi dari pengrajin gula tapo menjadi petani, tukang ojek, dan bekerja di bidang

lainnya sehingga hal ini akan menjadi sebuah ancaman bagi keberlanjutan usaha gula tapo di masa depan. Untuk itu, faktor ini diberi *rating* 3 yang menyatakan penting.

Setelah faktor-faktor strategis eksternal usaha gula tapo teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap *rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai *rating* faktor eksternal disajikan dalam Tabel 10.

Hasil *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) adalah sebagai berikut :

Berdasarkan hasil analisis *Eksternal Faktor Analysis Summary* (EFAS) pada Tabel 11, terlihat bahwa faktor peluang (*Opportunities*) mempunyai nilai sebesar 2,56, dan nilai ancaman (*Threats*) sebesar 0,84. Hal ini dapat diartikan bahwa peluang yang dimiliki masih lebih besar dibandingkan dengan ancaman yang ada, yaitu 75,29 persen peluang, dan 24,70 persen ancaman, sehingga pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo masih cukup baik.

Hasil perhitungan matriks IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*) dan matrik EFAS (*Eksternal Strategic Faktor*

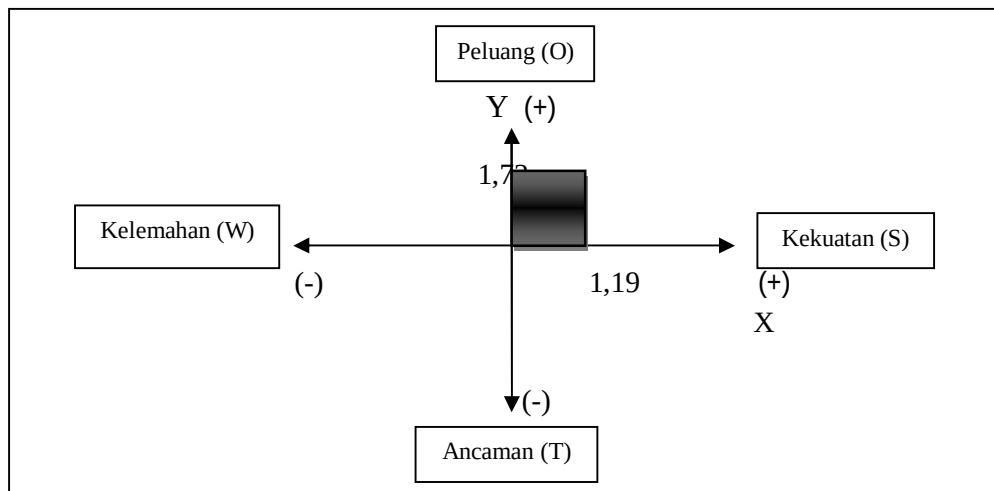
Analisis Summary) yang menghasilkan nilai sumbu X merupakan hasil pengurangan antara faktor kekuatan (2,4), dan faktor kelemahan (1,21) dari lingkungan internal yaitu sebesar 1,19 dan nilai sumbu Y yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang (2,56) dan faktor ancaman (0,84) dari lingkungan eksternal yaitu sebesar 1,72, sehingga dapat digambarkan dalam diagram SWOT pada Gambar 2.

Berdasarkan diagram SWOT pada Gambar 2, menunjukkan bahwa posisi pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo di Desa Ambesia Kecamatan Tomini, pada pemetaan analisis lingkungan strategis (lingkungan internal dan eksternal) berada pada kuadran pertama (I) atau pada posisi *dynamic growth* atau pada posisi strategi SO. Hal ini memberikan indikasi bahwa peluang pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo di Desa Ambesia berada dalam keadaan sangat menguntungkan, dimana selain memiliki kekuatan yang lebih besar dari kelemahan juga memiliki peluang yang lebih besar dari pada ancaman yang ada. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 10. Analisis SWOT Matriks (EFAS) Usaha Gula Tapo

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Ket.
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
a. Menjadi sumber mata pencaharian masyarakat	0,16	4	0,64	
b. Pemasaran produk cukup luas karena permintaan konsumen yang tinggi	0,16	4	0,64	
c. Melakukan program pelatihan dalam meningkatkan kreatifitas masyarakat	0,16	4	0,64	
d. Bisa dijadikan produk agrowisata di Kabupaten Parigi Moutong	0,16	4	0,64	
Sub Total	0,64	16	2,56	
Ancaman (<i>Threats</i>)				
a. Persaingan pasar yang tinggi	0,08	2	0,16	
b. Perubahan iklim	0,08	2	0,16	
c. Alih fungsi lahan tanaman aren sebagai bahan baku menjadi tanaman lain	0,08	2	0,16	
d. Belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap pengrajin gula tapo	0,12	3	0,36	
Sub Total	0,36	9	0,84	
Total	1,00	25	3,4	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012



Gambar 2. Posisi Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Gula Tapo di Desa Ambesia Kecamatan Tomini

Tabel 12. Diagram Matriks SWOT Pengembangan Strategi Produk Gula Tapo di Desa Ambesia Kecamatan Tomini Kabupaten Parigi Moutong

	IFAS	Strenghts (S) Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Weakness (W) Kelemahan (<i>Weakness</i>)
		a. Tenaga kerja cukup tersedia b. Bahan baku cukup memadai c. Letak geografis yang cukup strategis d. Rasa produk beragam dan tahan lama	a. Posisi tawar yang rendah b. Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan pengolahan tergolong tradisional c. Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah d. Kemasan produk masih tradisional
EFAS		Strategi (SO)	Strategi (WO)
		Opportunities (O) Peluang (<i>Opportunities</i>) a. Menjadi sumber mata pencaharian masyarakat b. Pemasaran produk cukup luas karena permintaan konsumen yang tinggi c. Melakukan program pelatihan dalam meningkatkan kreatifitas masyarakat d. Bisa dijadikan produk agrowisata di Kabupaten Parigi Moutong	1. Meningkatkan posisi tawar produk gula tapo dengan menjadikanya sebagai sumber mata pencarian masyarakat 2. Memberikan akses permodalan pengembangan usaha dalam mempertahankan permintan konsumen yang tinggi 3. Meningkatkan mutu kemasan dan rasa produk sehingga bisa dijadikan produk agrowisata di kabupaten parigi moutong
		Strategi (ST)	Strategi (WT)
		Threats (T) Ancaman (<i>Threats</i>) a. Persaingan pasar yang tinggi b. Perubahan iklim c. Alih fungsi lahan tanaman Aren sebagai bahan baku menjadi tanaman lain d. Belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap pengrajin gula tapo	1. Mengembangkan kemasan produk yang menarik agar bisa memenuhi permintaan pasar yang tinggi

Dari beberapa strategi yang dikemukakan di atas selanjutnya ditetapkan beberapa alternatif program dan kegiatan dalam rangka optimalisasi pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo di Desa Ambesia Kecamatan Tomini. Oleh karena hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi eksisting pengembangan usaha gula berada pada strategi S-O, maka strategi ini dijadikan strategi prioritas. Untuk itu, beberapa alternatif program untuk pengembangan strategi tersebut, sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas tenaga kerja melalui pelatihan usaha sehingga mendorong masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja, kegiatan prioritas yang dilakukan antara lain:
 - a. Melaksanakan pelatihan pengrajin melalui kegiatan seperti pelatihan keterampilan tenaga kerja.
 - b. Melaksanakan pembinaan dan penyuluhan kepada pengrajin.
 - c. Melakukan pelatihan manajemen kelompok sebagai cikal bakal kelembagaan agribisnis perdesaan.
2. Memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang cukup memadai untuk memanfaatkan peluang menjadi produk agrowisata, kegiatan prioritas yang dilakukan antara lain:
 - a. Melaksanakan efisiensi pengelolaan bahan dan perlengkapan produksi.
 - b. Memberikan dana stimulan kepada pengrajin dari pemerintah.
3. Mempertahankan keaslian cita rasa untuk sasaran pasar nasional dan agrowisata, kegiatan prioritas yang dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Melaksanakan pelatihan pasca produksi.
 - b. Penguatan sistem informasi pasar dan jaringan pemasaran.
 - c. Menumbuhkan kemitraan kelembagaan antara produsen, pedagang dan pemerintah.
4. Meningkatkan diversifikasi rasa produk menjadi produk unggulan agrowisata, kegiatan prioritas yang dilakukan antara lain:
 - a. Melakukan standarisasi pengolahan produk dari segi mutu dan kesehatan.

- b. Peningkatan upaya pengawasan produk gula tapo terhadap produk tiruan.
- c. Melakukan promosi pemasaran produk gula tapo melalui internet maupun kawasan wisata di Sulawesi Tengah bahkan di kawasan tingkat nasional.

Alternatif strategi S-T untuk pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo yaitu sebagai berikut :

1. Memaksimalkan tenaga kerja dan bahan baku dalam menciptakan produk gula tapo yang beragam dan tahan lama agar mampu bersaing di pasar dunia, kegiatan prioritas yang dilakukan antara lain:
 - a. Melakukan intensifikasi, ekstensifikasi, dan diversifikasi produk.
 - b. Melakukan standarisasi dan pengawasan produk.

Alternatif strategi W-O untuk pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan posisi tawar produk gula tapo dengan menjadikannya sebagai sumber mata pencaharian masyarakat, kegiatan prioritas yang dilakukan antara lain :
 - a. Memberikan akses informasi pasar kepada para pengrajin.
 - b. Melakukan penyuluhan tentang usaha rumah tangga khususnya usaha gula tapo kepada masyarakat desa.
2. Memberikan akses permodalan pengembangan usaha dalam mempertahankan permintaan konsumen yang tinggi, kegiatan prioritas antara lain :
 - a. Fasilitasi penyaluran subsidi Penguatan Modal Usaha Kelompok (PMUK).
 - b. Fasilitasi pelaksanaan Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP).
 - c. Fasilitasi penjamin kredit usaha/kredit usaha rakyat (KUR) untuk modal usaha.
3. Meningkatkan mutu kemasan dan rasa produk sehingga bisa dijadikan produk agrowisata di Kabupaten Parigi Moutong, kegiatan prioritas antara lain :

- a. Melaksanakan efisiensi pengelolaan bahan dan perlengkapan produksi.
- b. Melaksanakan pemeliharaan sarana dan prasarana produksi.
- c. Melaksanakan diversifikasi produk dalam hal kemasan.

Alternatif strategi W-T untuk pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo yaitu sebagai berikut :

1. Mengembangkan kemasan produk yang menarik agar bisa memenuhi permintaan pasar yang tinggi, kegiatan prioritas antara lain :
 - a. Melaksanakan kerjasama dengan pihak pemerintah atau instansi terkait.
 - b. Pengembangan jaringan pemasaran untuk menentukan tujuan pasar.
 - c. Penguatan sistem informasi pasar dan perbaikan kualitas kemasan produk.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Karakteristik internal responden gula tapo di Desa Ambesia meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan lamanya berusaha.

Faktor-faktor internal yang mempengaruhi pemasaran gula tapo Desa Ambesia, untuk faktor kekuatan ialah : (i) tenaga kerja cukup tersedia, (ii) bahan baku yang cukup memadai, (iii) letak geografis yang cukup strategis, dan (iv) rasa produk yang beragam dan tahan lama. Adapun kelemahan yang teridentifikasi ialah : (i) posisi tawar yang rendah, (ii) fasilitas dan modal usaha belum memadai dan pengolahan tergolong tradisional, (iii) tingkat pendidikan

masyarakat masih rendah, dan (iv) kemasan produk masih tradisional.

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran gula tapo Desa Ambesia, untuk faktor peluang ialah : (i) menjadi sumber mata pencaharian masyarakat, (ii) pemasaran produk cukup luas karena permintaan konsumen yang tinggi, (iii) melakukan program pelatihan dalam meningkatkan kreatifitas masyarakat, dan (iv) bisa dijadikan produk agrowisata di Kabupaten Parigi Moutong. Adapun ancaman yang dihadapi ialah : (i) persaingan pasar yang tinggi, (ii) perubahan iklim, (iii) ahli fungsi lahan tanaman aren sebagai bahan baku menjadi tanaman lain, dan (iv) belum adanya kebijakan khusus dari pemerintah terhadap pengrajin gula tapo.

Kondisi eksisting pemasaran gula tapo berada pada strategi S-O (Strenght-Opportunity). Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil 1,72 untuk sumbu Y dan 1,19 untuk sumbu X yang menunjukkan titik koordinat berada pada daerah SO yang berarti strategi yang digunakan dalam pengembangan strategi pemasaran gula tapo merupakan strategi yang memanfaatkan dan memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Saran

Agar kesejahteraan masyarakat dapat terwujud, strategi pemasaran gula tapo di Desa Ambesia seyogyanya memanfaatkan strategi S-O sebagai strategi utama. Untuk itu, beberapa program yang telah dikembangkan dalam akhir Bab Hasil dan Pembahasan direkomendasikan untuk ditindak-lanjuti.

DAFTAR PUSTAKA

- Disporabudpar, 2011. *Makanan Khas*. Disporabudpar. parigimoutongkab. go.id/index.php?option... Diakses Pada Tanggal 2 Juli 2012.
- Downey dan Erickson, 1989. *Manajemen Agribisnis Edisi Kedua*. Erlangga. Jakarta.
- Fitriawati, 2009. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Jagung di Desa Bobo Kecamatan Palolo Kabupaten Donggala*. Tesis. Program Studi Agribisnis Sekolah Pascasarjana. Universitas Tadulako. Palu.
- Irawan dan Swastha. B., 2001. *Menejemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta ; Yogyakarta.

- Rangkuti, 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- RPJM, 2012. Data Laporan Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Desa Ambesia.
- Siagian. R., 2003. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Soekartawi, Rusmadi dan Effi Damaijati, 1993. *Resiko dan Ketidakpastian Dalam Agribisnis, Teori dan Aplikasi*. Cetakan ke I. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- _____, 2005. *Agroindustri Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Yantu, M.R., Sisfahyuni, Ludin dan Taufik 2009b. *Strategi Pengembangan Subsektor Perkebunan dalam Perekonomian Sulawesi Tengah*. Media LITBANG Sulawesi Tengah. Vol. II (1): 44 – 50. Oktober 2009. BALITBANGDA Propinsi Sulawesi Tengah.
- _____, Eka Putra, Agus Prabowo, Freddy S. Regin, Abdul Haris Panai, Bambang Suprianto, dan Harun Mustapa, 2001. *Studi Kelayakan Pengelolaan Pembangunan Wilayah Terpadu dalam Perspektif Pertanian Di Kawasan Pantura Kabupaten Gorontalo Propinsi Gorontalo*. Jurnal Agroland 8 (3) : 278-283. September 2001.
- _____, Mamik Slamet, Thamrin dan Franky Palit, 2002. *Studi Peningkatan Mutu Intensifikasi Padi Sawah Di Sulawesi Tengah*. Jurnal Agrisains 3 (1) : 16-21. April 2002.
- _____, 2012. *Makroekonometrik Wilayah Sulawesi Tengah Berbasis Agribisnis Materi Kuliah Umum Program Pascasarjana UNTAD*, 6 Februari 2012.
- _____, 2001a. *Strategi Pengembangan Agribisnis Sulawesi Tengah. Makalah Seminar Nasional dan Temu Agribisnis 11 dengan Tema Tantangan dan Strategi Agribisnis Di Masa Depan*. Diselenggarakan Oleh Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEP) Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, 10 November 2001, Bertempat Di Gedung Pogombo Palu.