

STRATEGI PEMASARAN GULA MERAH PADA UNIT PENGOLAHAN HASIL (UPH) TEBU KELOMPOK TANI SARUMPUN BANIAH DI NAGARI PANDAI SIKEK KECAMATAN X KOTO KABUPATEN TANAH DATAR

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendiskripsikan lingkungan strategis pemasaran dan (2) merumuskan strategi pemasaran gula merah pada UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode studi kasus. Data dan informasi didapatkan dari informan kunci yang terdiri dari Pimpinan UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pegecer, konsumen akhir, dan pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah merupakan satu-satunya UPH tebu di Kab. Tanah Datar yang mengolah tebu menjadi gula merah menggunakan mesin dan mampu memproduksi gula merah hingga 500 kg/hari dengan kualitas produk yang dihasilkan lebih bagus dibanding produk pesaing. UPH Tebu telah mempunyai kerjasama dengan Giant Supermarket yang saat ini belum bisa teraealisasikan. Dari total nilai matrik IFE 3,12 yang membuktikan bahwa internal berada pada posisi yang kuat dan total nilai matrik EFE 2,79 yang berarti pemasaran gula merah memiliki respon yang kuat terhadap peluang-peluang dan ancaman yang dihadapi. Alternatif strategi pemasaran yang bisa diterapkan (1) meningkatkan produksi gula merah, (2) melakukan pengembangan pasar dengan memasarkan produk kedaerah berpotensi untuk memasok gula merah, (3) mempertahankan kualitas dan keaslian produk, (4) melakukan diversifikasi produk, (5) mengadopsi teknologi baru dalam pengolahan dan pengemasan gula merah, (6) memperbaiki kemasan produk dan mengganti dengan kemasan kotak yang dilengkapi label dan merek, (7) Melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan UPH Tebu memperbaiki atribut produk dan memiliki unit pemasaran khusus gula merah.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Gula Merah*

