

## **STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK GULA MERAH DI DESA PUSUK LESTARI KECAMATAN BATU LAYAR KABUPATEN LOMBOK BARAT**

**Wiwin Meilia Safari<sup>1)</sup>, Siti Husna Ainu Syukri<sup>2)</sup>**

<sup>1), 2)</sup> Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

200105102.mhs@uinmataram.ac.id<sup>1)</sup>

Ainu\_syukri@uinmataram.ac.id<sup>2)</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat, untuk mengetahui apa saja kendala-kendala dalam meningkatkan penjualan produk gula merah, dan untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dimana dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu, teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan dalam teknik analisis data di susun melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan temuan penelitian dilapangan menunjukkan bahwa penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari dilakukan secara langsung pada lapak-lapak dan penjualan secara online juga dilakukan oleh sebagian masyarakat di Desa Pusuk Lestari. Dalam penelitian ini juga terdapat kendala-kendala dalam melakukan penjualan produk gula merah seperti adanya masyarakat yang belum melakukan pembukuan baik dalam mengetahui keluar atau masuknya keuangan serta dalam penelitian ini mengetahui strategi yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk gula merah yaitu meningkatkan kualitas barang, mengemas kemasan semenarik mungkin dan menambah jaringan pasar.

**Kata kunci:** *strategi penjualan, produk gula merah*

### **1. PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia yang melaksanakan pembangunan di setiap aspek kehidupan salah satunya pada bidang pertanian. Pembangunan pertanian menitikberatkan pembangunan berkelanjutan yang merupakan perubahan ke arah yang lebih baik. Salah satunya adalah pembangunan dibidang agribisnis. Pentingnya pembangunan agribisnis dipertegas oleh Saragih, menyatakan bahwa strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan pembangunan pertanian seperti, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Dengan demikian, pembangunan industri hulu dan hilir pertanian serta sektor-sektor jasa yang terkait di dalamnya berbasis pada pemberdayagunaan keragaman sumber daya di setiap daerah.

Akomodatif keragaman kualitas sumber daya manusia yang kita miliki tidak mengandalkan impor dan pinjaman luar negeri yang besar, berorientasi ekspor selain memanfaatkan pasar domestik, diperkirakan mampu memecahkan sebagian besar permasalahan perekonomian yang ada.

Permasalahan perekonomian yang ada di Indonesia mampu dipecahkan oleh agribisnis. Adanya agribisnis mampu mengatur strategi pembangunan sistem agribisnis secara bertahap akan bergerak dari pembangunan yang mengandalkan sumber daya alam dan sumber daya manusia. Kemudian pembangunan agribisnis yang digerakkan oleh barang-barang modal dan sumber daya manusia yang lebih terampil. Sehingga terjadilah pengembangan sumber daya manusia industri melalui berwirausaha.

Faktor pengembangan industri juga sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha yang berkaitan dengan motivasi, lingkungan kerja, penambahan modal dan pemberi intensif pada karyawan. Jika seorang pengusaha mampu memadukan empat hal tersebut dalam satu kesatuan, maka usaha yang dijalani dapat mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup besar. Penambahan modal pengusaha juga bisa berasal dari investasi dari luar dapat meminimalisir terjadinya kegagalan atau kebangkrutan. Dari faktor-faktor tersebut seorang pengusaha mampu mengembangkan kemampuan berwirausahanya, terlebih pada zaman modern dan situasi krisis multidimensi saat ini. Mobilisasi keuangan dan sumber daya manusia serta birokrasi bisnis merupakan kesulitan yang sering kali terjadi dalam proses penciptaan usaha baru.

Industri kecil pada pedesaan memiliki arti tersendiri dalam sebuah usaha yaitu mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran di pedesaan atau dapat dikatakan sebagai harapan meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat pedesaan. Salah satu sektor yang menjadi harapan yaitu sektor industri kecil dan menengah, karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksi adalah teknologi pada karya, sehingga dengan adanya teknologi pada karya diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Industri kecil sangat diperlukan untuk mendapatkan perhatian karena tidak hanya memberikan pendapatan bagi sebagian besar angkatan kerja, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya mengurangi kemiskinan, pengangguran dan pemerataan pendapatan. Dengan demikian diperlukan adanya strategi pemasaran untuk meningkatkan industri kecil.

Strategi pemasaran ialah proses dinamis dan inovatif perencanaan perusahaan dalam memasarkan dan mempertahankan produk maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk mencapai tujuan tertentu dengan semua resiko yang ada. Strategi juga sangat penting dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran untuk mengetahui tata cara penjualan yang baik dan benar sehingga terciptanya peningkatan dalam penjualan. Salah satunya pada bahan pokok dalam industri rumah tangga yaitu gula merah dibutuhkan untuk mengolah makanan atau minuman sehingga gula merah harus ditingkatkan baik dalam hal produksi maupun

distribusinya.

Desa Pusuk Lestari merupakan salah satu Desa yang memiliki potensi dalam melakukan penjualan gula merah. Sebagian besar penduduk memproduksi gula merah dan menjualnya secara pribadi setiap hari. Berdasarkan hasil observasi awal pada bulan Juli tahun 2023, peneliti menemukan bahwa penduduk menjual gula merah di pasar dan lapak pribadi dan melakukan penjualan secara online melalui sosial media whatApp dan Fecebook. Pada pelaksanaannya para pemilik usaha melakukan penjualan secara grosir dan eceran. Pada observasi juga peneliti menemukan adanya tingkat penjualan produk gula merah yang tidak stabil karena produk gula merah ini mengalami peningkatan dalam penjualan pada waktu-waktu tertentu seperti bulan maulid, bulan ramadhan, dan bulan haji, bulan tersebut penjualan mengalami peningkatan yang begitu pesat.

#### **a. Kajian Literatur**

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maemonoh tentang "*Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di kecamatan Limbangan kabupaten Kendal*" dalam jurnal sebelumnya memaparkan bahwa strategi pengembangan industri kecil dengan tujuan ingin tercapainya peningkatan penjualan. Dalam jurnal ini juga dipaparkan bahwa pemasaran pengerajin tidak melakukan kegiatan promosi. Dalam melakukan pemasaran biasanya langsung dijual kepada pengempul baik para pengempul sudah memesan maupun belum. Metode yang dilakukan adalah metode analisis matrik SWOT, lokasi penelitian yaitu berada di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Sedangkan letak perbedaan peneliti terfokus menjelaskan tentang strategi yang baik untuk meningkatkan penjualan produk gula merah yang dimana penelitian sekarang banyak membahas tentang strategi sehingga akan menjadi peningkatan dalam penjualan, lokasi penelitian yaitu di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaen Lombok Barat. Letak persamaannya yaitu pada objek sama-sama membahas tentang produk gula aren/ gula merah. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian, penelitian sebelumnya berlokasi di Kecamatan

Limbangan Kabupaten Kendal, sedangkan penelitian sekarang peneliti melakukan penelitian di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat.

Penelitian yang dilakukan oleh Zulhiyah, I Made Putra Suryantara, Lalu Ahmad Rahmat dan Sandi Justitia Putra dengan Judul *“Strategi Pemasaran kelompok bukit tuan dalam meningkatkan penjualan produk gula aren di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari”* pada jurnal ini lebih memfokuskan strategi pemasaran yang harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran juga dilakukan berbagai macam oleh kelompok bukit tuan strategi agar terciptanya seperti lokasi pemasaran, promosi apa saja yang dilakukan seperti online dan offline, tata cara pengemasannya, dan harga yang sesuai. Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan wawancara. Kegiatan ini dilakukan di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat. Letak persamaan Penelitian sekarang yaitu memaparkan terkait strategi dalam meningkatkan penjualan gula merah, sama-sama menggunakan metode kualitatif. Letak perbedaan pada penelitian sebelumnya berada di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari sedangkan lokasi penelitian yaitu di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar kabupaten Lombok Barat. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu pada metode dan objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadli, Asngadi dan Hamida Wahyuni Adda dengan judul *“Strategi pemasaran gula aren dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Sikara Tobata, Kecamatan Sindue Tobata, Kabupaten Donggala”* pada penelitian terdahulu membahas tentang pentingnya gula aren sebagai pangan pada kebutuhan sehari-hari baik pada kebutuhan makanan, masakan bahkan minuman. Selain itu pada penelitian ini juga membahas tentang bagaimana

pentingnya sebuah strategi agar terciptanya peningkatan dalam kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer yaitu menggunakan wawancara secara langsung dengan pelaku usaha gula aren. Lokasi penelitiannya yaitu berada di Desa Sikara Tobata Kecamatan Sindue Tobata Kabupaten Donggala. Adapun Letak persamaan peneliti sebelumnya yaitu sama-sama membahas produk gula merah dan sama-sama membahas akan pentingnya strategi. Sedangkan letak perbedaannya yaitu lokasi terdahulu terletak di Desa Sikara Tobata, Kecamatan Sindue Tobata, Kabupaten Donggala. Sedangkan lokasi yaitu peneliti sekarang di Desa Pusuk Lestari kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat
2. Untuk mengetahui kendala dalam meningkatkan penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat
3. Untuk mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar kabupaten Lombok Barat

## **2. METODE PENELITIAN**

### **a. Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang berusaha mengumpulkan data untuk memberikan gambaran, jawaban dari pertanyaan-pertanyaan, dan menyajikan data menggunakan kata-kata atau kalimat.

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, konferehensif dan

holistik. Kualitatif ialah salah satu jenis penelitian yang memberikan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan penggunaan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif disebabkan peneliti ingin mengetahui bagaimana gambaran obyek strategi dalam meningkatkan penjualan produk gula merah.

Peneliti merupakan key instrument atau kunci instrument yang dimana kehadiran peneliti sangat penting dalam penelitian kualitatif. Tujuan dari kehadiran peneliti ke lapangan yaitu sebagai instrument utama yang dimana nantinya peneliti akan mengumpulkan data secara mendalam. Selain itu, tujuan peneliti yaitu untuk mengenal narasumber lebih dalam memberi data tersebut. Dengan kehadiran peneliti maka data-data yang didapatkan sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti.

Tujuan yang ingin dituju pada penelitian di lapangan yaitu untuk mendapatkan data serta informasi yang dibutuhkan terkait dengan masalah yang diteliti. Oleh sebab itu, peneliti menciptakan hubungan sosial yang harmonis dalam mengumpulkan data, agar informasi-informasi dan data yang peneliti dapatkan benar apa adanya.

Dalam penelitian ini, peneliti adalah pengumpul data dan keabsahan data berusaha semaksimal mungkin agar mendapatkan hasil yang baik. Data-data yang diperoleh baik dari wawancara, observasi serta dokumentasi selama dalam proses penelitian.

Lokasi yang dituju adalah Pusuk Lestari tepatnya di Desa Pusuk Lestari Kecamatan, Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut karena Desa Pusuk Lestari memiliki potensi dalam mewujudkan peningkatan penjualan produk gula merah yang baik dan benar yang nantinya dapat dicontoh oleh lembaga

atau sektor-sektor lainnya terutama dalam bidang ekonomi.

#### **b. Sumber dan Jenis Data**

Sumber data adalah subjek darimana data diperoleh, sumber data juga hal yang paling penting dalam penelitian karena tujuan utama dari sumber data mendapatkan data yang valid. Apabila peneliti menggunakan orang maka sumber data disebut sebagai responden. Responden adalah orang yang menjawab peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Dalam penelitian kualitatif data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yaitu bersifat menerangkan dengan kata-kata dan menjelaskan gambaran umum tentang penelitian yang ingin dicapai.

Data primer merupakan data yang diberikan secara langsung dari obyek kepada peneliti. Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama baik itu individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara Kepala desa, staf desa, pedagang, pengelola produk gula merah dan sebagian masyarakat setempat.

Data Sekunder merupakan sumber data yang tidak diberikan secara langsung kepada peneliti melainkan diberikan melalui orang lain atau biasanya data sekunder lewat dokumen.

#### **c. Teknik Pengumpulan Data**

1) Observasi ialah teknik mengumpulkan data yang dilaksanakan secara langsung dengan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian. Metode observasi juga dilakukan untuk memperoleh data.

Wawancara yaitu proses yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari para narasumber. Wawancara dilakukan oleh dua pihak. Tujuan dari wawancara yaitu mempertanyakan permasalahan secara lebih terbuka. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewer dengan narasumber, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.

Pada penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi

terstruktur serta peneliti menggunakan pedoman wawancara. Penelitian ini akan menggunakan alat bantu handphone dan alat tulis, yang nantinya akan peneliti gunakan untuk merekam hasil wawancara dan menulis hasil wawancara. Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan 22 narasumber yang terdiri dari 20 orang berprofesi sebagai pedagang gula merah, 1 orang pengelola BumDes dan 1 orang staf Desa yaitu kepala Desa Pusuk Lestari.

Dokumentasi merupakan barang-barang yang tertulis baik itu dalam bentuk buku, catatan, surat kabar, majalah dan lain-lain. Adapun dokumentasi yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan oleh peneliti untuk *crosscheck* data yang didapatkan ketika melakukan observasi dan wawancara pada dokumen-dokumen yang berkaitan dengan peningkatan penjualan produk gula merah. Metode ini juga dilakukan untuk mengetahui sejarah singkat Desa Pusuk Lestari serta bagaimana adanya produksi gula merah.

#### **d. Teknik Analisis Data**

Koleksi data ialah tahapan awal dalam melakukan proses menganalisis data dan koleksi data dilakukan setelah melakukan penelitian. Pada tahap koleksi data peneliti akan mengumpulkan semua data yang telah peneliti dapat dari lapangan tanpa terkecuali. Data yang didapatkan baik melalui observasi, wawancara dan hasil dokumentasi akan peneliti rangkum menjadi satu pada koleksi data.

Reduksi data dilakukan setelah melakukan koleksi data, dalam reduksi data peneliti melakukan penyaringan atas data-data yang dikumpulkan, pada tahap reduksi data inilah peneliti akan mulai mencari kategori-kategori yang sekiranya dibutuhkan data-data pendukung dalam penelitian. Dalam tahap ini pula peneliti mulai memilih hal-hal yang

pokok, dan memfokuskan pada hal yang berkaitan dengan tema dan pola penelitian.

Penyajian data merupakan urutan ketiga dari tahap menganalisis data. Display data dilakukan setelah data di reduksi. Dalam penelitian kualitatif display data yaitu menggolongkan serta merincikan secara terperinci dan lebih spesifik data tersebut serta mencari data sejenis dan menggabungkan dengan data yang sejenis.

*Conclusion drawing/ verivication* ialah langkah paling akhir pada tahap untuk mencari benang merah atau kesimpulan dari permasalahan yang difokuskan peneliti. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

#### **e. Keabsahan Data**

Keabsahan data yaitu untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus sekaligus digunakan untuk menguji yang diperoleh. Keabsahan data dapat dilakukan dengan teknik berikut, perpanjang pengamatan, meningkatkan kecermatan atau ketekunan dan pengujian kredibilitas.

- 1) Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling percaya, sehingga mendapatkan informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.
- 2) Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara untuk

mengontrol atau mengecek pekerjaan apakah data yang dikumpulkan, dibuat dan disajikan sumber sudah benar atau salah. Dengan meningkatkan kecermatan peneliti dapat memberikan uraian data yang tepat dan logis tentang apa yang diteliti yang berkaitan tentang hasil penelitian atau dokumen-dokumen yang terkait.

- 3) Pengujian Kredibilitas Sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Oleh demikian pengujian kredibilitas terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Penjualan Produk Gula Merah di Desa Pusuk Lesari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat**

Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi. Penjualan juga merupakan barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan tersebut. Dengan seiring berkembangnya zaman, teknologi juga semakin maju dan berkembang sehingga tata cara penjualan juga ikut mengalami kemajuan yang dimana penjualan tidak hanya dilakukan pada lapak-lapak atau secara offline namun juga ikut serta dalam kemajuan teknologi seperti penjualan secara online pada media sosial.

Berikut merupakan macam-macam penjualan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Direct Selling* merupakan jenis strategi pemasaran yang dimana produk dijual secara langsung kepada konsumen, tata cara penjualan ini dilakukan secara *door to door* atau mendatangi para pembeli ke rumah-rumah yang ditargetkan. Kelebihan dari strategi *door to door* yaitu modalnya yang tidak perlu besar,

sehingga cocok untuk bisnis yang tidak memiliki modal besar. Namun dibalik kelebihan tersebut terdapat kekurangan dalam strategi ini yaitu akan lebih lelah karena terus berjalan, selain itu beberapa masyarakat atau konsumen juga tidak nyaman dengan cara ini karena mengganggu dan seperti dipaksa untuk membeli produk tersebut.

- 2) Marketing Internet yaitu penjualan dilakukan pada sosial media. Penjualan ini cukup mendatangkan keuntungan dimana pada zaman dan era ini, banyak konsumen yang menggunakan sosial media sehingga strategi ini sangat cocok digunakan sebagai alat untuk melakukan penjualan. Pada zaman ini juga teknologi sangat berkembang sehingga sangat memudahkan untuk melakukan apa saja termasuk penjualan dimana pada zaman sangat mendatangkan keuntungan apabila bisa memanfaatkan teknologi dengan baik dan benar. Misalkan kita melakukan penjualan di media sosial kemudian kita memposting barang kita dan di lihat oleh publik, sebelumnya orang tersebut tidak ingin membeli namun kita mengemas semenarik mungkin jualan kita maka orang tersebut lama-lama akan tertarik untuk membelinya apalagi kita rutin dalam memposting jualan atau barang kita maka akan semakin banyak orang akan membeli barang atau jualan kita.
- 3) Earned Media merupakan penjualan produk gula merah yang dilakukan secara tidak langsung akan tetapi strategi ini dilakukan untuk membangun hubungan dan kepercayaan dengan konsumen, sehingga earned media ini pembisnis perlu memiliki brand atau merek untuk semakin diingat oleh konsumen. Pada earned media ini sangat mendatangkan keuntungan dimana apabila strategi

ini berhasil maka akan banyak konsumen akan menggunakan produk kita lagi dan lagi dan konsumen akan kembali lagi untuk membeli produk kita.

Penjualan yang dilakukan di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat dilakukan dengan cara *direct selling* yaitu penjualan yang dilakukan secara langsung pada lapak pribadi, pedagang juga melakukan penjualan secara langsung kepada pengempul, selain itu juga penjual melakukan penjualan ke pasar. Dalam hal ini penjualan seperti itu sudah dilakukan bertahun-tahun dan masih sampai sekarang. Pada penjualan ini biasanya produsen menjual kepada pengempul atau menjualnya langsung pada lapak pribadi dan ada juga produsen yang langsung menjual ke pasar.

Penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat juga dilakukan dengan cara *earned media* atau penjualan secara tidak langsung akan tetapi penjualan ini memiliki cara yaitu penjualan memiliki brand atau merek tersendiri yang dimana penjualan ini lebih mendepankan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas barang yang dijual. *Earned media* sendiri sangat mendatangkan keuntungan apabila strategi ini berhasil. *Earned Media* sendiri memiliki makna barang yang kita jual sudah memiliki *lebellling* atau merek sehingga mudah dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas.

## **B. Kendala Penjualan Produk Gula Merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat**

Kendala merupakan salah satu yang menghambat terjadinya peningkatan dalam melakukan penjualan. Kendala juga merupakan hal yang tidak bisa dihindari dalam melakukan penjualan seperti yang diketahui kendala merupakan hal yang lazim ada dalam segala jenis kegiatan. Sama halnya dengan penjualan produk gula merah di

Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. Kendala dalam melakukan penjualan, seperti adanya persaingan sesama penjual antar Desa tetangga sehingga menyebabkan penghasilan menurun, selain itu kurangnya pengetahuan dalam menentukan harga jual sangat berpengaruh dimana para pelaku usaha mengalami kebingungan dalam menentukan harga jual karena melihat banyaknya pesaing mereka ingin menaikkan harga namun barangnya tidak diminati oleh konsumen.

Pada dasarnya di Desa Pusuk Lestari terdapat banyak penjual gula merah akan tetapi mereka kebingungan dalam melakukan inovasi penjualan produk, termasuk mengalami kebingungan dalam membuat kemasan yang menarik dan pemasaran yang terbatas pemasarannya sehingga mereka menjualnya relatif murah. Kurangnya jaringan pemasaran sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan produk gula merah, jika sudah memiliki jaringan dalam pemasaran maka pembeludakan barang bisa teratasi dengan memasarkan gula merah tersebut pada perusahaan yang membutuhkan.

Kendala dalam penjualan di Desa Pusuk Lestari yaitu, pedagang gula merah belum melakukan pembukuan baik keluar atau masuknya keuangan, pembukuan untuk mengetahui keluar masuknya keuangan juga sangat penting akan tetapi tidak banyak penjual menggunakan pembukuan tersebut. Hal tersebut dikarenakan kurangnya edukasi atau pelatihan tentang pentingnya keluar atau pemasukan keuangan. Kurangnya pengetahuan tersebut dikarenakan pendidikan yang ada di Desa Pusuk Lestari masih terbilang kurang dimana pendidikan hanya terbatas Sekolah Menengah Atas saja karena berbagai macam yang melatarbelakangi seperti, biaya untuk melanjutkan ke perguruan tinggi yang tidak dapat di penuhi, keinginan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi kurang, hal tersebut juga menjadi kendala dalam penjualan produk gula merah.

Kendala dalam penjualan masyarakat

Desa Pusuk Lestari yaitu tidak mengetahui cara dalam pengemasan yang menarik atau kurangnya labelling yang menarik sehingga banyak konsumen yang tidak mengetahui produk gula merah yang ada di Desa Pusuk Lestari, hal ini juga menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan. Kurangnya pelatihan juga menjadikan masyarakat kurang pengetahuan tentang bagaimana cara mengemas produk menjadi lebih menarik. Pengemasan produk secara menarik memberikan nilai tambah dalam penjualan dimana dengan adanya kemasan dikemas secara menarik membuat banyak konsumen tertarik sehingga penjualan dapat meningkat dan mendapatkan keuntungan.

Kendala dalam penjualan juga yaitu adanya persaingan antar pedagang, persaingan ini merupakan salah satu hal yang tidak bisa dihindari, persaingan ini mengakibatkan adanya penurunan dalam penjualan. Kendala penjualan di Desa Pusuk Lestari juga yaitu adanya persaingan yang mengakibatkan adanya penurunan dalam penjualan, Persaingan antar Desa tetangga juga mengakibatkan penjualan menurun. Dengan penurunan penjualan membuat pembulukan barang sehingga pedagang bingung dalam melakukan penjualan gula merah.

Kendala yang dialami juga yaitu, ditemukan kurangnya pengetahuan tentang harga jual, dimana dalam hal ini pedagang sulit menemukan harga jual yang tepat sehingga pedagang terkadang menjual relatif lebih murah bahkan terkadang harga jual lumayan tinggi. Kendala tersebut terjadi jua di Desa Pusuk Lestari yaitu, kurangnya pengetahuan masyarakat dalam menentukan harga jual.

### **C. Strategi yang Tepat untuk Meningkatkan Penjualan Produk Gula Merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat**

Strategi pemasaran ialah upaya untuk memasarkan untuk mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat. Strategi pemasaran

bertujuan untuk mengarahkan dan menciptakan standar produk tertentu dalam kehidupan masyarakat. Dalam melakukan penjualan produk, produsen harus menentukan strategi penjualan yang paling tepat. Penjualan untuk produk gula merah dapat dilakukan secara online dan offline. Penjualan offline dapat dilaksanakan pada lapak-lapak pribadi, menjualnya secara langsung ke pasar serta melakukan penjualan pada rumah-rumah masyarakat dengan cara berkeliling. Sedangkan penjualan secara online dapat dilakukan oleh produsen menggunakan metode *digital marketing*. Salah satu metode *digital marketing* adalah menjual produk melalui media sosial yang dimiliki ataupun dengan menggunakan platform penjualan online nasional sehingga bisa diakses oleh siapapun dan kapanpun. Dalam penjualan online, salah satu hal yang sangat penting adalah tampilan pada produk yang ditampilkan harus menarik, foto atau video yang diposting harus menarik serta kata atau kalimat yang disampaikan sifatnya mengajak tanpa memaksa, sehingga konsumen merasa butuh untuk membeli produk tersebut.

Strategi pemasaran produk adalah rencana detail berisi tata cara memasarkan produk atau layanan. Adanya strategi ini memastikan bahwa sebuah produk atau layanan dapat dipasarkan secara efektif ke suatu target pasar tertentu. Strategi dalam menghadapi persaingan hal ini dapat dilakukan dengan pelaksanaan penelitian pasar yang mendetail. Jika sudah mengetahui siapa saja yang menjadi pesaing, bisa jadi orang lain lebih kompetitif. Seperti yang diketahui pada saat ini terdapat banyak masyarakat yang sudah bergelut dengan usaha produk gula merah karena melihat peluang-peluang yang terdapat pada usaha produk gula merah ini, maka dari itu harus menghadapi persaingan perdagangan yang sejak lama yang sudah digeluti oleh masyarakat Desa Pusuk Lestari, untuk menghadapi persaingan tersebut, masyarakat melakukan promosi dengan berbagai macam cara untuk



meningkatkan penjualan produk gula merah.

Desa Pusuk Lestari sendiri memiliki strategi dalam melakukan penjualan seperti penjualan secara offline atau menjual secara langsung pada lapak-lapak pribadi, menjual langsung ke pasar dan pengumpul. Strategi yang digunakan juga meningkatkan kualitas barang dan melakukan pengemasan semenarik mungkin, hal tersebut merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh masyarakat di Desa Pusuk Lestari. Pada penjualan offline strategi yang digunakan adalah memberikan sebuah produk atau layanan yang dapat dipasarkan secara efektif ke satu target pasar tertentu, hal ini dilakukan dengan cara menambah jaringan pasar. Masyarakat Desa Pusuk Lestari melakukan strategi promosi dengan berbagai cara seperti, mempromosikan ke media sosial, menjual secara *door to door* dan menjual secara langsung pada lapak-lapak pribadi atau menjualnya langsung ke pasar. Strategi pada media sosial dilakukan pada WhatsApp, Facebook dan Market Place, dengan mempromosikan pada media sosial dapat meningkatkan penjualan karena memberikan kalimat-kalimat yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut, selain itu foto dan video diunduh secara menarik hal tersebut dapat menarik perhatian konsumen terlebih banyaknya masyarakat menggunakan media sosial. Selain itu, strategi yang digunakan adalah memberikan harga yang relatif lebih murah kepada pelanggan yang sering melakukan transaksi sehingga hal ini terus mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities and Threats* akan dipergunakan untuk untuk mengidentifikasikan berbagai faktor secara sistematis, merumuskan strategi, dan menentukan strategi untuk meningkatkan penjualan. Analisis SWOT yang merupakan akronim dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) digunakan untuk

menganalisis prospek pengembangan suatu usaha, faktor suatu internal meliputi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternalnya berupa peluang dan ancaman.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut maka strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat adalah sebagai berikut:

- 1) Menambahkan strategi penjualan dengan cara online melalui media sosial ataupun market place
- 2) Meningkatkan kualitas barang
- 3) Mengemas kemasan semenarik mungkin
- 4) Meningkatkan produksi gula merah
- 5) Menambah jaringan pasar
- 6) Menggunakan alat produksi yang lebih canggih
- 7) Perlu pelatihan manajemen dan teknik pembuatan gula merah dengan metode atau mesin produksi yang lebih canggih.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- a. Penjualan produk gula merah di Desa Pusuk Lestari Kecamatan Batu Layar dapat dilakukan dengan cara penjualan secara langsung atau *direct selling* yaitu penjualan yang dilakukan secara langsung pada lapak-lapak pribadi, menjualnya secara *door to door* atau menjual secara keliling serta menjual langsung ke pasar.
- b. Kendala-kendala dalam melakukan peningkatan penjualan produk gula merah yaitu tidak menggunakan buku catatan keuangan baik dalam pengeluaran atau pemasukan keuangan dalam bisnis, kurang evaluasi dan edukasi tentang produk gula merah serta adanya persaingan.
- c. Strategi yang tepat berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan adalah, menambah strategi penjualan dengan cara online melalui media sosial ataupun

market place, meningkatkan kualitas barang, mengemas kemasan semenarik mungkin, meningkatkan produksi gula merah, menambah jaringan pasar, menggunakan alat produksi yang lebih canggih dan perlu pelatihan manajemen dan teknik pembuatan gula merah dengan metode atau mesin produksi yang lebih canggih.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Angelita Lingawan, Dio Nugraha, Earlena Jesicca, dkk. "Gula Aren: Si Manis Pembawa Keuntungan dengan Segudang Potensi, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat", Vol.1 Nomor 1, 2019
- Arfah Junita, Rahmi Muetia, Puty Andini, Puji Wahyuningsih, "Standarisasi Produk dan Penetapan Strategi Pemasaran Gula Semut Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk di Desa", Buletan Al-ribaath 19 (2022) 49-52 E-ISSN: 14127156
- Bogdan Robert C. *Paericipant Observation In Organizational Setting*, Syracuse University Press.
- Dwi Putri Farida Zebua, Nov Elhan, dkk, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli", Jurnal EMBA, Vol. 10, Nomor, 4 Oktober 2022
- Fadli, Asngadi, Hamida Wahyuni Adda, "Strategi Pemasaran Gula Aren dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Sikara Tobata, kecamatan Sindue Tobata, kabupaten Donggala", Vol. 1, Nomor 2, April 2023
- Hary Kurniawan, Ansar, Kurniawan Yuniarto, Fakhrul Irfan Khalil, " Introduksi Teknologi Pengemasan Gula Aren di Desa Kekait Kabupaten Lombok Barat", Jurnal Ilmiah Populer 1, (1). : 118-123
- Haryati ahda Nasution, Rizka Fitri Silalahi, Mega Yuliana, dkk, "Peningkatan Pemasaran Produk Gula Merah di Desa Pegajahan Melalui Digital Marketing", Jurnal Bakti Nusantara Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol 1, Nomor 2 Desember 2023, hlm 5-7
- Hery Suprpto, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Persaingan antar jasa penginapan di kota Lamongan", Vol. 4, Nomor 1, 2019
- Irmana Fitri Siregar, Rofiqoh Amanda Lubis "Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Gula Aren Trofical Sidomco", Vol. 4 Nomor 1, 2019, hlm. 3
- Joko Subagyo. *Metodologi Penelitian*. Ibid, hlm 39
- Julkarnain, Safrida dan Irmawati, " Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Gula Merah Di Desa Sie Silau Kabupaten Asahan", Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 5, Nomor 2, 2023 hlm. 39-48
- Juliana br. Simbolon, Roido Ervina Sinaga, Jupianus Sitepu, dkk, " Strategi Pemasaran dan Pengolahan Gula , Aren di Desa Buluh Awar Sumatra Utara", Jurnal Agroteknosains, Vol. 6, Nomor. 1, April 2022
- Lenny Herawati, Dayal Gustopo, Prima Vitasari, " Identifikasi Permasalahan Penjualan dengan Metode SWOT pada UKM Gula Merah", Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri, Vol. 6 Nomor 1, Februari, 2020 hlm 17
- Martauli Rezki Munthe, Putu Purnama Dewi, " Penerapan Marketing Mix dan Digital Marketing pada Usaha Gula Merah Produksi Desa Dawan Klod", Journal of Economic, Business dan Accounting, Vol 7, Nomor 2, Tahun 2024
- M Yaseer, Andi Muhamad Iqbal Akbar Asraf, Andi Muhammad Irfan Taufan Asfar, Marlia, dkk, " Pengembangan Produk Olahan Gula Merah tebu dengan memanfaatkan Ekstrak Herbal di Desa Latellang Kabupaten Bone", Jurnal Panrita Abdi 2020, Vol. 4, Issue 1, hlm 43
- Nurfaizah, Keabsahan Data, Universits Matram, 2023, hlm 34
- P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, ( Jakarta: PT. RINEKA CIPTA 2006), hlm 94
- Siti Maemonoh, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren Di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal", *Economicis Develoment Analysis Journal*, Vol. 4, Nomor 4, 2015, hlm.415.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Penerbit afabenta bandung 2016), hlm 9

- Tri Putri Setyani, Ir Wasis Gunadi, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Keputusan Pembelian Mobil All New Kia Motors Indonesia”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen UNSURYA, Vol. 1, Nomor 1, November 2020
- Tri Putri Hertandri Setyani, Ir. Wasis, MM, “Pengaruh Kuantitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Kia Motors Indonesia (pada PT. Radita Autoprime)” , Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen UNSURYA, Vol 1, Nomor 1, November 2020, hlm 92
- Yani Sabaktilah, Nita Kuswardani, Sih Yuwanti, “ Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal pada pengembangan usaha gula merah ( studi kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)” jurnal Agroteknologi, Vol 12, Nomor 02 (2018).
- hlm 10
- Yoesti Silvana Arianti, Lestari Rahayu Waluyati, “ Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Merah di Kabupaten Mediun” Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis ( JEBA), Vol. 3, Nomor 2 (2019) hlm, 25-26
- Zulhiyah, I Made Putra Suryantara, dkk, “Strategi Pemasaran Kelompok Bukit Tuan dalam Meningkatkan Penjualan Produk Gula aren di desa Kekait Kecamatan Gunung Sari”, Vol. 11, Nomor 2, Desember 2022