

Seminar Nasional Optimalisasi Sumberdaya  
Lokal di Era Revolusi Industri 4.0  
ISBN: 978-602-50605-8-8

## PEMANFAATAN INFORMASI PASAR UNTUK MENGEMBANGKAN PRODUKGULA SIWALAN DI KABUPATEN SUMENEP

Nuri Suci Rahayu Ariono<sup>1)</sup>, Isdiantoni<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,  
email:

<sup>2)</sup> Dosen Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,  
email:

### ABSTRAK

Gula siwalan salah satu produk yang bisa mengubah kecanduan pada produk impor gula. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kriteria kebutuhan pasar, strategi pengembangan pada produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja, dengan pertimbangan Pasar Anom dan Pasar Bangkal terdapat banyak pedagang produk gula siwalan. Pengambilan sampel dengan teori Roscoe, menggunakan 150 responden. Metode analisis yang digunakan deskriptif kualitatif dan *Force Field Analysis* (FFA). Hasil analisis menunjukkan kriteria kebutuhan pasar terhadap atribut produk gula siwalan yaitu bentuk, tekstur, warna, rasa, ukuran, dan kemasan dianggap penting oleh responden. Dalam mengembangkan produk terdapat faktor penghambat: kondisi cuaca yang mempengaruhi produk, tenaga kerja sedikit, modal sedikit, teknologi sederhana, dan dukungan pemerintah. Dan faktor pendorong: adanya home industri, bahan baku tersedia, kekhasan produk, dapat bersaing dipasaran, dan daya tarik wilayah. Mengembangkan produk gula siwalan menggunakan strategi pemasaran massal karena *lowtech*, dimana produk gula siwalan dibuat dan dipasarkan secara massal. Satu-satunya pembeda produk antar home industri dengan melalui *brand* home industri yang bersangkutan.

**Kata Kunci :** gula siwalan, deskriptif kualitatif, Force Field Analysis (FFA).

### PENDAHULUAN

Pohon siwalan adalah spesies dengan nama latin *Borassus flabellifer linn*, pohon ini berasal dari famili palmae dan arecaceae yang dapat tumbuh di Asia Tenggara dan Asia Selatan. Pohon siwalan merupakan pohon serbaguna yang hampir semua bagian pohonnya dapat dimanfaatkan. Bagian yang banyak dimanfaatkan pada pohon siwalan antara lain daun, batang, buah hingga bunga (Nasri dkk, 2017).

Daunnya yang dapat dimanfaatkan sebagai atap kandang ternak atau bahan bakar rumah tangga dan dapat dimanfaatkan sebagai kerajinan tangan. Batangnya yang dapat dimanfaatkan sebagai kerajinan perabotan rumah tangga atau mebel. Buahnya dikemas menggunakan plastik bening yang kemudian dijual. Bunganya yang dapat disadap untuk diminum langsung sebagai legen (nira), difermentasi menjadi tuak dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan

baku pembuatan gula siwalan (Nasri, dkk. 2017).

Kabupaten Sumenep adalah Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, berada di dataran rendah dan pantai yang memiliki perkebunan rakyat yang cukup luas. Tumbuhan siwalan adalah salah satu tumbuhan perkebunan yang berada di Kabupaten Sumenep yang dapat menyumbangkan atau meningkatkan perekonomian masyarakat dengan banyaknya manfaat yang dimiliki tumbuhan siwalan, dengan luas lahan 5.535,70 hektar (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep, 2018). Kabupaten Sumenep merupakan salah satu Kabupaten yang masih memanfaatkan pohon siwalan dan turunannya menjadi produk, yaitu memanfaatkan bunga yang disadap menghasilkan nira untuk bahan baku pembuatan gula siwalan. Gula siwalan merupakan produk yang dari dulu tidak pernah hilang dan selalu dicari atau dikonsumsi oleh masyarakat di Kabupaten Sumenep sebagai tambahan makanan atau bahkan langsung dikonsumsi.

Menurut Paryanto (2017) maka dari itu, home industri atau pengrajin gula siwalan harus berusaha memanfaatkan informasi pasar atau mencari kesamaan antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal pada pasar, agar bisa bersaing dengan produk lain. Kondisi internal maupun eksternal home industri harus dipertimbangkan dalam pengambilan strategi pengembangan yang tepat. Pengembangan produk gula siwalan memerlukan konsep yang terencana dengan baik sehingga menghasilkan strategi-strategi yang merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Karakteristik produk gula siwalan yang banyak di pasaran di Pasar Anom dan Pasar Bangkal Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep antara lain berbentuk besek, tekstur padat, warna coklat tua, rasa manis sekali dan rasa manis gurih khas aroma nira siwalan, ukuran 100 – 150 gram, tanpa kemasan (dikemas oleh penjual). Ada juga gula siwalan berbentuk baskom plastik, tekstur padat, warna coklat tua, rasa manis sekali dan manis gurih khas aroma nira siwalan, ukuran 500 – 1 Kg, tanpa kemasan (dikemas oleh penjual), maka perlu melakukan penelitian mengenai pemanfaatan informasi pasar untuk mengembangkan produk gula siwalan di kabupaten sumenep.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui kriteria kebutuhan pasar pada produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep, mengetahui strategi pengembangan pada produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di pasar-pasar tradisional di Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep (Pasar Anom dan Pasar Bangkal). Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) (Nazir, 1989). Pertimbangan pemilihan lokasi karena Pasar Anom dan Pasar Bangkal merupakan pasar yang terdapat banyak pedagang gula siwalan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dengan panduan kuesioner. Penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu dengan menentukan responden yang

kebetulan ada di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo dalam Puspita, 2016). Penentuan ukuran sampel yang sebaiknya diambil antara 30 sampai 500 responden (Roscoe dalam Sugiyono, 2017). Atas pertimbangan penelitian ini menggunakan 150 responden, sehingga jumlah responden untuk Pasar Anom 75 responden dan untuk Pasar Bangkal 75 responden produk gula siwalan yang peneliti temukan pada saat penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan *Force Field Analysis* (FFA).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Pengembangan Produk Gula Siwalan Berdasarkan Kriteria Kebutuhan Pasar Di Kabupaten Sumenep**

kriteria kebutuhan pasar merupakan pengukuran penilaian produk apa yang diinginkan konsumen untuk menunjang segala aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Begitu pula kriteria kebutuhan pasar terhadap atribut bentuk, tekstur, warna, rasa, ukuran, dan kemasan pada produk gula siwalan yang dinilai oleh responden.

Keberhasilan bisnis akan dapat dicapai bila home industri akan cepat bereaksi sesuai kondisi pasar atau kebutuhan konsumen. Dalam mengembangkan produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep dengan mengidentifikasi kriteria kebutuhan pasar terhadap beberapa atribut yang harus dikembangkan, dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Pengembangan Produk Gula Siwalan Berdasarkan Kriteria Kebutuhan Pasar di Kabupaten Sumenep

Atribut Intinsik	Bentuk	Kristal	Cair
	Tekstur	Butiran kasar	Kental
	Warna	Cokelat tua	
	Rasa	Manis original	
	Ukuran	100 gram, 250 gram, 500 gram, 1 kg, 2 Kg, dan seterusnya	250 ml, 330 ml, 500 ml, 600 ml, 1 liter, dan seterusnya
Atribut Ekstrinsik	Kemasan	Aluminium foil	Botol

Sumber: Data Primer diolah 2019.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dalam pengembangan produk gula siwalan dapat dikembangkan lebih bervariasi dan dapat bersaing dipasaran berdasarkan atribut intrinsik (bentuk, ukuran, warna, rasa, dan ukuran) dan pada atribut ekstrinsik (kemasan).

Produk gula siwalan dapat dikembangkan menjadi gula siwalan kristal atau seperti gula pasir dan gula lainnya yang berada di supermarket dan toko lainnya, maka

pengrajin dapat mengembangkan produk gula siwalan dengan memiliki bentuk kristal agar lebih mudah diukur / ditakar dalam penggunaannya pada masakan dan minuman. Memiliki tekstur butiran kasar agar lebih mudah larut dalam penggunaannya pada masakan dan minuman. Memiliki warna cokelat tua tetapi tidak begitu gelap (adanya karamelisasi dari gula) agar warna dari masakan dan minuman berubah menjadi cokelat dan lebih cerah. Memiliki rasa manis original (manis gurih aroma khas nira siwalan tanpa dicampur dengan gula pasir) agar rasa dari masakan dan minuman menjadi manis gurih tanpa ditambahkan penguat rasa lainnya.

Memiliki ukuran mulai dari yang kecil, sedang, hingga yang besar (100 gram, 250 gram, 500 gram, 1 kg, 2 Kg, dan seterusnya) agar konsumen dapat menentukan pilihannya sendiri sesuai kebutuhan dengan ukuran yang lebih bervariasi. Dan menggunakan kemasan aluminium foil sesuai bentuk produknya agar produk memiliki identitas unik dengan mencantumkan brand perusahaan dan identitas lainnya, dapat melindungi produk, disimpan tahan lebih lama dan

dapat bersaing dipasaran dengan produk lainnya.

Produk gula siwalan dapat juga dikembangkan menjadi gula siwalan cair (seperti bentuk kecap), maka pengrajin produk dapat mengembangkan produk gula siwalan dengan memiliki bentuk cair agar lebih mudah diukur / ditakar dalam penggunaannya pada masakan dan minuman. Memiliki tekstur kental agar lebih mudah larut dalam penggunaannya pada masakan dan minuman. Memiliki warna cokelat tua tetapi tidak begitu gelap (adanya proses karamelisasi dari gula) agar warna dari masakan dan minuman berubah menjadi cokelat dan lebih cerah. Memiliki rasa manis original (manis gurih aroma khas nira siwalan tanpa campuran gula pasir), agar rasa dari masakan dan minuman menjadi manis gurih tanpa ditambahkan penguat rasa lainnya.

Memiliki ukuran mulai yang kecil, sedang, hingga yang besar (250 ml, 330 ml, 500 ml, 600 ml, 1 liter, dan seterusnya) agar konsumen dapat menentukan pilihannya sendiri sesuai kebutuhan dengan ukuran yang lebih bervariasi. Dan menggunakan kemasan botol sesuai bentuk produknya agar produk memiliki identitas unik dengan mencantumkan brand perusahaan dan identitas lainnya, dapat melindungi produk, disimpan tahan lebih lama dan dapat bersaing dipasaran dengan produk lainnya.

Dari kriteria kebutuhan pasar diatas dapat dilakukan strategi pengembangan produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep dengan menggunakan analisis medan kekuatan (FFA / *Force Field Analysis*). FFA merupakan prosedur analisis yang sederhana, relevan dan

diperlukan agar dapat diperoleh suatu solusi dapat berasal dari isu-isu strategis sebagai identifikasi pengembangan produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep. Di bawah ini terdapat faktor-faktor untuk dapat mengembangkan produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep.

- a. Faktor Penghambat:
  1. Kondisi cuaca yang mempengaruhi produk
  2. Tenaga kerja sedikit
  3. Modal sedikit
  4. Teknologi sederhana
  5. Dukungan pemerintah
- b. Faktor Pendorong:
  1. Bahan baku tersedia
  2. Kekhasan produk
  3. Kualitas produk
  4. Dapat bersaing dipasaran
  5. Daya tarik wilayah

Dari faktor-faktor di atas dapat mengembangkan produk dengan strategi produk, yaitu strategi pemasaran massal (*Mass Marketing*). Strategi ini digunakan untuk produk yang berteknologi rendah (*lowtech*) termasuk produk gula siwalan, dimana perbedaan kebutuhan konsumen memang ada namun tidak terlalu signifikan (cukup besar untuk diperhatikan). Sehingga produk gula siwalan dibuat secara massal dan juga dipasarkan secara massal. Maka satu-satunya pembeda produk antar home industri dengan melalui *brand* home industri yang bersangkutan agar produknya dapat bersaing dipasaran (Adisaputro. 2010).

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kriteria kebutuhan pasar terhadap atribut produk gula siwalan yaitu atribut bentuk, tekstur, warna, rasa,

ukuran, dan kemasan. Atribut-atribut tersebut pada produk gula siwalan dianggap penting oleh responden karena dapat mempengaruhi terhadap tujuan membeli responden (sesuai kebutuhan).

2. Dalam mengembangkan produk gula siwalan terdapat faktor-faktor untuk dapat mengembangkan produk gula siwalan di Kabupaten Sumenep. Faktor Penghambat: kondisi cuaca yang mempengaruhi produk, tenaga kerja sedikit, modal sedikit, teknologi sederhana, dan dukungan pemerintah. Dan Faktor Pendorong: adanya home industri, bahan baku tersedia, kekhasan produk, dapat bersaing dipasaran, dan daya tarik wilayah. Dari faktor-faktor tersebut dapat mengembangkan produk dengan strategi produk, yaitu strategi pemasaran massal (*Mass Marketing*). Strategi ini digunakan untuk produk yang berteknologi rendah (*lowtech*) termasuk produk gula siwalan, dimana produk gula siwalan dibuat secara massal dan juga dipasarkan secara massal. Maka satu-satunya pembeda produk antar home industri dengan melalui *brand* home industri yang bersangkutan agar produknya dapat bersaing dipasaran.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro. 2010. Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran), Edisi 1, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, Edisi 25, ALFABETA, Bandung.
- Abidin. 2014. Sehat Dengan Gula Siwalan. Diakses pada

- Tanggal 11 Juli 2019.  
<https://surabaya.trimbunnews.com/amp/201404/20/sehat-dengan-gula-siwalan>.
- Alkurni, Zuliarni. 2014. Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. Cake & Baker Y: Pekanbaru), Vol.1, No.2.
- Arsyad. 2015. Etnobotani Tumbuhan Lontar (*Borassus flabellifer*) di Desa Bonto Kassi Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar. SKRIPSI. Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas UIN Alauddin Makasar.
- Cahyo, Suyadi, Sunarti. 2013. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Rokok Gudang Garam International Warga Kelurahan Sobo Kecamatan Kota Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi). Diakses pada Tanggal 23 Januari 2019. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/233>.
- Fajrin, Wibowo. 2018. Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada PT Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018, Vol.4, No.2.
- Farida. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur). SKRIPSI. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Kirana, Hastuti, Suarsini. 2016. Kajian Kualitas Nata de Nira (*Borassus flabellifer* L.) dengan Variasi Macam Gula Dalam Beberapa Konsentrasi sebagai Materi Handout Biologi Kelas XII MAN Pamekasan, Vol.13, No.1, hal.178-186.
- Permadi. 2016. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Terasi Udang, Vol.5, No.1.
- Puspita. 2016. Pengembangan Produk Gula Merah Kelapa Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Kendari. SKRIPSI. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Halo Oleo Kendari.
- Paryanto. 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa di Desa Sumberagung Kecamatan Grabag Kabupaten Purworejo. SKRIPSI. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Rahmah. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam

(Studi Kecamatan Bandar  
Sribawono Kabupaten  
Lampung Timur). SKRIPSI.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Institut Agama Islam (IAIN)  
RadenIntan Lampung.

Sugesti, 2018. Pengaruh Sistem  
Informasi Pemasaran Dan  
Strategi Penjualan Terhadap  
Persaingan Penjualan Produk  
PT. Bank Agris, Tbk Medan,  
Vol. 3, No. 2.

Sustiyana, Syafrial, Purnomo.  
2013. Analisis Supply Chain  
dan Efisiensi Pemasaran Gula  
Siwalan di Kabupaten  
Sumenep, Jawa Timur (Kasus  
di Kecamatan Dungkek,  
Kabupaten Sumenep),  
Vol. XXIV, No. 2.

Wedowati, Puspitasari, Rejeki, Kadir.  
2014. Gula Siwalan Sebagai  
Bahan Pemanis Alami dan  
Aman: Tinjauan dari  
Kandungan Kalori dan Indeks  
Glikemik. Diakses pada  
tanggal 10 Februari 2019.  
[http://tip.tronojoyo.ac.id  
/semnas/wp-  
content/uploads/28-35-  
Endang-Retno-Wedowati-  
Universitas-Wijaya-Kusuma-  
Sura](http://tip.tronojoyo.ac.id/semnas/wp-content/uploads/28-35-Endang-Retno-Wedowati-Universitas-Wijaya-Kusuma-Sura)