



Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Produksi dan Penjualan pada Usaha Gula Merah di Desa Siulak-Ulak

Tri Anggraini¹, Sufi², Nursakinah Ritonga³, Maisyura⁴, Lisa Iryani⁵

¹²³⁴⁵Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh

Email: triaanggraini47@gmail.com

Article Info

Article history:

Received October 26, 2024

Revised November 05, 2024

Accepted November 07, 2024

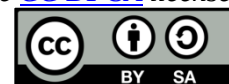
Keywords:

Business Development
Strategy, Production and
Sales, Marketing Mix,
Marketing Mix

ABSTRACT

This research aims to determine the business development strategies in increasing production and sales of brown sugar in Siulak-Ulak Village, reviewed from several aspects of business development, namely raw materials, production, and marketing. The type of research used is descriptive research. The data used is qualitative data obtained through observation, interviews, documentation, and triangulation. The data analysis technique used involves data collection, data reduction, and verification, which are then processed into the SWOT analysis method. The research results show that the business development strategy to increase production and sales in the red sugar business in Siulak-Ulak Village includes several alternative strategies that can be implemented: 1) maintaining product quality, 2) proposing partnerships with other businesses or private entities and local government for business development, 3) implementing supply chain management to establish relationships between business owners, suppliers, and consumers to achieve efficiency, 4) increasing promotion massively through social media and starting online sales, 5) collaborating with raw material suppliers, 6) creating safe and attractive product packaging, 7) and expanding the are plant as early as possible.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article Info

Article history:

Received October 26, 2024

Revised November 05, 2024

Accepted November 07, 2024

Keywords:

Strategi Pengembangan Usaha,
Produksi dan Penjualan, Bauran
Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak yang ditinjau dari beberapa aspek pengembangan usaha yaitu bahan baku, produksi, dan pemasaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data yang digunakan adalah data kualitatif yang diperoleh dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, dan verifikasi yang kemudian diolah ke dalam metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, terdapat beberapa strategi alternatif yang dapat dilakukan yaitu 1) mempertahankan kualitas produk, 2) melakukan proposal pengajuan terhadap mitra usaha lain atau swasta dan kepada pemerintah daerah guna pengembangan usaha, 3) menerapkan



manajemen pasokan sehingga terwujud hubungan antara pemilik usaha, supplier dan konsumen guna mewujudkan efisiensi, 4) meningkatkan promosi secara masif melalui media sosial serta memulai penjualan secara online, 5) menjalin kerja sama dengan para supplier bahan baku, 6) membuat kemasan produk yang aman dan menarik, 7) serta perluasan tanaman aren sedini mungkin.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Nama penulis: Tri Anggraini

Universitas Malikussaleh

Email: triaanggraini47@gmail.com

PENDAHULUAN

Strategi pengembangan usaha merupakan segala upaya terorganisir yang dilakukan oleh para pelaku usaha guna memberdayakan suatu usaha sehingga meningkatkan pertumbuhan dan daya saing dari usaha tersebut. Usaha pembuatan gula merah merupakan usaha yang bergerak di bidang hasil pertanian. Usaha tersebut cukup menjanjikan, karena seiring berkembangnya usaha kuliner atau industri pengolahan makanan dan minuman.

Gula Merah merupakan salah satu bahan pemanis untuk pangan yang berasal dari pengolahan nira pohon aren. Nira adalah cairan yang keluar dari tandan bunga jantan yang telah dimemarkan tadi, bercita rasa manis dan berwarna jernih sedikit keruh. Menurut data dari Direktorat Dagang Kecil Menengah dan Produk Dalam Negeri Kementerian Perdagangan pada tahun 2017 permintaan domestik mencapai 20 ton per bulan, sedangkan kapasitas produksi nasional hanya di kisaran 5-10 ton per bulan. Dengan demikian, usaha pembuatan gula dapat berkembang lebih pesat lagi melihat permintaan pasar yang begitu besar. Usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak merupakan sektor usaha yang sangat memiliki nilai potensial yang tinggi. Harga gula merah yang dijual oleh para pengrajin lebih mahal dari pada gula pasir. Para pembuat gula merah di Desa Siulak-Ulak dijual dengan harga Rp 22.000 per kg. Jika usaha gula pasir atau gula putih yang kita ketahui bersama cenderung telah memasuki produksi pabrikan yang jauh lebih modern, maka usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak diproduksi dengan cara yang masih sederhana dan tradisional. Para pengrajin gula merah di Desa Siulak-Ulak mendapatkan bahan baku nira aren dari pohon aren yang tumbuh alami di ladang mereka sendiri.

Akan tetapi, ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak yaitu (1) Keterbatasan bahan baku air nira sebagai bahan baku dasar pembuatan gula merah yang mana ada masa dimana pohon aren berhenti untuk memproduksi air nira, di kondisi tertentu ketika pohon aren dalam masa produktif air nira yang dipanen tidak bisa memenuhi tangkai bambu dalam satu hari sehingga para pengrajin harus menunggu dua sampai tiga hari untuk bisa memperoleh air nira dalam jumlah yang cukup untuk pembuatan gula merah. (2) Para pengrajin gula merah di Desa Siulak-Ulak sampai saat ini memproduksi gula merah hanya dalam bentuk padatan saja, yang mana gula merah bisa diolah menjadi



berbagai macam produk berkualitas dan bernilai jual tinggi. (3) Sistem pemasaran yang masih sederhana, para pengrajin menjual produknya berdasarkan pesanan, biasanya yang memesan gula merah mereka adalah para pemilik usaha makanan yang menggunakan gula merah sebagai bahan baku pembuatan produk mereka atau para ibu rumah tangga yang memesan untuk keperluan hajatan atau sekedar untuk kebutuhan memasak saja. Para pengrajin memanfaatkan pengalaman para pembeli sebelumnya yang merasa puas dengan gula merah mereka sehingga menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain yang pada akhirnya berpotensi menjadi pelanggan.

Usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak ini menjadi usaha rumahan yang mana masih terbilang kecil dengan hanya mengandalkan pemilik usaha sebagai pekerja dalam proses pembuatan gula merah tersebut. Proses produksi gula merah ini dibuat setiap hari atau paling tidak 2-3 hari sekali. Dibutuhkan inovasi dari aspek produksi dan penjualan agar usaha gula merah ini dapat berkembang lebih pesat.

Tinjauan Pustaka

a. Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Asman (dalam Rizki, 2022) strategi pengembangan usaha merupakan semua kegiatan dalam membenahi implementasi kerja perusahaan baik di masa sekarang ataupun di masa yang akan datang dengan cara menyampaikan informasi yang dapat mempengaruhi sikap dan juga kinerja perusahaan ke arah lebih baik dalam mencapai kesuksesan bisnis.

Strategi pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk mendapatkan usaha yang lebih maju dan berkembang. Melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain (Anoraga, 2007 dalam Hardianti, 2019).

b. Bahan Baku

Menurut Ristono (dalam Daud, 2017) bahan baku merupakan sejumlah barang yang dibeli dari pemasok guna diolah menjadi suatu produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga dari penjelasan dari beberapa teori di atas dapat disimpulkan bahwa bahan baku merupakan bahan pokok penting yang diperoleh dari para pemasok (*supplier*) agar diolah dalam proses produksi sehingga menjadi sebuah produk yang akan dipasarkan oleh perusahaan.

c. Strategi Produksi

Menurut Assauri (dalam Noerpratomo, 2018) produksi merupakan suatu kegiatan dimana proses menciptakan suatu barang atau proses penambahan faedah suatu barang. Menurut Jay Heizer & Barry Render (dalam Noerpratomo, 2018) produksi ialah sebagai cara, metode ataupun teknik terhadap suatu barang supaya menambah nilai guna dari barang tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produksi merupakan suatu kegiatan



yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk proses menambah nilai guna pada suatu barang sehingga menghasilkan barang (*goods*) maupun jasa (*service*) yang kemudian menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

d. Pengembangan Produk

Menurut Ilmiawan (2009), pengembangan produk merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dengan langkah mengubah atau memodifikasi produk yang sudah ada, dengan cara menambah ragam atau jenis produk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan volume penjualan.

e. Penjualan

Menurut Mulyadi (2018) menyatakan bahwa penjualan merupakan suatu kegiatan yang terdiri atas transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara kredit ataupun tunai. Dengan demikian, penjualan ialah suatu bentuk usaha yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk atau jasa dari produsen kepada konsumen.

f. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (dalam Nursahida, 2022), bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat yang dikenal dengan 4P yaitu, Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi).

g. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (dalam Nandini, 2022), analisis SWOT identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

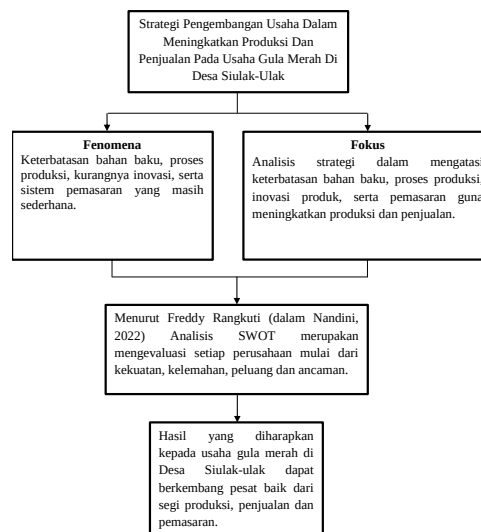
h. Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2006) matriks SWOT menghasilkan 4 strategi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- 2) Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
- 3) Strategi ST (*Strength-Threats*), yaitu menciptakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari atau memperkecil dampak dari ancaman eksternal.
- 4) Strategi WT (*Weakness-Threats*), yaitu didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan, serta menghindari ancaman.



i. Kerangka Konseptual



j. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Siulak-Ulak, secara administratif Desa Siulak-Ulak berada di wilayah Kecamatan Gunung Maligas Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* sebanyak 9 informan dan *accidental sampling* sebanyak 2 informan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Sedangkan, untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi.

Hasil Dan Pembahasan

1. Strategi Mengatasi Keterbatasan Bahan Baku Nira Aren Pada Usaha Gula Merah Di Desa Siulak-Ulak

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terkait keterbatasan bahan baku nira aren pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak ditemukan bahwa selama ini para pemilik usaha gula merah di desa tersebut menggunakan nira aren dari pohon aren di ladang milik mereka sendiri. Saat nira aren di pohon milik mereka habis, yang mereka lakukan adalah dengan membeli nira aren di petani aren lain. Hal tersebut membuat proses produksi menjadi tidak efisien dikarenakan para pemilik usaha gula merah tersebut harus mencari persediaan nira aren ke petani aren lain sehingga membuang waktu yang ada dan proses produksi menjadi terhambat. Jika ternyata nira aren tidak didapatkan di petani aren lain otomatis para pemilik usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak harus menghentikan proses produksi akibat stok bahan baku yang tidak tersedia. Terkait dengan hal tersebut, peneliti menemukan sebuah alternatif strategi dalam mengatasi keterbatasan bahan baku nira aren pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak tersebut dengan menerapkan manajemen pasokan yaitu keterhubungan antara perencanaan, produksi, hingga distribusi produk dari produsen sampai ke konsumen. Selain itu, dengan



menjalin kerja sama dengan para petani aren atau *supplier* nira aren di desa sekitar agar menjaga keberlangsungan proses produksi.

2. Strategi Produksi Pada Usaha Gula Merah Di Desa Siulak-Ulak

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terkait dengan produksi pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak ditemukan bahwa dalam proses produksi pembuatan gula merah tersebut masih menggunakan alat-alat sederhana dan diolah secara tradisional serta membutuhkan waktu yang lebih lama dan tenaga yang lebih besar. Serta produk yang dihasilkan hanya sebatas gula merah berbentuk padatan. Terkait dengan hal tersebut, penulis menemukan alternative strategi dalam mengatasi produksi pada usaha gula merah tersebut yaitu dengan memulai penerapan penggunaan teknologi dalam proses produksi, hal ini akan berkaitan dengan produk yang akan dihasilkan. Dengan penggunaan teknologi yang lebih canggih dalam proses produksi gula merah di Desa Siulak-Ulak maka akan tercipta pengembangan produk yang mana variasi produk dari gula merah tersebut dapat terwujud. Seperti pembuatan gula semut, yang mana pembuatan gula semut membutuhkan proses produksi dengan alat yang lebih canggih. Dengan begitu, ke depannya produksi pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak menjadi lebih efisien.

3. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Gula Merah Di Desa Siulak-Ulak

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terkait pemasaran pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak dalam meningkatkan produksi dan penjualan ditemukan bahwa proses pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan metode word of mouth yang mana merupakan strategi pemasaran dengan memanfaatkan pengalaman membeli para konsumen lama agar menyebarluaskan informasi terkait produk tersebut kepada orang lain agar ke depannya memunculkan potensi konsumen baru. Serta ditemukan sebuah kendala dimana tempat penjualan yang masih dilakukan di rumah atau tempat tinggal pemilik gula merah tersebut dikarenakan untuk memudahkan proses produksi dengan lokasi bahan baku. Hal tersebut membuat kesulitan para konsumen untuk membeli gula merah tersebut sebab jarak lokasi yang cukup jauh sehingga harus menempuh waktu yang cukup lama untuk sampai ke lokasi tujuan. Terkait dengan hal tersebut, penulis menemukan alternatif strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memulai pemasaran secara online agar memudahkan konsumen yang berjarak jauh dapat membeli gula merah tersebut. Serta melakukan pengantaran produk kepada konsumen yang berjarak jauh tersebut, hal tersebut juga menjadi bentuk pelayanan terhadap konsumen sehingga konsumen akan merasa dihargai dan ke depannya diharapkan akan terjadi pembelian ulang.

4. Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah Di Desa Siulak-Ulak Dengan Analisis SWOT

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terkait strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak dengan menggunakan metode analisis SWOT, yang mana tercantum dalam table matrik SWOT sebagai berikut:



Tabel 4. 1 Matriks SWOT IFAS dan EFAS

IFAS	STRENGTH	WEAKNESS
	1) Kualitas produk yang bagus dan alami 2) Harga yang terjangkau	1) Bahan baku yang terbatas 2) Modal yang tidak mencukupi untuk pengembangan usaha 3) Pemasaran yang sederhana 4) Lokasi usaha yang kurang strategis 5) Kemasan Produk Yang Kurang Menarik
EFAS	STRATEGI SO	STRATEGI WO
OPPORTUNITY 1) Membuka peluang mitra 2) Bantuan modal dari pemerintah daerah 3) Pengembangan usaha melalui inovasi produk	1) Mempertahankan kualitas produk 2) mengajukan proposal kerja sama dan proposal pengajuan bantuan modal kepada mitra swasta dan pemerintah daerah agar dapat melakukan pengembangan usaha.	1) Menerapkan manajemen pasokan yang akan meningkatkan hubungan antara pemilik usaha, supplier bahan baku, dan konsumen agar dapat terwujudnya efisiensi. 2) Meningkatkan pemasaran secara bertahap dimulai dengan melakukan promosi di media sosial secara lebih masif. 3) Melakukan sistem pengantaran terhadap konsumen yang kesulitan
		dalam menuju lokasi usaha. 4) Merancang bentuk kemasan produk yang lebih aman dan menarik.
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1) Matinya pohon aren penghasil nira sebagai bahan baku utama pembuatan gula merah	1) Perluasan tananaman aren sedini mungkin.	1) Menjalin kerja sama dengan beberapa supplier bahan baku guna menjaga stok bahan baku. 2) Memulai pemasaran secara online guna jangkauan konsumen yang lebih luas.

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil pengukuran matriks SWOT pada tabel diatas, maka dapat memperoleh alternatif strategi yang dapat dijalankan pemilik usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, yaitu:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strategi SO pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan Kualitas Produk
- 2) Mengajukan Proposal Kerja Sama Terhadap Mitra Usaha/Swasta dan Pemerintah Daerah guna Pengembangan Usaha

b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi WO (*Weakness-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi WO pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, yaitu sebagai berikut:

- 1) Menerapkan Manajemen Pasokan
- 2) Meningkatkan Pemasaran Melalui Media social



- 3) Melakukan Sistem Pengantaran Kepada Konsumen Yang Kesulitan Menuju Lokasi
- 4) Merancang Kemasan Produk Yang Lebih Aman Dan Menarik

c. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ST (*Strength-Threat*), yaitu menciptakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari atau memperkecil dampak dari ancaman eksternal. Adapun ST pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, yaitu Perluasan Tanaman Aren Sadini Mungkin

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi WT (*Weakness-Threats*), yaitu didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan, serta menghindari ancaman. Adapun strategi WT pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, yaitu sebagai berikut:

- 1) Menjalni Kerja Sama Dengan Beberapa Supplier Bahan Baku
- 2) Memulai Pemasaran Secara Online

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan peneliti mengenai strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Bahan baku nira aren pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak berasal dari pohon aren milik mereka sendiri. Dalam mengatasi keterbatasan bahan baku nira aren pada usaha gula merah tersebut dilakukan dengan cara membeli nira aren dari petani aren lain. 2) Proses produksi pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak masih dilakukan dengan cara tradisional dan sederhana. Dalam variasi produk, usaha gula merah tersebut hanya menjual produk berupa gula merah padatan dengan harga jual Rp. 22.000/kg. 3) Proses pemasaran pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak mengandalkan metode *word of mouth*, yang mana proses pemasaran dilakukan bergantung kepada pengalaman membeli para konsumen lama agar menyebarkan informasi mengenai produk dari gula merah tersebut kepada orang lain sehingga ke depannya akan muncul calon konsumen baru. Dalam proses penjualan dilakukan dengan sistem pesanan, dimana konsumen harus memesan berapa jumlah gula merah yang diinginkan serta kapan waktu digunakan gula merah tersebut barulah pesannya akan dibuat atau dalam kata lain *made by order*. Proses penjualan juga dilakukan di rumah pemilik usaha gula merah, dimana hal tersebut dilakukan karena untuk memudahkan proses produksi sebab kedekatan antara tempat produksi dengan bahan baku. Oleh karena itu, para konsumen harus datang ke rumah pemilik usaha gula merah tersebut untuk melakukan proses transaksi. 4) Dalam analisis SWOT yang telah dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak, yaitu ditemukan: Faktor Internal (*Strength*) terdiri atas, 1) kualitas produk yang bagus dan alami, 2) harga yang terjangkau. Faktor Internal (*Weakness*) terdiri atas, 1) bahan baku yang terbatas, 2) modal yang tidak mencukupi untuk pengembangan usaha, 3) pemasaran yang sederhana, 4) lokasi usaha yang kurang strategis, 5) kemasan produk yang kurang memadai. Adapun faktor eksternal (*Opportunity*) yaitu berupa, 1) membuka peluang mitra, 2) bantuan modal dari pemerintah daerah, 3) pengembangan usaha melalui inovasi produk. Dan



faktor eksternal (*Threat*) yang terdiri atas matinya pohon aren penghasil nira sebagai bahan baku utama pembuatan gula merah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka yang akan dijadikan saran oleh peneliti dapat dilihat sebagai berikut:

1. Para pemilik usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak harus melakukan kerja sama atau bermitra dengan para supplier nira aren guna menjaga ketersediaan kebutuhan nira agar produksi gula merah tetap terus berjalan.
2. Dalam hal strategi produksi, para pemilik usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak harus melakukan penggunaan teknologi dalam proses pembuatan gula merah tersebut, hal tersebut nantinya akan berkaitan dengan pengembangan produk melalui inovasi produk baru sehingga akan menghasilkan variasi produk yang akan membuat peningkatan produksi dan penjualan.
3. Dalam hal strategi pemasaran, para pemilik usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak diharuskan melakukan promosi secara lebih masif baik secara online maupun offline guna menyebarkan informasi terkait keberadaan gula merah ini sehingga menimbulkan potensi konsumen baru yang lebih banyak. Dalam hal pengembangan usaha, para pemilik usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak harus mengambil langkah berani untuk menerapkan strategi-strategi pengembangan usaha gula merah tersebut. Adapun alternatif strategi yang dapat dilakukan, yaitu: 1) mempertahankan kualitas produk, 2) melakukan proposal pengajuan terhadap mitra usaha lain atau swasta dan kepada pemerintah daerah guna pengembangan usaha, 3) menerapkan manajemen pasokan sehingga terwujud hubungan antara pemilik usaha, supplier dan konsumen guna mewujudkan efisiensi, 4) meningkatkan promosi secara masif melalui media sosial serta memulai penjualan secara online, 5) menjalin kerja sama dengan para supplier bahan baku, 6) membuat kemasan produk yang aman dan menarik, 7) serta perluasan tanaman aren sedini mungkin.

Daftar Pustaka

- Abdurrohman, A. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Disertai Peningkatan Kualitas Produk Untuk Mencapai Keberhasilan Usaha Menggunakan Analisis SWOT Pada Unit Pelaksanaan Tingkat daerah Di Bawah Perdagangan Dan Perindustrian UMKM Keramik Plered (UPTD LITBANG Keramik Plered)*. 53–54.
- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3), 223–233.
- Azizah, T. (2020). Pengembangan Usaha Keramba Jaring Apung Dalam Menunjang Wisata Bahari Gampong Ulee Lheue Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Edo Erwindo. (2017). *Analisis Produksi Mie Instant Pada Pt. Indofood Cabang Pekanbaru*.
- Efendi, S. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Milik Desa oleh Pemerintah Desa Rajadesa Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(4), 327–338. <https://jurnal.unigal.ac.id>



- Elston D, T. J. et al J. W. (20 C.E.). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 7–16.
- Fasya, I. A. T. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Dalam menghadapi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Ayam Di Kecamatan Tanjung Seneng Kota Bandar Lampung).*
- Hardianti, T. (2019). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sagu Di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.* 473–484.
- Hutabarat, L. R. F. W. M. (2015). *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif.* 7(1). <https://repository.usu.ac.id/handle/123456789/30499>
- Khoironi, M. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis Swot Pada Jasa Variasi Mobil "Farhan Variasi Mobil" Di Kabupaten Semarang.*
- Pratiwi, D. (2022). *Strategi pengembangan usaha rumah makan Mas Untung Malili Kab. Luwu Timur.*
- Pratiwi, R. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis Swot.* 98. http://repository.uinsu.ac.id/7465/1/SKRIPSI RISDA PRATIWI_EKI.pdf
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif.* ALFABETA, cv.
- Qulhuda, R. (2010). *Prospek Pengembangan Usaha Perikanan Dengan Sistem Keramba Di Desa Merangin Kecamatan Bangkinang Barat Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam.* http://repository.uinsuska.ac.id/11381/%0Ahttp://repository.uinsuska.ac.id/11381/1/2010_2010123EI.pdf
- Rizki, T. P. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Broiler Untuk Peningkatan Pendapatan Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Pada Peternakan Ayam Agung Mandiri Desa Ranto Panyang Timur Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat).* In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01).
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, Mustafa, H., & Sani, A. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep.* *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1–24. www.ekrut.com