

**STRATEGI PEMASARAN GULA AREN DI KOTA MARTAPURA
KABUPATEN BANJAR
(Studi Kasus Rumah Produksi Henahuafiz)**



HATMA

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2026**

**STRATEGI PEMASARAN GULA AREN DI KOTA MARTAPURA
KABUPATEN BANJAR
(Studi Kasus Rumah Produksi Henahuafiz)**

Oleh
HATMA
2210514220024

Laporan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2026**

RINGKASAN

Hatma. Strategi Pemasaran Gula Aren di Kota Martapura Kabupaten Banjar (Studi Kasus Rumah Produksi Henahuafiz), dibimbing oleh Nina Budiwati.

Aren (*Arenga Pinnata*) telah lama dikenal sebagai tanaman serbaguna yang dapat menghasilkan bahan baku industri. Hampir seluruh bagian fisik dan produksi dari tanaman ini dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi mulai dari buah, nira, batang, daun bahkan akar. Penggunaan aren (*Arenga Pinnata*) dapat dirasakan langsung manfaatnya oleh industri rumahan melalui pemanfaatan secara tradisional. Salah satu industri pengolahan yang berbahan baku tanaman aren yaitu industri gula aren.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran usaha Gula Aren pada Rumah Produksi Henahuafiz di Martapura Kabupaten Banjar, dan menganalisis strategi pemasaran Gula Aren pada Rumah Produksi Henahuafiz di Martapura Kabupaten Banjar. Penelitian ini dilakukan pada usaha Gula Aren Rumah Produksi Henahuafiz yang terletak di Desa Pesayangan Barat, Kota Martapura, Kabupaten Banjar. Penelitian ini dilaksanakan dari Desember 2025 – April 2026.

Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Metode *purposive sampling* untuk mengetahui faktor internal dari Rumah Produksi Henahuafiz, yaitu pemilik, karyawan dan dinas terkait. Metode *accidental sampling* digunakan untuk mengetahui faktor eksternal, yaitu konsumen atau pembeli produk Gula Aren Henahuafiz, dengan mengambil sebanyak 20 orang sebagai responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, dan matriks SWOT.

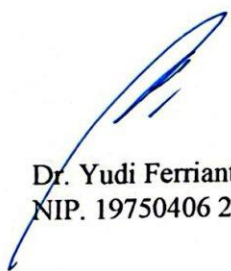
Faktor internal yang memengaruhi strategi pemasaran produk Gula Aren Henahuafiz adalah Kualitas produk selalu terjaga, produk memiliki kemasan yang menambah daya tarik konsumen, produk sudah di jual secara online, produk memiliki beberapa varian (seperti gula semut, bijian kecil, bijian besar, dan cair), mempunyai legalitas usaha (seperti P-IRT, Halal, dan NIB), produk terbuat dari bahan nira murni tanpa campuran bahan lain, produk mudah rusak jika penyimpanan tidak tepat, tidak semua varian produk selalu tersedia setiap saat, daya simpan produk terbatas, serta promosi produk belum dilakukan secara rutin di media sosial.

Faktor eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran produk Gula Aren Henahuafiz adalah dapat menjadi pemasok bahan baku supplier lain, potensi kerja sama penjualan dengan toko oleh-oleh, swalayan, dan kafe, potensi pengembangan varian rasa baru, produk dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas, potensi penjualan lebih luas melalui marketplace dan media social, dukungan pemerintah, banyaknya pilihan penjual gula aren lain yang sudah lama dikenal masyarakat, pesaing menjual gula aren dengan harga yang lebih murah, beredarnya produk gula aren campuran di pasaran yang merusak harga, serta pasokan bahan baku (nira) tidak menentu.

Hasil analisis matriks IE menunjukkan bahwa Rumah Produksi Henahuafiz memiliki posisi internal yang kuat dengan skor IFE sebesar 3,01 dan eksternal diposisi sedang yang cukup menguntungkan dengan skor EFE sebesar 2,86. Berdasarkan matriks IE, perusahaan berada pada Sel IV (*Grow and Build*), yang mengindikasikan bahwa strategi terbaik adalah strategi intensif melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Judul : Strategi Pemasaran Gula Aren di Kota Martapura Kabupaten
Banjar (Studi Kasus Rumah Produksi Henahuaafiz)
Nama : Hatma
NIM : 2210514220024
Program Studi : Agribisnis

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan,



Dr. Yudi Ferrianta, S.P., M.P.
NIP. 19750406 200003 1 001

Menyetujui:
Dosen Pembimbing,



Nina Budiwati, S.P., M.Si.
NIP. 19690119 199403 2 002

Tanggal Lulus : 10 Juni 2026

SERTIFIKAT

Nomor : 245 /UN8.1.23/SP/2026

Sertifikat ini diberikan kepada:

HATMA

NIM : 2210514220024

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

7%

Banjarbaru, 09 Juli 2026

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Prof. Dr. Ir. Ika Sumanti, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM. 

NIP. 197308071998031003

RIWAYAT HIDUP



Hatma lahir di Hulu Sungai Utara, pada tanggal 17 Juni 2004 sebagai anak kedua dari pasangan As'ari dan Hani. Lulus Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Rantau Badauh pada tahun 2022, dan melanjutkan studi ke Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat pada tahun 2022 melalui jalur SBMPTN.

Pada tahun 2023 penulis memperoleh Juara 1 dalam lomba penulisan esai Mahasiswa se-Kalimantan Selatan yang diselenggarakan oleh UKM Penalaran dan Penelitian Forum Inovasi Mahasiswa. Penulis aktif mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Sosial-Ekonomi Pertanian Faperta ULM sebagai anggota Departemen Apresiasi dan Prestasi di Kabinet Radhika pada tahun 2024. Pada tahun 2025 penulis berhasil lolos seleksi Program Kreativitas Mahasiswa 2025 tingkat Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis juga mengikuti kegiatan Magang MBKM Fakultas Pertanian pada bulan Juli – Agustus 2025 di PT. Surya Langgeng Sejahtera di Kecamatan Kalumpang, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Sejak Desember 2025 hingga Juni 2026, penulis melaksanakan penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Gula Aren di Kota Martapura Kabupaten Banjar (Studi Kasus Rumah Produksi Henahuafiz)". Penyusunan laporan hasil skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat mutlak untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Gula Aren di Kota Martapura Kabupaten Banjar (Studi Kasus Rumah Produksi Henahuafiz)” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Hj. Nina Budiwati, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, arahan, dan kesabaran yang luar biasa dalam membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.
2. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
3. Orang tua penulis, Ibunda Hani yang tiada hentinya memberikan doa, kasih sayang, dan kekuatan kepada penulis, serta almarhum Ayanda As'ari yang perjuangan dan kasih sayangnya semasa hidup selalu menjadi motivasi terbesar bagi penulis.
4. Seluruh keluarga besar penulis, terima kasih atas perhatian, doa, dan dukungannya yang luar biasa. Kehadiran kalian adalah tempat pulang terbaik yang selalu memberikan energi positif bagi penulis.

Banjarbaru, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viix
DAFTAR LAMPIRAN	1
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian	3
Kegunaan Penelitian	3
METODE PENELITIAN	4
Tempat dan Waktu penelitian	4
Jenis dan Sumber Data.....	4
Metode Pengumpulan Data.....	4
Metode Penarikan Contoh.....	4
Definisi Operasional Variabel.....	5
Metode Analisis Data.....	5
GAMBARAN UMUM USAHA	9
Sejarah Usaha.....	9
Lokasi Usaha.....	9
Struktur Organisasi	10
Proses Produksi	10
Biaya Operasional.....	13
HASIL DAN PEMBAHASAN	15
Karakteristik Responden.....	15
Jenis Kelamin	15
Umur	15
Pendidikan	16
Pekerjaan	16
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	16
Identifikasi Faktor Internal	17
Identifikasi Faktor Eksternal	21
Analisis Matriks IFE dan EFE	23
Analisis Matriks IE (<i>Internal-External</i>).....	26
Matriks SWOT.....	27
KESIMPULAN DAN SARAN	30
Kesimpulan	30
Saran	30
DAFTAR PUSTAKA.....	31
LAMPIRAN	32

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Produksi dan Produktivitas Perkebunan Aren di Kabupaten Banjar	1
2.	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	6
3.	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	6
4.	Matriks SWOT.....	8
5.	Biaya Operasional Rata-rata per bulan Rumah Produksi Henahuafiz.....	13
6.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	15
7.	Karakteristik responden berdasarkan umur	15
8.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	16
9.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	16
10.	Volume penjualan rata-rata masing-masing varian produk per bulan	19
11.	Identifikasi Faktor Internal usaha Gula Aren Henahuafiz	20
12.	Identifikasi Faktor Eksternal usaha Gula Aren Henahuafiz	23
13.	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	23
14.	Matriks EFE (Ekternal Factor Evaluation)	25
15.	Diagram SWOT.....	28

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Matriks IE (<i>Internal Eksternal</i>)	7
2.	Rumah produksi Henahuafiz	9
3.	Struktur organisasi Rumah produksi Henahuafiz	10
4.	Proses pembuatan gula aren.....	11
5.	Proses pencetakan gula aren bijian kecil	11
6.	Proses penggilingan gula aren menggunakan mesin	12
7.	Proses pengeringan gula aren semut menggunakan oven.....	12
8.	Proses pengemasan gula aren semut.....	13
9.	Proses penutupan kemasan dengan mesin sealer	13
10.	Kemasan botol	17
11.	Kemasan toples	18
12.	<i>Kemasan plastik press</i>	18
13.	kemasan <i>pouch</i> berklip	18
14.	Kuadran matriks <i>Internal-External</i> (IE)	26
15.	Diagram SWOT	29

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Peta lokasi usaha Gula Aren Rumah Produksi Henahuafiz.....	33
2.	SPP-IRT Rumah Produksi Henahuafiz.....	34
3.	NIB Rumah Produksi Henahuafiz	35
4.	Sertifikat Halal Rumah Produksi Henahuafiz	36
5.	Identitas Responden.....	37
6.	Tabulasi Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal.....	38
7.	Skor Rating Responden	40