

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS GULA MERAH
UD. PRAMITA SALSABILA DI DESA LOJEJER KECAMATAN
WULUHAN JEMBER**

Usken Fisdiana
Program Studi Agribisnis
Program Magister Terapan

ABSTRAK

UD. Pramita Salsabila yang berada di Desa Lojejer Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember merupakan industri rumah tangga pada usaha pembuatan gula merah. Permintaan produk terus meningkat dan belum dapat dipenuhi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan bisnis gula merah. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) menganalisis faktor strategi internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan bisnis, 2) merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis dan (3) menentukan prioritas strategi pengembangan bisnis gula merah di UD. Pramita Salsabila di Desa Lojejer Kecamatan Wuluhan. Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal adalah Matriks IFE dan Matriks EFE, untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan bisnis menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT, sedangkan untuk mengetahui prioritas strategi pengembangan bisnis digunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan : (1) Faktor internal yang menjadi kekuatan utama yang dimiliki oleh industri adalah formula, sedangkan yang menjadi kelemahan utama dari industri adalah pengadaan gula kristal rafinasi. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama adalah peningkatan permintaan sedangkan ancaman utama dari industri adalah regulasi pemerintah tentang distribusi gula kristal rafinasi, (2) Posisi industri berada pada sel V, dan pada posisi ini dapat dikelola melalui strategi menjaga dan mempertahankan dengan pilihan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk dan (3) Prioritas strategi meliputi : (a) strategi WO, yaitu penambahan modal usaha melalui program KUR dari lembaga keuangan/perbankan, (b) strategi SO1 yaitu penetrasi pasar dengan cara peningkatan penjualan produk yang ada di pasar yang ada melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih intensif, (c) strategi ST yaitu pengembangan formula baru yang menghasilkan produk dengan harga yang lebih murah atau sama dengan pesaing, (d) strategi WT yaitu penggantian gula kristal rafinasi dengan gula kristal putih dalam proses pembuatan gula merah untuk mengantisipasi kelangkaan gula kristal rafinasi dan (e) strategi SO2 yaitu pengembangan produk yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan memodifikasi bentuk, warna tampilan kemasan produk yang ada sesuai dengan produk pesaing.

Kata kunci : *bisnis, gula merah, strategi pengembangan*

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF BROWN SUGAR AT UD.
PRAMITA SALSABILA IN LOJEJER WULUHAN JEMBER**

Usken Fisdiana
Program Studi Agribisnis
Program Magister Terapan

ABSTRACT

UD.Pramita Salsabila in the village of Lojejer Wuluhan District of Jember is a domestic industries in the bussiness of making brown sugar. Product demand continues to increase and has not been fulfilled. Therefore, business development strategies of sugarare needed. This study aims to: 1) analyze the internal and external strategic factors affecting business development, 2) formulate alternative business development strategies and (3) determining the priority of business development strategies brown sugar at UD. Pramita Salsabila in Lojejer Wuluhan. Data analysis methods used to analyze the internal and external factors are IFE Matrix and Matrix EFE, to find alternative business development strategy using IE Matrix and Matrix SWOT, while to know the priority of business development strategy used Analytical Hierarchy Process (AHP). The results showed: (1) The internal factors which become the main force which is owned by the industry is the formula, while the major weakness of the industry is the provision of refined crystal sugar. External factors that become the main opportunities is an increasing demand from industry, while the main threat is government regulation on the distribution of refined crystal sugar, (2) The position of the industry is in cell V, and in this position can be managed through a strategy of keeping and maintaining the selection of market penetration strategies and product development and (3) Priority strategies include: (a) WO strategy, the addition of capital through the KUR program of financial institutions / banks, (b) the strategy SO1 namely market penetration by increasing sales of existing products in existing markets through marketing efforts more intensive, (c) ST strategy is the development of new formulas that produce products at a price that is cheaper or equal to competitors, (d) WT strategy, namely the replacement of crystal sugar refined with white crystal sugar in the process of making brown sugar to anticipate the scarcity of sugar crystals refined and (e) SO2 strategy that product development is done to increase sales by modifying the shape, color display packaging existing products in accordance with the competitor's product.

Keywords: *business, brown sugar, strategy development*