**Jurnal Industri Pariwisata** **e-ISSN : 2620-9322**
**Vol 8, No. 2, 2026**

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SIRUP PALA DI UMKM UD. MESTIKA GAMPONG HILIR KECAMATAN TAPAKTUAN KABUPATEN ACEH SELATAN

**Nasri Zarman[1*], Eliana[2], Sri Rosita[3]**
*[1,2] Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang,*
*Jl. Prada Utama No.15, Pineung, Kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Aceh*
*[3]Universitas Serambi Mekkah*
*Jl. Tgk. Imum Lueng Bata, Desa Batoh, Kec. Meuraxa, Kota Banda Aceh, Aceh*
*Email Correspondence: nasri@stiesabang.ac.id*

## ABSTRAK

Pala merupakan tanaman yang bernilai budaya di kabupaten aceh selatan. Sirup pala menjadi salah satu oleh-oleh khas dari Tapaktuan. Tujuan penelitian ini menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pemasaran sirup pala. Penelitian ini meng1gunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Sirup Pala UD Mestika, 6 orang karyawan dan 8 orang konsumen sirup pala. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (*indept interview*) dan observasi lapangan. Hasil Penelitian dengan analisis SWOT menunjukkan 1). kekuatan: penggunaan modal usaha memadai, harga jual sirup pala terjangkau. 2). Kelemahan; jumlah produksi sirup per hari tidak ada ketetapan, promosi/sistem penjualan produk, Teknologi pengolahan dan pengemasan masih dilakukan secara tradisional, kurangnya kemitraan dengan lembaga lain. 3). Peluang; ketersediaan bahan baku cukup, pangsa pasar produk luas, khasiat sirup pala pada kesehatan tubuh, prospek usaha sirup pala. 4). Ancaman: perusahaan pesaing sirup pala lain, resiko yang dihadapi saat melakukan produksi dan packaging.

**Kata Kunci:** Sirup Pala; SWOT; Strategi Pemasaran.

## *ABSTRACT*

*Nutmeg is a plant with cultural value in South Aceh district. Nutmeg syrup is one souvenirs from Tapaktuan. The purpose of this research is to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the marketing of nutmeg syrup. This study uses a qualitative method with a SWOT analysis approach. The informant in this study owners UD Mestika Nutmeg Syrup business, 6 employees and 8 consumers of nutmeg syrup. Data collection techniques by in-depth interviews and field observations. The results from SWOT analysis indicate that: 1). strengths: the use of adequate working capital, the selling price of nutmeg syrup is affordable. 2). Weakness; there is no fixed amount of syrup production per day, product promotion/sales systems, processing and packaging technology are still carried out traditionally, lack of partnerships with other institutions. 3). Opportunity; availability of sufficient raw materials, wide product market share, benefits of nutmeg syrup on body health, prospects for nutmeg syrup business. 4). Threats: other competing companies for nutmeg syrup, risks faced during production and packaging.*

***Keywords:*** *Nutmeg Syrup; SWOT; Marketing strategy.*

## PENDAHULUAN

Pala (*Myristica fragrans*) merupakan tanaman penghasil rempah-rempah yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Oleh karena itu, pala merupakan salah satu jenis komoditi yang memiliki ekspor terbesar di dunia. Pada umumnya, pala digunakan sebagai penambah cita rasa pada makanan dan minuman). Potensi buah pala di Indonesia memiliki keanekaragaman fungsi dan kegunaan terutama dalam dunia industri. Buah pala dalam dunia industri banyak digunakan sebagai makanan, farmasi, dan kosmetik. Sedangkan produk olahan buah pala yang sering dipakai untuk proses pengolahan adalah bagian biji dan selaput biji serta daging buah pala. Biji dan selaput biji digunakan sebagai sumber rempah-rempah, sedangkan daging buah pala sering diolah menjadi berbagai produk pangan seperti manisan, sirup, selai dan permen. Peningkatan luas areal tanaman perkebunan pala terbesar dicapai pada tahun 2018 sebesar 201,8 ribu ha. (BPS, 2019).

Pala juga digunakan dalam industri makanan dan minuman. Selain itu minyak yang berasal dari biji, fuli dan daun banyak digunakan untuk industri obat-obatan dan kosmetik. Pala mempunyai prospek yang baik karena selalu dan akan selalu dibutuhkan secara berkelanjutan baik dalam industri makanan, minuman, obat-obatan dan lain-lain (Harahap, 2017). Masyarakat Aceh Selatan umumnya memiliki hasil perkebunan yaitu buah pala dan Beberapa diantara mereka ada yang membuka agroindustri rumah tangga sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitar mereka. Kecamatan Tapaktuan berpotensi mengembangkan usaha sirup pala karena didukung oleh ketersediaan bahan baku, salah satunya UD Mestika Gampong Hilir Kecamatan Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan yang memproduksi sirup pala.

Indonesia merupakan produsen pala terbesar di dunia (70-75%), disusul Granada (20-25%). Ada beberapa spesies pala yang telah dikenal yaitu Myristica fragans Houtt, Myristica argenteae, Myritica malabaria dan Myristica saecedanea. Diantara pala tersebut yang memiliki mutu terbaik adalah Myristica fragans Houtt. Pala mulai berbuah saat 5-7 tahun. Tanda-tanda pala siap panen adalah bagian buahnya merekah dan bijinya bewarna coklat kehitaman serta fuli bewarna merah (Sunanto, 2017).

Kabupaten Aceh Selatan merupakan sentral penghasil pala utama Provinsi Aceh, dengan luas 15.430 Ha dan mampu menghasilkan produksi 6.510 Ton. Penghasil pala ke dua untuk Provinsi Aceh adalah Kabupaten Aceh Barat Daya dengan luas areal 3.230 Ha dengan produksi 260 Ton. Sedangkan Kabupaten lainnya hanya berproduksi minimum dan bahkan sama sekali tidak memproduksi pala. Sirup pala merupakan produk yang diolah dari daging buah pala. Industri sirup pala, dilakukan dengan teknologi tepat guna, dapat dilakukan oleh industri rumah tangga, tidak memerlukan investasi peralatan yang mahal. Semua peralatan dan teknologi tepat guna yang digunakan tersedia dengan mudah dan dapat digunakan oleh pelaku industri rumah tangga, tetapi mampu menghasilkan sirup pala yang sama dengan kualitas industri (BPS, 2015). Beberapa contoh sirup pala produksi UD. Mestika yang merupakan ciri khas oleh-oleh dari Tapak Tuan disajikan pada Gambar 1.




**Gambar 1. sirup pala produksi UD. Mestika**

Dalam merencanakan strategi pemasaran, manajer pemasaran haruslah mengambil keputusaan mengenai bagaimana ia akan menggunakan alat - alat pemasaran yang dimilikinya untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Ada dua tipe faktor yang dihadapi manajer pemasaran dalam strategi perencanaan pemasaran yaitu, faktor yang dapat dikendalikan (*controllable*) dan faktor yang tidak dapat dikendalikan (*uncontrollable*) (Rewoldt, 2015).

Perencanaan pemasaran adalah sebuah sub fungsi dari perencanaan perusahaan. Perencanaan kegiatan pemasaran haruslah sesuai dengan sasaran yang menyeluruh dari perusahaan. Untuk mencapai orientasi perusahaan dalam meraih pasarnya, maka pemasaran haruslah mempelajari dan menafsirkan kebutuhan konsumen dan kemudian menuntun perusahan - perusahaan untuk melayani kebutuhan tersebut. Secara kasar, rencana pemasaran dapat dianggap sebagai rencana pertempuran suatu perusahaan (Rewoldt: 2015)

Pemasaran mempunyai fungsi untuk mengusahakan agar pembeli memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu, bentuk dan harga yang tepat dengan cara: menggkegunaan tempat (place utility), yaitu mengusahakan barang dan jasa dari daerah produksi ke daerah konsumen, menaikkan kegunaan waktu (time utility), yaitu mengusahakan barang dan jasa dari waktu belum diperlukan ke waktu yang diperlukan, menaikkan kegunaan bentuk (form utility), yaitu mengusahakan barang dan jasa dari bentuk semula ke bentuk yang lebih diinginkan (Sarma; 2018).

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Rangkuti: 2015). Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Adapun faktor - faktor internal pada agroindustri sirup pala adalah modal usaha, harga jual, tenaga kerja, jumlah produksi, kualitas produksi sirup, serta promosi penjualan produk yang dihasilkan agroindustri tersebut. Sedangkan faktor eksternal agroindustri sirup pala adalah bahan baku, pangsa pasar, perusahaan pesaing, selera, Teknologi dan pergantian musim pada bahan baku agroindustri sirup pala yaitu tanaman pada buah pala.

Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Dengan melakukan kedua analisis tersebut maka perusahaan dikenal dengan melakukan analisis SWOT (Kotler: 2015). Dalam analisis SWOT, umumnya masalah kekuatan atau keunggulan dan kelemahan adalah masalah internal, sementara masalah kesempatan dan ancaman adalah masalah eksternal. Masalah eksternal umumnya sulit dikuasai dan bahkan masuk ke dalam kategori variabel yang tidak terkontrol (Soekartawi: 2013).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dengan menggunakan metode metode deskriptif dengan teknik studi kasus dengan analisis SWOT. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik Usaha Sirup Pala UD Mestika dan Konsumen Sirup Pala. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik wawancara dan observasi lapangan. Wawancara ditujukan kepada pemilik usaha sirup pala UD. Mestika dan konsumen dengan bantuan kuisioner yang telah disiapkan. Sedangkan observasi lapangan dilakukan dengan mengamati kondisi umum Usaha Sirup Pala mulai dari pengolahan sampai pemasarannya. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive)* untuk pengusaha dan Snow Ball untuk konsumen.

Adapun tahapan-tahapan analisis SWOT yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain dijelaskan sebagai berikut:

1. *Internal Strategic Faktor Analysis Summary* (IFAS)
   IFAS merupakan langkah pertama yang dapat dilakukan sebelum menentukan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT. Dalam IFAS, yang diperlukan oleh peneliti adalah data mengenai internal dari perusahaan. Data internal yang dimaksud adalah meliputi strength (kekuatan) dan Weak (kelemahan) dari

perusahaan yang dalam hal ini adalah kekuatan dan kelemahan dari produk sirup pala UD. Mestika

2. *Eksternal Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS)
   Setelah menentukan item-item yang termasuk kedalam kategori IFAS, maka langkah selanjutnya adalah menentukan kategori EFAS. Jika IFAS membutuhkan data dari internal perusahaan maka EFAS memerlukan data yang berhubungan dengan eksternal perusahaan. Data eksternal yang dimaksud adalah opportunities (peluang) dan treath (ancaman) (Rusdiansyah, 2016). Tujuan dilakukannya EFAS adalah untuk membentuk daftar-daftar pernyataan mengenai peluang serta ancaman terhadap produk produk sirup pala UD. Mestika
3. Menentukan Matriks SWOT Analysis Matriks SWOT analysis dibentuk dengan tujuan untuk menggambarkan secara jelas terkait peluang , ancaman, kekuatan, serta kelemahan produk. Dengan matriks SWOT analysis maka memudahkan untuk menentukan strategi apa yang harus dilakukan untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman, serta menentukan peluang dengan memanfaatkan kekuatan dari produk (Setyorini & Effendi, 2016).

**Tabel 1. Matriks SWOT Analysis**

| *IFAS* / *EFAS* | **Strength (S)**<br>Daftar kekuatan dalam faktor internal produk | **Weakness (W)**<br>Daftar kelemahan dalam faktor internal produk |
|---|---|---|
| ***Opportunities (O)***<br>Daftar peluang dalam faktor eksternal produk | Strategi S-O<br>Digunakan untuk menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Strategi W-O<br>Digunakan untuk menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| | | |
| ***Treath (T)***<br>Daftar ancaman dalam faktor eksternal produk | Strategi S-T<br>Digunakan untuk menciptakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman. | Strategi W-T<br>Digunakan untuk menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan strategi pemasaran produk agar mendapatkan calon pembeli dan mampu bersaing dengan kompetitor merupakan hal yang mesti dipikirkan oleh seorang pemilik usaha. Walaupun produk yang dihasilkan sangat khas dan berkualitas bagus, belum tentu selalu laku dan tertarik oleh calon pembeli. Oleh karna itu strategi pemasaran yang baik mesti dimiliki karena strategi pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memperkenalkan produk secara luas di masyarakat maupun ke mancanegara.

### *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*

Adapun faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang didapat berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku produksi Kre Alang antara lain ditampilkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2. Daftar Internal *Strenght* (Kekuatan) Produk Sirup Pala UD. Mestika**

| Daftar Kekuatan | Keterangan |
|---|---|
| 1. | Distribusi produk yang mudah, karena dapat dibeli secara langsung pada produsennya |
| 2. | Merupakan oleh-oleh khas dari kota Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan |
| 3. | Produk sirup pala mengandung nilai kearifan lokal Aceh Selatan |
| 4. | Penggunaan modal usaha pada sirup yang digunakan untuk mendirikan usaha berasal dari dana pribadi |
| 5. | Kualitas produk dari sirup pala UD. Mestika mempunyai cita rasa yang lebih baik dibandingkan dengan produk sirup pala pesaing. |

Sumber; Data Wawancara dan Observasi , (2022).

Berdasarkan strength (kekuatan) yang dimiki oleh produk sirup pala UD. Mestika Gampong Hilir seperti dijelaskan pada Tabel 2 diatas, maka konsumen tidak perlu meragukan produk yang diproduksi oleh pelaku usaha d Selanjutnya ditampilkan cita rasa dan aromanya. Daftar weakness (kelemahan) dari produk sirup pala UD. Mestika Gampong Hilir seperti pada Tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3. Daftar Internal *Weakness* (Kelemahan) Produk Sirup Pala UD. Mestika**

| Kelemahan | Keterangan |
|---|---|
| 1. | Jumlah produksi sirup pala UD. Mestika per hari tidak jelas banyaknya, tergantung dari |
| 2. | permintaan pasar |
| 3. | Promosi/sistem penjualan produk sirup pala UD. Mestika masih tradisional |
| 4. | Teknologi yang digunakan UD. Mestika masih sangat terbatas<br>Kurangnya kemitraan dengan Lembaga lain |
| 5. | Harga produk yang ditawarkan lumanyan mahal jika dibandingkan dengan pasaran penjualan ditempat lain |
| 6. | Waktu pengerjaan satu produk yang relative lama |

Sumber; Data Wawancara dan Observasi , (2022).

Berdasarkan pada daftar weakness (kelemahan) produk Sirup pala UD Mestika yang telah dijelaskan pada Tabel 3 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku produksi harus mempertimbangkan hal-hal yang menjadi kelemahan dari produk seperti jumlah produksi sirup pala perharinya belum jelas berapa yang akan diproduksi tergangtung dari permintaan pasar dan stok persediaan yang disebabkan karena alat produksi yang digunakan masih manual, ataupun karena harga produk yang ditawarkan terlalu tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata penjualan sirup pala di daerah itu. untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpaling kepada produk lain ditambah lagi selamanya ini sirup pala UD. Mestika kurang menjalin kemitraan dengan lemabga lembaga lain yang ada di Aceh Selatan untuk meningkatkan pemasaran prduknya..

***Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)***

Adapun daftar-daftar faktor eksternal yitu dari segi peluang dan ancaman pada produk sirup pala UD. Mestika Gampong Hilir Tapak Tuan. Adapun daftar eksternal *opportunities* (peluang) nya akan ditampilkan dalam Tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Daftar Eksternal *Opportunities* (peluang) Produk Sirup Pala UD. Mestika**

| Daftar Peluang | Keterangan |
|---|---|
| 1. | Ketersediaan bahan baku pala yang memadai dan cukup |
| 2. | Khasiat sirup pala pada Kesehatan tubuh |
| 3. | Pangsa pasar produk sirup pala UD. Mestika |
| 4. | Prospek usaha sirup pala UD. Mestika yang cerah karna oleh oleh khas Tapak Tuan. |

Sumber; Data Wawancara dan Observasi , (2022).

Berdasarkan pada Tabel 4 diatas, dapat disimpulkan bahwa peluang pemasaran produk sirup pala cukup terbuka lebar serta adanya dukungan dari pemerintah daerah terkait kearifan lokal serta khasiat sirup pala yang sangat bagus untuk kesehatan tubuh. Sirup pala merupakan minumam varian dari buah pala yang dikenal sangat baik buat Kesehatan tubuh. Menurut Okukpe, et al (2012) komposisi kimia pada tanaman buah pala yaitu antara lain flavonoid 1,37%, oxalate 22,14 mg, saponin 49,32%, alkaloid 8,42% dan phytate 16,00%. Kandungan aktif yang terdapat dalam buah palay aitu mineral, Vitamin A, Vitamin B, Vitamin C, asam folat, riboflavin, niasin dan banyak flavonoid (Drazat 2007). Kandungan buah pala yang menunjukkan aktivitas anti fungsi yaitu Flavonoid, saponin dan alcohol. Flavonoid sebagai senyawa anti jamur bekerja dengan meganggu permeabilitas membrane sel jamur dan merubah komponen organic serta transport nutrisi yang akhirnya mengakibatkan adanya efek toksik pada jamur (Jupriadi 2011). Menurut sutomo (2006), kebiasaan menggunakan pala sebagai bumbu masakan atau mengkonsumsi dalam bentuk sirup dan manisan akan berdampak sangat baik bagi Kesehatan, mengingat buah dengan keharuman semerbak ini ternyata mempunyai banyak khasiat bagi Kesehatan, kandungan kimia yang terkandung dapat mengatasi insommia, batuk berlendir, membantu pencernaan, penghilang kejang otot dan lainnya. Hal tersebut menjadi peluang yang sangat bagus serta prospek usaha sirup pala UD. Mestika yang cerah dan cemerlang untuk mengembangkan usahanya ke depan.

**Tabel 5. Daftar Eksternal *Treath* (Ancaman) Produk Sirup Pala UD. Mestika**

| Daftar Ancaman | Keterangan |
|---|---|
| 1. | Perusahaan lain yang menjadi pesaing sirup pala UD. Mestika dengan menjual harga dibawah yang dijual oleh UD. Mastika |
| 2. | Risiko yang dihadapi dalam usaha sirup pala terkait zat asam pala |
| 3. | Kemasan yang di gunakan dalam bentuk plastik dan mudah meledak atau bocor |
| 4. | Tidak tahan disimpan jangka lama bisa berubah warna |
| 5. | Menggunakan botol bekas sirup merek lain yang disterilisasi dan disimpan pada suhu ruang tertentu |

Sumber; Data Wawancara dan Observasi , (2022).

Dapat disimpulkan bahwa risiko yang dihadapi dalam usaha sirup pala Dari hasil wawancara dengan pemilik UD. Mestika, resiko produk sirup akan meledak atau bocor jika disimpan dalam botol plastik dan tidak tahan disimpan terlalu lama, serta bisa

merubah rasa dan warna dari sirup pala biasanya. Sedangkan kemasan dengan botol kaca yang bisa disimpan dengan suhu tertentu dalam ruangan.

Setelah melakukan klasifikasi daftar faktor internal IFAS dan faktor eksternal EFAS pada UD. Mastika Gampong Hilir Tapak Tuan, maka langkah selanjutnya adalah menyusun matriks SWOT Analysis. Dalam matriks ini akan digambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang akan dihadapi oleh pelaku usaha produk Sirup Pala Ud. Mestika dengan cara memanfaatkan dan menyesuaikan kekuatan serta kelemahan dari produk yang dimiliki. Adapun gambaran matriks SWOT analysis untuk merancang strategi pemasaran produk Sirup Pala UD. Mestika ditampilkan dalam Tabel 6 berikut:

**Tabel 6. Matriks SWOT Sirup Pala UD. Mestika**

| IFAS / EFAS | ***Strenght* (S)** | **Weakness (W)** |
|---|---|---|
| | • Distribusi produk yang mudah, karena dapat dibeli secara langsung pada produsennya<br>• Merupakan oleh-oleh khas dari kota Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan<br>• Produk sirup pala mengandung nilai kearifan lokal Aceh Selatan<br>• Penggunaan modal usaha pada sirup yang digunakan untuk mendirikan usaha berasal dari dana pribadi<br>• Kualitas produk dari sirup pala UD. Mestika mempunyai cita rasa yang lebih baik dibandingkan dengan produk sirup pala pesaing. | • Jumlah produksi sirup pala UD. Mestika per hari tidak jelas banyaknya, tergantung dari permintaan pasar<br>• Promosi/sistem penjualan produk sirup pala UD. Mestika masih tradisional<br>• Teknologi yang digunakan UD. Mestika masih sangat terbatas<br>• Kurangnya kemitraan dengan Lembaga lain<br>• Harga produk yang ditawarkan lumanyan mahal jika dibandingkan dengan pasaran penjualan ditempat lain<br>• Waktu pengerjaan satu produk yang relative lama |
| ***Opportunities (O)*** | ***Strategi S-O*** | ***Strategi W-O*** |
| • Ketersediaan bahan baku pala yang memadai dan cukup<br>• Khasiat sirup pala pada Kesehatan tubuh<br>• Pangsa pasar produk sirup pala UD. Mestika<br>• Prospek usaha sirup pala UD. Mestika yang cerah karna oleh oleh khas Tapak Tuan. | • Mempertahankan kualitas dan ciri khas dari produk sirup pala<br>• Memperluas distribusi dengan cara melakukan kerja sama dengan lintas sektor | • Meminimalisir biaya bahan dan pengerjaan produk agar dapat memperbaiki harga.<br>• Menyediakan layanan service terhadap produk sirup pala yang cacat pasca pembelian.<br>• Mengembangkan metode promosi dengan menggunakan media sosial/online.<br>• Memperbanyak Sumber Daya Manusia (SDM) dan melakukan penjualan skala besar dibantu dengan struktur organisasi yang baik. |

| | | |
|---|---|---|
| ***Treath (T)*** | **Strategi S-T** | **Strategi W-T** |
| • Perusahaan lain yang menjadi pesaing sirup pala UD. Mestika dengan menjual harga dibawah yang dijual oleh UD. Mastika<br>• Risiko yang dihadapi dalam usaha sirup pala terkait zat asam pala<br>• Kemasan yang di gunakan dalam bentuk plastik dan mudah meledak atau bocor<br>• Tidak tahan disimpan jangka lama bisa berubah warna<br>• Menggunakan botol bekas sirup merek lain yang disterilisasi dan disimpan pada suhu ruang tertentu | • Memperbaiki dan menetapkan strategi harga.<br>• Menambah inovasi produk guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas<br>• Membentuk dan memperjelas label, merek, dan kepemilikan guna menghindari plagiasi | • Memperbaiki strategi pemasaran dan bisnis dengan penetapan yang lebih jelas dan terpercaya.<br>• Lebih memperhatikan kualitas dalam segi pelayanan dan *service ability*. |

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu: a) Kekuatan dalam pemasaran sirup pala UD. Mestika adalah Penggunaan modal usaha pada sirup pala, Harga Jual Sirup Pala, Jumlah karyawan, Kualitas Produk Sirup Pala UD. Mestika; b) Kelemahan dalam pemasaran Sirup Pala UD. Mestika adalah Jumlah produksi sirup pala UD. Mestika per hari, Promosi/sistem penjualan produk sirup pala, Teknologi yang digunakan, Kurangnya kemitraan dengan Lembaga lain; c) Peluang dalam pemasaran produk sirup pala UD. Mestika adalah Ketersediaan bahan baku produk sirup pala, Pangsa pasar produk sirup pala, Khasiat sirup pala pada Kesehatan tubuh, Prospek usaha sirup pala; d) Ancaman dalam pemasaran produk sirup pala UD. Mestika adalah Perusahaan pesaing sirup pala, Resiko yang dihadapi dalam usaha sirup pala; e) Strategi untuk meningkatkan pemasaran sirup pala UD. Mestika yaitu strategi agresif dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebagai berikut: meningkatkannproduksi usaha, memanfaatkan peluang pasar untuk memperluas jaringan pemasaran produk, meningkatkan produksi dengan menggunakan karyawan yang tersedia disekitar UD. Mestika, memenangkan persaingan pasar untuk meningkatkan keuntungan

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2019). *Statistik Indonesia 2019 (Statistical Year book Of Indonesia)*.Jakarta.

Badan Pusat Statistik Aceh Selatan. (2015). http://acehselatankab.bps.go.id/

Drazat, (2007). Merau laba dari Pala. Agromedia Pustaka. Jakarta Selatan

Harahap. Strategi Pemasaran Buah Pala di Aceh Selatan. (2017). Tesis. Universitas Sumatera Utara: Medan

Kotler. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga; Jakarta.

Okukpe KM, Adelove MA, Alli OI, Adeyina OA, Annongu A. Investigation of pytohormonal potential of some selected tropical plants. Res j med plants. 2012;6(6):425-432

Rangkuti. *Analisis SWOT*. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. Gramedia Pustaka Umum.

Rewoldt, Stewarth H., et.al. (2015). *Perencanaan dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rusdiansyah. (2016). Analisis Strategi Aplikasi Penagihan dengan Metode SWOT. *Bina Insani Ict Journal*, *3*(1), 39843007.

Sarma. *Pengantar IImu Ekonomi Pertanian*. FP – IPB. Bogor: 2018

Setyorini, H., & Effendi, M. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, *5*(1), 46–53. https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6

Soekartawi. (2013). *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sunarjono. (2015). *IImu Produksi Tanaman Buah-Buahan*. Bandung: Sinar Baru.

Sunanto. (2017). *Budidaya Pala Komoditas Ekspor*. Yogyakarta: Kanisius.

Yuni Susanti Pratiwi dkk (2019) Manfaat Buah Pala Sebagai Antisarcopenia. Yogyakarta: Penerbit Deepublish