

STRATEGI PEMASARAN GULA MERAH INDUSTRI RUMAH TANGGA (STUDI KASUS : USAHA GULA KELAPA PAK MASKUN, DUSUN CANDI, DESA CANDIRENGGO)

¹Fitrothul Khusna, ²Sevi Rahmawati, ³Meilina Istanti, ⁴Aziz Kurniawan, M.Pd
^{1,2,3}Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia, ⁴Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
*E-mail: khusnaila2030@gmail.com

Abstract

Indonesia is an agricultural country where the majority of the land is agricultural and plantation land. One of them is Candirenggo Village, which part of the area is planted with coconut trees, so that the majority of the population make a living as brown sugar farmers from coconuts. One of them is Mr. Maskun's home industry which produces brown sugar and is marketed in Kebumen Village and its surroundings. This community service programme, aims to find out how the marketing aspects are carried out by Mr. Maskun so that his business can survive until now. From this community service programme, it can be seen that in marketing Pak Maskun's brown sugar using the WOM (Word Of Mouth) strategy, with this strategy, Pak Maskun's brown sugar, which was originally only known and marketed in Candirenggo hamlet, has now been marketed in Ayah sub-district until with Kebumen Regency, Mr. Maskun has not dared to market it further due to the limited natural resources of coconut trees.

Keywords: *strategy marketing, brown sugar, home industry*

Abstrak

Indonesia merupakan negara agraris yang mayoritas lahannya merupakan lahan pertanian dan perkebunan. Salah satunya Desa Candirenggo yang sebagian wilayahnya ditanami pohon kelapa, sehingga mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani gula merah dari kelapa. Salah satunya adalah *home industry* milik Bapak Maskun yang memproduksi gula merah dan dipasarkan di Desa Kebumen dan sekitarnya. Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan aspek pemasaran yang dilakukan oleh Pak Maskun sehingga usahanya itu dapat bertahan sampai saat ini. Dari pengabdian masyarakat ini dapat diketahui bahwasanya dalam memasarkan gula merah Pak Maskun menggunakan Strategi WOM (Word Of Mouth), Dengan cara strategi ini Gula Merah Pak Maskun yang awalnya hanya dikenal dan dipasarkan di dusun Candirenggo, kini seiring berjalannya waktu telah di pasarkan di kecamatan Ayah sampai dengan Kabupaten Kebumen. Pak Maskun ini belum berani untuk

memasarkannya lebih jauh lagi dikarenakan keterbatasan sumber daya alam pohon kelapa.

Kata Kunci: strategi pemasaran, gula merah, industri

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang mana sebagian masyarakatnya bekerja di bidang agrikultur baik itu bertani, beternak ataupun berkebun. Demikian juga dengan Desa Candirenggo Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen yang sebagian besar wilayahnya berupa tanah perkebunan dan tanah pertanian. Mayoritas jenis perkebunan yang dilestarikan di Desa Candirenggo adalah Pohon Kelapa, sehingga sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani padi dan pembuat gula kelapa dari pohon kelapa.

Pohon kelapa atau dalam bahasa ilmiah sering disebut dengan *Cocos Nucifera* mempunyai banyak manfaat, dari mulai akar kelapa, batang kelapa, daun kelapa, buah kelapanya sampai dengan bunga kelapanya mempunyai banyak manfaat. Sebagaimana beberapa penduduk di desa Candirenggo kebanyakan memanfaatkan air nira kelapa untuk dijadikan bahan baku pembuatan gula merah, yang merupakan salah satu adalah *home industri* desa Candirenggo adalah gula merah Pak Maskun yang memproduksi gula merah menggunakan air nira asli tanpa menggunakan bahan pengawet buatan. Bahan pengawet yang digunakan oleh Pak Maskun menggunakan bahan pengawet alami yang terbuat dari ekstrak kulit manggis dan kapur sirih.

Penggunaan bahan pengawet alami ini digunakan agar air nira yang dikumpulkan di *dekolite* dapat bertahan lama selama setengah hari tanpa adanya rasa bau dan asam. Gula merah milik Pak Maskun ini berbeda dengan gula merah produksi orang lain yang menggunakan bahan pengawet buatan. Industri gula merah di Dusun Candi milik Pak Maskun ini merupakan industri rumah tangga yang sudah berjalan selama 2 tahun yang masih menggunakan teknik tradisional dan tidak memakai pengawet kimia. Industri gula ini dapat bertahan sampai saat ini karena pengawet yang digunakan berasal dari pengawet alami yakni ekstrak kulit manggis, hal inilah yang menjadi daya tarik pembeli.

Strategi pemasaran sangatlah penting dalam dunia usaha, semakin luas daerah pemasarannya maka produk tersebut akan semakin dikenal oleh masyarakat sekitar dan permintaannya akan semakin banyak dan akan menghasilkan keuntungan yang semakin banyak. Menurut (M. Yusuf Saleh, 2019) pemasaran merupakan bagaimana cara atau teknik yang digunakan penjual untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Jika penjual mengetahui kebutuhan konsumen dengan baik, maka penjual dapat mengembangkan produk lebih baik lagi agar mempunyai nilai superior dan menetapkan harga yang terjangkau, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, sehingga produk tersebut akan terjual dengan mudah.

Dari beberapa hal diatas, pengabdian masyarakat ini akan membahas bagaimana meningkatkan pemasaran yang dilakukan oleh Pak Maskun untuk meningkatkan tingkat penjualan produknya dan keuntungannya. Oleh karena itu saya selaku Mahasiswa KKN di desa Candirenggo tertarik untuk melakukan pemberdayaan masyarakat yang berjudul

“STRATEGI PEMASARAN GULA MERAH INDUSTRI RUMAH TANGGA (STUDI KASUS : USAHA GULA KELAPA PAK MASKUN, DUSUN CANDI, DESA CANDIRENGGO)”

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian masyarakat yang digunakan adalah *Participatory Rural Appraisal*. Pendekatan program *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dianggap sebagai program yang efektif dan praktis diterapkan. Alasannya sederhana, karena PRA berjalan didasari dengan prinsip dan teknik terapan. Prinsip dan teknik terapan dapat digunakan untuk mengarahkan masyarakat. Sasaran dari pengabdian masyarakat ini adalah *home industry* Gula Merah milik Pak Maskun yang terletak di dusun Candi, Desa Candirenggo Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. Tujuan adanya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan bagaimana strategi pemasaran industri gula merah yang dilakukan Pak Maskun untuk menarik perhatian konsumen.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di desa Candirenggo dusun Candi , Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen yakni usaha gula merah milik Pak Maskun, pemilihan tempat ini dilakukan karena berdasarkan hasil kunjungan Mahasiswa KKN UIN SAIZU Purwokerto. Pengabdian kepada masyarakat ini ini tertuju pada usaha milik Pak Maskun dikarenakan diantara beberapa masyarakat yang memproduksi gula, mengapa hanya usaha Bapak Maskun yang dapat bertahan dan *go-public*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Candirenggo merupakan sebuah desa yang berada di kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah, dengan kondisi geografis 40 km Barat Daya ibu kota Kabupaten Kebumen bagian wilayah negara Republik Indonesia. desa candirenggo ini memiliki wilayah 70% berupa dataran rendah dan 30 %nya berupa bukit kapur dengan rata-rata lahan yang masih di dominasi dengan lahan pertanian. Luas wilayah Desa Candirenggo ini adalah 783.953 ha dengan penduduk laki-laki sebanyak 2.582 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 2.588 jiwa dengan jumlah keseluruhannya adalah 5.170 yang tersebar di 4 dusun(Dr. Vladimir, 1967). Sebagaimana gambar berikut :



Gambar 1 Peta Desa Candirenggo

Berdasarkan Gambar Peta diatas, desa Candirenggo mempunyai 4 dusun yaitu :

1. Dusun Blader dengan kepala dusun Bapak Yusuf, yang mana dusun ini mencakup dusun blader dan bangkerep
2. Dusun Candi dengan kepala dusun Bapak Suyatno, yang mana dusun ini mencakup dusun candi dan siwuluh
3. Dusun Kacepak dengan kepala dusun Bapak Sutrisno, yang mana dusun ini mencakup dusun kacepak
4. Dusun Teba dengan kepala dusun Bapak Sugeng Purwadi, yang mana dusun ini mencakup dusun teba lor, teba kidul, karangondang, mandayana, dan Kedawung.

Desa Candirenggo ini dikelilingi oleh sungai, dan juga dekat dengan pesisir pantai sehingga iklimnya sangat cocok bagi pertumbuhan pohon kelapa. Pada umumnya masyarakat Desa Candirenggo bermata pencaharian sebagai pembuat gula merah dan petani. Pekerjaan pokok mereka adalah petani dan pekerjaan sampingannya adalah memproduksi gula. Berdasarkan hasil survei mayoritas, penduduk desa Candirenggo dapat memproduksi gula kelapa sendiri namun ada yang diperjual belikan dan ada pula yang dijadikan sebagai konsumsi pribadi saja. Selain itu ada, sebagian masyarakat yang mempunyai kebun kelapa namun tidak dimanfaatkan, alasannya penghasilan dari gula merah tidak seberapa. Sehingga kadang ada yang melakukan kerjasama antara pemilik kebun dan pekerja dengan cara *maro*, yakni setengah hasil dari air nira kelapa itu dibagi dua antara si pemilik kebun dan si pekerja.

a. Gambaran Umum Tentang Gula Merah Pak Maskun

Produk perkebunan yang banyak ditemui di Desa Candirenggo adalah pohon kelapa. Pohon kelapa mempunyai banyak manfaat yang dapat memberikan nilai tambah

bagi masyarakat. Hampir semua bagian pohon kelapa dapat dimanfaatkan mulai dari akar sampai dengan tangkainya. Salah satu yang akan di bahas pada pembahasan kali ini adalah nira, yaitu cairan yang keluar dari tangkai bunga kelapa yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan gula merah (Hidayati, 2017).

Gula merah merupakan hasil olahan nira kelapa yang di didihkan sampai mengental yang kemudian di padatkan dengan cetakan yang berbentuk setengah lingkaran atau bambu. Air nira yang sudah berbentuk padat ini biasa juga disebut sebagai gula merah/ gula jawa. Air nira yang digunakan dalam pembuatan gula merah adalah air nira yang telah mengalami proses penguapan. Prinsip pembuatan gula adalah dengan menguapkan kadar air pada air nira sehingga mencapai kadar air optimum pada pembuatan gula merah. Penguapan atau evaporasi air pada pembuatan gula merah dapat dilakukan dengan cara memanaskan air nira dalam wajan terbuka sampai mencapai kekentalan tertentu sehingga gula dapat dicetak.

Gula merah milik pak Maskun ini, memanglah gula yang berbeda dari gula yang lainnya, hal ini disebabkan karena gula merah milik pak Maskun tidak menggunakan pengawet buatan yang mengandung bahan kimia, namun hanya menggunakan ekstrak kulit manggis saja. Pengawet ini dipakai untuk menjaga kesehatan air nira agar tidak teraa kecut dan bau busuk. Berikut beberapa langkah pembuatan gula merah *home industri* di rumah pak Maskun :

b. **Proses Pengambilan Nira dan Pembuatan Gula Merah**

Proses pengambilan nira kelapa diawali dengan *manggar* kelapa yang masih kuncup selama satu bulan. Dengan ketentuan, pada rentan waktu 2 minggu pertama dilanjutkan satu minggu sekali sampai ada tandan bunga yang berguguran/ rontok (Radam & Rezekiah, 2015). Setelah tandan bunga terlihat siap untuk diiris, maka tandan diiris dan dibawahnya ditadahi *decolite* untuk menadahi air nira . Setelah diiris tangkai diikat dengan tali selama satu hari. Hal ini bertujuan untuk mengamankan tangkai yang dipotong dan mengeluarkan nira. Sebelum nira ditadahi dengan wadah kecil, wadah kecil tersebut dibubuhi ramuan turun temurun milik Pak Maskun yang terdiri dari ekstrak kulit manggis dan laru.



Gambar 2 Dekolite Tempat Nira



Gambar 3 Proses Pengambilan Nira



Gambar 4 Ramuan Kapur Sirih



Gambar 5 Ramuan Ekstrak Kulit Manggis

Gambar diatas adalah gambar laru (kapur sirih) yang sudah di haluskan dan ekstrak kulit manggis. Penggunaan ramuan herbal ini dilakukan ketika akan mengambil nira kelapa dengan tujuan agar nira kelapa tidak basi dan berbau masam. Ramuan diatas selain dapat menjaga ke-awetan air nira juga dapat dijadikan patokan warna gula merah. Apabila permintaan konsumen menghendai warna coklat maka perbandingan antara laru dan ekstrak kulit manggis adalah 1:2. Dan sebaliknya apabila permintaan konsumen menghendaki bewarnai kecoklatan maka kapur sirihnya yang diperbanyak.

Setelah air nira ditandan telah didiamkan selama satu hari maka air nira diambil, pengambilan nira ini dilakukann sebanyak 2x dalam sehari yaitu jam 6 pagi dan jam 5 sore. Pengambilan pada sore hari air nira langsung dimasak dengan api kecil sambil menunggu air nira hari esok, hal ini bertujuan agar air niranya tidak menjadi asam. Namun, kendala yang paling sering terjadi ketika proses pengambilan air nira adalah kondisi alam berupa cuaca/iklim yang tidak dapat di duga-duga karena cuaca yang panas dapat mempengaruhi kualitas dan kuantitas nira, dan juga ketika turun hujan proses pengambilan nira terhambat karena kondisi pohon basah dan licin. Selain itu jika terkena tetesan hujan yang banyak, pada proses pemasaknya harus memerlukan waktu yang lama untuk menguapkan air nira yang bercampur dengan air tetesan hujan itu. Sebagaimana ucapan ibu Nimas, istri bapak Maskun mengatakan “Dalam proses pengambilanya kita harus betul-betul memperhatikan keadaan cuaca skitar, karena apabila terlambat sedikit saja maka air nira akan terasa masam karena tersengat panas matahari yang begitu terik dan lain sebagainya.”

c. Proses Pembuatan Nira menjadi Gula Merah dan Proses Pengemasan

Setiap harinya usaha industri gula pak Maskun dapat memperoleh 1-12 liter air nira yang didapatkan dari 21 pohon kelapa. Setelah nira diturunkan, nira direbus dengan api yang besar sehingga terjadi penguapan, nira yang sedang dimasak harus sering diaduk agar tidak gosong. Karena jika gosong dapat merusak hasil produksi dari gula merah yang akan dibuat dan membuat gula menjadi *gemplung*. Setelah direbus kurang lebih selama 8 jam, cairan nira lama kelamaan akan berubah warna menjadi

warna coklat, dan mengental. Jika sudah seperti itu maka menandakan bahwa cairan nira sudah matang kemudian dapat diaduk terus secara perlahan kemudian dapat dituangkan ke adonan batok/cetakan kayu. Setelah itu tunggu hingga gula dingin/mengeras.



Gambar 6 Proses Memasak Air Nira



Gambar 7 Air Nira Mulai Mengental



Gambar 8 Proses Pengadukan



Gambar 9 Proses Pencetakan



Gambar 10 Proses Penimbangan



Gambar 11 Proses Pengemasan

Setelah mengeras dan dapat diambil, langkah selanjutnya adalah pengemasan. Yang diawali dengan proses penimbangan gula per 1 kg dan dimasukkan ke dalam plastik tebal sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan. Dalam satu kali produksi ini pak Maskun dapat menghasilkan sekitar 9-12 kg gula merah. Dengan rata-rata harga setiap kg-nya adalah Rp. 14.000 – Rp. 15.000,-

d. Strategi Pemasaran Usaha Gula Merah Industri Rumah Tangga di Desa Candirenggo Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen

Strategi merupakan sebuah taktik atau cara untuk melakukan sesuatu agar sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan pemasaran adalah suatu kegiatan memasarkan suatu produk sehingga memperoleh peningkatan penjualan, jika hal ini terjadi maka strategi pemasaran yang dipakai dapat dinyatakan berhasil. Pemasaran juga bisa diartikan sebagai suatu kegiatan ekonomi yang digunakan untuk menentukan nilai ekonomi dan meningkatkan penjualan suatu produk dalam hal harga barang dan jasa. Penentuan nilai ini sangat dipengaruhi oleh tiga hal yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi. Dalam pandangan ilmu ekonomi dikenal 3 hal yang perlu dipelajari pertamakali. Pertama adalah produksi, dalam ilmu ekonomi produksi erat kaitannya dengan sumber daya alam yang digunakan, namun seiring dengan berjalannya waktu sumber daya alam kian menipis, dalam artian sumber daya alam ini sifatnya terbatas. Sehingga dalam hal produksi kita harus memaksimalkan hasil produksi dengan sumber daya alam yang terbatas ini. Hal yang kedua adalah pemasaran, para penjual atau pemasar terkadang dituntut untuk mencapai kinerja yang maksimal namun dengan tenaga kerja yang minimal, karena biasanya jika produk yang dipasarkan banyak hal itu berarti produk jasa/ barang yang dihasilkan kualitasnya bagus. Kemudian hal yang terakhir yaitu konsumen, konsumen sebagai pembeli melihat suatu produk ini berdasarkan hal produknya yaitu apakah dibuat dengan bahan baku yang berkualitas dan bernilai tinggi atau tidak (Vincent & Zhedanov, 2011).

Strategi pemasaran gula merah yang dilakukan oleh Pak Maskun ialah dari mulut ke mulut, hal ini juga ini memberikan dampak positif bagi peningkatan penjualan gula merah Pak Maskun sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Pemasaran yang awalnya dilakukan hanya dari rumah saja, seiring berjalannya waktu kini industri gula merah rumahan milik pak Maskun ini semakin dikenal oleh banyak orang di Kabupaten Kebumen, sehingga beberapa pengepul masuk dan kemudian membeli atau membawa gula merah tersebut ke beberapa daerah, dan banyak juga yang melakukan pembelian *via chat*.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh pak Maskun adalah sebagai berikut :

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara melakukan pemetaan konsumen berdasarkan perbedaan karakteristik, kebutuhan dan perilaku konsumen kita. Dengan adanya segmentasi pasar ini suatu usaha dapat mengetahui target konsumen mana yang tepat untuk bisnisnya. Pada usaha gula merah milik Pak Maskun ini segmentasi pasarnya ialah kepada warga masyarakat Kebumen khususnya desa Candienggo, dan ibu rumah tangga yang gemar memasak.

Dalam hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu Nimas, penjual sekaligus produsen gula merah mengatakan bahwa “saya hanya memasarkannya di daerah kebumen dan pasar terdekat saja, belum sampai keluar karena dulu pernah, banyak permintaan sampai-sampai kantru. tapi selain itu bisa juga menerima pesanan.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa penjualan gula merah milik Pak Maskun ini terjangkau bagi semua golongan, dan tersebar di wilayah desa Candirengo dan Kabupaten Kebumen dengan penjualan berpusat di Dusun Candi Desa Candirenggo Kecamatan Ayah.

1) Segmentasi pasar

Usaha Home Industri Gula Merah milik Pak Maskun yang terletak di Desa Candirenggo, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen menjual produknya di wilayah setempat dan juga menerima bagi orang yang mau memesan serta gula merah ini dipasarkan kepada seluruh masyarakat desa Candirenggo dan Kebumen.

2) Target pasar

Targeting atau sasaran pasar Pak Maskun adalah warga masyarakat yang mau memesan gula merah dan juga warung-warung yang mau memasok gula merah.

3) Posisi pasar

Dalam hal ini Pak Maskun memproduksi gula merah menggunakan air nira murni tanpa adanya campuran dari bahan yang lain dan juga menciptakan produk yang berkualitas sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, gula merah produksi Pak Maskun ini paling diminati karena menggunakan bahan pengawet yang berasal dari herbal yaitu ekstrak kulit manggis dan laru (kapur sirih).

4) Pengembangan Pasar

a) Strategi Produk

Dalam melakukan produksi gula merah, Pak Maskun lebih mengutamakan kualitas dengan memperhatikan rasa, warna, dan juga cita rasa khas yang dimiliki ramuan herbal Pak Maskun. Strategi ini dilakukan agar konsumen tetap setia mengkonsumsi produk gula merah buatan Pak Maskun.

b) Strategi Harga

Harga gula merah buatan Pak Maskun ini dipatok harga sebesar Rp. 14.000,- sampai Rp. 15.000,-. Berbeda dengan harga gula merah lainnya yang biasa selisih Rp. 2.000,- sampai Rp. 3.000,- harga gula buatan Pak Maskun lebih mahal dibanding harga gula lainnya, dikarenakan gula merah ini menggunakan bahan pengawet herbal yang terdiri dari ekstrak kulit buah manggis dan laru sehingga gula ini lebih sehat dan nira yang terkumpul terhindar dari rasa asam dan bau tidak sedap.

c) Strategi Distribusi/tempat

Pak Maskun mendistribusikan gula merahnya dengan cara menjual langsung kepada konsumen yang berada di Kabupaten Kebumen, baik yang dikonsumsi sendiri maupun yang dijual kembali di warung-warung.

d) Strategi Promosi

Pada usaha gula merah, Pak Maskun tidak melakukan promosi secara maksimal. Hanya saja Pak Maskun meminta kepada konsumennya untuk merekomendasikan dan menyebarluaskan usaha gula merahnya agar diketahui dan dapat mengundang ketertarikan calon konsumen atau biasa disebut promosi dari mulut ke mulut. Selain itu promosi yang dilakukannya adalah dengan cara menyebarluaskan di media sosial dan menerima open PO.

Berdasarkan beberapa hal di atas, strategi pemasaran yang digunakan Bapak Maskun untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan volume penjualan ialah dengan strategi WOM (Word Of Mouth). Strategi WOM ini adalah strategi pemasaran yang didasarkan pada pola komunikasi dari orang ke orang baik itu melalui ucapan, tulisan, atau komunikasi elektronik yang membahas terkait manfaat dan pengalaman produk tertentu (Wijoyo et al., 2021). Dengan strategi ini Alhamdulillah usaha Gula Merah Pak Maskun dapat bertahan hingga saat ini, saat ini usaha gula merah milik Pak Maskun ini hanya dipasarkan di daerah Kebumen saja, beliau belum berani untuk memasarkannya lebih luas. Hal ini dikarenakan sumber daya alam yang terbatas yakni pohon kelapanya, saat ini Pak Maskun hanya mempunyai 21 pohon kelapa sehingga jika di pasarkan secara luas takutnya malah mengecewakan konsumen. Saat ini saja untuk memenuhi permintaan konsumen sebanyak 30 kg, Pak Maskun ini harus memproduksi gula merah selama 3 hari karena setiap harinya memproduksi sekitar 10kg saja.

KESIMPULAN

Indonesia merupakan negara agraris yang mana kebanyakan lahannya digunakan sebagai lahan pertanian dan perkebunan. Sama halnya dengan Desa Candirenggo Kecamatan Ayah Kabupaen Kebumen yang mayoritas lahannya digunakan sebagai kebun pohon kelapa, sehingga mayoritas penduduk desa Candirenggo bermata pencaharian sebagai petani gula kelapa. Salahsatunya terdapat home industri milik Pak Maskun yang memproduksi gula kelapa tanpa bahan pengawet buatan yang terletak di desa Candirenggo tepatnya di dusun Candi. Gula kelapa Pak Maskun ini merupakan gula merah yang diproduksi menggunakan air nira murni dengan bahan pengawet alami menggunakan ekstrak manggis dan juga laru (kapur sirih), gula merah Pak Maskun ini hanya dipasarkan di daerah Candirenggo dan Kecamatan Kebumen saja dan beberapa orang yang memessanya secara langsung melalui *Whatsapp*. Gula Merah milik pak Maskun ini hanya dipasarkan melalui mulut ke mulut saja, dikarenakan kebanyakan masih gaptek dengan teknologi dan juga sumber daya pohon kelapanya terbatas sehingga jika terjadi penumpukan ditakutkan hanya akan membuat konsumen kecewa. Selain dengan strategi WOM, pemasaran gula merah ini juga dilakukan dengan melakukan segmentasi pasar dan juga memerhatikan pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Vladimir, V. F. (1967). Candirenggo. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Hidayati. (2017). *Gula Merah Kelapa*. [Http://Darsatop.Lecture.Ub.Ac.Id/2016/03/Gula-Merah-Kelapa/](http://Darsatop.Lecture.Ub.Ac.Id/2016/03/Gula-Merah-Kelapa/). <http://darsatop.lecture.ub.ac.id/2016/03/gula-merah-kelapa/>
- Radam, R. R., & Rezekiah, A. A. (2015). Pengolahan Gula Aren (*Arrenga Pinnata Merr*) di Desa Banua Hanyar Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Jurnal Hutan Tropis*, 3(3), 267–276.
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Depan* (1st ed., Issue March). Insan Cendekia Mandiri. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_UMKM_di_masa_pandemi/ZPgkEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=STRATEGI+PEMASARAN+MULUT+KE+MULUT&pg=PA25&printsec=frontcoverhttps://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran_UMKM_di_masa_pandemi/ZPgkEAA