



Strategi Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat Melalui Produksi Gula Aren Di Desa Tanjung Sanai Kecamatan Padang Ulak Tanding Kabupaten Rejang Lebong

Bayu Risdiyanto ¹⁾; Martha Heriniazwi Dianthi ²⁾; Sri Narti ³⁾; Hendra Wijaya ⁴⁾; Dedi Haryadi ⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial,

Universitas Dehasen Bengkulu

Email: bayurisdianto@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [24 November 2023]

Revised [30 Desember 2023]

Accepted [31 Desember 2023]

KEYWORDS

Community Entrepreneurship, Palm Sugar, Community Development Communication, Empowerment, Development Strategy.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan kewirausahaan masyarakat melalui produksi gula aren di Desa Tanjung Sanai, Kecamatan Padang Ulak Tanding, Kabupaten Rejang Lebong. Fokus analisis diarahkan pada hubungan antara aset lokal, proses produksi, kelembagaan, pengelolaan usaha, rantai nilai, pemasaran, komunikasi produk, dan keberlanjutan bahan baku. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan orientasi studi kasus. Data diperoleh melalui observasi proses produksi, wawancara semiterstruktur dengan pelaku yang terkait dengan usaha gula aren, dokumentasi, diskusi kelompok terarah, serta studi dokumen. Analisis dilakukan melalui klasifikasi tematik, pemetaan aset dan rantai nilai, identifikasi kesenjangan, serta sintesis SWOT dan TOWS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha terletak pada ketersediaan sumber daya aren, keterampilan pengolahan yang diwariskan melalui pengalaman, tenaga kerja keluarga, dan keberadaan jaringan pemasaran yang telah terbentuk. Kelemahan terutama berkaitan dengan konsistensi mutu, pencatatan biaya, pengemasan dan identitas produk, kelembagaan produsen, diversifikasi produk, serta keterbatasan akses pasar. Peluang muncul dari pengembangan produk bernilai tambah, perluasan saluran pemasaran, dan pemanfaatan media digital, sedangkan ancaman berkaitan dengan regenerasi tanaman aren, persaingan produk, perubahan harga, dan ketergantungan pada saluran pemasaran tertentu. Strategi yang direkomendasikan adalah standarisasi mutu secara bertahap, penguatan manajemen dan kelembagaan produsen, pembangunan identitas produk lokal, diversifikasi produk sesuai kapasitas, perluasan jaringan pemasaran, pemanfaatan komunikasi digital, serta pemeliharaan dan regenerasi bahan baku. Temuan menegaskan bahwa pengembangan kewirausahaan gula aren perlu diposisikan sebagai penguatan sistem usaha masyarakat dari hulu hingga hilir, bukan hanya peningkatan volume produksi.

ABSTRACT

This study analyzes a community entrepreneurship development strategy through palm sugar production in Tanjung Sanai Village, Padang Ulak Tanding District, Rejang Lebong Regency. The analysis focuses on the relationship among local assets, production processes, institutions, business management, value chains, marketing, product communication, and raw-material sustainability. A descriptive qualitative approach with a case-study orientation was employed. Data were obtained through production-process observation, semi-structured interviews with actors related to the palm sugar business, documentation, focus group discussions, and document review. Data were analyzed through thematic classification, asset and value-chain mapping, gap identification, and SWOT-TOWS synthesis. The findings indicate that the main strengths of the business are local palm resources, experience-based processing skills, family labor, and existing market relationships. Its main weaknesses concern quality consistency, cost recording, packaging and product identity, producer institutions, product diversification, and limited market access. Opportunities arise from value-added products, broader marketing channels, and digital communication, while threats relate to palm-tree regeneration, product competition, price changes, and dependence on particular marketing channels. The recommended strategy combines gradual quality standardization, stronger business management and producer institutions, local product identity, capacity-based diversification, wider marketing networks, digital communication, and sustainable raw-material management. The study confirms that palm sugar entrepreneurship should be developed as an integrated community business system from upstream to downstream rather than merely as an effort to increase production volume.

PENDAHULUAN

Pengembangan kewirausahaan masyarakat perdesaan menjadi penting ketika potensi ekonomi lokal tidak hanya dipandang sebagai sumber pendapatan jangka pendek, tetapi sebagai dasar pembentukan kemampuan masyarakat untuk mengelola usaha secara lebih mandiri. Dalam kerangka tersebut, kewirausahaan masyarakat mencakup kemampuan mengenali peluang, mengombinasikan sumber daya, mengambil keputusan, mengelola risiko, membangun jaringan, serta menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Orientasi ini menempatkan masyarakat bukan sekadar sebagai produsen komoditas, melainkan sebagai pelaku yang menentukan arah pengembangan usahanya.

Pada wilayah yang bertumpu pada kegiatan pertanian, komoditas lokal memiliki posisi strategis karena telah terhubung dengan pengetahuan, keterampilan, tenaga kerja, dan jaringan sosial masyarakat. Aren (*Arenga pinnata*) merupakan salah satu komoditas yang dapat dikembangkan melalui pengolahan nira menjadi gula aren cetak maupun produk turunan lainnya. Kegiatan tersebut memiliki nilai tambah karena bahan baku yang mudah rusak diubah menjadi produk yang lebih tahan disimpan dan dapat dipasarkan. Namun, nilai tambah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengolah nira. Konsistensi mutu, efisiensi usaha, pengemasan, identitas produk, kemampuan bernegosiasi, dan akses pasar ikut menentukan besarnya manfaat ekonomi yang dapat dipertahankan oleh produsen.

Konteks Kabupaten Rejang Lebong menunjukkan bahwa usaha gula aren telah berkaitan dengan penyediaan bahan baku, tenaga kerja, peralatan, pemasaran, dan pembiayaan. Budiman, Sukiyono, dan Sumantri (2013) menempatkan unsur-unsur tersebut sebagai bagian dari sistem agribisnis gula aren di Rejang Lebong. Pada sisi lain, Effendi dan Fitria (2022) menunjukkan bahwa pengolahan gula aren memberikan kontribusi pendapatan kepada pengrajin, tetapi keberlanjutan manfaat ekonomi tetap dipengaruhi oleh biaya, produktivitas, dan harga. Dua temuan tersebut menunjukkan bahwa kekuatan komoditas lokal belum otomatis menghasilkan posisi usaha yang kuat apabila produsen masih menghadapi keterbatasan pada aspek manajemen, kualitas, dan pasar.

Persoalan kualitas menjadi salah satu titik penting dalam pengembangan usaha. Produksi rumah tangga mengandalkan pengalaman dan pengetahuan lokal yang bernilai sebagai modal budaya dan keterampilan. Namun, variasi penanganan nira, kebersihan peralatan, lama pemasakan, pencetakan, penyimpanan, serta pengemasan dapat menghasilkan mutu yang tidak seragam. Ketika pasar berkembang dari hubungan lokal menuju pembeli yang lebih luas, konsistensi warna, rasa, tekstur, kebersihan, ukuran, dan daya simpan menjadi bagian dari kepercayaan konsumen. SNI 3743:2021 tentang gula palma dapat diposisikan sebagai rujukan mutu, sedangkan penerapannya pada skala masyarakat perlu disesuaikan dengan kapasitas produsen secara bertahap (Badan Standardisasi Nasional, 2021).

Pengembangan usaha juga tidak dapat dilepaskan dari kemampuan memperluas nilai tambah. Evalia (2015) menunjukkan pentingnya keterkaitan strategi produksi dan pemasaran dalam pengembangan agroindustri gula semut aren. Diversifikasi dapat memperluas pilihan pasar, tetapi tidak seharusnya dipaksakan tanpa mempertimbangkan keterampilan, peralatan, tambahan biaya, standar kualitas, dan kepastian permintaan. Dengan demikian, keputusan pengembangan produk harus berbasis pada kapasitas nyata produsen, bukan semata-mata mengikuti kecenderungan pasar.

Selain produksi dan mutu, persoalan kelembagaan dan komunikasi menentukan posisi tawar masyarakat. Produsen yang bekerja secara individual dapat tetap bertahan melalui jaringan pelanggan atau pedagang pengumpul, tetapi memiliki keterbatasan dalam mengakses informasi harga, menyusun standar bersama, membeli kebutuhan pengemasan, mengikuti program pemerintah, atau bernegosiasi dengan pembeli yang lebih besar. Di titik ini, kelembagaan tidak cukup dipahami sebagai pembentukan kelompok secara administratif. Kelembagaan perlu berfungsi sebagai ruang pertukaran informasi, pengelolaan standar mutu, pembelajaran usaha, pemasaran bersama, dan penghubung dengan pemangku kepentingan.

Komunikasi menjadi bagian integral dari proses tersebut. Dalam pengembangan masyarakat, komunikasi dibutuhkan untuk mengidentifikasi kebutuhan, menyepakati prioritas, menyebarkan inovasi, membangun kerja sama, dan memperkuat partisipasi. Dalam pemasaran, komunikasi berperan untuk menjelaskan identitas produk, asal geografis, karakter proses produksi, harga, dan nilai yang membedakan produk dari pesaing. Pemanfaatan media digital dapat memperluas fungsi komunikasi tersebut melalui katalog produk, dokumentasi visual, percakapan dengan pelanggan, dan penerimaan pesanan. Namun, teknologi perlu ditempatkan sebagai alat yang mengikuti kesiapan masyarakat, bukan sebagai tujuan pengembangan itu sendiri.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan Masyarakat dan Pengembangan Berbasis Aset

Kewirausahaan masyarakat merupakan proses kolektif yang menghubungkan pengenalan peluang dengan kemampuan mengelola sumber daya lokal. Berbeda dari pandangan kewirausahaan yang hanya berpusat pada individu, pendekatan ini menekankan hubungan antara rumah tangga produsen, kelompok masyarakat, pemerintah desa, pembeli, lembaga keuangan, dan mitra pendukung. Kinerja usaha tidak hanya ditentukan oleh keberanian mengambil risiko, tetapi juga oleh kemampuan menjaga mutu, melakukan pencatatan, mengembangkan inovasi, membangun pelanggan, serta mengakses informasi dan jaringan. Penelitian Sari, Suwarsinah, dan Baga (2016) yang menemukan keterkaitan karakteristik kewirausahaan dengan kinerja UMKM gula aren memperkuat pentingnya kapasitas pelaku dalam mengelola keputusan usaha.



Pendekatan berbasis aset memulai proses pengembangan dari apa yang telah dimiliki masyarakat. Pada usaha gula aren, aset tersebut dapat berbentuk pohon aren, pengetahuan penyadapan, keterampilan mengolah nira, tenaga kerja keluarga, peralatan produksi, jaringan sosial, hubungan dengan pembeli, serta identitas lokal. Perspektif ini relevan karena strategi yang terlalu berorientasi pada kekurangan berisiko menghasilkan program yang bergantung pada bantuan eksternal. Sebaliknya, pengembangan berbasis aset berupaya memperkuat kemampuan masyarakat mengendalikan keputusan yang berkaitan dengan sumber daya dan manfaat ekonominya.

Rantai Nilai, Pemasaran, dan Komunikasi Produk

Pendekatan rantai nilai digunakan untuk melihat keseluruhan tahapan penciptaan nilai, mulai dari pemeliharaan tanaman, penyadapan, pengumpulan nira, pengolahan, pencetakan atau granulasi, pengemasan, distribusi, hingga produk diterima konsumen. Pada setiap tahap terdapat aliran produk, informasi, pembayaran, dan risiko. Analisis rantai nilai membantu mengidentifikasi bagian yang menghasilkan nilai tambah sekaligus bagian yang menyebabkan nilai lebih banyak berpindah kepada aktor lain. Karena itu, peningkatan pendapatan produsen tidak selalu harus dilakukan dengan menaikkan volume produksi; penguatan posisi pada tahapan pengemasan, pemasaran, dan hubungan langsung dengan pelanggan dapat menjadi alternatif penciptaan nilai.

Pemasaran tidak hanya berhubungan dengan transaksi, tetapi juga dengan kemampuan produk untuk dikenali dan dibedakan. Kotler dan Armstrong (2021) menempatkan penciptaan nilai pelanggan dan hubungan pasar sebagai inti kegiatan pemasaran. Dalam konteks gula aren, kemasan, nama produk, informasi asal, berat bersih, identitas produsen, dokumentasi visual, dan cerita mengenai proses lokal dapat berfungsi sebagai komunikasi produk. Kajian Fathurrohman, Syafira, dan Wahidiana (2022) juga menunjukkan bahwa segmentasi, target pasar, dan bauran pemasaran merupakan komponen penting pada industri gula aren. Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan perlu menghubungkan kualitas produk dengan strategi komunikasi dan pilihan saluran pasar.

METODE PENELITIAN

Pendekatan, Sumber Data, dan Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan orientasi studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berusaha memahami kondisi usaha, hubungan antaraktor, praktik produksi, pengalaman pelaku, serta pertimbangan yang mendasari keputusan pengembangan. Orientasi studi kasus digunakan untuk menempatkan usaha gula aren di Desa Tanjung Sanai sebagai satu konteks yang dianalisis secara menyeluruh, sejalan dengan karakter penelitian studi kasus yang menekankan keterkaitan antara fenomena dan konteksnya (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018).

Sumber data primer meliputi produsen gula aren, penyadap, pemerintah desa, pedagang atau pembeli, dan pihak lain yang terkait dengan pengembangan usaha. Data sekunder berasal dari publikasi pemerintah, dokumen kebijakan, standar produk, buku, dan artikel ilmiah yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi proses penyadapan dan pengolahan, wawancara semiterstruktur, dokumentasi, diskusi kelompok terarah untuk validasi masalah dan alternatif strategi, serta studi dokumen. Dokumen penelitian tidak mencantumkan jumlah informan secara rinci; oleh sebab itu, artikel ini tidak melakukan kuantifikasi frekuensi jawaban dan memusatkan analisis pada pola kondisi yang telah teridentifikasi.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, data diklasifikasikan berdasarkan tema bahan baku, produksi, kualitas, pengelolaan usaha, kelembagaan, pembiayaan, produk, pemasaran, dan komunikasi. Kedua, aset lokal dipetakan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dapat menjadi dasar pengembangan. Ketiga, rantai nilai dianalisis untuk melihat aktor dan aliran produk, informasi, serta nilai ekonomi. Keempat, dilakukan identifikasi kesenjangan antara kondisi aktual dengan kebutuhan pengembangan. Kelima, faktor internal dan eksternal disusun dalam kerangka SWOT, kemudian dikombinasikan melalui TOWS untuk menghasilkan alternatif strategi. Analisis tematik digunakan untuk menjaga keterhubungan antara data lapangan, kategori masalah, dan interpretasi (Braun & Clarke, 2021). Prioritas strategi ditentukan berdasarkan keterkaitan dengan masalah utama, kelayakan bagi masyarakat, potensi dampak, dan keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aset Lokal sebagai Fondasi Kewirausahaan Masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha gula aren di Desa Tanjung Sanai memiliki fondasi kewirausahaan yang berasal dari aset yang telah dikuasai masyarakat. Aset pertama adalah sumber daya aren sebagai penyedia nira. Aset kedua berupa pengetahuan dan keterampilan produksi yang berkembang melalui pengalaman, mulai dari penyadapan, pengumpulan nira, pemasakan, pencetakan, hingga penyimpanan. Aset ketiga adalah tenaga kerja keluarga dan jaringan sosial yang mendukung keberlangsungan kegiatan produksi. Aset keempat berupa hubungan pemasaran yang telah terbentuk dengan pelanggan atau pedagang. Keempat unsur tersebut menjelaskan mengapa usaha dapat berjalan tanpa ketergantungan penuh pada teknologi modern dan struktur usaha formal.

Keunggulan tersebut sekaligus memperlihatkan karakter usaha yang masih berbasis rumah tangga. Kemandirian produksi memberi fleksibilitas kepada produsen, tetapi juga membuat standar proses sangat bergantung pada pengalaman masing-masing. Variasi cara menangani nira, kebersihan alat, lama pemasakan, ukuran cetakan, dan penyimpanan dapat memengaruhi konsistensi hasil. Artinya, aset pengetahuan lokal belum sepenuhnya dikonversi menjadi standar bersama yang dapat menjamin mutu antarprodusen. Pada tahap ini, masalah utama bukan ketiadaan keterampilan, melainkan kebutuhan untuk mendokumentasikan dan menyepakati praktik yang menghasilkan mutu terbaik.

Implikasinya, standarisasi perlu diposisikan sebagai penguatan pengetahuan lokal, bukan penggantian total proses tradisional. Keterampilan masyarakat tetap menjadi inti produksi, sedangkan standar sederhana digunakan untuk mengurangi variasi yang dapat merugikan kepercayaan pasar. Pendekatan semacam ini lebih realistis dibandingkan modernisasi yang langsung menuntut peralatan mahal. Standarisasi dapat dimulai dari kualitas nira, kebersihan peralatan, rentang pemasakan, ukuran produk, pengemasan, dan penyimpanan, kemudian berkembang menuju persyaratan yang lebih formal apabila pasar dan kapasitas usaha meningkat.

Tabel 1. Pemetaan kondisi usaha dan implikasi kewirausahaan masyarakat

No.	Aspek	Kondisi yang Teridentifikasi	Implikasi Pengembangan
1	Bahan baku	Keberadaan pohon aren dan nira menjadi basis utama produksi.	Keberlanjutan usaha bergantung pada pemeliharaan dan regenerasi tanaman, bukan hanya pemanfaatan produksi saat ini.
2	Keterampilan produksi	Pengetahuan penyadapan dan pengolahan telah dikuasai melalui pengalaman.	Keterampilan lokal merupakan aset, tetapi perlu diterjemahkan menjadi praktik mutu yang lebih konsisten.
3	Mutu produk	Proses rumah tangga menimbulkan potensi variasi warna, rasa, tekstur, kebersihan, ukuran, dan daya simpan.	Diperlukan standarisasi sederhana dan pengendalian proses tanpa menghilangkan karakter tradisional.
4	Produk dan kemasan	Nilai tambah masih berpusat pada gula aren konvensional; kemasan terutama berfungsi sebagai pembungkus.	Diversifikasi dan penguatan kemasan dapat meningkatkan nilai jual sekaligus menjadi media komunikasi produk.
5	Pengelolaan usaha	Pencatatan biaya dan penerimaan belum menjadi praktik yang kuat.	Literasi keuangan sederhana diperlukan agar harga dan keputusan produksi berbasis pada biaya usaha.
6	Kelembagaan	Produksi cenderung dilakukan secara individual.	Kerja sama produsen dapat memperkuat akses informasi, mutu bersama, pengadaan kemasan, pelatihan, dan negosiasi.
7	Pemasaran	Saluran pelanggan tetap atau pedagang memberikan kemudahan penyerapan produk.	Ketergantungan pada sedikit saluran membatasi fleksibilitas harga sehingga perlu diversifikasi pasar.



No.	Aspek	Kondisi yang Teridentifikasi	Implikasi Pengembangan
8	Komunikasi produk	Identitas asal, karakter lokal, dan dokumentasi produk belum menjadi pusat strategi pemasaran.	Merek, kemasan, cerita asal, foto, katalog, dan media digital dapat membangun diferensiasi dan hubungan pelanggan.

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian, 2023

Rantai Nilai dan Titik Penguatan Nilai Tambah

Pemetaan rantai nilai memperlihatkan hubungan antara sumber bahan baku, penyadap, produsen, pedagang atau pembeli, dan konsumen. Produsen menempati posisi penting karena mengubah nira menjadi produk yang memiliki umur simpan dan nilai ekonomi lebih tinggi. Namun, kemampuan mempertahankan nilai tambah masih ditentukan oleh akses informasi harga, kemampuan mengemas produk, pilihan saluran pemasaran, dan hubungan dengan konsumen akhir. Apabila produsen hanya berada pada fungsi pengolahan sementara identitas, pengemasan, distribusi, dan komunikasi pasar dikuasai aktor lain, sebagian potensi nilai tambah akan berpindah keluar dari tingkat produsen.

Saluran tradisional melalui pedagang tidak perlu dipahami semata-mata sebagai kelemahan. Saluran tersebut memiliki fungsi penting karena mengurangi beban pencarian pasar dan memberikan kepastian penyerapan. Masalah muncul apabila produsen tidak memiliki pilihan lain dan tidak memperoleh informasi pembandingan mengenai harga atau kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu, strategi yang lebih rasional adalah mempertahankan hubungan yang telah berjalan sambil menambah saluran alternatif, seperti penjualan langsung, jaringan komunitas, toko lokal, mitra UMKM, dan pemasaran digital. Diversifikasi saluran menciptakan pilihan tanpa memutus jaringan sosial-ekonomi yang sudah terbentuk.

Pengemasan menjadi titik strategis karena berada di antara proses produksi dan pasar. Kemasan melindungi produk, tetapi pada saat yang sama menyampaikan identitas. Produk yang mencantumkan asal Desa Tanjung Sanai, nama produsen atau kelompok, berat bersih, dan informasi yang relevan akan lebih mudah dibedakan dibandingkan produk tanpa identitas. Dalam konteks komunikasi, diferensiasi tersebut penting karena konsumen tidak hanya menerima barang, tetapi juga informasi yang membentuk persepsi mengenai kualitas dan keaslian produk. Identitas lokal dapat digunakan secara proporsional selama benar-benar merepresentasikan proses dan karakter masyarakat.

Media digital memperluas kemungkinan komunikasi tersebut. Pemanfaatannya tidak perlu dimulai dari sistem perdagangan elektronik yang kompleks. Katalog sederhana melalui **WhatsApp**, akun media sosial kelompok, dokumentasi foto yang konsisten, daftar harga, dan mekanisme pemesanan sudah dapat meningkatkan akses informasi. Pilihan ini lebih sesuai dengan prinsip pengembangan bertahap karena teknologi digunakan untuk menyelesaikan kebutuhan konkret: mengenalkan produk, menerima pesanan, menjaga relasi pelanggan, dan memperoleh umpan balik pasar.

Analisis SWOT Pengembangan Usaha Gula Aren

Sintesis faktor internal dan eksternal memperlihatkan bahwa kekuatan usaha berada pada sumber daya dan pengalaman yang telah melekat pada masyarakat, sedangkan kelemahan lebih banyak berada pada proses konversi aset tersebut menjadi sistem usaha yang terstandar, terdokumentasi, dan terhubung dengan pasar. Peluang terutama muncul dari perluasan pasar produk lokal, pengembangan produk bernilai tambah, dukungan pengembangan UMKM, dan pemanfaatan media digital. Ancaman berada pada keberlanjutan bahan baku, perubahan harga, persaingan, perubahan minat generasi muda, dan ketergantungan terhadap saluran pemasaran tertentu.

Tabel 2. Sintesis faktor SWOT pengembangan kewirausahaan gula aren

Faktor	Hasil Sintesis
Strengths (S)	Sumber daya aren; keterampilan penyadapan dan pengolahan; pengalaman usaha; produk telah dikenal; tenaga kerja keluarga; jaringan pembeli yang sudah terbentuk.
Weaknesses (W)	Konsistensi mutu belum seragam; pencatatan usaha terbatas; kemasan dan identitas produk belum kuat; kelembagaan produsen belum optimal; diversifikasi terbatas; jangkauan pasar relatif sempit.
Opportunities (O)	Peluang produk lokal dan bernilai tambah; pengembangan gula semut; pemasaran melalui saluran digital; jaringan UMKM dan toko lokal; kemungkinan dukungan pemerintah dan mitra pengembangan.

Faktor	Hasil Sintesis
Threats (T)	Regenerasi tanaman aren; perubahan harga; persaingan produk sejenis; ketergantungan pada pembeli tertentu; berkurangnya minat generasi muda terhadap kegiatan produksi tradisional.

Sumber: Sintesis penulis berdasarkan hasil penelitian, 2023

Peta SWOT tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan tidak tepat apabila hanya bertumpu pada satu intervensi. Misalnya, promosi digital tanpa perbaikan konsistensi mutu dapat memperluas jangkauan informasi tetapi sekaligus memperbesar risiko ketidakpuasan konsumen. Sebaliknya, standarisasi mutu tanpa perluasan pasar dapat meningkatkan kualitas namun tidak otomatis memperbaiki pendapatan apabila produsen tetap bergantung pada saluran yang sama. Karena itu, faktor produksi, manajemen, kelembagaan, dan komunikasi perlu disusun sebagai rangkaian strategi yang saling menguatkan.

Strategi TOWS dan Prioritas Pengembangan

Kombinasi TOWS digunakan untuk mengubah daftar faktor SWOT menjadi arah tindakan. Strategi SO memanfaatkan kekuatan lokal untuk menangkap peluang pasar; strategi WO menggunakan peluang eksternal untuk memperbaiki kelemahan internal; strategi ST menggunakan kekuatan untuk mengurangi dampak ancaman; sedangkan strategi WT berorientasi pada pengurangan kelemahan agar usaha tidak semakin rentan terhadap ancaman. Sintesis tersebut menghasilkan empat kelompok strategi yang dapat diterapkan secara bertahap.

Tabel 3. Matriks TOWS dan arah strategi pengembangan

Kombinasi	Arah Strategi
SO	Memanfaatkan keterampilan produksi dan identitas lokal untuk memperkuat citra gula aren Tanjung Sanai; mengembangkan pemasaran langsung dan digital; menguji diversifikasi seperti gula semut secara bertahap sesuai kapasitas dan permintaan.
WO	Menyusun standar mutu sederhana; memperbaiki kemasan dan identitas; menerapkan pencatatan biaya dan penjualan; membangun fungsi kelompok produsen; memanfaatkan pelatihan, program UMKM, dan jaringan mitra untuk memperluas pasar.
ST	Menjaga diferensiasi melalui kualitas dan karakter lokal; mempertahankan hubungan dengan pembeli yang stabil sambil memperluas alternatif pasar; memasukkan pemeliharaan dan regenerasi pohon aren sebagai bagian dari strategi keberlanjutan.
WT	Mengurangi ketergantungan pada satu saluran pemasaran; mengembangkan diversifikasi produk secara hati-hati agar tidak menambah beban biaya; memperkuat kerja sama produsen untuk berbagi informasi harga, risiko, dan kebutuhan pasar.

Sumber: Sintesis SWOT/TOWS berdasarkan hasil penelitian, 2023

Dari matriks tersebut, prioritas pertama adalah standarisasi mutu dan pengelolaan usaha. Alasannya, kedua aspek menjadi prasyarat sebelum pasar diperluas. Konsumen dan mitra membutuhkan produk yang relatif konsisten, sementara produsen membutuhkan informasi biaya untuk menilai apakah perluasan pasar benar-benar meningkatkan keuntungan. Standarisasi dan pencatatan juga dapat dilakukan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan investasi teknologi skala besar sehingga lebih realistis sebagai tahap awal.

Prioritas kedua adalah penguatan kelembagaan produsen. Fungsi kelembagaan terutama dibutuhkan untuk persoalan yang sulit diselesaikan secara individual, seperti pengadaan kemasan, penyusunan identitas bersama, pelatihan, pengembangan standar, akses program pemerintah, dan negosiasi. Agar tidak menjadi kelembagaan administratif, kelompok harus dibentuk berdasarkan manfaat yang konkret. Transparansi, partisipasi, pembagian tugas, dan pembagian manfaat menjadi syarat agar produsen tetap melihat kelompok sebagai instrumen usaha, bukan beban organisasi.

Prioritas ketiga adalah penguatan komunikasi produk dan diversifikasi saluran pemasaran. Strategi ini tidak berarti mengganti pedagang yang telah menjadi mitra. Hubungan tersebut tetap diperlukan sebagai saluran penyerapan yang stabil. Yang perlu dibangun adalah pilihan tambahan sehingga produsen memiliki akses terhadap konsumen dan informasi harga yang lebih luas. Kemasan, nama produk, katalog digital, dokumentasi foto, dan penggunaan **WhatsApp** atau media sosial dapat dipakai



sebagai perangkat komunikasi yang sederhana dan murah. Ketika produk telah memiliki konsistensi mutu dan identitas yang jelas, perluasan pasar menjadi lebih kredibel.

Prioritas keempat adalah diversifikasi produk secara bertahap. Gula semut dapat menjadi alternatif karena lebih praktis dikemas dan mempunyai potensi menjangkau segmen yang berbeda, tetapi pengembangan harus melalui pengujian kapasitas produksi, kualitas, biaya, dan pasar. Strategi bertahap mencegah masyarakat mengalihkan sumber daya ke produk baru sebelum terdapat kemampuan teknis dan kepastian permintaan. Produk gula aren cetak yang telah dikuasai tetap dapat menjadi basis, sedangkan inovasi berfungsi sebagai tambahan sumber nilai.

Prioritas kelima adalah keberlanjutan bahan baku dan regenerasi pengetahuan. Pohon aren tidak dapat dipandang hanya sebagai stok bahan baku saat ini. Pemeliharaan dan regenerasi menentukan apakah peningkatan pasar dapat dipenuhi secara berkelanjutan. Pada saat yang sama, regenerasi pelaku penting agar pengetahuan penyadapan dan pengolahan tidak berhenti pada generasi tertentu. Dengan demikian, keberlanjutan usaha memiliki dua dimensi sekaligus, yaitu keberlanjutan sumber daya biologis dan keberlanjutan sumber daya manusia.

Secara analitis, hubungan antarprioritas dapat dipahami sebagai urutan penguatan sistem. Mutu dan pencatatan memperbaiki fondasi internal; kelembagaan memperbesar kapasitas kolektif; komunikasi dan pasar memperluas peluang pendapatan; diversifikasi menambah pilihan nilai; sedangkan regenerasi bahan baku menjaga keberlanjutan. Apabila urutan ini dijalankan secara terintegrasi, pengembangan kewirausahaan tidak hanya menghasilkan produk yang lebih banyak, tetapi meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengendalikan keputusan usaha dan mempertahankan bagian nilai yang lebih besar di tingkat produsen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengembangan kewirausahaan masyarakat melalui produksi gula aren di Desa Tanjung Sanai memiliki dasar yang kuat pada sumber daya aren, keterampilan produksi berbasis pengalaman, tenaga kerja keluarga, serta jaringan pemasaran yang telah terbentuk. Namun, kekuatan tersebut belum sepenuhnya dikonversi menjadi sistem usaha yang mampu mempertahankan nilai tambah secara optimal. Hambatan utama berada pada konsistensi mutu, pencatatan usaha, pengemasan dan identitas produk, kelembagaan produsen, diversifikasi, serta keterbatasan akses informasi dan pasar. Di sisi eksternal, peluang pengembangan muncul dari perluasan pemasaran produk lokal, diversifikasi produk bernilai tambah, pemanfaatan komunikasi digital, serta kemungkinan dukungan pemerintah dan mitra; sedangkan ancaman berkaitan dengan regenerasi tanaman aren, perubahan harga, persaingan, ketergantungan pada saluran tertentu, dan regenerasi pelaku.

Strategi yang paling relevan bukan satu program tunggal, melainkan integrasi antara standardisasi mutu, penguatan pengelolaan usaha, pengembangan kelembagaan produsen, pembangunan identitas dan kemasan, diversifikasi saluran pemasaran, pemanfaatan media digital, pengembangan produk secara bertahap, serta pemeliharaan dan regenerasi tanaman aren. Sintesis SWOT/TOWS memperlihatkan bahwa perluasan pasar sebaiknya dilaksanakan setelah fondasi mutu dan manajemen diperkuat. Dengan pendekatan tersebut, gula aren dapat dikembangkan bukan hanya sebagai produk tradisional yang menghasilkan pendapatan rumah tangga, tetapi sebagai basis kewirausahaan masyarakat yang lebih mandiri, adaptif, dan berkelanjutan.

Saran

Pengembangan tahap awal disarankan memprioritaskan penyusunan standar produksi sederhana, pencatatan biaya dan penjualan, serta perbaikan kemasan. Pemerintah desa dan pihak pendamping dapat memfasilitasi penguatan kelompok produsen yang berfungsi nyata sebagai ruang pembelajaran mutu, akses informasi, pengadaan bersama, dan pemasaran. Pemanfaatan media digital sebaiknya dimulai dari kebutuhan praktis seperti katalog, informasi harga, dokumentasi produk, dan layanan pemesanan. Diversifikasi menuju gula semut atau produk lain perlu dilakukan melalui uji produksi dan pasar berskala terbatas sebelum diperluas. Penelitian lanjutan perlu melengkapi temuan kualitatif dengan data biaya, volume produksi, margin setiap aktor rantai nilai, serta preferensi konsumen agar prioritas strategi dapat dinilai secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standardisasi Nasional. (2021). *SNI 3743:2021 Gula Palma*. Badan Standardisasi Nasional.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications.
- Budiman, Y., Sukiyono, K., & Sumantri, B. (2013). Kajian agribisnis usaha gula aren di Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal AGRISEP*, 13(1), 51–68.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Effendi, D., & Fitria, I. (2022). Analisis pendapatan pengrajin gula aren di Desa Air Meles Atas Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian*, 9(1), 173–180.
- Evalia, N. A. (2015). Strategi pengembangan agroindustri gula semut aren. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 12(1), 57–67.
- Fathurrohman, Y. E., Syafira, A., & Wahidiana, R. (2022). Segmentation, targeting, and marketing mix strategies of palm sugar industries in Banyumas Regency, Indonesia. *Food & Agribusiness Management*, 3(1), 1–4.
- Haloho, R. D., Nainggolan, L. P., Sinaga, R., & Ermanda, A. P. (2022). Strategi pengembangan agroindustri gula aren di Desa Buluh Awar Kecamatan Sibolangit. *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 19(36), 130–143. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan menghasilkan strategi pengembangan berbasis kekuatan dan peluang usaha gula aren.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Purnamasari, I., Soetoro, & Yuroh, F. (2018). Strategi pengembangan agroindustri gula aren: Studi kasus di Desa Sidamulih Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(2). <https://doi.org/10.25157/jimag.v4i2.1625>. Penelitian ini relevan karena membahas faktor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, serta alternatif strategi usaha gula aren.
- Sampit, M. M. I., Kindangen, P., & Wullur, M. (2016). Analisis rantai nilai gula aren: Studi kasus pada petani nira di Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3). <https://doi.org/10.35794/emba.4.3.2016.14115>
- Sari, N. M. W., Suwarsinah, H. K., & Baga, L. M. (2016). Pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah gula aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 12(1), 51–60.
- Sugiyowati, L., Karno, & Ekowati, T. (2015). Strategi pengembangan agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal. *Agromedia: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 33(1), 1–6. <https://doi.org/10.47728/ag.v33i1.98>. Penelitian ini juga menggunakan SWOT dan menemukan strategi pertumbuhan agresif sebagai alternatif pengembangan agroindustri gula aren.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.