



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

Papers downloaded from AgEcon Search may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Tarjih: Agribusiness Development Journal

<https://jurnal-umsi.ac.id/index.php/agribisnis>



Strategi Pengembangan Gula Aren di Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan

Aren Sugar Development Strategy in Soppeng Regency of South Sulawesi

Suryawati Salam¹, Baharuddin¹, A. Gusti Tantu², Rully Dwiparipurna¹

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Bosowa

²Program Studi Budidaya Perairan, Universitas Bosowa

Corresponding Author: Suryawati Salam, Universitas Bosowa, Email: Surya20958@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the development strategy of palm sugar business by identifying internal factors and external factors in Soppeng Regency, South Sulawesi. Data analysis using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). The results of this study show the strength of internal factors, namely: the presence of traders who sell products that do not use chemicals, affordable production facilities, sustainable processing of palm sugar, and adequate human resources. While opportunities on external factors are: the provision of training and assistance services, a healthy lifestyle by consuming natural palm sugar, increasing market demand for palm sugar products, the development of technology that facilitates communication. The right strategy for this palm sugar business is the S-O (Strength-Opportunities) strategy that is by utilizing the power it has to seize existing opportunities, where this business must optimize market opportunities by increasing its value proportion and expanding the network.

Keywords: Strategy, Sugar Aren, Soppeng Regency

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha gula aren dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal di Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan. Analisis data menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hasil penelitian ini menunjukkan kekuatan pada faktor internal yaitu: adanya pedagang yang menjual produk yang tidak menggunakan bahan kimia, sarana produksi terjangkau, pengolahan gula aren secara berkelanjutan, dan sumber daya manusia yang memadai. Sementara peluang pada faktor eksternal yaitu: pemberian jasa pelatihan dan pendampingan, pola hidup sehat dengan mengkonsumsi gula aren berbahan alami, meningkatnya permintaan pasar terhadap produk gula aren, berkembangnya teknologi yang memudahkan dalam melakukan komunikasi. Strategi yang tepat untuk usaha gula aren ini adalah strategi S-O (Strength-Opportunities) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada, dimana usaha ini harus mengoptimalkan peluang pasar dengan meningkatkan nilai proporsinya dan memperluas jaringan.

Kata Kunci: strategi; gula aren; kabupaten Soppeng.

PENDAHULUAN

Tanaman aren (*Arenga pinnata merr*) merupakan tanaman yang menghasilkan bahan-bahan industri karena hampir semua bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi. Tanaman aren sebagian besar diusahakan oleh petani dan belum diusahakan dalam skala besar. Produk utama tanaman aren

adalah nira hasil penyadapan dari bunga jantan yang dijadikan gula aren maupun minuman ringan, cuka dan alkohol (Rindengan dkk., 2009). Gula aren merupakan hasil dari bunga jantan pohon aren yang disimpan bumbung bambu dalam beberapa waktu. Kemudian dihasilkan nira yang dimasak dengan olahan tradisional sehingga mendapatkan gula aren asli dan terbaik.

Peluang pengembangan aren (*Arenga pinnata Merr*) di Sulawesi Selatan cukup potensial baik ditinjau dari aspek agroekologi, kegunaannya maupun aspek konservasinya. Luas lahan pertanaman aren di Sulawesi Selatan yaitu 7.211 ha dengan produksi gula cetak 3.723ton yang dikelola oleh 12.472 kepala keluarga (KK) (BPS 2000). Jumlah populasi tanaman aren di Sulawesi Selatan belum diketahui dengan pasti karena datanya belum tersedia, namun jika dikaitkan dengan hasil pengamatan Mamat dan Tarigan (1991) diperkirakan bahwa jumlah populasi setiap hektar yaitu berkisar 3 – 160 pohon atau dengan rerata 20 pohon/ha maka di Sulawesi Selatan terdapat 144.200 pohon aren. Salah satu desa yang berada di Kabupaten Soppeng yang memiliki potensi pengembangan usaha gula aren adalah Desa Mattabulu yang berada di Kecamatan Lalabata. Berdasarkan survei awal di desa ini terdapat beberapa kelompok tani yang memproduksi dan menjual gula aren ini. Namun demikian, usaha ini belum dapat berkembang karena model usaha yang dilakukan masih dikelola secara tradisional baik pada proses produksi maupun pemasarannya.

Oleh karena itu perlu dilakukan suatu upaya untuk mengidentifikasi atau menyusun strategi pengembangan usaha gula aren. Beberapa cara yang dapat digunakan untuk menyusun strategi pengembangan diantaranya analisis pengembangan pasar, yaitu analisis SWOT digunakan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan peluang ancaman yang menentukan berjalannya usaha ini. Dengan demikian usaha gula aren ini diharapkan dapat lebih berkembang sehingga dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat. Desa Mattabulu dipilih sebagai lokasi penelitian karena masyarakat disana sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani aren namun sampai saat ini belum ada kejelasan dalam hal pemasaran serta aksesibilitas menuju lokasi yang belum memadai.

Rumusan Masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor kekuatan dan kelemahan (f. internal) dan faktor peluang serta ancaman (f. eksternal) pada usaha gula aren di Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada usaha gula aren yang ada di Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni - Agustus 2021. Tempat pelaksanaan penelitian yaitu di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Peneliti memilih lokasi tersebut karena lokasi tersebut memiliki potensi dalam pengembangan sentra produksi gula aren di Kabupaten Soppeng. Berdasarkan informasi dari para konsumen (observasi awal) bahwa rasa gula aren tersebut berbeda dari produksi gula aren di desa lain. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 50 orang yang merupakan petani aren yang sekaligus memproduksi gula aren di Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. Sampel dalam penelitian ini ditentukan secara acak random sampling sebesar 10% dari sumber data yang ada, sehingga sampel berjumlah 5 orang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan teknik sebagai berikut : (1) Observasi, pengamatan langsung pada kegiatan produksi dan pemasaran gula aren, (2) Wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara untuk memperoleh gambaran terkait usaha gula aren yang dijalankan (3) Studi literatur, yaitu pengumpulan data-data sekunder yang terkait dengan penelitian agar memperoleh informasi pendukung, dan (4) Dokumentasi, pengambilan gambar objek penelitian yang akan dibahas untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mendetail tentang topik yang akan dibahas.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Data Primer*, merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan dan dapat melalui interview yaitu dengan wawancara langsung dengan pihak – pihak terkait. *Data Sekunder*, diperoleh dengan pengumpulan data dan dengan mempelajari laporan-laporan dan bahan lain yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT. Data dan informasi yang diperoleh dari usaha gula aren diolah dan dianalisa. Analisa diawali dengan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Faktor-faktor lingkungan internal perusahaan dijadikan acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan digunakan sebagai acuan dalam menentukan peluang dan kendala yang dihadapi oleh perusahaan.

Sebelum strategi diterapkan, diharuskan untuk menganalisis lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) dan lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) lalu dimasukkan dalam matriks yakni matriks faktor strategi eksternal (EFAS) dan matriks faktor strategi internal (IFAS). Setelah menyusun matriks faktor internal dan matriks eksternal, kemudian hasilnya di masukkan dalam model kuantitatif yaitu matriks SWOT agar dapat merumuskan suatu strategi. Menurut Nisak (2013:483) Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary). Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan.

Tabel 1 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

| Faktor faktor strategi Eksternal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
|---|--------------|---------------|-----------------------|
| Peluang | X | X | X |
| Ancaman | X | X | X |
| Total | X | X | X |

Sumber : Freddy Rangkuti (2018: 26)

Tabel 2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

| Faktor faktor strategi Internal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
|--|--------------|---------------|-----------------------|
| Kekuatan | X | X | X |
| Kelemahan | X | X | X |
| Total | X | X | X |

Sumber : Freddy Rangkuti (2018 : 26)

Menurut Rangkuti (2017:26) Setelah faktor-faktor strategi internal perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factors AnalysisSummary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness perusahaan. Tahapnya adalah:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total (1,00)).
3. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. Contohnya jika kelemahan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri yang nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang

dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3. Alternatif strategi yang digunakan dalam analisis SWOT

| Internal | STRENGTHS (S) | | WEAKNESSES (W) |
|---------------------------------------|--|--|--|
| | Eksternal | Tentukan 3-5 faktor kekuatan internal | Tentukan 3-5 faktor kelemahan internal |
| OPPORTUNITIES (O) | STRATEGI (S-O) | | STRATEGI (W-O) |
| Tentukan 3-5 faktor peluang eksternal | Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang | |
| THREATS (T) | STRATEGI (S-T) | | STRATEGI (W-T) |
| Tentukan 3-5 faktor ancaman eksternal | Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman | |

Matriks SWOT menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu: Strategi S-O, dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

1. Strategi S-T, dibuat berdasarkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
2. Strategi W-O, diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3. Strategi W-T, dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Setelah diperoleh gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan, maka selanjutnya dapat dipilih alternatif strategi pemasaran yang akan diterapkan perusahaan dalam menjalankan usahanya

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani gula aren yang lebih dari 4 tahun menjadi penyadap air nira sekaligus memproduksi gula aren dengan karakteristik yang berbeda-beda, adapun karakteristik yang dimaksud yaitu umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman kerja, setelah mengetahui identitas responden agar kiranya dapat di mengetahui sejauh mana keberhasilan usaha gula aren tersebut.

Umur

Menurut BKKBN (2016), rentang usia produktif adalah 15-64 tahun sedangkan untuk usia non-produktif yakni 0-14 tahun dan 65 tahun keatas. Usia produktif biasanya mempunyai tingkat produktivitas lebih tinggi, karena masih berusia muda dan memiliki jasmani yang sehat sehingga kemampuan fisiknya lebih kuat serta inovatif jika dibandingkan dengan yang sudah berusia tua karena kemampuan fisik yang dimiliki menjadi lebih lemah dan terbatas (Jannah, 2019).

Berdasarkan data, pada umumnya petani aren yang berusia muda mempunyai kemampuan fisik lebih baik dibanding dengan petani aren yang berusia tua, namun petani aren yang berusia tua mempunyai pengalaman kerja yang lebih matang dikarenakan waktu yang dihabiskan banyak menuai berbagai macam hal sedari awal. Tingkat umur responden petani aren dapat di lihat pada tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Umur Responden Petani Aren Di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, 2021

| No | Umur | Jumlah (orang) | Presentasi (%) |
|----|--------|----------------|----------------|
| 1 | 25-40 | 3 | 60 |
| 2 | 41-60 | 2 | 40 |
| | Jumlah | 5 | 100 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Tingkat Pendidikan

Pendidikan yang cukup akan mempengaruhi pola pikir terlebih dalam menerima inovasi serta informasi yang berkaitan dengan usahanya. Pola pikir yang lebih berkembang akan memudahkan petani menerima, menerapkan serta mengembangkan suatu teknologi baru yang berkaitan dan berguna bagi usaha taninya (Cici dkk, 2018).

Tabel 5. Tingkat Pendidikan responden petani gula aren di Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng, 2021

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
|----|--------------------|----------------|----------------|
| 1 | SD | 1 | 20 |
| 2 | SMP | 1 | 20 |
| 3 | SMA | 3 | 60 |
| | Jumlah | 5 | 100 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Pada tabel 5 Dapat dilihat bahwa persentase tingkat pendidikan terbesar adalah SMA sebanyak 3 responden (60%) SMP terdapat 1 responden (20%) dan begitupun dengan SD terdapat 1 responden (20%). Namun keberhasilan tidak hanya di tunjang oleh pendidikan formal akan tetapi pendidikan non formal pun juga sangat berpengaruh contohnya mengikuti dan mendengarkan penyuluhan. sehingga diharapkan para petani aren dapat mengelolah usahanya dengan baik agar bisa meningkatkan produksi dan pendapatan.

Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga mempengaruhi distribusi pendapatan untuk menunjang dan menyediakan kebutuhan hidupnya yang digunakan untuk membiayai kebutuhan sehari-hari dan biaya pendidikan akan tetapi jumlah anggota keluarga bisa juga menjadi tenaga kerja dalam kegiatan usahanya sehingga dapat mengurangi biaya selama produksi. Jumlah tanggungan keluarga responden petani aren dapat di lihat pada tabel berikut;

Tabel 6. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Petani aren di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, 2021

| No | Jumlah Tanggungan | Jumlah (Jiwa) | Presentase (%) |
|----|-------------------|---------------|----------------|
| 1 | 1-3 | 2 | 40 |
| 2 | 4-6 | 3 | 60 |
| | Jumlah | 5 | 100 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Tabel 6, menunjukkan bahwa responden mempunyai tanggungan keluarga 1-3 orang adalah 2 jiwa (40%) dan juga memiliki jumlah tanggungan keluarga 4-6 adalah 3 jiwa (60%). Tanggungan keluarga merupakan tenaga kerja, sehingga bisa berpengaruh pada tingkat pendapatan yang diterima.

Pengalaman Kerja

Pengalaman adalah salah satu faktor penunjang keberhasilan suatu usaha, pengalaman petani aren dalam mengelolah dan menjalankan usahanya menjadi salah satu faktor penunjang keberhasilan karena adanya pengalaman erat dalam mengatasi kegagalan. Pengalaman dapat dilihat dari berapa lamanya petani aren menjalankan usahanya.

Tabel 7. Pengalaman Kerja Responden di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, 2021

| No | Pengalaman Kerja (tahun) | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|--------------------------|----------------|----------------|
| 1 | 4-8 | 3 | 60 |
| 2 | 9-13 | 2 | 40 |
| | Jumlah | 5 | 100 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Pada tabel 10 menunjukkan beberapa responden yang memiliki pengalaman kerja 4-8 tahun berjumlah 3 orang (60%) dan responden yang memiliki pengalaman kerja 9-13 tahun yakni 2 orang (40%). Pengalaman kerja yang lebih tinggi berpeluang untuk menghindari resiko kegagalan , sehingga mereka lebih paham tentang baik buruknya karena telah banyak belajar dari pengalaman.

B. Analisis SWOT

1. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weakness (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam usaha gula aren yaitu turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision maker). Faktor internal ini meliputi semua aspek manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture), (Fahmi dalam Nisak, 2014).

Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Internal

Identifikasi faktor strategi internal berupa kekuatan dan kelemahan pada pengembangan usaha gula aren di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Kekuatan dan Kelemahan Internal

| No | Kekuatan (Strengths) | No | Kelemahan (Weakness) |
|----|---|----|---|
| 1 | Adanya pembeli yang tetap (pedagang pengepul) | 1 | Kemasan yang digunakan belum memiliki label |
| 2 | Hasil produk tidak menggunakan bahan kimia | 2 | Kurangnya media promosi |
| 3 | Peralatan atau sarana produksi terjangkau | 3 | Jangkauan pemasaran hanya mencakup pada pedagang pengepul |
| 4 | Proses pengelolaan gula aren dilakukan secara berkelanjutan | 4 | Peralatan produksi masih sederhana |
| 5 | Sumber daya manusia yang memadai | 5 | Petani aren hanya bergantung pada hasil penjualan gula aren |

Tabel 9. Tabel Analisis lingkungan internal (Kekuatan)

| NO | Faktor Strategi-kekuatan | Keterangan |
|----|---|---|
| 1 | Adanya pembeli yang tetap (pedagang pengepul) | Mayoritas pengrajin gula aren sejak dulu menjual hasil produksinya langsung kepada pedagang pengepul, dalam hal ini pengrajin gula aren tidak terjun langsung untuk menjual produknya ke pasar-pasar atau kepada tangan konsumennya langsung. |

| NO | Faktor Strategi-kekuatan | Keterangan |
|----|---|---|
| 2 | Hasil produk tidak menggunakan bahan kimia | <p><i>“setelah jadi gulanya nanti pedagang pengepul datang untuk ambil, memang sudah langganan dari dulu”</i> (Bapak Laomme petani aren sekaligus memproduksi gula aren)</p> <p><i>“Selama saya memproduksi gula aren belum ada sejarah kami campurkan itu bahan kimia atau pengawet saat proses pembuatan”</i> (Bapak Yusuf petani aren sekaligus memproduksi gula aren)</p> <p><i>“Setiap membuat gula aren bahan yang dicampurkan dari bahan alami yaitu felleng (kemiri) untuk membantu gula aren cepat padat”</i> (Bapak Huda)</p> |
| 3 | Peralatan atau sarana produksi terjangkau | <p><i>“Kalau disini kan sebagaimana besar wilayah desa itu hutan jadi kayu bakar banyak sekali ditemukan, nanti stelah dikeringkan baru dipakai jadi bahan bakar untuk masak itu tua (air nira) yang sudah disadap”</i> (Bapak Sanuri)</p> <p><i>“Peralatan yang digunakan seperti pamuttu (wajan) tersedia dipasar tradisional dengan harga standar yang bisa digunakan berkali-kali untuk memproduksi</i> (Bapak Okeng)</p> |
| 4 | Proses pengelolaan gula aren dilakukan secara berkelanjutan | <p><i>“Ketika menjelang sore hari passaring (bambu) dipasang keponoh aren untuk menampung tua (air nira) selanjutnya ditunggu hingga pagi lalu dimasak, begitu saja terus menerus”</i> (Bapak Sanuri)</p> <p><i>“Saat musim hujan tetap dilakukan massaring (penyadapan) walaupun air nira hasil saringan sedikit itu tidak menjadi masalah untuk tetap memproduksi, hanya saja diakali dengan memanaskan air niranya untuk mencegah basinya air nira”</i> (Bapak Huda)</p> |
| 5 | Sumber daya manusia yang memadai | <p><i>“Saat produksi gula aren saya dibantu sama istri, apa lagi saat gula aren akan dicetak kalau perempuan biasanya lebih rapih caranya”</i> (Bapak Sanuri)</p> <p><i>“Biasanya ketika gula aren selesai diproduksi dan sudah siap dijemput oleh pengepul ada anak dan istri saya yang bantu membungkus pakai daun jati atau wadah yang akan digunakan telah dilapisi daun jati”</i> (Bapak Yusuf)</p> |

Tabel 10. Tabel Analisis lingkungan internal (Kelemahan)

| No. | Faktor strategi-kelemahan | Keterangan |
|-----|---|---|
| 1 | Kemasan yang digunakan belum memiliki label | <p>Untuk kemasan masih sangat sederhana, karena daun jati masih digunakan untuk membungkus atau jadi alas untuk wadahnya <i>“belum ada pembungkus yang khusus beserta label karena pedagang pengepul membeli dalam skala besar serta lebih suka dengan keadaan begitu agar tidak ribet saat dijual kepasar”</i> (Bapak Sanuri)</p> <p><i>“Belum kepikiran sampai kesitu karena untuk menampung gula merah saya rasa sangat aman pakai daun jati sebagai</i></p> |

| No. | Faktor strategi-kelemahan | Keterangan |
|-----|---|--|
| | | <p><i>lapisan” (Bapak Huda)</i> <i>“Sejauh ini belum ada tindakan untuk teknologi pengemasannya apalagi pemasaran juga masih terbatas” (Bapak Okeng)</i></p> |
| 2 | Kurangnya media promosi | <p>Penjualan gula aren langsung kepungul sehingga tidak ada promosi untuk meningkatkan nilai jual, apalagi mengingat tidak adanya kemasan dan label yang menarik dari hasil produk</p> <p><i>“Kalau masalah promosi mungkin hanya terdengar dari telinga ketelinga dari konsumen satu kekonsumen yang lain, walaupun memang dasarnya masyarakat tahu kalau Desa Mattabulu merupakan sentra produksi gula aren, namu dilihat dari kondisi beserta jarak membuat kami bergantung hanya kepada pedagang pengepul” (Bapak Sanuri)</i> <i>“Desa Mattabulu ini tergolong desa terpencil ditambah jaringan internet tidak terlalu bagus untuk membaginya di sosial media” (Bapak Huda)</i></p> |
| 3 | Jangkauan pemasaran hanya mencakup pada pedagang pengepul | <p><i>“Menjual hanya kepada pedagang pengepul karena memang hanya itu yang bisa menempuh perjalanan kesini, agar kita sebagai produsen tidak keluarkan lagi biaya untuk membawa ini golla (gula) ke pasar” (Bapak Sanuri)</i></p> |
| 4 | Peralatan produksi masih sangat sederhana | <p><i>“Peralatan yang dipakai masih sederhana tempat pembuatannya juga berlokasi di hutan dan dikebun sehingga semua alat yang dipakai tidak menggunakan teknologi, bahkan tungku perapian itu masih digunakan untuk memasak tuak (air nira)” (Bapak Huda)</i> <i>“Cetakan gulanya terbuat dari kayu, proses pemasakannya juga menggunakan wajan besar dengan bahan bakar kayu, dan tidak ada peralatan khusus atau canggih saat memproduksi gula aren” (Bapak Okeng)</i></p> |
| 5 | Petani aren hanya bergantung pada hasil penjualan gula aren | <p><i>“Hampir setiap hari saya memproduksi gula aren karena memang pendapatan saya bersumber dari situ, memang terkadang ada yang minat untuk membeli tua manis (air nira) yang dijadikan minuman, tapi harganya tidak seberapa” (Bapak Yusuf)</i> <i>“Kadang juga saya buat sapu lidi dari daun pohon enau (pohon aren) tapi harga dari sapu lidi tidak seberapa dibanding jika membuat gula aren” (Bapak Laomme)</i> <i>“Pembuatan sonri golla (parutan kelapa yang diberi gula merah cair) permintaan dari konsumen tidak terlalu banyak mungkin karena kurang diminati lagi, apa lagi sonri golla hanya ada diacara tertentu seperti pengantin, akikah dan ma’penre bola (syukuran rumah baru)” (Bapak Sanuri)</i></p> |

Evaluasi Faktor Lingkungan Internal

Tahap ini merupakan tahap lanjutan setelah identifikasi faktor lingkungan internal, berupa penyusunan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) untuk mendapatkan nilai skor. Nilai skor tersebut merupakan hasil penjumlahan hasil perkalian bobot dengan rating masing-masing indikator faktor strategis internal (Isyanto,dkk, 2017).

Tabel.11. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

| No | Kekuatan (<i>Strengths</i>) | Bobot | Rating | Nilai Skor |
|------------------|---|-------------|--------|-------------|
| 1 | Adanya pedagang pengepul | 0,09 | 4 | 0,36 |
| 2 | Hasil produk tidak menggunakan bahan kimia | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 3 | Peralatan atau sarana produksi terjangkau | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 4 | Proses pengelolaan gula aren dilakukan secara berkelanjutan | 0,9 | 3 | 0,27 |
| 5 | Sumber daya manusia yang memadai | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Sub total | | 0,44 | | 1,51 |
| No | Kelemahan (<i>Weakness</i>) | Bobot | Rating | Nilai Skor |
| 1 | Kemasan yang digunakan tidak menarik dan belum memiliki label | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 2 | Kurangnya media promosi | 0,09 | 1 | 0,09 |
| 3 | Jangkauan pemasaran hanya mencakup pada pedagang pengepul | 0,05 | 2 | 0,10 |
| 4 | Peralatan produksi masih sederhana | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 5 | Petani aren hanya bergantung pada hasil penjualan gula aren | 0,07 | 4 | 0,28 |
| Sub total | | 0,37 | | 0,95 |
| Total | | 0,81 | | 2,46 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Total skor yang diperoleh pada matriks IFAS sebesar 2,46 artinya semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengembangan usaha di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng dapat mengendalikan faktor lingkungan internalnya dan dapat menunjang pengembangannya.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threat (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan, yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kepeduduan dan sosial budaya (Fahmi dalam Nisak, 2014).

Identifikasi Peluang dan Ancaman Eksternal

Identifikasi faktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada pengembangan usaha gula aren di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini :

Tabel 12. Peluang dan Ancaman Eksternal

| No | Peluang (Opportunity) | No | Ancaman (Threats) |
|----|--|----|--|
| 1 | Pemberian jasa-jasa pelatihan dan pendampingan | 1 | Inovasi dalam corak belum berubah |
| 2 | Masyarakat sadar akan pola hidup sehat dengan mengkonsumsi produk gula aren berbahan alami | 2 | Banyaknya pesaing dari daerah lain |
| 3 | Permintaan konsumen terhadap gula aren yang semakin meningkat | 3 | Suatu saat ketersediaan bahan baku bisa saja sulit diperoleh |
| 4 | Produk merupakan produk tradisional dan ciri khas daerah | 4 | Rendahnya minat generasi penerus |
| 5 | Berkembangnya teknologi yang memudahkan dalam melakukan kemitraan dan komunikasi | 5 | Pembudidayaan bibit aren yang belum maksimal |

Tabel 13. Tabel Analisis lingkungan eksternal (peluang)

| NO | Faktor strategi-peluang | Keterangan |
|----|--|--|
| 1 | Pemberian jasa-jasa pelatihan | <i>“Pernah diadakan pertemuan dengan penyuluh, ada juga pelatihan untuk ibu-ibu rumah tangga dalam perencanaan pengembangan produk yang bisa menghasilkan inovasi baru terhadap gula aren” (Bapak Sanuri)</i> |
| 2 | Masyarakat sadar akan pola hidup sehat dengan mengkonsumsi produk gula aren berbahan alami | <i>“Produk gula aren yang dibuat bebas dari bahan kimia, jadi lebih aman kalau dikonsumsi oleh masyarakat selain itu gula aren juga bisa dibuat berbagai macam makanan dan minuman” (Bapak Huda)</i> <i>“Dari dulu gula aren kalau dicairkan bisa jadi minuman yang dicampur dengan jahe itu baik untuk kesehatan, apalagi yang diabetes cocok mengkonsumsi gula merah” (Bapak Yusuf)</i> |
| 3 | Permintaan konsumen terhadap gula aren yang semakin meningkat | <i>“Di Kabupaten Soppeng ini rata-rata bahkan hampir semua kue tradisionalnya menggunakan gula aren apalagi kalau ada acara mappabotting (pernikahan) kue yang disajikan dalam bosara itu berbahan dasar gula merah” (Bapak Laomme)</i> <i>“Seiring berkembangnya zaman ternyata sudah muncul berbagai minuman yang disukai oleh kalangan remaja, anak-anak bahkan orang dewasa juga yang ternyata menggunakan gula aren, yang anak saya bilang namanya boba yang bahan pembuatannya itu pakai gula aren dengan tepung ketan” (Bapak Yusufi)</i> <i>“Di café atau kedai minuman yang ada dikota soppeng juga menjual kopi aren yang dimana kopi dikolaborasikan dengan aren” (Bapak Okeng)</i> |
| 4 | Produk merupakan produk tradisional dan ciri khas daerah | <i>“Setiap ada keluarga yang datang dari kota, setiap pulang dia mintanya golla cella (gua merah) yang akan dijadikan oleh-oleh atau buah tangan untuk dibagikan ke para tetangganya” (Bapak Laomme)</i> <i>“Gula merah asli dibuat dari desa Mattabulu akan diolah keberbagai macam panganan ringan tradisional lalu diikutsertakan dalam sebuah pameran lokal yang diadakan sekali dalam setahun oleh pemerintah daerah yang ditangani langsung oleh instansi desa” (Bapak Huda)</i> |
| 5 | Berkembangnya teknologi yang memudahkan dalam | <i>“Penjualan produk lewat internet sebenarnya sangat bagus, selain memperluas jaringan pemasaran bisa juga gula aren dari desa</i> |

| NO | Faktor strategi-peluang | Keterangan |
|----|------------------------------------|--|
| | melakukan kemitraan dan komunikasi | <p><i>Mattabulu diketahui lebih luas lagi oleh masyarakat yang ada diluar sana</i>” (Bapak Okeng)</p> <p>“Sebenarnya bisa saja dijual secara online karena pemakaian hp atau telepon genggam sudah lumayan bisa digunakan kebetulan ada anak juga yang ajar, tinggal menunggu saja dibenahi infrastruktur dikarenakan kadang jaringan didesa tidak mendukung” (Bapak Huda)</p> |

Tabel 14. Tabel Analisis lingkungan eksternal (ancaman)

| NO | Faktor Strategi-Ancaman | Keterangan |
|----|--|---|
| 1 | Inovasi belum berubah | <p>“Cetakan yang digunakan itu berbentuk kerucut, karena hampir semua gula yang ada dipasaran bentuknya seperti itu” (Bapak Yusuf)</p> <p>“Pernah saya buat berbentuk balok memang lumayan berat dari pada yang berbentuk kerucut, tetapi kembali lagi keselera konsumen yang lebih menyukai gula yang berbentuk kerucut karena lebih praktis dan murah dibandingkan dengan yang berbentuk balok” (Bapak Huda)</p> |
| 2 | Banyaknya pesaing dari daerah lain | <p>“Sekarang di Soppeng sudah ada alfa dan indomaret katanya mereka menjual gula aren yang dikemas dan ada juga labelnya, namun soal rasa gula aren yang dibuat dari desa Mattabulu punya cirikhas tersendiri di hati konsumen dan juga sudah pasti terjamin tidak mengandung bahan kimia dan pengawet” (Bapak Sanuri)</p> <p>“Diberbagai pasar tradisional juga tidak menutup kemungkinan adanya gula aren dari daerah lain, karena mengingat kabupaten Soppeng berbatasan langsung dengan beberapa kabupaten” (Bapak Okeng)</p> |
| 3 | Suatu saat ketersediaan bahan baku bisa saja sulit diperoleh | <p>“Kendalanya mungkin lebih kebahan bakunya dikarenakan gula aren berasal dari tanaman enau, yang memiliki batas waktu dan tidak produktif lagi sehingga harus ditebang” (Bapak Yusuf)</p> <p>“Biasanya tergantung musim, kalau musim hujan terkadang air niranya tercampur dengan air hujan sehingga kualitasnya kurang baik” (Bapak Okeng)</p> |
| 4 | Rendahnya minat generasi penerus | <p>“Kurangnya minat sebagai pembuat gula aren, dan lebih memilih kerja yang lain, kebanyakan pelaku usaha baik itu petani aren hingga pembuat gula aren sudah tua dan berumur” (Bapak Huda)</p> <p>“Anak-anak saya punya cita-cita, memang sering membantu tapi mereka tidak ingin mendalami dan juga belum tertarik, lebih baik fokus kesekolah saja dan pendidikan untuk saat ini” (Bapak Yusuf)</p> |
| 5 | Pembudidayaan bibit aren yang belum maksimal | “Karen pohon aren tumbuh liar, sehingga tidak bisa dikembangkan menjadi perkebunan, kalaupun buahnya ditanam harus ditunggu sampai pohon besar dan berbuah” (Bapak Laomme) |

Evaluasi Faktor Lingkungan Eksternal

Evaluasi faktor lingkungan eksternal dilakukan menggunakan matriks EFAS, sebagaimana yang terlihat pada tabel berikut;

Tabel 15. Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

| No | Peluang (Opportunity) | Bobot | Rate | Nilai Skor |
|------------------|--|-------------|--------|-------------|
| 1 | Pemberian jasa jasa pelatihan dan pendampingan | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 2 | Masyarakat sadar akan pola hidup sehat dengan mengkonsumsi produk gula aren berbahan alami | 0,12 | 4 | 0,48 |
| 3 | Permintaan konsumen terhadap gula aren yang semakin meningkat | 0,09 | 3 | 0,27 |
| 4 | Produk merupakan produk tradisional dan ciri khas | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 5 | Berkembangnya teknologi yang memudahkan dalam melakukan kemitraan dan komunikasi | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Sub Total | | 0,49 | | 1,79 |
| No | Ancaman (Threats) | Bobot | Rating | Nilai Skor |
| 1 | Inovasi dalam corak belum berubah | 0,09 | 3 | 0,27 |
| 2 | Banyaknya pesaing dari daerah | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 3 | Suatu saat ketersediaan bahan baku bisa saja sulit diperoleh | 0,08 | 1 | 0,08 |
| 4 | Rendahnya minat generasi penerus | 0,08 | 2 | 0,16 |
| 5 | Pembudidayaan bibit aren yang belum maksimal | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Sub total | | 0,39 | | 0,93 |
| Total | | 0,88 | | 2,72 |

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2021

Total skor yang diperoleh pada matriks EFAS sebesar 2,72 artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancamannya. Kondisi ini menggambarkan bahwa peluang pengembangan usaha gula aren di Desa Mattabulu, Kecamatan Lalabata , Kabupaten Soppeng dapat menunjang pengembangannya.

3. Matriks SWOT

Tabel 16. Analisis Matriks SWOT

| | | KEKUATAN (S) | KELEMAHAN (W) |
|----------|-------------|---|---|
| Internal | PELUANG (O) | STRATEGI (S-O) | STRATEGI (W-O) |
| | Eksternal | | |
| | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pembeli tetap (pedagang pengepul) 2. Hasil produk tidak menggunakan bahan kimia 3. Peralatan atau sarana produksi terjangkau 4. Proses pengelolaan gula aren dilakukan secara berkelanjutan 5. Sumber daya manusia yang memadai | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan yang digunakan tidak menarik dan belum memiliki label 2. Kurangnya media promosi 3. Jangkauan pemasaran hanya mencakup pada pedagang pengepul 4. Peralatan produksi masih sederhana 5. Petani aren hanya bergantung pada hasil penjualan gula aren |

| THREATS (T) | STRATEGI (S-T) | STRATEGI (W-T) |
|--|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi dalam corak monoton 2. Banyaknya pesaing dari daerah lain 3. Suatu saat ketersediaan bahan baku bisa saja sulit diperoleh 4. Rendahnya minat generasi penerus 5. Pembudidayaan bibit aren yang belum maksimal | <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pedagang pengepul gula aren sehingga pembuat dapat memproduksi gula aren secara terus menerus meskipun inovasi dalam corak menoton namun konsumen membutuhkan rasa dan kualitas bukan sekedar bentuk dari gula aren 2. Mempertahankan kealamian produk gula aren yang bebas bahan kimia yang menjadi keunggulan dari pesaing lainnya 3. Dengan tetap memproduksi gula aren dikarenakan peralatan/sarana produksi terjangkau menjadikan petani gula aren tetap memproduksi walaupun dalam jumlah kecil ketika suatu waktu air nira akan sulit di peroleh | <ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikan kemasan produk agar menambah daya tarik konsumen 2. Memperluas jaringan pemasaran khususnya keluar daerah dengan memanfaatkan sosial media 3. Menambah informasi untuk menghindari kurangnya ketersediaan bahan baku sehingga tetap memenuhi permintaan pasar untuk mempertahankan agen (pedagang pengepul) 4. Pengoptimalan peralatan produksi agar menambah minat generasi penerus dan pemberian edukasi kepada generasi muda untuk mempertahankan kearifan lokal produk gula aren |

Strategi S-O

1. Memanfaatkan adanya pedagang pengepul sehingga dapat memproduksi gula aren dalam jumlah banyak dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dari ahli
2. Menjaga kualitas bahan baku produk agar sesuai dengan permintaan konsumen
3. Dengan tersedianya peralatan/sarana untuk dapat memproduksi gula aren yang terjangkau maka pemilik usaha dapat memenuhi permintaan yang semakin tinggi
4. Memaksimalkan proses pengelolaan gula aren secara berkelanjutan yang merupakan produk tradisional dan menjadi ciri khas daerah
5. Dengan adanya sumber daya manusia (SDM) yang memadai pemilik usaha dapat memanfaatkan teknologi untuk memudahkan dalam berkomunikasi dan melakukan kemitraan

Strategi S-T

1. Adanya pedagang pengepul gula aren sehingga pembuat dapat memproduksi gula aren secara terus menerus meskipun inovasi dalam corak menoton namun konsumen membutuhkan rasa dan kualitas bukan sekedar bentuk gula aren
2. Mempertahankan kealamian produk gula aren yang bebas bahan kimia yang menjadi keunggulan dari pesaing lainnya
3. Dengan tetap memproduksi gula aren dikarenakan peralatan/sarana produksi terjangkau menjadikan petani gula aren tetap memproduksi walaupun dalam jumlah kecil ketika suatu waktu air nira akan sulit di peroleh.

Strategi W-O

1. Dengan adanya jasa pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha dalam menciptakan ide kreatif dengan pemberian label pada kemasan
2. Kesadaran pola hidup sehat masyarakat dengan mengkonsumsi gula aren menjadikan produk akan dicari sehingga informasi akan menyebar dari konsumen ke konsumen lainnya
3. Meskipun peralatan produksi masih sederhana namun gula aren merupakan produk ciri khas daerah secara tradisional yang walaupun dikelola tetap diburu oleh konsumen sebagai bahan makanan yang digunakan setiap hari
4. Pemanfaatan teknologi dalam berkomunikasi dengan dinas terkait dalam pembibitan pohon aren

Strategi W-T

1. Perbaikan kemasan produk agar menambah daya tarik konsumen
2. Memperluas jaringan pemasaran khususnya keluar daerah dengan memanfaatkan sosial media
3. Menambah informasi untuk menghindari kurangnya ketersediaan bahan baku sehingga tetap memenuhi permintaan pasar untuk mempertahankan agen (pedagang pengepul)
4. Pengoptimalan peralatan produksi agar menambah minat generasi penerus dan pemberian edukasi kepada generasi muda untuk mempertahankan kearifan lokal produk gula aren.

Tabel 17. Perhitungan nilai skor terhadap Alternatif Strategi

| EFAS | IFAS | Kekuatan | Kelemahan |
|----------------|------|------------------------------------|------------------------------------|
| Peluang | | Strategi S-O 1,51 + 1,79 = 3,3 | Strategi W-O 0,95 + 1,79 = 2,74 |
| Ancaman | | Strategi S-T 1,51 + 0,93 = 2,72 | Strategi W-T 0,95 + 1,21 = 2,88 |

Berdasarkan hasil perhitungan analisis matriks SWOT alternatif strategi yang paling sesuai dengan keadaan faktor lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki dalam pengembangan usaha gula aren di Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng yaitu strategi S-O dengan skor alternatif strategi sebesar 3,3 hal ini menunjukkan bahwa pilihan strategi yang tepat adalah memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meraih peluang. Adapun kekuatan yang dimiliki yaitu :

1. Adanya pedagang pengepul pada usaha gula aren di Desa Mattabulu para pengrajin akan rutin memasarkan produknya kepada pedagang pengepul, dimana pedagang pengepul ini merupakan satu-satunya langganan tetap yang menjadi tangan pertama dalam pemasaran gula aren tersebut untuk disalurkan ke konsumen baik itu akan disalurkan ke berbagai pasar tradisional yang ada di Kabupaten Soppeng ataupun akan dikirim keluar daerah.
2. Hasil produk tidak menggunakan bahan kimia. Bahan baku dari pembuatan gula aren di Desa Mattabulu berasal dari bahan-bahan alami dimana proses pembuatan gula aren tidak menggunakan zat kimia yang berbahaya bagi tubuh, serta hasil produk tidak menggunakan pengawet.
3. Peralatan atau sarana produksi terjangkau
Peralatan yang digunakan dalam memproduksi gula aren sangat sederhana dimana tungku masih menggunakan bahan bakar alami seperti kayu bakar, cetakan gula aren juga terbuat dari balok yang dilubangi dengan membentuk kerucut dibagian dalam sehingga menghasilkan gula aren yang berbentuk kerucut. Penyadap air nira juga terbuat dari bambu yang berfungsi untuk menampung air nira dan jerny plastik yang menjadi wadah penyimpanan air nira sebelum diolah.
4. Proses pengelolaan gula aren dilakukan secara berkelanjutan
Air nira yang disadap disore hari akan diambil keesokan harinya tepatnya dipagi hari, setelah itu air nira akan diproses langsung untuk dimasak sehingga menjadi gula aren. Namun ketika jumlah air nira belum mencukupi maka air nira akan dipanaskan hingga menunggu sadapan selanjutnya tiba. Sehingga petani aren dapat memproduksi gula aren secara berkelanjutan.
5. Sumber daya manusia yang memadai
Para pengrajin gula aren rata-rata memiliki pengalaman kerja yang cukup lama, mereka telah mengalami banyak suka dan duka dalam merintis usaha tersebut. Adapun keterampilan dalam membuat gula aren telah turun temurun didapatkan dari orang tua terdahulu.

Tak hanya itu adapun peluang yang dapat diraih dengan memanfaatkan kekuatan yaitu :

1. Pemberian jasa pelatihan dan pendampingan
Dengan diadakannya pelatihan baik dari penyuluh atau tim kreatif dari pemberdayaan masyarakat kepada pelaku usaha atau petani gula aren dapat menambah wawasan baru sehingga tidak menutup kemungkinan dapat dilahirkannya rancangan untuk pengembangan usaha gula aren selanjutnya.
2. Masyarakat sadar akan pola hidup sehat dengan mengkonsumsi produk gula aren berbahan alami
Seiring berjalannya waktu masyarakat saat ini mulai menyadari betapa pentingnya kesehatan tubuh terlebih lagi sekarang kita sedang berada di masa pandemi covid19 yang mengharuskan kita lebih ekstra

- dalam menjaga daya tahan tubuh, dengan mengkonsumsi gula merah tanpa bahan kimia dan pengawet lain
3. Permintaan konsumen terhadap gula aren yang semakin meningkat
Hadirnya berbagai kuliner dikalangan masyarakat membuat gula aren tak sepi peminat, dikarenakan saat ini sudah banyak muncul panganan berbahan gula aren tak hanya itu minuman-minuman saat ini telah banyak dimodifikasi bahkan dikolaborasikan dengan gula aren yang menciptakan rasa yang pas dilidah masyarakat. Tak hanya itu ketika masyarakat mengadakan acara adat gula aren menjadi olahan dalam masakan beserta kue tradisional untuk acara tersebut bahkan gula aren juga terlibat dalam prosesi adat yang digelar.
 4. Produk merupakan produk tradisional dan ciri khas daerah, proses pembuatan gula aren masih sangat sederhana dan tidak melibatkan teknologi maka dari itu gula aren termasuk produk tradisional, sehingga gula aren memiliki daya tarik untuk dijadikan oleh-oleh atau buah tangan bagi pendatang di kota Soppeng. Selain itu keikutsertaan produk dalam sebuah pameran lokal dapat menambah nilai dalam hal menjaga kelestarian yang dapat menumbuhkan rasa peduli dan cinta produk lokal.
 5. Berkembangnya teknologi yang memudahkan dalam melakukan kemitraan dan komunikasi. Dalam memperluas jaringan pemasaran maka hadirnya teknologi dapat dimanfaatkan dalam menarik mitra agar dapat menjalin kerjasama, banyak hal yang bisa dilakukan seperti mengkomunikasikan atau menyampaikan kepada pemerintah setempat untuk mengikutsertakan dalam berbagai pameran, atau membuat platform disosial media untuk mempromosikan produk secara online, dengan begitu masyarakat diluar sana dapat mengetahui produk yang dibuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usaha gula aren di Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng dapat disimpulkan bahwa pemilihan strategi yang tepat untuk usaha gula aren ini adalah strategi yang mendukung pertumbuhan agresif yaitu strategi S-O (Strength–Opportunities) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada, dimana usaha ini harus mengoptimalkan peluang pasar dengan meningkatkan nilai proporsinya dan memperluas jaringan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferita, I., Tawarati, & Syarif, Z. (2015). *Identifikasi dan Karakterisasi Tumbuhan Enau (Arenga Pinnata) di Kabupaten Gayo Lues*. Seminar Nasional Masyarakat Biodiversitas, 31-37
- Lempang, M. (2012). *Pohon Aren dan Manfaat Produksinya*, Info teknis eboni vol.9 no.1, 37-54
- Mariati, R. (2013). *Potensi produksi dan prospek pengembangan tumbuhan aren (Arenga Pinnata) di Kalimantan Timur*. Jurnal Agrifor (12), 2-10
- Makkaerennu, Inda Rahmadani (2018) *Penerapan Business Model Canvas Pada Pengembangan Usaha Gula Aren Studi Kasus di Kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan*. Forestry Faculty Hasanuddin University. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika (JBMI)-vol18 no 1
- Pontoh, J. 2013. *Penentuan Kandungan Sukrosa Pada Gula Aren Dengan Metode Enzimatik*. Chem.Prog. 6(1).Manado.
- Priyono, S. 2006. *Analisa Kondisi Usaha dan Rancangan Ulang Tata Letak Industri Gula Merah Tebu (Studi Kasus di Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun)*. Skripsi Pada Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, F. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan ke-24. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Suhartati, A. 2000. *Strategis System Informasi Pada Institusi Pendidikan Tinggi Dengan Menggunakan Kerangka Framework, Analisis Pest dan SWOT*. Yogyakarta.
- Syamsu Alam dan Djafar Baco. *Peluang dan Pemanfaatan Tanaman Aren di Sulawesi Selatan, Aspek pengkajian Agroindustri dan Konservasi*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian, Sulawesi Selatan

- Wheelen, T.L. and Hunger, J.D. 2012. *Strategic Management and Business Policy; Achieving Sustainability*. Prentice Hall Provinsi Jaawa Timur. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12(1), 24-32
- Wicaksono, A. 2018. *Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta*. Politeknik APP. Jakarta