

Strategi Pengembangan Pemasaran Gula Aren di Kabupaten Garut

Gishni Sahila Azhari¹, Tintin Febrianti²

^{1,2}Agribisnis, Universitas Garut, Indonesia

gishnisahila@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima November 2024

Direvisi Desember 2024

Disetujui Januari 2025

Diterbitkan Januari 2025

ABSTRACT

Garut Regency has great potential in developing palm derivative products, especially palm sugar, as a regional superior commodity. However, marketing this product still faces various obstacles such as limited market access, lack of innovation in marketing strategies, and minimal use of technology. This research aims to identify and develop marketing development strategies for palm sugar products in Garut Regency using SWOT analysis. The research was conducted in three main palm sugar producing sub-districts, namely Bungbulang, Cisewu, and Pakenjeng, with data collection techniques through field surveys, interviews, and Focus Group Discussions (FGD) using descriptive methods and using purposive sampling techniques involving 30 respondents from palm sugar farmers and craftsmen. SWOT analysis identifies strengths, weaknesses, opportunities and threats related to sugar marketing. The results of the analysis produced 11 alternative development strategies with the main strategies supported by commodity stakeholders including plant rejuvenation, product diversification, technology training, strengthening modan and developing export markets. The implementation of this strategy is expected to expand market reach, increase farmers' income, and encourage Garut Regency palm sugar products to compete in national and international markets. This research emphasizes the importance of collaboration between farmers, craftsmen, government and the private sector for the desire and optimization of palm sugar marketing.

Keywords : Marketing Strategy; Palm Sugar; SWOT.

ABSTRAK

Kabupaten Garut memiliki potensi besar dalam pengembangan produk turunan aren, khususnya gula aren, sebagai komoditas unggulan daerah. Namun, pemasaran produk ini masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran, serta minimnya pemanfaatan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menyusun strategi pengembangan pemasaran produk gula aren di Kabupaten Garut menggunakan analisis SWOT. Penelitian dilakukan di tiga kecamatan utama penghasil gula aren, yaitu Bungbulang, Cisewu, dan Pakenjeng, dengan teknik pengumpulan data melalui survei lapangan, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD) menggunakan metode deskriptif serta menggunakan teknik *purposive sampling* melibatkan 30 responden dari kalangan petani dan pengrajin gula aren. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait pemasaran gula aren. Hasil analisis menghasilkan 11 alternatif strategi pengembangan dengan strategi utama yang di dukung stakeholder komoditas aren diantaranya peremajaan tanaman, diversifikasi produk, pelatihan teknologi, penguatan modan dan pengembangan pasar ekspor. Implementasi strategi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan petani, serta mendorong produk gula aren Kabupaten Garut untuk bersaing di pasar nasional maupun internasional. Penelitian ini

menekankan pentingnya kolaborasi antara petani, pengrajin, pemerintah, dan pihak swasta untuk keberlanjutan dan optimalisasi pemasaran gula aren.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran; Gula Aren; SWOT.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keanekaragaman sumber daya hayati yang berpotensi sekali untuk dikembangkan karena merupakan negara agraris. Akan tetapi, kurangnya strategi yang tepat dalam mengelola agroekosistem setempat, peluang yang ada menjadi belum maksimal. Hal ini dilihat dari berbagai aktivitas mulai dari budidaya, industri pengolahan hingga pemasaran dan penggunaannya [1].

Salah satu komoditas perkebunan dengan nilai ekonomis yang tinggi sehingga sangat prospektif untuk dikembangkan dan memiliki peluang besar dalam mengoptimalkan perekonomian suatu wilayah serta sangat potensial dalam hal mengatasi kekurangan pangan adalah tanaman aren (*Arenga Pinnata*). Tanaman ini sering ditemukan di daerah pinggiran hutan dan dapat beradaptasi dengan berbagai agroklimat, mulai dari dataran rendah hingga ketinggian 1400 meter di atas permukaan laut. Tanaman ini tersebar luas hampir di seluruh wilayah Indonesia [2]. semua bagian dari tanaman ini dapat dimanfaatkan mulai dari nira, batang, daun, dan ijuk.

Produk yang dihasilkan dari tanaman aren sangat dibutuhkan oleh pasar internasional sehingga berdampak pada peningkatan perekonomian nasional dengan mampu meningkatkan nilai ekspor. Produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomisnya paling besar adalah gula aren. Gula aren merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari tanaman aren berupa nira. Nira merupakan cairan yang memiliki rasa manis, diambil dari tandan pohon aren. Gula aren bisa digunakan sebagai bahan tambahan dalam berbagai produk pangan seperti pada pembuatan dodol dan kecap, penyedap rasa atau bahan tambahan dalam olahan makanan seperti kolak, aneka kue, dan makanan lainnya, serta sebagai pemanis pada minuman seperti kopi, bajigur, bandrek, dan lainnya [3].

Menurut Suryansyah dkk. (2018) Tanaman aren memiliki potensi lebih tinggi dalam menghasilkan gula dibandingkan tanaman tebu per unit luas lahan, dengan produksi gula dari aren mencapai 2,4 kali lipat lebih besar daripada tebu. Dengan demikian, gula aren memiliki potensi untuk menjadi komoditas pengganti gula pasir unggulan di dalam negeri, yang dapat mengurangi ketergantungan pada impor gula [4].

Peluang pengembangan aren di Jawa Barat memang cukup potensial baik ditinjau dari aspek sosial, ekonomi dan ekologi. Luas lahan pertanaman aren di Jawa Barat pada tahun 2020 yaitu 15.020 Ha dengan produksi aren 62.940 ton yang dikelola oleh 67.800 kepala keluarga (KK). Kabupaten Garut yang terletak di Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan tanaman aren. Tanaman aren di Kabupaten Garut terdapat seluas 2.864 Ha. Seluas 2.449 Ha merupakan tanaman menghasilkan yaitu mampu memproduksi gula aren sebanyak 16.168 ton per tahun. Sementara itu, terdapat seluas 128 Ha tanaman aren yang belum menghasilkan serta ada sebanyak 6.602 petani yang mengolah gula aren [5].

Meskipun produksi gula aren di Kabupaten Garut sangat banyak, pemasaran produk ini masih menghadapi berbagai kendala. Permasalahan utama yang dihadapi adalah terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas, rendahnya kesadaran konsumen tentang produk ini, serta minimnya inovasi dalam strategi pemasaran. Dengan demikian berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, diperlukan upaya mengidentifikasi atau menyusun strategi pengembangan pemasaran gula aren. Beberapa metode yang dapat digunakan untuk menyusun strategi pengembangan meliputi analisis pengembangan pasar, yaitu dengan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan berjalannya usaha gula aren. Oleh karena itu, diharapkan usaha gula aren di Kabupaten Garut dapat terus berkembang sehingga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan dikenal lebih luas meliputi pasar lokal, nasional hingga internasional. Jika produk gula aren mampu menembus pasar yang lebih luas, hal ini dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat, terutama dalam hal menyediakan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan petani, dan pelaku usaha di sektor ini.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Garut, Provinsi Jawa barat tepatnya di 3 Kecamatan diantaranya Kecamatan Bungbulang, Cisewu dan Pakenjeng. Penelitian dilakukan di Kecamatan tersebut karena sebagai sentra produksi aren tertinggi di Kabupaten Garut. Lalu memilih beberapa Desa dari masing-masing Kecamatan terpilih yang paling banyak memproduksi gula aren yaitu Desa Bojong, Tegalgede, Pasir Langu, Pamalayan dan Desa Cisewu. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus sampai bulan November 2024.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *data primer*, merupakan data yang diperoleh dari survey lapangan dan didapat melalui wawancara langsung dengan petani sekaligus pengrajin gula aren. *Data sekunder*, diperoleh dengan pengumpulan data yaitu teknik studi literatur dan bahan lain yang berkaitan dengan penelitian. Data yang didapat tersebut diolah menggunakan metode deskriptif.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria khusus yaitu pelaku usaha gula aren. Penelitian mencakup seluruh populasi, yakni 30 pelaku usaha gula aren yang terdiri dari petani dan pengrajin. Hanya diambil 30 karena sudah memenuhi kriteria. Hal ini dilakukan berdasarkan dengan teori yang dikemukakan oleh Sugiono (2018) bahwasanya penelitian dapat dilakukan ketika sudah memiliki sample dengan minimal 30 responden [6]. Di samping itu, penelitian juga menggunakan teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dengan *stakeholders* komoditas aren untuk triangulasi sumber agar data dapat dibandingkan dari berbagai perspektif, pendapat, dan pandangan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) dengan mempertimbangkan *Internal-Eksternal Factor*. Faktor internal merupakan faktor yang meliputi *Strength* dan *Weaknes*, sedangkan faktor eksternal mencakup *Opportunity* dan *Thread*.

Analisis *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi apa yang menjadi faktor kekuatan (*strengths*) internal
2. Mengidentifikasi apa yang menjadi faktor kelemahan (*weaknesses*) internal
3. Mengidentifikasi apa yang menjadi faktor peluang (*opportunities*) eksternal
4. Mengidentifikasi apa yang menjadi faktor ancaman (*threats*) eksternal
5. Mencocokkan faktor kekuatan (*strengths*) dengan faktor peluang (*opportunities*) untuk merumuskan strategi SO.
6. Mencocokkan faktor kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor peluang (*opportunities*) untuk merumuskan strategi WO.
7. Mencocokkan faktor kekuatan (*strengths*) dengan faktor ancaman (*threats*) untuk merumuskan strategi ST.
8. Mencocokkan faktor kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor ancaman (*threats*) untuk merumuskan strategi WT.

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk menilai faktor-faktor strategis dalam perusahaan. Matriks ini dengan jelas menggambarkan peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang ada. Matriks ini dapat menghasilkan empat alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal	STRENGTHS (S) Identifikasi 5 hingga 10 kekuatan internal	WEAKNESS (W) Identifikasi 5 hingga 10 kelemahan internal
Eksternal	OPPORTUNITY (O) Identifikasi 5 hingga 10 peluang eksternal	THREATS (T) Identifikasi 5 hingga 10 ancaman eksternal
	STRATEGI S-O Rumuskan strategi yang memakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Rumuskan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	STRATEGI S-T Rumuskan strategi yang memakai kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T Rumuskan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti [7]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal dan Eksternal

Terdapat faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan pemasaran produk gula aren di Kabupaten Garut, telah dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal yang mencakup aspek kekuatan dan kelemahan serta faktor strategis eksternal yang meliputi aspek peluang dan ancaman. Hasil wawancara dan kuesioner yang dilakukan kepada responden, terdapat beberapa faktor secara internal yang terdiri dari tujuh faktor kekuatan dan lima faktor kelemahan. Faktor eksternal berjumlah 10 faktor yang terdiri dari lima faktor peluang dan lima faktor ancaman.

1. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dalam pengembangan pemasaran gula aren di Kabupaten Garut adalah:
 - a. Produk tanpa bahan pengawet atau kimia. Selama memproduksi gula aren para pengrajin tidak mencampurkan bahan pengawet atau kimia saat proses pembuatannya, jikalau perlu para pengrajin hanya menambahkan bahan alami seperti akar kawao saat akan melakukan proses penyadapan yang dimasukan ke dalam lodong untuk mencegah penjamuran sehingga mutu nira baik sesuai dengan nilai kadar keasaman (pH) yang ideal yaitu di pH kisaran 6 sampai 7 [8].
 - b. Produk gula aren memiliki kualitas baik. Gula aren berkualitas dipengarungi oleh mutu nira yang bagus juga yaitu ditandai dengan rasa manis, beraroma harum serta warna bening agak kekuningan yang menghasilkan gula aren dengan warna yang bagus dan rasa yang khas. Berdasarkan salah satu kriteria kualitas gula aren menurut (SNI 01-3743-1995) adalah warna. BSN (1995) dalam Natawijaya dkk, (2018) menyebutkan standar warna gula aren yang ditetapkan adalah dari kuning kecokelatan hingga coklat. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil gula aren yang diproduksi di Kabupaten Garut [8].
 - c. Memiliki ciri khas. Gula aren yang dihasilkan oleh pengrajin memiliki ciri khas baik dari rasa maupun bentuk. Rasanya manis alami, tidak seperti gula aren yang memakai kimia yakni rasanya sedikit pahit. Dari segi bentuk, gula aren yang dihasilkan adalah bulat kecil seperti tabung, apabila melihat gula dari luar daerah bentuknya ada yang kerucut.
 - d. Daya simpan yang lama. Gula aren memiliki keunggulan tidak mudah basi karena sifatnya yang tidak dapat ditumbuhi bakteri dan menjadikannya memiliki masa simpan tak terbatas. Meskipun masa simpan gula aren tidak terbatas, sebaiknya gula aren digunakan dalam waktu dua tahun setelah pengolahan untuk mendapatkan rasa yang maksimal dan kualitas gula tetap dapat menurun jika tidak disimpan dengan benar.
 - e. Aren ramah lingkungan. Dikatakan ramah lingkungan karena tanaman aren tumbuh secara alami dan belum ada pembudidayaan, sehingga tidak memakai pestisida dan dibiarkan tumbuh begitu saja tanpa perawatan apapun.
 - f. Harga jual yang stabil. Harga gula aren tidak terlalu mengalami fluktuasi signifikan dalam jangka waktu tertentu, pengrajin memberi harga jual cenderung stabil dengan kisaran Rp. 15.000 sampai Rp. 20.000 per kilogram gula aren.
2. Faktor-faktor yang menjadi kelemahan (*weaknesses*) dalam pengembangan pemasaran gula aren di Kabupaten Garut adalah:
 - a. Kemasan produk yang masih sederhana. Kemasan yang dimiliki pengrajin untuk produk gula aren adalah daun kelapa dan juga plastik klip untuk ukuran 1 sampai 10 kg, sedangkan untuk diatas ukuran 10 kg itu biasa menggunakan karung anyam. Hal ini disebut sederhana karena sifatnya kurang aman berbeda dengan daerah lain yang sudah menggunakan kardus dan toples yang membuat produk lebih aman.

- b. Peralatan yang digunakan masih sederhana. Untuk segala macam peralatan yang dipakai menggunakan bahan yang diambil dari alam, mulai dari lodong untuk mengambil air nira terbuat dari bambu serta cetakan untuk gula membuat sendiri dari bambu yang dipotong bulat kecil-kecil. Proses pengolahan gula aren juga dibuat di tungku tradisional menggunakan bahan bakar kayu.
 - c. Akses pasar yang jauh. Lokasi pengolahan gula aren berada di daerah pedesaan yang jauh dari pusat kota dengan kondisi jalan yang tidak layak dan ketersediaan kendaraan yang tidak memadai sehingga para pengrajin bergantung pada tengkulak untuk memasarkannya.
 - d. Aliran dana atau modal masih terbatas. Dana yang dimiliki para pengrajin masih sangat terbatas dan seringkali tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan seperti menambah tenaga kerja dan membeli alat dan bahan produksi yang mendukung untuk memaksimalkan hasil produksi.
 - e. Belum memiliki toko atau outlet. Pengrajin mengolah dan menyimpan gula aren yang sudah jadi di rumah masing-masing tanpa adanya gudang penyimpanan, jika ada yang membeli, konsumen biasa langsung datang ke rumah pengrajin. Beberapa pengrajin memiliki alasan mengapa belum memiliki toko atau outlet, hal itu disebabkan oleh tidak cukupnya dana dan pengrajin lebih fokus pada produksi daripada distribusi langsung.
 - f. Kurangnya media promosi. Pengrajin biasa mendistribusikan produknya secara tidak langsung kepada tengkulak dan menjual kepada masyarakat sekitar sehingga belum ada promosi. Apabila terdapat konsumen dari luar daerah biasanya mereka mendapatkan informasi mengenai penjualan gula aren tersebut hanya dari mulut ke mulut dan mengetahui bahwasanya di 3 Kecamatan tersebut adalah sentra produksi aren.
3. Faktor-faktor yang menjadi peluang (*Opportunities*) dalam pengembangan pemasaran gula aren di Kabupaten Garut adalah:
- a. Semakin tingginya permintaan produk gula organik. Konsumen semakin sadar akan pola hidup sehat lalu menjadikan produk gula aren sebagai pilihan karena produk gula aren ini bebas dari bahan kimia dan lebih sehat dibandingkan dengan produk gula lainnya. Gula aren organik selain digunakan sebagai pemanis makanan dan minuman sering kali digunakan juga sebagai bumbu masak.
 - b. Perkembangan teknologi dan informasi. Dalam pemasaran gula aren teknologi dan informasi sangat membantu, saat ini pemasaran sudah dapat dilakukan secara digital untuk mejangkau pasar yang lebih luas melalui platform media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp. Ada juga toko online sebagai platform untuk menjual gula aren yang memungkinkan pengrajin menjual langsung kepada konsumen tanpa perantara dan untuk konsumen jarak jauh bisa menggunakan layanan antar yaitu jasa antar paket yang diantar oleh kurir.
 - c. Potensi pasar ekspor terbuka. Permintaan akan produk organik yang semakin meningkat di pasar internasional menunjukkan potensi ekspor gula aren yang besar. Gula aren memiliki daya tarik sebagai bahan dasar dalam
-

- industri makanan dan minuman. Selain itu, kemajuan teknologi internet juga membuka peluang pasar yang lebih luas, baik untuk pasar lokal maupun ekspor.
- d. Dukungan dari pemerintah setempat dan lembaga swasta dalam pengembangan aren. Pemerintah setempat telah memberikan dukungan terhadap pengembangan produk gula aren dengan memberikan arahan mengenai pembudidayaan dan pemasarannya. Banyak lembaga swasta juga yang ikut berkontribusi untuk mengembangkan potensi tanaman aren.
 - e. Kafe atau kedai menjadi tren kuliner. Saat ini banyak sekali minuman kekinian yang menggunakan gula aren, seperti kopi susu gula aren di kafe sebagai pilihan minuman yang lebih sehat karena mengandung nutrisi lebih banyak dan memiliki indeks glikemik lebih rendah dengan rasa yang khas.
4. Faktor-faktor yang menjadi ancaman (*threats*) dalam pengembangan pemasaran gula aren di Kabupaten Garut adalah:
- a. Tidak ada penerus petani aren. Rata-rata anak muda lebih memilih pekerjaan lain dan tidak minat akan menjadi petani aren. Regenerasi petani aren saat ini berjalan lambat dan sebagian besar didominasi oleh mereka yang berusia mulai dari 45 tahun ke atas.
 - b. Keberlanjutan populasi terganggu. Tanaman aren tumbuh secara alami dan sampai saat ini belum ada pembudidayaannya. Menurut petani setiap tahunnya selalu ada tanaman aren yang sudah tua dan berhenti berproduksi, bahkan selalu ada penebangan yang membuat tanaman aren berkurang.
 - c. Tuntutan standar mutu ekspor yang tinggi. Kualitas gula aren yang akan diekspor harus dapat dipastikan dengan memperhatikan kebersihan nira aren, proses produksi yang higienis, kandungan gula yang tepat, serta pengujian laboratorium untuk memastikan parameter kualitas yang sesuai. Saat ini syarat rata-rata untuk bisa ekspor adalah dengan adanya sertifikat organik
 - d. Naiknya biaya produksi. Sampai saat ini proses produksi gula aren masih menggunakan alat sederhana seperti tungku tradisional yang mana bahan bakarnya adalah kayu dan harganya semakin naik karena susah didapatkan.
 - e. Perubahan iklim dan cuaca. Di musim kemarau kualitas gula aren sangat bagus sedangkan di musim hujan jumlah kadar air lebih tinggi. Kadar air yang sangat tinggi dapat menurunkan kualitas gula aren, membuat warnanya lebih gelap, dan memperpanjang proses pengolahan.

Matriks SWOT

Tabel 2. Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
INTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tanpa bahan pengawet 2. Produk gula aren berkualitas baik 3. Memiliki ciri khas 4. Daya simpan lama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan produk masih sederhana 2. Peralatan yang digunakan masih sederhana 3. Akses pasar jauh

EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 5. Aren yang ramah lingkungan karena tidak menggunakan bahan kimia pestisida 6. Harga jual stabil 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Aliran dana/modal masih terbatas 5. Belum memiliki toko atau outlet 6. Kurangnya media promosi
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin tingginya permintaan produk gula organik 2. Perkembangan teknologi dan informasi 3. Potensi pasar ekspor terbuka 4. Adanya dukungan dari pemerintah dan swasta 5. Kafe atau kedai menjadi trend kuliner 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan teknologi dan informasi (S4, S5, O2) 2. Mengembangkan pasar ekspor (S2, S6, O3) 3. Mengembangkan kemitraan (S1, S2, S4, S5, S6, O5) 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan teknologi (W1, W2, W3, O2, O4) 2. Memperkuat media promosi (W6, O2, O5)
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada penerus petani aren 2. Keberlanjutan populasi terganggu 3. Tuntutan standar mutu ekspor yang tinggi 4. Naiknya biaya produksi 5. Perubahan iklim dan cuaca 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan daya saing produk (S3, S6, T3) 2. Peremajaan tanaman (S2, S4, S6, T2) 3. Meningkatkan produksi untuk stok (S4, T5) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi produk (W1, W2, T5) 2. Penguatan modal (W4, T4) 3. Pengembangan regenerasi petani (T1)

Berdasarkan analisis matriks SWOT dapat diperoleh strategi-strategi yaitu Strategi SO (*Strengths-Opportunities*): 1) memanfaatkan teknologi dan informasi, dilakukan dengan menggunakan faktor kekuatan (S4) memiliki daya simpan lama dan (S5) aren yang ramah lingkungan karena tidak menggunakan bahan kimia pestisida, untuk memanfaatkan faktor peluang (O2) perkembangan teknologi dan informasi. Strategi ini bertujuan untuk memasarkan produk secara online dan memperluas jangkauan konsumen dengan mengenalkan keunggulan dari produk gula aren. 2) pengembangan pasar ekspor, dilakukan dengan menggunakan kekuatan (S2) produk gula aren berkualitas baik dan (S6) harga jual yang stabil untuk memanfaatkan peluang (O3) pasar ekspor yang terbuka. Strategi ini meliputi beberapa aspek yaitu dengan menganalisis pasar, memperkuat merek dagang, *packaging*, dan sertifikasi produk. 3) mengembangkan kemitraan, dilakukan dengan menggunakan faktor kekuatan (S1) produk tanpa bahan pengawet, (S2) produk

gula aren berkualitas baik, (S4) daya simpan lama, (S5) aren yang ramah lingkungan karena tidak menggunakan kimia pestisida, dan (S6) harga jual yang stabil untuk memanfaatkan peluang (O5) kafe atau kedai menjadi trend kuliner. Strateginya yaitu dengan bekerja sama untuk menjual produk gula melalui kafe atau kedai lokal untuk meningkatkan visibilitas.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*): 1) pelatihan teknologi, yang dilakukan dengan meminimalkan faktor kelemahan (W1) kemasan produk masih sederhana dan (W2) peralatan yang digunakan masih sederhana serta (W3) akses pasar jauh, untuk memanfaatkan faktor peluang (O1) semakin tingginya permintaan produk gula organik dan (O2) perkembangan teknologi dan informasi, serta (O4) dukungan dari pemerintah dan swasta. Strategi ini bertujuan agar para petani sekaligus pengrajin lebih terampil menggunakan teknologi dalam mengelola usahanya dengan dibantu oleh pemerintah. Bisa mengembangkan produk dengan berinovasi mengganti kemasan, mengetahui jasa antar produk untuk lebih memudahkan dalam pengiriman karena banyaknya permintaan dan juga teknologi berupa mesin untuk produksi. 2) memperkuat media promosi, dilakukan dengan menggunakan kelemahan (W6) kurangnya media promosi untuk memanfaatkan faktor peluang (O2) perkembangan teknologi dan informasi dan (O5) kafe atau kedai menjadi tren kuliner. Strategi promosi ini sangat penting dilakukan untuk bisa memperluas pasar.

Strategi ST (*Strengths-Threats*): 1) meningkatkan daya saing produk, dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan (S3) memiliki ciri khas dan (S6) harga jual yang stabil untuk mengatasi faktor ancaman (T3) tuntutan standar ekspor yang tinggi. Strategi ini dilakukan dengan menambahkan kapasitas produksi gula dengan harga yang kompetitif serta potensi pasar lebih luas hingga ke tingkat internasional dan tentunya berkelanjutan. 2) peremajaan tanaman, dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan (S2) produk gula aren berkualitas baik, (S4) memiliki daya simpan lama dan (S6) harga jual yang stabil untuk mengatasi ancaman (T2) keberlanjutan populasi terganggu. Mengetahui ancaman tersebut maka strategi ini sangat perlu dilaksanakan agar potensi dari gula aren ini tidak redup. 3) meningkatkan produksi untuk stok, dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan (S4) memiliki daya simpan lama untuk mengatasi ancaman (T5) perubahan iklim dan cuaca. Untuk menghindari ketidaknyamanan dalam usaha karena ancaman perubahan iklim, maka petani perlu memproduksi lebih banyak saat musim kemarau tiba dengan rajinnya menyadap dan langsung mengolah sebagai persediaan penjualan saat musim hujan tiba.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*): 1) diversifikasi produk, dilakukan dengan meminimalkan faktor kelemahan (W1) kemasan produk masih sederhana, dan (W2) peralatan yang digunakan masih sederhana serta menghindari ancaman (T5) perubahan iklim dan cuaca. Strategi ini perlu dilakukan dengan mengembangkan produk turunan untuk mengantisipasi perubahan permintaan pasar. 2) penguatan modal, dilakukan dengan meminimalkan kelemahan (W4) aliran dana atau modal masih terbatas dan menghindari ancaman (T4) naiknya biaya produksi. Strategi ini bertujuan agar petani sekaligus pengrajin berkolaborasi dengan pemerintah atau lembaga keuangan untuk mendapatkan akses modal. 3) pengembangan regenerasi petani. Strategi ini dilakukan dengan meminimalkan kelemahan (W2) peralatan

yang digunakan masih sederhana, serta menghindari ancaman (T1) tidak ada penerus petani aren. Strategi ini perlu dilakukan dengan meningkatkan efisiensi peralatan produksi untuk menarik minat anak muda serta memberikan edukasi kepada mereka agar terus melestarikan nilai-nilai tradisional dalam produksi gula aren.

Berdasarkan sebelas alternatif strategi yang telah dipaparkan, berikut adalah strategi yang dianggap paling utama dan mewakili dari keseluruhan alternatif strategi pengembangan pemasaran gula aren serta didukung dengan pernyataan para *stakeholder* komunitas aren di FGD:

1. Peremajaan tanaman, telah diketahui bahwasanya tanaman aren ini tumbuh alami atau seringkali orang mengetahuinya ditanam oleh musang. Asep Muzni dari Dinas Pertanian menyebutkan bahwa banyak musang yang ditangkap pemburu. Oleh karena itu dari dinas pertanian mengupayakan musang tersebut dilestarikan untuk membantu para petani. Selain itu Ade Burhan, sekretaris jenderal dari MKI memberikan solusi sesuai dengan gagasan yang mereka punya yaitu "menanam sejuta bibit pohon kawung". MKI menyediakan bibit untuk bisa ditanam sebagai peremajaan tanaman aren. Untuk lahannya sendiri, Acep Hamdan dari Dinas Kehutanan menyarankan agar melaksanakan kegiatan pembuatan demplot seperti koperasi albayyinah di Pakenjeng, ada sekitar 1000 Ha lahan dan untuk komoditas bisa disediakan sekitar 10 Ha.
2. Diversifikasi produk, ini penting dilakukan karena memanfaatkan potensi yang dimiliki tanaman aren. Muhamad Fajar S, dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan ESDM Disperdag ESDM mengungkapkan bahwa di 1 Kecamatan terdapat tanaman aren yang bisa menghasilkan gula sampai 5 ton perhari, dengan ini harapannya para pengrajin bisa diversifikasi turunannya seperti gula semut dan gula cair.
3. Pelatihan teknologi, salah satu aspek dalam strategi ini adalah menggunakan teknologi berupa mesin untuk produksi. Disperdag ESDM menyatakan bahwa "Di Kecamatan Cisewu dan beberapa Kecamatan, dinas pernah mendatangkan mesin pengolah gula semut, apabila pengrajin giat memproduksi tentu akan kami dukung". Hal ini tentu menjadi harapan bagi para petani untuk bisa lebih berkembang.
4. Penguatan modal, dilakukan dengan para petani sekaligus pengrajin berkolaborasi dengan pemerintah atau swasta seperti badan usaha gula aren untuk meminimalkan modal pemasaran dan meningkatkan harga jual. Para pengrajin bisa berkolaborasi dengan UMKM areniss atau aren sewu sebagai mitra tetap.
5. Pengembangan pasar ekspor, terdapat beberapa aspek dalam strategi ini salah satunya inovasi *packaging* dan sertifikasi produk. Yadi Arriyadi dari Dinas Koperasi dan UKM menjelaskan bahwa Diskop UKM mendukung berkembangnya usaha gula aren dengan menyediakan layanan *packaging*, selain itu ada juga sertifikasi P-IRT untuk mengakses informasi bisa di cek di instagram @diskopukm.garut. Selain itu BRIN juga menyediakan sertifikasi organik untuk UMKM, yaitu sertifikasi khusus dan dibiayai untuk kebutuhan ekspor. Soeranto dari BRIN juga mengarahkan UMKM untuk menyusun

produk SNI agar produk yang dipasarkan bisa menjadi pilihan konsumen dalam memilih produk berkualitas.

PENUTUP

Harapannya usaha gula aren di Kabupaten Garut dapat terus berkembang sehingga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan dikenal lebih luas baik di pasar lokal, nasional maupun internasional. Perlu diupayakan identifikasi atau menyusun strategi pengembangan pemasaran gula aren dengan analisis pengembangan pasar, yaitu analisis SWOT yang digunakan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan berjalannya usaha gula aren.

Berdasarkan analisis faktor internal dan faktor eksternal menggunakan Matriks SWOT didapatkan 11 alternatif strategi sebagai berikut: Strategi *Strengths-Opportunities*: 1) memanfaatkan teknologi dan informasi, 2) mengembangkan pasar ekspor, 3) mengembangkan kemitraan. Strategi *Weaknesses-Opportunities*: 1) pelatihan teknologi, 2) memperkuat media promosi. Strategi *Strengths-Threats* 1) meningkatkan daya saing produk, 2) peremajaan tanaman, 3) meningkatkan produksi untuk stok. Strategi *Weaknesses-Threats* 1) diversifikasi produk, 2) penguatan modal, 3) Pengembangan regenerasi petani.

Adapun strategi yang dianggap paling utama dan mewakili dari keseluruhan alternatif serta didukung dengan pernyataan para *stakeholder* komunitas aren di FGD: 1) peremajaan tanaman, 2) diversifikasi produk, 3) pelatihan teknologi, 4) penguatan modal dan 5) pengembangan pasar ekspor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan output dari Magang Mandiri yang didukung oleh PK-KM ISS MBKM Universitas Garut. Kami berterima kasih kepada *stakeholder* komoditas aren yang telah memberikan wawasan berharga dan keahlian yang sangat mendukung penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. A. Evalia, "Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren," *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 12 No. 1, pp. 57-67, 2015.
- [2] N. R. Suryansyah, "STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS GULA AREN DI KABUPATEN SEKADAU," *Jurnal Social Economic of Agriculture*, Volume 7, Nomor 1, pp. 62-72, 2018.
- [3] R. M. S. A. M. Andjar Astuti, "ANALISIS PERILAKU EKONOMI RUMAH TANGGA PENGRAJIN GULA AREN DI KABUPATEN LEBAK BANTEN," *Jurnal Agribisnis Terpadu*, pp. 190-202, 2015.
- [4] Sophia, "ANALISIS BIAYA, PENDAPATAN DAN KELAYAKAN USAHA PADA PENGOLAHAN GULA AREN CETAK (Studi Kasus Pada Pengrajin Gula Aren Cetak Skala Industri Rumah Tangga di Desa Malapari, Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang Hari, Provinsi Jambi)," *Journal of Social and Economics Research*, pp. 52-60, 2020.

- [5] K. Pertanian, STATISTIK PERKEBUNAN NON UNGGULAN NASIONAL 2020-2022, Indonesia: Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan, Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian, 2022.
- [6] Sugiono, METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D, Bandung: Alfabeta, 2018.
- [7] F. Rangkuti, ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- [8] S. U. Dedi Natawijaya, "ANALISIS RENDEMEN NIRA DAN KUALITAS GULA AREN (*Arenga pinnata* Merr.) DI KABUPATEN TASIKMALAYA," *Jurnal Agroforestri Indonesia*, pp. 57-64, 2018.