

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Pemikiran

1. Konsepsi Gula Aren

Aren atau enau (*Arenga pinnata Merr*) merupakan salah satu jenis tanaman palma yang potensial dan dapat tumbuh dengan baik di daerah tropis, termasuk di Indonesia. Dalam literatur bahasa Inggris disebut sugar palm, gomuti palm, dan aren palm. Sesungguhnya tanaman aren (*Arenga pinnata*) sudah sangat lama dikenal di Indonesia dan tingkat dunia. Di Indonesia aren diberi nama yang berbeda antar daerah, misalnya di Sunda disebut kawung, aren di Jawa dan Madura, serta bak juk di Aceh, sementara untuk masyarakat Minangkabau disebut anau (Pondaag *et al.*, 2019).

Pohon aren memiliki manfaat dan nilai ekonomis yang tinggi, selain sebagai tanaman konservasi, hampir seluruh bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan menjadi berbagai produk seperti, gula aren, sumber pati (aci) dan bahan kerajinan/perabotan rumah tangga (Agustanti *et al.*, 2024). Nira aren mengandung beberapa zat gizi antara lain karbohidrat, protein, lemak, dan mineral. Nira yang segar berasa manis, berbau khas nira, dan tidak berwarna. Rasa manis pada nira disebabkan kandungan karbohidratnya mencapai 11,28%. Nira yang baru menetes dari tandan bunga mempunyai pH sekitar 7 (pH netral) (Wulantika, 2020).

Nira aren mudah mengalami kerusakan karena dipengaruhi oleh kondisi lingkungan selama penyadapan dan pengangkutan ke tempat pengolahan dan kerusakan akibat proses fermentasi. Fermentasi ini disebabkan oleh mikroba yang mengkontaminasi nira. Mikroba tersebut yaitu *Saccharomyces cerevisiae*, yang membantu proses hidrolisis sukrosa menjadi gula reduksi di dalam nira. Pada proses fermentasi nira derajat brix akan menurun dengan cepat, sementara kandungan seperti asam asetat, asam laktat, dan asam tartarat cenderung meningkat. Perubahan ini ditandai dengan penurunan pH dan kadar brix. Persyaratan pH dan brix yang harus ada pada nira sehingga dapat diolah menjadi gula aren, yaitu pH harus berkisar 6 sampai 7,5 dan kadar brix di atas 17% (Hutami *et al.*, 2023).

Gula aren berasal dari nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon enau (aren) yang akan tumbuh mulai dari ruas paling atas secara terus menerus sampai ke ruas yang paling bawah. Sementara bunga betinanya yang menghasilkan buah kolang-kaling hanya tumbuh pada ruas-ruas paling atas. Usia produktif aren sebagai penghasil nira bisa mencapai 10 tahun lebih. Usia sadap satu malai bunga bisa sampai 6 bulan. Panjang pendeknya usia sadap aren, ditentukan oleh panjang pendeknya tangkai bunga jantan, ketajaman pisau sadap dan kepiawaian penyadap dalam menyisir tangkai bunga (Rangkuti *et al.*, 2020).

Gula aren sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu pemanis makanan dan minuman yang bisa menjadi substitusi gula pasir (gula tebu). Gula aren diperoleh dari proses penyadapan nira aren yang kemudian dikurangi kadar airnya hingga menjadi padat. Produk gula aren ini adalah berupa

gula cetak dan gula semut. Gula cetak diperoleh dengan memasak nira aren hingga menjadi kental seperti gulali kemudian mencetaknya dalam cetakan berbentuk setengah lingkaran. Untuk gula semut, proses memasaknya lebih panjang yaitu hingga gula aren mengkristal, kemudian dikeringkan (dijemur atau dioven) hingga kadar airnya di bawah 3%. Jenis yang terakhir ini memiliki keunggulan yaitu berdaya tahan yang lebih lama, lebih higienis dan praktis dalam penggunaannya (Hatim *et al.*, 2020).

2. Konsepsi Strategi

Untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan, pimpinan perusahaan senantiasa dituntut untuk berfikir secara strategis mengenai posisi dan kemampuan kompetitif perusahaannya dan pengaruh perkembangan lingkungan luar terhadap perusahaannya. Pimpinan perusahaan harus mengetahui strategi yang harus dibuat dalam menghadapi suatu perubahan atau situasi tertentu. Menurut Nadeja dan Paua dalam (Kamaluddin, 2020), strategi adalah sebuah kerangka kerja atas segala sesuatu yang penting, seperti kewirausahaan, persaingan dan fungsional yang akan diterapkan untuk mewujudkan tujuan perusahaan serta posisi perusahaan untuk mendapatkan keberhasilan yang berkesinambungan (Kamaluddin, 2020).

Secara umum strategi merupakan proses penentuan rencana parapemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Putra, 2021). Menurut Barney dalam (Kirana Anggraeni *et al.*, 2017),

mendefinisikan strategi sebagai teori perusahaan tentang bagaimana bersaing dengan sukses. Strategi yang dibuat bersifat konsisten dan realistis sesuai dengan situasi dan kondisi-kondisinya, aksi potensial yang membutuhkan sumber daya dalam jumlah besar. Tujuan strategi bertujuan untuk menyediakan arah dan momentum yang di perlakukan untuk menyempurnakan suatu kinerja perencanaan. Tujuan strategi adalah kekuatan-kekuatan sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti internal untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan persaingan. Tujuan strategi berkaitan dengan pengidentifikasian sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti yang menjadi basis suatu perusahaan untuk tindakan-tindakan strategisnya (Robert *et al.*, 2024).

Strategi umumnya berkaitan dengan istilah yang digunakan dalam peperangan, ini dikarenakan peperangan sering menggunakan term atau istilah strategi yang diartikan sebagai suatu cara dalam memenangkan peperangan, namun saat ini strategi tidak hanya terbatas pada kegiatan militer saja tetapi telah mencakup aspek-aspek lain yang lebih luas. Menurut Siagian dalam (Khamarullah, 2018) dalam merumuskan strategi ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan yaitu:

- a. Strategi yang dirumuskan harus konsisten dengan situasi yang dihadapi organisasi.
- b. Strategi harus mampu memperhitungkan secara realistic kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, sarana, prasarana dan dana yang diperlukan untuk menjalankan strategi tersebut.

- c. Strategi yang ditentukan dilaksanakan secara teliti. Tolak ukur efektif tidaknya suatu strategi bukan terlihat pada proses perumusannya namun mencakup juga pada pelaksanaannya. Strategi ditetapkan oleh organisasi sebagai keberlanjutan dari perencanaan kegiatan yang dilakukan dan tentunya tidak terlepas dari rangkaian kegiatan yang akan dicapai pada masa yang akan datang.

3. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil Menengah (UKM) ialah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia (Tamyiz *et al.*, 2019). Usaha Kecil Menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.

Permasalahan yang dihadapi UKM disarikan sebagai berikut: (a) kurang permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, (d) kualitas manajemen rendah, (e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah, (g) kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, (h) aspek legalitas lemah dan (j) rendahnya kualitas teknologi (Tamyiz *et al.*, 2019). Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UKM, maka dibutuhkan suatu strategi pengembangan UKM agar perkembangan UKM di Indonesia berjalan dengan cepat, permasalahan yang dihadapi UKM

dapat direduksi dan UKM mempunyai keunggulan yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, semua permasalahan yang dihadapi UKM sebaiknya dijadikan input atau bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pengembangan agar strategi tersebut bersifat komprehensif dan dapat berjalan efektif dan efisien.

Pada sektor usaha berukuran kecil dan menengah, peran manajemen selalu berasal dari ukuran organisasi dan peran pemilik (Claudia *et al.*, 2020). Fungsi manajemen paling penting tidak ditentukan terlalu jauh oleh fakta bahwa manajemen mempunyai tanggung-jawab untuk perumusan dan pelaksanaan strategi. Asumsi bahwa daya saing dibuat atau setidaknya dipengaruhi oleh seluruh kegiatan manajemen, dalam hal fitur dan fungsi manajemen dengan fokus pada sumberdaya, kompetensi dan proses, namun tidak selalu mengurangi tingkat pentingnya manajemen strategis. Perusahaan besar tanggung jawab untuk manajemen strategis mengambil seluruh departemen analisis dan kompetensi manajer, tetapi dalam usaha kecil peran manajer utama diambil oleh pemilik.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu bentuk analisis situasi, yang memandang faktor internal dan faktor eksternal perusahaan/organisasi lembaga sebagai faktor yang sangat menentukan bagi eksistensi perusahaan/organisasi/lembaga ke depan. Analisis SWOT digunakan sebagai dasar penentuan strategi untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta tantangan dan peluang yang akan dihadapi oleh UMKM. Untuk menerapkan perencanaan strategi untuk pengembangan usaha memerlukan analisis SWOT. Menurut Rangkuati (2020), dengan melakukan analisis SWOT diharapkan dapat di

peroleh perumusan alternatif strategi yang tepat bagi perusahaan guna mengatasi adanya kesenjangan antara peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang ada dalam pengembangan usaha. SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) yang dihadapi oleh petani dalam mengembangkan usaha. Analisis SWOT membandingkan antara kedua faktor tersebut.

Langkah-langkah penyusunan analisis SWOT pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

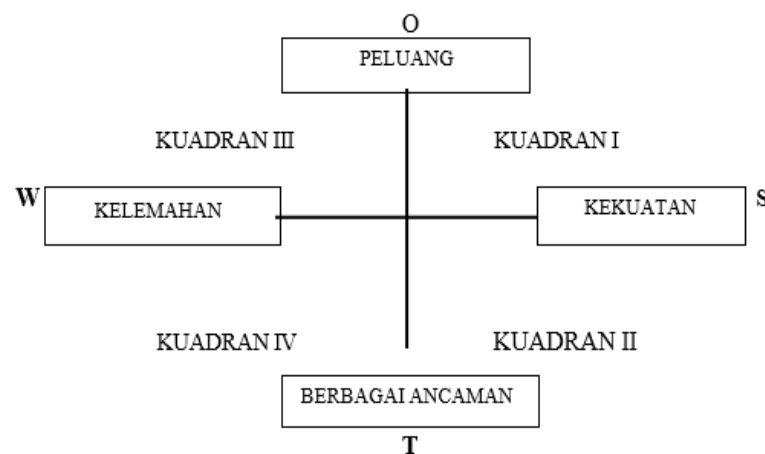
- a. Analisis faktor internal adalah merupakan kondisi internal pengrajin secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi keberhasilan dalam pengembangan usaha sehingga tercapainya tujuan.
- b. Analisis faktor eksternal adalah kondisi dari luar usaha yang secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi dalam perkembangan usaha dalam mencapai tujuan. Apabila kondisi eksternal menjadi penghambat keberhasilan dalam perkembangan usaha industri kecil maka itu merupakan ancaman.
- c. Pembobotan merupakan nilai bobot yang diberikan pada setiap indikator yang dikaji dalam usaha industri kecil.

Dalam menganalisis identitas peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, dapat dibuat kemungkinan strategi berdasarkan pertimbangan kondisi empat faktor diatas sebagai berikut:

- a. Strategi SO adalah strategi yang berdasarkan pemanfaatan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- b. Strategi ST adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh usaha dengan cara menghindari ancaman.
- c. Strategi WO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.
- d. Strategi WT adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang ditunjukkan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Diagram analisis SWOT (Rangkuti, 2020) dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

Keterangan:

Kuadran I:

Situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II:

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi.

Kuadran III:

Usaha ini menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi berbagai kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang lebih baik.

Kuadran IV:

Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Haloho, *et al* (2022), dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha gula aren di Desa Buluh Awar Kecamatan”. Hasil dari penelitian adalah Desa Buluh Awar memiliki kekuatan dan peluang. Kekuatan yang dimiliki adalah sumber daya alam, akses transportasi, lahan dan SDM. Peluang yang dimiliki adalah prospek pasar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki. Strategi pengembangan yang sesuai dengan posisi usaha gula aren di Desa Buluh Awar adalah strategi S-O. Pengembangan agroindustri berada pada posisi “sedang”, melalui beberapa strategi yang dapat di implementasikan yaitu: Strategi SO,

memanfaatkan pohon aren yang ada untuk menarik investor sehingga menjadi sentra produksi yang semakin berkembang. Strategi WO, meningkatkan kerjasama antar pengrajin dalam perkembangan usaha gula aren. Strategi ST, menjaga pohon aren untuk generasi pengrajin dalam berkembangnya industri gula aren di sekitarnya. Dan SDM (pengrajin) harus bisa trampil dalam membuat atau mencetak gula aren. Strategi WT, memperbaiki rantai pemasaran. Posisi strategi pengembangan usaha gula aren di daerah penelitian berada pada kuadran I (pertama) pertumbuhan yang agresif.

Nopendra & Sidik (2024), dengan judul “Studi Usaha gula aren di Desa Talang Merbau, Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU, Selatan”. Hasil penelitian menunjukan Sistem agroindustri yang dilakukan pengrajin gula aren di Desa Merbau, Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU, Selatan terdiri dari 3 subsistem antara lain: subsistem pengadaan bahan baku, subsistem pengolahan, dan subsistem pemasaran. Keuntungan yang diperoleh dari keempat responden gula aren sebesar Rp. 4.703.170 /bln.

Herlina *et al* (2022), dengan judul “Analisis Pengembangan Usaha gula aren Di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu”. Hasil alternatif prioritas strategi pengembangan gula aren terbaik yaitu, menjaga kualitas dan harga demi menjaga loyalitas konsumen (0,172) dan melakukan budidaya aren agar dapat meningkatkan produksi (0,166). Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin di Kecamatan Rambah Samo yaitu: 1) proses produksi gula aren cukup lama. 2) ketersediaan bahan baku yang sedikit. 3) belum mampu memenuhi semua permintaan pasar.

Ramlan & Susilo. (2020), dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren (*Arenga Pinnata Merr*) di Desa Lengora Selatan Kecamatan Kabaena Tengah Kabupaten Bombana”. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Hasil penelitian diperoleh analisis faktor strategi internal yang menjadi kekuatan yaitu, status usaha milik sendiri, produsen berpengalaman, bahan baku mudah diperoleh, harga gula aren mengalami peningkatan dan memiliki pasar dan langganan pengepul yang jelas. Sedangkan kelemahan yaitu, kurangnya tenaga kerja, kemasan produk yang masih sederhana, kurangnya promosi, jumlah produksi tidak menentu, dan belum ada perizinan usaha. Faktor strategi eksternal yang menjadi peluang yaitu, bantuan peralatan, kredit usaha menengah yang diberikan kemudahan, produk unggulan dan ciri khas daerah, pasaran gula aren sangat luas dan pemanfaatan teknologi pemasaran dan penjualan. Sedangkan ancaman yaitu, harga produk ditentukan oleh pasar atau pengepul, adanya pesaing, cuaca tidak menentu, suatu saat tanaman aren akan habis dan belum ada pelatihan budidaya tanaman aren. Dari analisis faktor internal dan eksternal didapatkan posisi strategi berada pada kuadran I yaitu, strategi agresif. Strategi yang dapat diterapkan berdasarkan strategi agresif yaitu, strategi S – O.

Nasution *et al* (2024) dengan judul “Analisis Bisnis Pengembangan Agroindustri Gula Merah Kelapa Sawit di Desa Pegajahan Kabupaten Serdang Berdagai”. Hasil penelitian menunjukkan terdapat faktor internal yang meliputi (kekuatan dan kelemahan), dapat diketahui bahwa faktor kekuatan pada usaha gula merah kelapa sawit yang mempunyai rating tertinggi yaitu, pada produk yang

dikenal masyarakat/pemasarannya cukup luas dan faktor internal yang menjadi indikator kelemahan rating tertinggi yaitu, belum memiliki merek. Sedangkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat dilihat dari peluang yang mempunyai rating tertinggi yaitu, permintaan pasar yang tinggi, dan faktor yang menjadi indikator ancaman rating tertinggi yaitu, Belum adanya bantuan pemerintah.

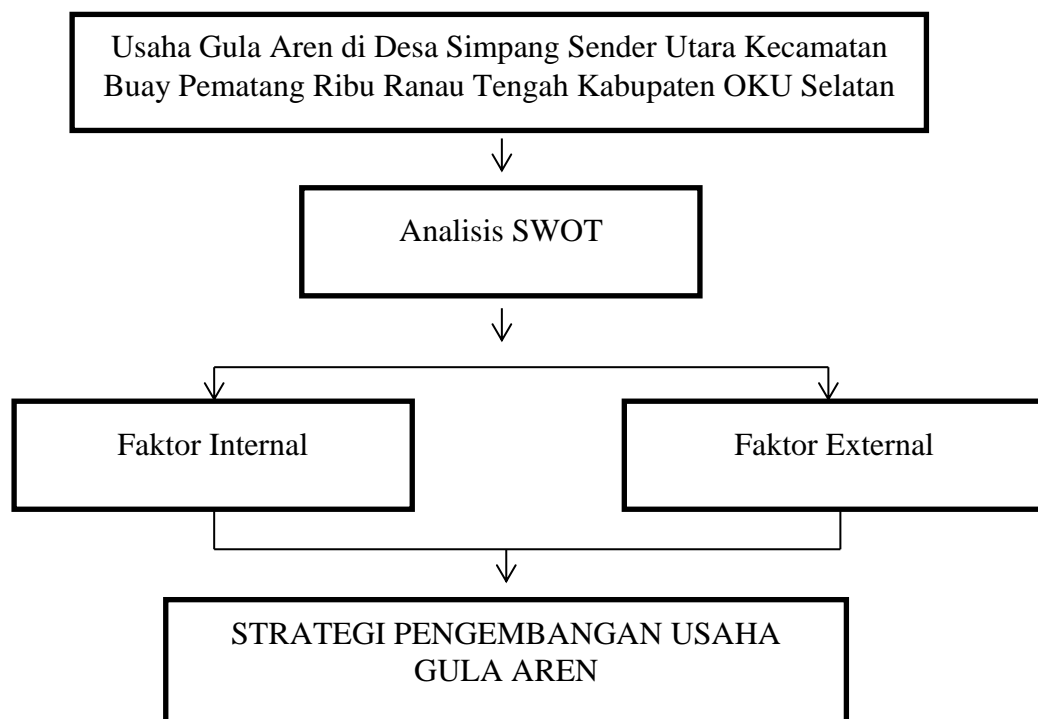
Nurhijjah & Kurniasih (2021) dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Gula Aren di Desa Nanga Menterap, Kecamatan Sekadau Hulu, Kabupaten Sekadau”. Berdasarkan hasil analisis faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman terkait strategi pengembangan industri gula aren di Desa Nanga Menterap Kecamatan Sekadau Hulu, Kabupaten Sekadau, berdasarkan diagram kartesius SWOT diperoleh hasil bahwa industri gula aren berada pada posisi kuadran IV. Dengan strategi WT atau, strategi bertahan. Penerapan strategi ini adalah mengoptimalkan penanganan bahan baku, dengan cara meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan promosi sehingga memiliki jangkauan pemasaran yang luas.

Al Islamiyah (2021) dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Gula Merah Lontar Sebagai Resource Based Industry di Kabupaten Jeneponto”. Hasil analisis SWOT diperoleh 16 formulasi alternatif strategi. Berdasarkan peringkatan diperoleh lima formulasi strategi berurut dari skor tertinggi yaitu, menambah kapasitas produksi, pelatihan kewirausahaan, membentuk usaha kemitraan,

membentuk kelompok usaha bersama, dan mempromosikan produk gula lontar sebagai produk unggulan daerah.

C. Model Pendekatan Penelitian

Model pendekatan penelitian tentang □strategi pengembangan usaha bisnis pangan lokal olahan gula aren di Desa Simpang Sender Utara Kecamatan Buay Pematang Ribu, Ranau, Tengah Kabupaten OKU, Selatan. Secara lebih jelas ditampilkan dalam bentuk gambar 2



Gambar 2
Model Pendekatan Pengembangan

D. Batasan- Batasan

1. Strategi merupakan proses penentuan rencana pengusaha bisnis pangan lokal olahan gula aren di Desa Simpang Sender Utara Kecamatan Buay Pematang Ribu, Ranau, Tengah Kabupaten OKU, Selatan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.
2. Faktor internal dalam analisis SWOT adalah kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang diperoleh dari bagian internal pengusaha pangan lokal olahan gula aren di Desa Simpang Sender Utara Kecamatan Buay Pematang Ribu, Ranau, Tengah Kabupaten OKU, Selatan.
3. Faktor eksternal dalam analisis SWOT adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang umumnya diperoleh dari pihak-pihak eksternal.
4. *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) (Analisis Faktor Strategi Internal), yakni terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari pengusaha bisnis pangan lokal olahan gula aren di Desa Simpang Sender Utara Kecamatan Buay Pematang Ribu, Ranau, Tengah Kabupaten OKU, Selatan.
5. *External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS) (Analisis Faktor Strategi Eksternal), yakni terdiri dari peluang dan ancaman terhadap pengusaha bisnis pangan lokal olahan gula aren di Desa Simpang Sender Utara Kecamatan Buay Pematang Ribu, Ranau, Tengah Kabupaten OKU, Selatan.