

Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Aren di Desa Tuik, Kabupaten Bangka Barat

Industrial Development Strategy of Palm Sugar in Tuik West Bangka Regency

Nur Khasanah^{1*}, Laily Muharani², Priestiani³, Dewi Tumatul Ainin⁴, Arya Ramadani⁵

^{1,2,3,4}Pertanian Presisi, Teknologi Rekayasa Elektro dan Industri Pertanian, Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

⁵Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, Informatika dan Bisnis, Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

*Correspondence author e-mail: nurkhasanah@polman-babel.ac.id

Article history

Received:
10-01-2025

Last Revision:
12-02-2025

Accepted:
20-02-2025

Available online:
28-02-2025

Published:
28-02-2025

ABSTRACT

Household industry is a small-scale business unit operating in a specific field. As one of the initiators of the economy, the household industry is expected to play an important role in regional development. Kelapa sub-district, especially in Tuik village, has a palm sugar as a potential local product. The palm sugar produced in Tuik village have a good taste when compared to similar palm sugar. However, the production of palm sugar still relies on naturally growing palm trees, so it cannot yet meet market demand. In addition to limited raw materials, the community of Tuik also have human resource constraints in managing palm sugar production. The analytical method used is SWOT analysis. The results of the analysis state that the development of the palm sugar household industry can be done by improving the quality and quantity of palm sugar through product innovation. The role of institutions is also needed to improve human resources, so it is hoped that it can regenerate and motivate the younger generation to produce palm sugar.

Keywords: Household industry development, Palm sugar, SWOT Analysis,

How to Cite:

Khasanah, N., Muharani, L., Priestiani, Ainin, D. T., & Arya Ramadani. (2025). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Aren Desa Tuik Kabupaten Bangka Barat. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 13(1), 37-42. DOI: <https://doi.org/10.30598/agrilan.v13i1.17569>



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY)

Pendahuluan

Salah satu sektor utama yang menjadi penggerak perekonomian yaitu sektor industri. Sektor tersebut merupakan salah satu sektor yang perlu menjadi perhatian bagi pembangunan perekonomian yaitu sektor industri rumah tangga. Industri rumah tangga merupakan unit usaha dengan skala kecil dan bergerak pada bidang tertentu. Sebagai salah satu penggerak perekonomian industri rumah tangga diharapkan dapat memberikan peranan yang penting dalam pembangunan wilayah (Syahdan, 2019). Industri rumah tangga atau industri kecil mempunyai tiga alasan penting yang menjadi dasar keberadaannya di negara kita Indonesia. Alasan pertama yaitu, kinerja industri rumah tangga lebih baik dalam memperoleh tenaga kerja yang produktif. Kedua, industri rumah tangga sering mencapai peningkatan produktifitasnya dalam investasi dan teknologi. Ketiga, memiliki fleksibilitas dibandingkan usaha berskala besar (Fatria *et al.*, 2017).

Kecamatan Kelapa, khususnya di Desa Tuik memiliki produk potensi daerah berupa gula aren. Gula aren merupakan produk yang berasal dari nira aren yang dipekatkan melalui proses pemanasan hingga kadar air berkurang hingga kurang dari 6 persen, kemudian dicetak dan didinginkan (Hutami *et al.*, 2023). Produk gula aren yang dihasilkan di Desa Tuik memiliki cita rasa yang unggul apabila dibandingkan dengan gula aren sejenisnya. Namun, produksi gula aren masih mengandalkan pohon nira yang tumbuh secara alami sehingga belum bisa memenuhi permintaan pasar. Selain keterbatasan bahan baku, warga Desa Tuik juga menghadapi kendala dari segi SDM dalam pengelolaan produksi gula aren. Satu masalah yang dihadapi dalam pengembangan industri gula aren yaitu SDM dan kualitas produk gula aren (Purnamasari *et al.*, 2018). Oleh karena itu, strategi pengembangan industri rumah tangga gula aren harus kita sesuaikan dengan permasalahan dan keadaan lingkungannya. Sehingga nantinya strategi pengembangan dapat menjaga daya saing produk gula aren dan mampu mengatasi permasalahan yang terjadi pada industri gula aren. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta membuat strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan industri rumah tangga gula aren.

Metode

Penelitian strategi pengembangan industri rumah tangga gula aren dilaksanakan di Desa Tuik, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat. Jenis penelitian menggunakan metode studi kasus yaitu dengan melakukan pemilihan lokasi secara sengaja atau *purposive*. Desa Tuik dipilih dengan alasan desa tersebut memiliki produk potensi daerah berupa gula aren yang diminati oleh masyarakat karena memiliki cita rasa enak dan kualitas yang mampu bersaing dengan produk sejenisnya. Studi kasus merupakan penelitian yang dilakukan secara mendalam tentang karakteristik dari suatu objek yang diteliti (Nazir, 2011).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu wawancara dan kuisisioner. Wawancara diperlukan untuk mendapatkan data secara langsung dari produsen gula aren di Desa Tuik. Sedangkan kuisisioner diperlukan untuk mendapatkan jawaban dari responden secara objektif dan detail. Metode analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Treats*). Menurut Rangkuti (2008), analisis SWOT untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan dan ancaman, sehingga dengan membandingkan keempat faktor tersebut nantinya dapat menghasilkan analisis yang tepat. Menurut Wijayanti (2019), analisis SWOT bermanfaat dalam meningkatkan etos kerja sesuai tujuan yang ditargetkan. Melakukan analisis SWOT akan diarahkan pada tujuan yang spesifik dari sebuah proyek atau bisnis.

Hasil dan Pembahasan

Analisis SWOT bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang objektif dan jelas terkait kelayakan fungsional dan struktural serta kelayakan kinerja usaha pada jangka waktu tertentu (Jannah *et al.*, 2024; Widowati *et al.*, 2022). Analisis SWOT industri rumah tangga gula aren mencakup *strength, weakness, opportunities* dan *threat*. dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT industri rumah tangga gula aren

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threat</i>
1. Kualitas produk	1. Fasilitas kurang memadai	1. Hubungan baik dengan masyarakat sekitar	1. Tidak adanya regenerasi produsen gula aren
2. Adanya karang taruna	2. Belum memiliki merek dagang	2. Adanya sosialisasi dari beberapa instansi	2. Tidak adanya inovasi pada produk gula aren
3. Mempertahankan proses secara tradisional	3. Belum memiliki PIRT	3. Permintaan pasar tinggi	
4. Produsen ahli	4. Kurangnya bahan baku gula aren	4. Perkembangan teknologi	

Keunggulan yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa Tuik yaitu kualitas produk, adanya karang taruna, proses produksi tradisional dan tenaga kerja ahli. Kualitas produk gula aren diproduksi dari 100 persen nira aren asli yang diproses secara tradisional

menggunakan tungku sehingga menghasilkan gula aren berkualitas dan diminati oleh masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari tenaga kerja yang memiliki pengalaman dan keahlian dalam mengolah gula aren agar menghasilkan produk yang berkualitas.

Weakness atau kelemahan yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa Tuik yaitu fasilitas kurang memadai, belum memiliki merek dagang, belum memiliki PIRT, dan kurangnya bahan baku gula aren. Fasilitas yang dimiliki oleh para produsen kurang memadai dilihat dari jumlah alat cetak yang masih kurang dan kondisi alat2 produksi yang sudah tidak layak lagi untuk digunakan. Selain itu gula aren yang di produksi belum memiliki merek dagang dan nomor PIRT, dimana merek dagang dan nomor PIRT dapat membuat produk gula aren lebih dikenal oleh masyarakat secara lebih luas lagi. Kelemahan berikutnya yaitu bahan baku yang tersedia masih terbatas sehingga membuat produsen tidak memiliki pendapatan yang kontinu dari gula aren dan tidak mampu memenuhi permintaan konsumen.

Opportunities atau peluang yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa Tuik yaitu menjalin hubungan baik dengan masyarakat, adanya sosialisasi, permintaan pasar yang tinggi dan perkembangan teknologi. Hubungan baik antar warga di Desa Tuik dapat menjadi peluang untuk pengembangan produk gula aren melalui organisasi masyarakat karang taruna. Adanya hubungan yang baik melalui karang taruna dapat lebih mudah untuk memotivasi dan mengajak masyarakat untuk mengembangkan produk potensi daerah khususnya produk gula aren. Selain itu, adanya sosialisasi yang dilakukan dari berbagai instansi juga dapat menambah wawasan tentang bagaimana mengembangkan dan memperluas pasar gula aren. Peluang yang selanjutnya yaitu permintaan pasar yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari hasil wawancara kepada produsen gula aren yang menyatakan bahwa ketersediaan produk gula aren sering kosong ketika konsumen ingin membeli produk tersebut. Peluang terakhir yaitu adanya perkembangan teknologi, dengan adanya perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan untuk memperluas pangsa pasar melalui media elektronik dalam melakukan pemasaran, namun hal ini harus di barengi dengan ketersediaan produk gula aren.

Threat atau ancaman yang dimiliki industri rumah tangga gula aren di Desa Tuik yaitu tidak adanya regenerasi produsen gula aren, dan tidak adanya inovasi pada produk gula aren. Regenerasi sangat dibutuhkan dalam keberlanjutan produk gula aren nantinya, namun di Desa Tuik tidak ditemui adanya generasi muda yang memulai untuk membuat produk gula aren. Selain itu, ancaman juga dapat dilihat dari tidak adanya inovasi terhadap produk gula aren, dengan tidak adanya inovasi produk dapat menjadi ancaman dalam jangka panjang.

Penjelasan analisis SWOT di atas dapat dibuat strategi-strategi untuk meningkatkan kekuatan dan peluang, serta menurunkan kelemahan dan menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan secara keseluruhan. Strategi-strategi yang dapat dibuat dapat dilihat pada diagram yang disajikan dalam gambar 1.

Strategi SO (Strength-Opportunities)

Strategi ini dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi yang dapat dibuat dalam industri rumah tangga gula aren yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dengan mengajak masyarakat ikut berperan aktif dalam pengembangan produk gula aren. Pengembangan inovasi produk gula aren diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk gula aren, karena melalui inovasi produk yang kita jual akan memiliki kualitas yang lebih baik dan harga jual yang lebih tinggi, namun tetap mempertimbangkan kepuasan konsumen.

Strategi selanjutnya yaitu meningkatkan kualitas SDM melalui organisasi karang taruna dengan ikut berperan aktif dalam kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh instansi pemerintah maupun swasta. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan, masyarakat mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan dan monitoring rutin sehingga masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan program ini dengan baik.

Strategi ketiga yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memperluas pangsa pasar. Permintaan pasar yang tinggi terhadap produk gula aren menunjukkan bahwa produk gula aren di Desa Tuik banyak diminati oleh masyarakat. Namun, jangkauan pemasaran yang dilakukan oleh produsen gula aren masih sangat terbatas. Oleh karena itu, perlu memanfaatkan teknologi agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga produk gula aren bukan hanya dinikmati oleh masyarakat Bangka Belitung saja namun bisa dinikmati oleh masyarakat diluar Bangka Belitung. Salah satu konsep pemasaran yang terbaik saat ini adalah melalui media online atau *digital marketing*. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu

yang menyatakan bahwa penerapan digital marketing untuk meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat luas serta pendampingan pembuatan desain label kemasan yang lebih menarik dapat digunakan sebagai tempat untuk mempromosikan produk sehingga memperluas cakupan wilayah promosi dan membantu meningkatkan penjualan produk (Situmorang *et al.*, 2023).

Strategi yang keempat yaitu dengan tetap mempertahankan proses produksi tradisional. Hal ini dikarenakan hasil gula aren yang diolah secara tradisional memiliki cita rasa yang lebih unggul dan banyak diminati oleh masyarakat. Sehingga dengan tetap mempertahankan proses pengolahan dapat menjadi *brand image* produk gula aren dari Desa Tuik.

IFAS	STRENGTH (S) 1. Kualitas produk 2. Adanya karang taruna 3. Mempertahankan proses secara tradisional 4. Produsen ahli	WEAKNESS (W) 1. Fasilitas kurang memadai 2. Belum memiliki merek dagang 3. Belum memiliki PIRT 4. Kurangnya bahan baku gula aren
EFAS	STRATEGI SO 1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dengan mengajak masyarakat ikut berperan aktif 2. Meningkatkan kualitas SDM masyarakat melalui organisasi karang taruna 3. Memanfaatkan teknologi untuk memperluas pangsa pasar gula aren	STRATEGI WO 1. Mengganti alat produksi yang sudah tidak layak pakai. 2. Membuat merek dagang dan PIRT dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan program pemerintah
THREAT (T) 1. Tidak adanya regenerasi produsen gula aren 2. Tidak adanya inovasi pada produk gula aren	STRATEGI ST 1. Mengajak generasi muda untuk berperan aktif dalam inovasi produk	STRATEGI WT 1. Peningkatan <i>brand image</i> produk dengan mengajak generasi muda

Gambar 1. SWOT industri rumah tangga gula aren

Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh industri rumah tangga gula aren dengan cara menghindari ancaman. Strategi yang dapat dibuat dalam industri rumah tangga gula aren yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dengan mengajak generasi muda untuk berperan aktif dalam membuat inovasi produk gula aren. Inovasi produk gula aren dapat dilakukan dengan cara merubah bentuk gula aren menjadi gula aren semut atau gula aren mini. Melakukan inovasi produk tentunya perlu dilakukan melalui survei pasar terlebih dahulu agar produsen gula aren mengetahui inovasi apa yang diminati oleh masyarakat (Yolanda, 2023).

Strategi WO (Weakness-Opportunities)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki industri rumah tangga gula aren. Strategi yang dapat dilakukan oleh industri rumah tangga gula aren adalah mengganti alat produksi yang sudah tidak layak pakai agar tetap menjaga kualitas produk gula aren. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa pentingnya peningkatan kualitas produk melalui penggantian alat produksi yang sudah tidak layak pakai juga termasuk langkah dan strategi pemasaran yang efektif (Arfian, 2024). Adanya permintaan pasar yang tinggi maka upaya dalam mempertahankan kualitas produk gula aren sangat penting. Hal ini dilakukan agar tetap menjaga kepuasan pelanggan.

Strategi kedua yaitu dengan membuat merek dagang dan nomor PIRT. Pembuatan merek dagang dan nomor ijin industri dilakukan agar meningkatkan nilai jual produk gula aren.

Pembuatan merek dagang dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi sehingga dapat menghasilkan merek dagang yang dapat menarik konsumen. Diketahui bahwa merek dagang berfungsi sebagai tanda dari produk yang kita hasilkan dengan menandakan asal usul sebuah produk.

Merek merupakan alat yang berfungsi sebagai pembeda antara produk yang satu dengan yang lainnya. Selain itu merek juga dapat digunakan sebagai petunjuk akan kualitas produk sehingga akan memudahkan konsumen ketika membeli suatu produk (Sulastri *et al.*, 2018). Sedangkan permohonan nomor PIRT dapat dilakukan dengan memanfaatkan peran pemerintah dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan produsen gula aren. Legalitas tersebut berperan dalam memberikan jaminan perizinan yang diberikan oleh pemerintah, selain itu dengan adanya legalitas menunjukkan bahwa usaha tersebut merupakan UMKM yang legal atau sah (Yuwana & Hasanah, 2021).

Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi ini ditujukan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan oleh para pelaku industri rumah tangga gula aren yaitu meningkatkan brand image produk dengan mengajak generasi muda untuk terus melakukan inovasi gula aren, sehingga gula aren menjadi produk unggulan yang dikenal di masyarakat luas. Brand image dapat memberikan kesan kepada konsumen. Image yang bagus akan memberikan dampak pada produk yang dijual. Sehingga akan menarik minat masyarakat untuk membeli produk tersebut, dan merek tersebut akan melekat diingatan konsumen (Susanti *et al.*, 2015).

Salah satu cara memasarkan produk adalah dengan membangun *brand identity* produk gula aren melalui promosi efektif dengan media *smartphone* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk gula aren. *Brand identity* adalah karakteristik unik dari sebuah merek yang membedakannya dari merek lainnya. *Brand identity* yang kuat dapat membantu meningkatkan citra merek di mata konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, serta memudahkan konsumen untuk mengingat merek tersebut (Susanti *et al.*, 2024).

Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri rumah tangga gula aren yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi gula aren melalui inovasi produk. Inovasi produk dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan program pemerintah yang ada di Desa Tuik, sehingga produsen dapat memasarkan produk gula aren dengan nilai jual yang lebih tinggi. Pengembangan usaha gula aren juga sangat membutuhkan peran kelembagaan untuk meningkatkan sumber daya manusia. Adanya peran kelembagaan diharapkan dapat meregenerasi dan memotivasi generasi muda untuk memproduksi gula aren.

Daftar Pustaka

- Arfian. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Gula Aren di Desa Lembang Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Fatria, M. A., Jahrizal, J., & Pailis, E. A. (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 14(1), 283–297. <https://www.neliti.com/publications/131197/>
- Hutami, R., Pribadi, M. F. I., Nurcahali, F., Septiani, B., Andarwulan, N., Sapanli, K., Zuhud, E. A. M., Al Manar, P., Ichsan, N., & Wahyudi, S. (2023). Proses Produksi Gula Aren Cetak (Arenga pinnata, Merr) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 5(2), 119–130. <https://doi.org/10.30997/jiph.v5i2.10237>
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government*, 2(1), 9–17. <https://ijespjournal.org/index.php/ijesp/article/download/113/99/283>
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Purnamasari, I., Soetoro, S., & Yuroh, F. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren (Studi Kasus Di Desa Sidamulih Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(2), 718-722. <https://jurnal.unigal.ac.id/agroinfoGaluh/article/view/1625>
- Situmorang, H., Eviza, A., Agustina, A., Mukhlis, M., Fitri, E. R., & Purba, J. H. (2023). Upaya Peningkatan Pemasaran Gula Aren melalui Digital Marketing pada Industri Gula Aren Kelompok Tani Mutiara Kabupaten Lima Puluh Kota. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 7(2), 124–132. <https://doi.org/10.33366/jast.v7i2.5332>
- Sulastri, Satino, & W, Y. Y. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis*, 5(1), 160–172. <https://doi.org/10.35586/v5i1.321>
- Susanti, I., Oktaga, A. T., Prihati, P., Putri, M. A., & Heses, M. A. (2024). Membangun Brand Identity Produk Gula Aren Melalui Promosi yang Efektif dengan Media Smartphone. *Abdimas Unwahas*, 9(1). <https://doi.org/10.31942/abd.v9i1.11004>
- Susanti, I. Y., Tjahjono, E., & Nasution, U. C. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1(1), 1–6. <https://core.ac.uk/download/pdf/229339273.pdf>
- Syahdan, S. (2019). Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *MANAZHIM: Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan*, 1(1), 45–63. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v1i1.136>
- Widowati, I., Riany, D. A., Andrianto, F., & Suhartini, S. (2022). Analisis SWOT untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus pada UMKM Papat Sodara Food Purwakarta). *Jurnal Teknologika*, 12(1), 146–156. <https://doi.org/10.51132/teknologika.v12i1.161>
- Wijayanti, Ha. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Quadrant.
- Yolanda, U. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam di Desa Kandang Mbelang Kec. Lawe Bulan, Kab. Aceh Tenggara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2657. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9666>
- Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 104–112. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.44>