

## Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah di Desa Tungke Kecamatan Bengo Kabupaten Bone

Hasisa Haruna<sup>1</sup>, Agus Syam<sup>2</sup>, Sudarmi<sup>3</sup>, Sumiati Tahir<sup>4</sup>, Asmayanti<sup>5</sup>

<sup>1,2,4,5</sup> Universitas Negeri Makassar

<sup>3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lasharan Jaya

[hasisa.haruna@unm.ac.id](mailto:hasisa.haruna@unm.ac.id) 1, [agus.syam@unm.ac.id](mailto:agus.syam@unm.ac.id) 2, [sudarmi@stimlasharanjaya.ac.id](mailto:sudarmi@stimlasharanjaya.ac.id) 3, [sumiati.tahir@unm.ac.id](mailto:sumiati.tahir@unm.ac.id) 4,

[asmayanti@unm.ac.id](mailto:asmayanti@unm.ac.id) 5

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pendapatan, analisis kelayakan dan strategi pengembangan usaha gula merah di Desa Tungke Kecamatan Bengo Kabupaten Bone. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif untuk mengetahui tingkat pendapatan dan analisis kelayakan usaha gula merah dan analisis deskriptif untuk menjelaskan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) untuk melihat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman usaha gula merah. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pendapatan sebesar Rp 1.818.990,03 dan analisis kelayakan R/C sebesar Rp 1,87 dan B/C sebesar Rp 0,87 bahwa usaha gula merah layak diusahakan tapi tidak untuk investasi. Beberapa alternatif strategi usaha gula merah S-O (Strengths-Opportunities): Mempertahankan jumlah produksi dan kualitas produk agar keinginan konsumen selalu terpenuhi serta bekerja sama dengan industri pangan yang memakai bahan baku gula merah. Strategi S-T (Strengths-Threats): Meningkatkan produksi dengan menambah inovasi produk kemudian melakukan promosi ke media sosial atau mengikuti bazar untuk memperluas pasar. Strategi W-O (Weaknesses- Opportunities): Menciptakan tampilan gula merah lebih menarik dan memanfaatkan perkebunan setempat untuk lebih mudah mendapatkan bahan baku. Strategi W-T (Weaknesses-Threats): Meningkatkan sarana dan prasarana dalam mengelola usaha gula merah untuk menghindari kurangnya ketersediaan bahan baku sehingga permintaan terpenuhi dan memperluas pasar agar usaha lebih berkembang.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Gula Merah.

### 1. Latar Belakang

Pengembangan usaha sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Pengembangan perusahaan ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depan dan berusaha membentuk masa depannya secara proaktif. Strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju perusahaan, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif. (AB, 2014).

Gula merah adalah gula yang dibuat dari nira atau sari bunga pohon aren (enau) atau sari pohon aren dengan cara penguapan kandungan air yang terdapat didalam nira, gula merah telah dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu Pemanis makanan dan minuman yang bisa menjadi pengganti gula pasir (gula tebu). Gula merah diperoleh dari proses penyadapan nira aren yang kemudian dikurangi kadar airnya hingga menjadi padat. Produk gula merah 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 kotak (Bank Indonesia, 2008). Gula merah memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bone. Hal ini terlihat dari jumlah pohon aren di Kabupaten Bone yang sangat banyak.

Sebagian besar pengrajin gula merah di Kabupaten Bone memanfaatkan tanaman aren untuk diambil niraanya sebagai bahan baku gula merah dan sabut untuk bahan bangunan. Akses ke lokasi tanaman aren yang umumnya terletak di daerah pedalaman tergolong sulit. Tanaman aren umumnya terdapat di daerah yang tergolong sulit sehingga pengrajin gula merah merupakan masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi tanaman. Hal ini untuk memudahkan pengambilan dan pengangkutan nira ke tempat produksi. Hasil gula merah biasanya dijual ke pedagang pengumpul yang juga beralokasi di dekat pengrajin atau pedagang

pengumpul di pasar desa. Produksi gula merah tiap usaha rumah tangga pengrajin masih sedikit, berkisar antar 3-15 kg dengan rata-rata 7,9 kg/hari.

Gula merah selama ini menjadi sumber mata pencaharian penting bagi para petani di sentra-sentra produksinya. Salah satu sentra produksi gula merah di Tungke kecamatan Bengo Kabupaten Bone. Pengelohan gula merah di Tungke ini, masih menggunakan tungku dan kayu bakar sehingga membutuhkan tenaga yang lebih besar dan waktu yang lama untuk mengelola usaha gula merah ini.

Pada proses pemasakan gula merah hal yang paling penting diperhatikan adalah pengaturan suhu pemasakan. Proses pemasakan kelompok masyarakat Desa Tungke ini membutuhkan waktu yang lama, karena menggunakan tungku sederhana dan bahan bakar kayu, sehingga suhu pemasakan tidak tetap. Hal ini menyebabkan produksi gula merah di Desa Tungke hanya dapat dilakukan 2 kali dalam sehari. Kapasitas produksi gula merah di desa tersebut mencapai 6.000 kg /bulan.



Gambar 1. Proses Pembuatan Gula Merah

Setiap jenis tanaman aren mempunyai komposisi nira yang dihasilkan berlainan dan umumnya nira aren mengandung air, sukrosa, gula reduksi, bahan organik lain dan bahan anorganik. Air dalam nira aren merupakan bagian yang terbesar yang banyaknya antara 75% - 90%, sukrosa bahan padat yang kandungannya antara 12,30% - 17,40%, gula reduksi antara 0,50% - 1,00% dan sisanya merupakan senyawa organik dan anorganik. Gula reduksi yang ada didalam nira aren yaitu hekosa, glukosa, dan fruktosa, serta manosa dalam jumlah yang relative sedikit. Bahan organik yang bukan gula terdapat didalam nira aren yaitu protein, asam organik, asam amino, zat warna, lemak, dan bahan anorganiknya yaitu garam mineral.

Dengan ketersediaan bahan baku pelaku usaha gula merah dapat memproduksi gula merah untuk memenuhi permintaan konsumen. Karena ketersediaan air nira aren ini sangat mempengaruhi keberlangsungan industri gula merah. Selain itu yang menjadi daya tarik konsumen terhadap gula merah adalah harganya terjangkau yaitu RP 13.000/kg, sehingga masyarakat mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas mampu membelinya.

## 2. Metode Penelitian

Kegiatan ini dilaksanakan pada rentang tanggal 11 Januari sampai dengan 3 Maret tahun 2025. Populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 pelaku usaha gula merah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi dan angket. Uji validitas instrument dilakukan dua tahap yaitu dengan validitas isi (*content validity*) dan validitas kontrak (*construct validity*). Validitas isi untuk instrument yang berbentuk tes (angket atau kuesioner).

Untuk masalah penelitian yang pertama yaitu pendapatan usaha gula merah. Untuk menghitung pendapatan pelaku usaha digunakan rumus:

$$Pd = TR - TC \quad (1)$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan usaha gula merah (Rp)

TR = TotalPenerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

Untuk masalah yang kedua yaitu menganalisis kelayakan usaha gula merah. Metode analisis data suatu kelayakan usaha menggunakan R/C dan B/C Ratio dengan rumus sebagai berikut:

#### 2.1. Ratio Antara Penerimaan dan Total Biaya (R/C Ratio)

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC} \quad (2)$$

Keterangan:

R/C : Return/Cost Ratio

TR : Total Penerimaan (Rp)

TC : Total Biaya (Rp)

Dengan kriteria:

Nilai R/C = 1, maka usaha gula merah impas

Nilai R/C > 1, maka usaha gula merah layak

Nilai R/C < 1, maka usaha gula merah tidak layak (Suratijah, 2015)

#### 2.2. Ratio Antara Keuntungan dan Total Biaya (B/Ratio) Rumus untuk mencari B/C Ratio yaitu:

$$B/C : \frac{FI}{TC} \quad (3)$$

Dimana:

B/C : Benefit/Cost Ratio

FI : Pendapatan (Rp)

TC : Total Biaya (Rp)

Dengan kriteria:

Nilai B/C = 1, maka usaha gula merah impas

Nilai B/C > 1, maka usaha gula merah layak

Nilai B/C < 1, maka usaha gula merah tidak layak (Suratijah, 2015).

Analisis data yang digunakan untuk masalah yang ketiga adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus dilakukan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategi*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

Kuadran 4 : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi ancaman dan kelemahan internal.

Untuk menyelesaikan masalah ketiga tentang pengembangan usaha gula merah dilakukan dengan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi *Strengths-Opportunities, Strengths- Threats*).

2.1 Faktor Internal Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (Internal Strategi Faktor *Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *Strength* dan *Weakness* perusahaan.

Tahapnya adalah :

- Masukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada Tabel IFAS kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari kekuatan, kelemahan.
- Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00.
- Berikan rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah/di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4.
- Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan.

2.2 Faktor Eksternal Sebelum membuat matrik strategi eksternal kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal. Berikut ini cara-cara penentuan Faktor strategi Eksternal (EFAS):

- Masukan faktor-faktor peluang dan ancaman pada Tabel EFAS, kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari peluang dan ancaman.
- Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00.
- Berikan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua 24 variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, jika ancaman besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai ancaman kecil/di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4.
- Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan.

Teknik pembobotan menggunakan metode "*paired comparison*" yang ditentukan oleh faktor internal dan eksternal. Skala yang digunakan adalah 1, 2 dan 3 menunjukkan bahwa:

- = Jika faktor strategis internal atau eksternal pada baris/horisontal kurang penting dari pada faktor strategis internal dan eksternal pada kolom/vertikal.
- = Jika faktor strategis internal atau eksternal pada baris/horisontal sama penting dengan faktor strategis internal dan eksternal pada kolom/vertikal
- = Jika faktor strategis internal dan eksternal pada baris/horisontal lebih penting dari pada faktor strategis internal dan eksternal pada kolom/ vertikal.

Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pembuat keputusan untuk mengembangkan empat jenis alternatif strategi yaitu strategi SO (Kekuatan-Kelemahan), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman).

Tabel 1. Matriks SWOT

<b>IFAS</b> <b>EFAS</b>	<b>STRENGTH-S</b> Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>WEAKNES S-W</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal
<b>OPPORTUNITIE S-O</b> Tentukan 4-10 fakto peluang eksternal	<b>STRATEGI S-O</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI W-O</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATS-T</b> Tentukan 3-10 faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI S-T</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI W-T</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2014.

- Strategi SO yaitu starategi yang digunakan untuk memanfaatkan seluruh kekuatan dengan merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi ST Strategi ini adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki pengusaha untuk mengatasi ancaman.
- Strategi WO Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi WT Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 3.1. Gambaran Umum Cara Pengolahan Gula Merah

Usaha gula merah yang merupakan salah satu sumber mata pencaharian dari penduduk khususnya di Desa Tungke. Hal ini karena di daerah tersebut memiliki sumber daya pohon aren yang sangat melimpah dan telah dimanfaatkan secara turun-temurun untuk membuat gula merah, petani hanyalah mengolah air nira atau air yang diambil dari pohon aren menjadi gula merah dalam bentuk gula merah cetak dan tanpa ada inovasi-inovasi lainnya untuk pengembangan produksi dari gula merah itu sendiri.



Gambar 2. Proses Pencetakan Gula Merah

Proses dari pembuatan gula merah cetak terebut terbilang memerlukan waktu lama dimulai dari penyaringan air nira yang telah diambil dari pohonnya, kemudian pemasakan yang memakan waktu kurang lebih selama enam jam, selanjutnya dilakukan pencetakan, pendinginan, pengemasan dan akhirnya gula merah cetak siap untuk dijual dipasaran. Akan tetapi ada sebagian dari warga di Desa Tungke ini selain mereka mengolah air nira dalam bentuk gula merah cetak ada juga yang mencoba untuk mengolah gula merah ini salah satunya menjadi gula semut yang tentunya dengan proses yang juga tidak mudah dan memakan waktu lama sekitar 30 menit tetapi tergantung jumlah gula merah cetak yang akan diolah menjadi gula semut. Misalnya untuk gula cetak yang akan

diolah menjadi gula semut tersebut 5 biji maka waktu yang diperlukan sekitar 30 menit. Adapun proses dari pembuatan gula merah semut (serbuk) ini dimulai dari penyaringan air nira yang telah diambil sebelumnya lalu dimasak menjadi gula merah cetak selanjutnya masuk pada tahap pengeringan atau didiamkan beberapa waktu sampai gula merah cetak tersebut keras, selanjutnya campurkan gula merah cetak dengan air dan dimasak lagi sampai hancur dan halus, setelah gula tersebut dihaluskan masuk tahap pengayakan untuk memisahkan gula yang sudah halus dan yang masih kasar, lalu gula merah yang sudah dihalus dan berubah jadi gula semut didiamkan sampai dingin selanjutnya siap untuk dikemas dan dipasarkan.

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dilapangan dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh pelaku usaha gula merah dalam satu kali produksi berbeda satu sama lainnya. Berikut ini rata-rata produksi gula merah, harga jual, biaya produksi, penerimaan dan pendapatan pelaku usaha gula merah di Desa Tungke kecamatan Bengo Kabupaten Bone. Dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Jumlah Produksi, Harga Jual, Penerimaan, Biaya Produksi dan Pendapatan

No.	Uraian	Rataan
1.	Produksi (Kg/Hari)	300
2.	Harga (Rp/Kg)	13.000
3.	Penerimaan (Rp/Hari)	3.900.000,00
4.	Biaya Produksi (Rp/Hari)	2.081.009,97
5.	Pendapatan (Rp/Hari)	1.818.990,03

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata produksi yang dihasilkan pelaku usaha gula merah adalah 300 kg/hari, dengan harga jual Rp 13.000/kg. Dengan demikian pelaku usaha gula merah mendapatkan rata-rata penerimaan dengan biaya produksi dan pendapatan sebagai berikut:

a. Penerimaan Usaha Gula Merah

Pada saat penelitian hasil produksi yang dijual pelaku usaha yaitu gula merah. Maka rata-rata produksi gula merah nira dalam satu kali produksi adalah sebesar 300 kg/hari. Harga jual satuan kg produksi gula merah adalah Rp 13.000/ kg. Maka rata-rata penerimaan pelaku usaha dalam satu kali produksi adalah sebesar Rp 3.900.000,00/hari.

b. Biaya produksi Usaha Gula Merah

Biaya produksi dalam usaha ini mencakup biaya tetap dan biaya variabel. Rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan pelaku usaha gula merah dalam satu kali produksi adalah sebesar Rp 2.081.009,97/hari. Rincian total biaya dapat dilihat pada Table 4.9 berikut:

Tabel 3. Rincian Biaya Produksi Pelaku Usaha Gula Merah Dalam Satu Kali Produksi

No.	Jenis Biaya	Rataan
1.	Biaya Variabel	2.040.500
2.	Biaya Tetap	40.509,97
3.	Total Biaya	2.081.009,97

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

c. Biaya Variabel

Biaya yang berfluktuasi secara proposional dengan kuantitas produksi atau penjualan. Dalam usaha gula merah ini yang termasuk kedalam biaya variabel meliputi biaya penggunaan bahan baku dengan jumlah rata-rata Rp 2.081.009,97/hari dengan jumlah produksi gula merah 300 kg/hari dengan jumlah air nira yang digunakan sebanyak 124 liter dengan harga Rp 3.500/hari.. Penggunaan plastik sebanyak 200 lembar dengan harga Rp 1000/2L. Biaya penggunaan kayu bakar 45 ikat dengan harga Rp 25.000/ikat. Penggunaan tali plastik 17 gulung dengan harga Rp 2.000/gulungan kecil.

d. Biaya Tetap

Biaya yang jumlah totalnya akan sama dan tetap tidak berubah sedikitpun walaupun jumlah barang yang diproduksi dan dijual berubah-ubah dengan kapasitas normal. Yang termasuk kedalam biaya tetap dalam

usaha gula merah seperti biaya penyusutan peralatan yang digunakan pelaku usaha gula merah dalam proses produksi dengan rata-rata sebesar Rp 40.509,97.

### 3.2. Pendapatan Usaha Gula Merah

Pada dasarnya pendapatan suatu usaha sangat tergantung pada pengolahan usaha itu sendiri. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha gula merah. Besarnya pendapatan usaha gula merah dalam satu kali produksi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Rincian rata-rata pendapatan Usaha Gula Merah Dalam Satu Kali Produksi

No.	Uraian	Rataan (Rp/hari)
1.	Total Penerimaan	3.900.000,00
2.	Total Biaya	2.081.009,97
3.	Total Pendapatan	1.818.990,03

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata total penerimaan gula merah adalah sebesar Rp 3.900.000,00/hari sedangkan rata-rata biaya produksi gula merah adalah sebesar Rp 2.081.009,97/hari dan rata-rata total pendapatan gula merah adalah sebesar Rp 1.818.990,03/hari.

### 3.3. Kelayakan Usaha Gula Merah

Suatu usaha dapat dikatakan layak diusahakan jika pengusaha memperoleh keuntungan dari usaha yang dilakukannya. Dengan manajemen yang baik maka suatu usaha itu akan dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Demikian juga untuk usaha gula merah yang berada di Desa Tungke Kecamatan Bengo Kabupaten Bone sangat dibutuhkan manajemen yang baik untuk melaksanakan pengelolaan usahanya, untuk mengetahui apakah usaha gula merah di Desa Tungke Kecamatan Bengo Kabupaten Bone sudah layak atau tidak. Maka dianalisis menggunakan analisis Cost Ratio (R/C) Ratio dan (B/C) Ratio yaitu:

- Ratio antara penerimaan dan total Biaya (R/C Ratio)  
 Dengan menggunakan data primer yang telah diolah maka nilai R/C dari usaha gula merah adalah sebesar:

$$\begin{aligned} \text{R/C Ratio} &= \frac{\text{Rp 3.900.000,00}}{\text{Rp 2.081.009,97}} \\ &= \text{Rp 1,87} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas didapat nilai R/C sebesar Rp 1,87. Nilai Rp 1,87>1, sehingga usaha gula merah di lokasi penelitian layak untuk diusahakan, artinya jika setiap biaya yang dikorbankan oleh pelaku usaha sebesar Rp 1 maka pelaku usaha akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1,87.

- Ratio antara Pendapatan dan total biaya (B/C Ratio)  
 Dengan menggunakan data primer yang telah diolah maka nilai B/C dari usaha gula merah adalah sebesar:

$$\begin{aligned} \text{R/C Ratio} &= \frac{\text{Rp 1.818.990,03}}{\text{Rp 2.081.009,97}} \\ &= \text{Rp 0.87} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas didapat nilai B/C sebesar Rp 0,87. Nilai Rp 0,87 < 1, sehingga usaha gula merah di lokasi penelitian tidak layak untuk diusahakan, artinya jika setiap biaya yang dikorbankan oleh pelaku usaha sebesar Rp 1 maka pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 0,87. Beberapa alasan yang menyebabkan B/C tidak layak yaitu:

1) Penggunaan Bahan Baku Nira Aren

Bahan baku yang digunakan dalam produksi gula merah adalah nira aren. Dimana penggunaan nira aren cukup banyak supaya nira bisa dicetak. Pada proses pengolahan rata-rata pelaku usaha gula merah menggunakan nira aren dengan perbandingan nira aren 10 liter dengan harga Rp 3.500,00 menghasilkan 8 biji/Kg gula merah dalam satu kali masak, sehingga 1 ikat menghasilkan 25 biji gula merah, dimana jumlah tersebut tidak beda jauh dari pemberian nira arennya. Jadi pengolahan gula merah ini membutuhkan nira aren yang cukup banyak untuk bisa menghasilkan gula merah. Selain itu harga nira aren cukup mahal 1 liter Rp 3.500,00 hal ini menyebabkan biaya penggunaan bahan baku nira aren cukup tinggi.

2) Biaya Penolong Pembuatan Gula Merah

Biaya penolong pembuatan gula merah yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan setiap hari untuk melengkapi proses produksi gula merah yaitu plastik gula, tali plastik dan kayu bakar. Bahan yang digunakan dalam proses produksi gula merah rata-rata 45 ikat kayu bakar dengan harga Rp 25.000/ikat, 200 lembar plastik dengan harga Rp 1000/lembar gula dan tali plastik 17 gulung dengan harga Rp 2000/gulung kecil dalam satu kali produksi.

### 3.4. Analisis SWOT

Analisis Faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada usaha gula merah di Desa Tunge Kecamatan Bengo Kabupaten. Berdasarkan peninjauan ke lapangan dan sesuai dengan beberapa metode yang digunakan, untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha gula merah tahap pertama yang harus dilakukan adalah “tahap pengumpulan data”. Melalui tahap ini maka diketahui faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

a. Faktor Strategi Interanal

Tabel 5. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor dan Elemen Strategi Internal	Rating	Bobot	Skoring Rating x Bobot
<b>Kekuatan</b>			
a. Harga yang lebih murah	4	0,15	0,60
b. Memiliki agen tetap dan pelanggan tetap	3	0,13	0,39
c. Proses Produksi yang sederhana	3	0,12	0,36
d. Inovasi warna produk gula merah	3	0,11	0,33
<b>Jumlah</b>	<b>13</b>	<b>0,51</b>	<b>1,68</b>
<b>Kelemahan</b>			
a. Peralatan produksi masi sederhana	3	0,10	0,30
b. Belum memiliki label (merk)	4	0,14	0,56
c. Sarana dan Prasarana	3	0,11	0,33
d. Ketersediaan bahan baku	4	0,14	0,56
<b>Jumlah</b>	<b>13</b>	<b>0,49</b>	<b>1,75</b>
<b>Total Faktor Internal</b>	<b>26</b>	<b>1,00</b>	<b>3,43</b>

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa faktor kekuatan yang memiliki rating tertinggi berada pada harga yang lebih murah bahwa indikator tersebut merupakan faktor kekuatan yang sangat menonjol pada gula merah, karena dengan harga yang terjangkau akan banyak konsumen yang membeli gula merah. Sedangkan pada faktor kelemahan rating paling tertinggi pada indikator belum memiliki label (merk) dan ketersediaan bahan baku sehingga hal ini dapat mempengaruhi produksi bagi para pelaku usaha gula merah

b. Faktor Strategi Eksternal

Tabel 6. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor dan Elemen Strategi Internal	Rating	Bobot	Skoring Rating x Bobot
<b>Peluang</b>			
a. Permintaan Pasar yang cukup tinggi	4	0,18	0,72
b. Banyak diminati Konsumen	3	0,17	0,51
c. Sudah memiliki pasar yang jelas	4	0,19	0,76
<b>Jumlah</b>	<b>11</b>	<b>0,52</b>	<b>1,99</b>
<b>Ancaman</b>			
a. Harga ditetapkan dari agen	2	0,18	0,36
b. Suatu saat bahan baku sulit didapatkan	2	0,16	0,32
c. Tidak ada bantuan Pemerintah	1	0,14	0,14
<b>Jumlah</b>	<b>5</b>	<b>0,48</b>	<b>0,82</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>	<b>16</b>	<b>1,00</b>	<b>2,81</b>

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa faktor peluang yang memiliki rating tertinggi berada pada permintaan pasar yang cukup tinggi dan sudah memiliki pasar yang jelas. Dengan ini pengrajin tidak khawatir dalam produksi gula merah dalam jumlah yang cukup besar karena dibarengin dengan permintaan pasar yang cukup tinggi. Selain itu, proses pemasaran yang lancar produk gula merah sudah mempunyai pasar yang jelas, sehingga dapat menjadi peluang yang dimiliki industri gula merah dalam proses pemasarannya. Sedangkan pada faktor ancaman yang memiliki rating tertinggi berada pada indikator suatu saat bahan baku sulit didapatkan dan harga ditetapkan dari agen. Hal ini disebabkan karena bertambahnya industri maka pelaku usaha berlomba-lomba dalam mendapatkan bahan baku. Sehingga hal ini bisa membuat suatu saat bahan baku akan sulit didapatkan dan menjadi ancaman bagi industri gula merah.

Tabel 7. Gabungan Matriks Faktor Strategi Internal-Eksternal Usaha Gula Merah di Tungke

Faktor dan Elemen Strategi Internal	Rating	Bobot	Skoring Rating x Bobot
<b>Kekuatan</b>			
a. Harga yang lebih murah	4	0,15	0,60
b. Memiliki agen tetap dan pelanggan tetap	3	0,13	0,39
c. Proses Produksi yang sederhana	3	0,12	0,36
d. Inovasi warna produk gula merah	3	0,11	0,33
<b>Total Skor Kekuatan</b>	<b>13</b>	<b>0,51</b>	<b>1,68</b>
<b>Kelemahan</b>			
a. Peralatan produksi masih sederhana	3	0,10	0,30
b. Belum memiliki label (merk)	4	0,14	0,56
c. Kurangnya Sarana dan Prasarana	3	0, 11	0,33
d. Ketersediaan bahan baku	4	0, 14	0,56
<b>Total Skor Kelemahan</b>	<b>13</b>	<b>0,49</b>	<b>1,75</b>
<b>Selisih Kekuatan-Kelemahan</b>			<b>-0,07</b>
Faktor dan Elemen Strategi Internal	Rating	Bobot	Skoring

			Rating x Bobot
<b>Peluang</b>			
a. Permintaan Pasar yang cukup tinggi	4	0,18	0,72
b. Banyak diminati Konsumen	3	0,17	0,51
c. Sudah memiliki pasar yang jelas	4	0,19	0,76
<b>Total Skor Peluang</b>	<b>11</b>	<b>0,52</b>	<b>1,99</b>
<b>Ancaman</b>			
d. Harga ditetapkan dari agen	2	0,18	0,36
e. Suatu saat bahan baku sulit didapatkan	2	0,16	0,32
f. Tidak ada bantuan Pemerintah	1	0,14	0,14
<b>Total Skor Ancaman</b>	<b>5</b>	<b>0,48</b>	<b>0,82</b>
<b>Selisih Peluang-Ancaman</b>			<b>1,17</b>

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Dari hasil matriks internal dan eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha gula merah di Desa Tungeke adalah untuk nilai internal -0,07 artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kelemahan lebih besar dibanding kekuatan. Untuk faktor eksternal bernilai 1,17 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dibandingkan dengan nilai ancaman.

Hasil ini menunjukkan bagaimana usaha gula merah ini berada di Kuadran III (*Turn-around*). Usaha tersebut memiliki peluang dan kelemahan sehingga walaupun usaha gula merah memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi dipihak lain mereka menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Strategi ini lebih fokus ke kepada strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) yaitu dengan menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, hal ini dapat dilihat pada tabel 8 pada hasil analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis Matriks SWOT

IFAS EFAS	<b>Strenghts(S)</b> 1. Hargayang lebih murah 2. Memiliki agen dan pelanggan tetap 3. Proses produksi yang sederhana 4. Inovasi warna produk gula merah	<b>Weaknesses(W)</b> 1. Perlatan produksi masih sederhana 2. Belum memiliki label (merk) 3. Kurangnya sarana dan Prasarana 4. Ketersediaan bahan baku

<p><i>Oportunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan pasar yang cukup tinggi</li> <li>2. Banyak diminati konsumen</li> <li>3. Sudah memiliki pasar yang jelas</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang lebih murah untuk memperluas pasar (S1 dan O1)</li> <li>2. Memanfaatkan proses produksi yang sederhana dengan menciptakan inovasi warna produk sehingga tetap menjadi produk unggulan (S3,S4 dan O2)</li> <li>3. Mempertahankan agen dan pelanggan tetap untuk meningkatkan permintaan pasar (S2 dan O1)</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengoptimalkan peralatan produksi untuk meningkatkan permintaan pasar (W1 dan O1)</li> <li>2. Melakukan perbaikan kemasan dan pemberian label produk untuk menambah daya tarik konsumen (W2 dan O2)</li> <li>3. Meningkatkan Sarana dan Prasarana dalam mengelola usaha gula merah untuk menghindari kurangnya ketersediaan bahan bakar sehingga permintaan terpenuhi dan memperluas pasar agar usaha lebih berkembang (W3, W4,T2, O1dan O3)</li> </ol>
<p><i>Treaths (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga ditetapkan agen</li> <li>2. Suatu saat bahan baku sulit didapatkan</li> <li>3. Tidak ada bantuan dari pemerintah</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan harga yang terjangkau dan memiliki agen serta pelanggan yang tetap untuk menghindari kurangnya bahan baku (S1,S2 dan T2)</li> <li>2. Menambah inovasi warna produk untuk mendapatkan harga yang terjangkau dari agen (S4 dan T1)</li> <li>3. Memanfaatkan inovasi produk dengan mengikuti bazar atau pameran untuk lebih dikenal dan mendapatkan perhatian dari pemerintah (S4 dan T3)</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaikan kemasan produk dan pengoptimalan peralatan untuk meningkatkan produksi dalam memenuhi permintaan agen (W1, W2 dan T1)</li> <li>2. Perlu diperhatikan Sarana dan prasarana untuk menghindari kurangnya bahan baku agar permintaan pasar selalu terpenuhi (W3,W4 dan T2)</li> <li>3. Memanfaatkan pemerintah setempat dalam mendapatkan sarana produksi (W1,W2,W3, dan T3.)</li> </ol>

Sumber: Analisis Data Primer, 2025

Tahap terakhir yaitu tahap “pengambilan keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan strategi pengembangan usaha gula merah di daerah penelitian.

Adapun strategi yang dimaksud adalah:

#### 1) Strategi SO

- a) Harga gula merah yang lebih murah dan memiliki agen serta pelanggan yang tetap untuk meningkatkan permintaan pasar (S1,S2 dan O2).  
Strategi : Mempertahankan jumlah produksi serta menjaga kualitas gula merah agar keinginan agen dan konsumen terpenuhi serta meningkatkan penjualan.
- b) Memanfaatkan proses produksi yang sederhana dengan mempertahankan inovasi warna produk sehingga diminati oleh konsumen (S3,S4 dan O2).  
Strategi : Mempertahankan inovasi warna produk gula merah dengan menambah variasi produk seperti membuat kue cucur dari olahan gula merah kemudian menjualnya tanpa melalui agen. Kemudian bekerja sama dengan industri seperti pedagang pasar yang menjual kue nona manis gula merah, kue

DOI: <https://10.31004/riggs.v4i3.2045>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

lapis sari india, penjual es dawet dan olahan makanan tradisional yang berbahan baku gula merah dengan ini dapat menambah pendapatan dan penjualan gula merah sehingga gula merah dapat masuk ke pasar-pasar modern dan memperluas perkembangan usaha.

2) Strategi WO

- a) Pengoptimalan peralatan produksi untuk meningkatkan permintaan pasar (W1,dan O1).

Strategi: Memanfaatkan pemerintah setempat untuk menambah peralatan pengolahan produksi gula merah yang lebih modern sehingga dalam memproduksi gula merah dapat dilakukan dengan waktu yang lebih cepat dengan ini dapat meningkatkan produksi serta penjualan gula merah.

- b) Melakukan perbaikan kemasan dan pemberian label produk untuk menambah daya tarik konsumen (W2 dan O2).

Strategi: Menciptakan tampilan gula merah lebih bagus lagi dengan cara dikemas dalam kemasan yang tertera merk produk dan umur produksi agar penjualan gula merah lebih meningkat dan dikenal oleh masyarakat.

- c) Meningkatkan sarana dan prasarana dalam mengelola usaha gula merah untuk menghindari kurangnya ketersediaan bahan baku sehingga permintaan terpenuhi dan memperluas pasar agar usaha lebih berkembang (W3,W4,T2,O1dan O3).

Strategi: Mengoptimalkan sarana dan prasarana dalam mendapatkan bahan baku serta memanfaatkan teknologi yang ada untuk mencari informasi dimana ada sumber perkebunan pohon aren agar menghindari kurangnya bahan baku dengan ini permintaan pasar akan selalu terpenuhi dan tetap menjadi produk unggulan.

3) Strategi ST

- a) Menciptakan harga yang lebih murah dan memiliki agen serta pelanggan yang tetap untuk mengoptimalkan bahan baku (S1,S2 dan T2).

Strategi: Meningkatkan produksi gula merah untuk mempertahankan agen dan pelanggan tetap seperti melayani pelanggan dan memenuhi permintaan konsumen dengan baik..

- b) Menambah inovasi warna produk untuk mendapatkan harga yang terjangkau dari agen dan mendapat bantuan dari pemerintah (S4,T1dan T3).

Strategi: Dengan harga yang lebih murah gula merah ini juga memiliki inovasi warna untuk menarik perhatian konsumennya. Dengan demikian dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi di media sosial dan mengikuti bazar atau pameran supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas.

4) Strategi WT

- a) Perbaikan kemasan produk dan pengoptimalan peralatan untuk meningkatkan produk dalam memenuhi permintaan agen ( W1,W2 dan T1).

Strategi: Menciptakan kemasan yang bagus dan pemberian merk dapat menambah nilai harga dalam suatu produk, dengan begitu agen tidak semena- mena dalam menentukan harga gula merah dan meningkatkan jumlah produksi dengan menambah variasi produk produk gula merah dengan cara membuat berbagai olahan dari gula merah.

- b) Perlu diperhatikan sarana dan prasarana untuk menghindari kurangnya bahan baku agar permintaan pasar selalu terpenuhi (W3,W4 dan T2).

Strategi: Manfaatkan teknologi yang ada (*Handphone*) untuk mencari informasi yang sebanyak-banyaknya mengenai sumber perkebunan pohon aren di Kabupaten Manggarai Barat maupun diluar daerah, dengan begitu dapat menghindari kurangnya bahan baku.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Tingkat Pendapatan Usaha gula merah yaitu memproduksi rata-rata 300 kg, dengan harga Rp 13.000/kg, mendapatkan penerimaan sebesar Rp.3.900.000,00 dengan rata-rata biaya produksi sebesar Rp 2.081.009,97 dan dapat dihitung pendapatannya perhari sebesar Rp 1.818.990,03. 1. Berdasarkan hasil Analisis kelayakan usaha gula merah didapatkan hasil revenue Cost Ratio (R//C) sebesar Rp 1,87 sehingga  $R/C > 1$  dan  $B/C$  sebesar Rp 0,87 < 1 maka usaha gula merah di daerah penelitian layak diusahakan tetapi tidak untuk melakukan investasi. 2. Berdasarkan Analisis SWOT Strategi pengembangan usaha gula merah, yaitu: a. Strategi *Streghts-Opportunities* (S-O): Mempertahankan jumlah produksi dan kualitas produk agar keinginan konsumen selalu terpenuhi serta bekerja sama dengan industri pangan yang memakai bahan baku gula merah. b. Strategi *Strength-Threats* (S-T) : Meningkatkan produksi dengan mengubah inovasi produk kemudian melakukan promosi ke media sosial atau mengikuti bazar untuk memperluas pasar. c. Strategi

*Weakness-Opportunities (W-O)*: menciptakan tampilan gula merah lebih menarik dan memanfaatkan perkebunan setempat untuk lebih mudah mendapatkan bahan baku. d. Strategi *Weakness-Threats (W-T)*: Meningkatkan sarana dan prasarana dalam mengelola usaha gula merah untuk menghindari kurangnya ketersediaan bahan baku sehingga permintaan terpenuhi dan memperluas pasar agar usaha lebih berkembang.

### Referensi

- (1) AB, S. (2014). *Manajemen Strategi Komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- (2) Bank Indonesia. (2008). *Pola Pembiayaan Usaha Kecil (PPUK) Gula Aren (Gula Semut dan Cetak)*. Direktorat Kredit, BPR dan UMKM BI. Jakarta.
- (3) Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- (4) Suratyah. (2015). *Metode Analisis Data*. Jakarta: Penebar Swadaya.