

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA GULA AREN PADA PT PERKEBUNAN WAK UBAN

Subakti Pratama¹, Esya Alhadi², Keti Purnamasari³
Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

Email: subaktipratama2016@gmail.com, esyaaalhadi@polsri.ac.id,
keti.purnamasari@polsri.ac.id

Penulis Korespondensi: Subakti Pratama, Email: subaktipratama2016@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the business condition of Palm Sugar at PT Perkebunan Wak Uban and to formulate an appropriate business development strategy based on the aspects of production, finance, human resources, and marketing. The business experienced a significant decline in revenue from IDR 915,232,000 in 2024 to IDR 680,138,000 in 2025, primarily caused by the reduced supply of palm sap raw materials and decreased marketing activities. This study employed a descriptive qualitative method with data collection conducted through interviews, observation, and questionnaires. Data analysis was carried out using an entrepreneurial aspect approach and SWOT analysis through the IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Diagram, and SWOT Matrix. The analysis results indicate that the total IFAS score was 3.8111, with strengths more dominant than weaknesses, and the total EFAS score was 3.9370, with opportunities outweighing threats. Based on the SWOT diagram, the company is positioned in Quadrant I at coordinates (1.8302; 1.5613), recommending the implementation of an aggressive strategy (SO Strategy / growth-oriented strategy). The recommended strategies include stabilizing raw material supply through cooperation with external suppliers, strengthening production SOPs to maintain product taste consistency, reactivating digital marketing channels, expanding partnerships with culinary businesses and MSMEs, and improving training programs for production employees.

Keywords: *Business Development Strategy, Palm Sugar, SWOT Analysis, Entrepreneurial Aspects, PT Perkebunan Wak Uban*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat berdasarkan aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Usaha ini mengalami penurunan omzet yang signifikan dari Rp915.232.000 pada tahun 2024 menjadi Rp680.138.000 pada tahun 2025, disebabkan oleh berkurangnya pasokan bahan baku nira aren dan menurunnya aktivitas pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan aspek kewirausahaan dan analisis SWOT melalui Matriks IFAS, EFAS, Diagram SWOT, dan Matriks SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa total skor IFAS sebesar 3,8111 dengan kekuatan lebih dominan dibandingkan kelemahan, serta total skor EFAS sebesar 3,9370 dengan peluang lebih besar dibandingkan ancaman. Berdasarkan diagram SWOT, perusahaan berada pada Kuadran I dengan

Article History

Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

koordinat (1,8302; 1,5613), yang merekomendasikan penerapan strategi agresif (Strategi *SO/growth oriented strategy*). Strategi yang direkomendasikan meliputi stabilisasi pasokan bahan baku melalui kerja sama dengan pemasok eksternal, penguatan SOP produksi untuk menjaga konsistensi rasa, pengaktifan kembali pemasaran digital, perluasan kemitraan dengan pelaku bisnis kuliner dan UMKM, serta peningkatan program pelatihan karyawan produksi.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Gula Aren, Analisis SWOT, Aspek Kewirausahaan, PT Perkebunan Wak Uban

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi serta sarana pemerataan kesejahteraan masyarakat, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Sebanyak 65,5 juta UMKM tercatat menyerap 119 juta tenaga kerja secara nasional (Widiastuti, 2025). Data Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Selatan tahun 2025 mencatat sekitar 3.554 UMKM di provinsi ini, mayoritas bergerak pada sektor makanan dan minuman (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2025), sehingga keberadaan usaha penyedia bahan baku kuliner seperti gula aren turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan sektor tersebut.

Gula aren merupakan produk olahan nira aren yang dikenal sebagai pemanis alami dan semakin diminati seiring meningkatnya tren konsumsi produk alami. Pasar gula aren secara global diproyeksikan tumbuh sekitar 5,2% per tahun hingga tahun 2035, dengan Indonesia sebagai salah satu negara berpotensi produksi terbesar di dunia (FactMR, 2025). Di tingkat nasional, kebutuhan gula terus meningkat sekitar 2-3% per tahun, sementara produksi domestik baru mencapai sekitar 2,46 juta ton pada tahun 2024 (Widiastuti, 2025), sehingga peluang pengembangan gula aren sebagai produk alternatif masih terbuka luas.

PT Perkebunan Wak Uban merupakan usaha gula aren yang berkantor pemasaran di Palembang dan telah beroperasi sejak tahun 2021, memproduksi Gula Aren Batok, Gula Aren Semut, Gula Aren Jahe Merah, Gula Aren Cair, dan Es Kopi Gula Aren, dengan sertifikasi NIB, Merek, Halal, dan SNI. Meskipun memiliki keunggulan kompetitif berupa kemurnian bahan baku melalui filosofi produksi “pure and sure”, perusahaan mengalami penurunan pendapatan yang signifikan dari Rp915.232.000 pada tahun 2024 menjadi Rp680.138.000 pada tahun 2025, sejalan dengan penurunan volume penjualan dari 37.450 pcs menjadi 27.978 pcs. Penurunan ini disebabkan oleh tidak stabilnya pasokan nira aren dari kebun sendiri serta menurunnya intensitas kegiatan pemasaran, yang berdampak pada berkurangnya minat dan loyalitas pelanggan UMKM.

Penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan usaha gula aren umumnya masih terfokus pada skala rumah tangga atau kelompok tani (Magfira dkk., 2024; Aji Pangestu dkk., 2024) dan belum mengintegrasikan keempat aspek kewirausahaan yaitu produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran secara menyeluruh, serta belum mengangkat persoalan ketidakstabilan pasokan bahan baku nira sebagai faktor utama penurunan omzet usaha gula aren berskala perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban pada keempat aspek kewirausahaan dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat melalui analisis SWOT, sehingga diharapkan dapat menjadi pedoman strategis bagi pemilik usaha serta referensi bagi penelitian sejenis pada industri gula aren.

LANDASAN TEORI

a. Strategi dan Pengembangan Usaha

Strategi merupakan rencana menyeluruh yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien, mencakup analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan, implementasi, evaluasi, dan kontrol (Wheelen & Hunger dalam Susanto dkk., 2024). Strategi yang baik mampu menyesuaikan kemampuan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Pengembangan usaha merupakan proses yang dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas, kualitas, dan keberlanjutan usaha melalui inovasi bisnis, yang dapat dilakukan melalui peningkatan skala ekonomis (produksi, tenaga kerja, teknologi) maupun perluasan cakupan usaha berupa penambahan produk, jasa, atau teknologi baru (Suryana dalam Syahfara & Yuniarinto, 2023).

b. Kewirausahaan dan Aspek-Aspeknya

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif dalam menciptakan nilai melalui pemanfaatan peluang bisnis serta pengelolaan sumber daya manusia, modal, dan barang untuk mencapai hasil yang optimal (Kao dalam Khamimah, 2021). Penelitian ini mengkaji empat aspek kewirausahaan. Aspek produksi berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian dalam menghasilkan barang dengan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan secara efisien (Hidayat dkk., 2024). Aspek keuangan mencakup proses memperoleh, mengelola, dan menyalurkan dana perusahaan secara efektif guna memperoleh keuntungan dan menjaga keberlangsungan usaha (Jirwanto dkk., 2024). Aspek sumber daya manusia berperan dalam perencanaan tenaga kerja, rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karier guna meningkatkan kinerja organisasi, mencakup motivasi, kompensasi, dan deskripsi pekerjaan (Silaen dkk., 2022). Aspek pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dalam menciptakan serta mempertukarkan nilai dengan pelanggan, mencakup bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) serta strategi segmentasi, targeting, dan positioning (Kotler dalam Sudirwo dkk., 2025).

c. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta faktor eksternal berupa peluang (opportunities) dan ancaman (threats), yang menjadi dasar perumusan strategi dan program kerja organisasi (Rangkuti dalam Wijayanti, 2023; Sudiantini, 2022). Tahapan analisis SWOT meliputi penyusunan Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) melalui pembobotan dan rating setiap faktor, penentuan posisi usaha pada diagram kartesius SWOT berdasarkan selisih skor kekuatan-kelemahan (sumbu X) dan peluang-ancaman (sumbu Y), serta perumusan alternatif strategi melalui Matriks SWOT yang menghasilkan empat kombinasi, yaitu Strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang), Strategi ST (menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman), Strategi WO (meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang), dan Strategi WT (meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman) (Rangkuti, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam kondisi internal dan eksternal PT Perkebunan Wak Uban dalam merumuskan strategi pengembangan usaha gula aren berdasarkan aspek produksi, keuangan, sumber daya

manusia, dan pemasaran (Sugiyono, 2022). Objek penelitian adalah Usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban dengan kantor pemasaran di Palembang dan lokasi pabrik pengolahan di Desa Ulak Segelung, Kecamatan Indralaya, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Informan penelitian dipilih secara purposive, dengan key informant yaitu pimpinan usaha, serta informan pendukung berupa karyawan bagian produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran, ditambah konsumen produk gula aren.

Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert (1-5) kepada pelanggan usaha. Data sekunder diperoleh dari studi literatur serta laporan keuangan dan data penjualan usaha selama periode 2023-2025 yang diperoleh langsung dari manajemen perusahaan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan informasi dari berbagai informan dan metode pengumpulan data.

Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT yang dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, penyusunan Matriks IFAS dan EFAS dengan menghitung bobot (skala 0,0-1,0) dan rating (skala 1-5) setiap faktor internal dan eksternal, kemudian mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh skor tiap faktor ($\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$) (Rangkuti, 2017). Kedua, penentuan posisi usaha pada diagram kartesius SWOT berdasarkan selisih skor kekuatan-kelemahan (sumbu X) dan peluang-ancaman (sumbu Y). Ketiga, perumusan alternatif strategi pengembangan melalui Matriks SWOT yang menghasilkan kombinasi Strategi SO, ST, WO, dan WT sesuai posisi kuadran yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil dan Kondisi Usaha

PT Perkebunan Wak Uban merupakan usaha agribisnis pengolahan gula aren yang didirikan oleh Fitri Yulianti pada tahun 2021, dengan filosofi produksi “pure and sure” yang menjaga kemurnian nira sebagai bahan baku tanpa campuran bahan lain. Perusahaan telah memiliki sertifikasi NIB, Merek, Halal, dan SNI, serta mempekerjakan 20 tenaga kerja yang tersebar pada bagian produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Data pendapatan dan volume penjualan usaha selama tiga tahun terakhir disajikan pada Tabel 1.

Tahun	Pendapatan (Rp)	Volume Penjualan (Pcs)
2023	841.062.000	34.366
2024	915.232.000	37.450
2025	680.138.000	27.978

Sumber: Usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban, diolah (2026)

Data pada Tabel 1 menunjukkan tren kenaikan pendapatan dari tahun 2023 ke 2024, namun terjadi penurunan signifikan pada tahun 2025 yang disebabkan oleh berkurangnya hasil panen nira dari perkebunan milik perusahaan sendiri, sehingga volume produksi dan pasokan produk ke jalur distribusi retail maupun daring turut menurun.

b. Analisis Aspek Kewirausahaan

Pada aspek produksi, perusahaan menggunakan nira aren dari perkebunan sendiri di Desa Ulak Segelung sebagai bahan baku utama tanpa bergantung pada pemasok luar, namun kondisi kebun

yang tidak stabil menjadi kendala utama yang berdampak langsung pada volume produksi. Pada aspek keuangan, pengelolaan sudah tergolong baik dengan pencatatan transaksi harian yang direkap menjadi laporan mingguan dan bulanan, sehingga tidak lagi memerlukan pengembangan lanjutan. Pada aspek sumber daya manusia, struktur organisasi telah tersusun secara fungsional dengan pembagian tugas yang jelas antara direktorat hulu (produksi) dan hilir (pemasaran, keuangan, dan pengembangan usaha), namun keterbatasan pengetahuan karyawan produksi dalam teknik pemasakan nira menyebabkan rasa produk terkadang tidak konsisten. Pada aspek pemasaran, perusahaan menjalankan strategi online (Instagram, website, Shopee) dan offline (pameran, retail, titip jual UMKM), tetapi aktivitas pemasaran digital dan offline mengalami penurunan intensitas dalam satu tahun terakhir akibat keterbatasan produksi.

c. Matriks IFAS

Hasil identifikasi dan pembobotan faktor internal Usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban disajikan pada Tabel 2.

Lingkungan Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)			
Produk memiliki kualitas premium dan sudah memenuhi ekspektasi	0,1165	4,66	0,5426
Kemasan produk praktis, higienis, dan menarik	0,1115	4,46	0,4970
Sertifikasi Halal & SNI meningkatkan kepercayaan terhadap produk	0,1036	4,14	0,4294
Harga produk sebanding dengan kualitas premium yang diberikan	0,1058	4,23	0,4473
Varian produk cukup beragam	0,0994	3,97	0,3946
Karyawan memberikan respon cepat dan ramah saat pemesanan dan pembelian	0,1129	4,51	0,5098
Total Skor Kekuatan	0,6497	-	2,8204
Kelemahan (Weakness)			
Stok produk masih terbatas dan terkadang sulit ditemukan	0,0622	2,49	0,1546
Lokasi penjualan fisik masih sangat terbatas	0,0643	2,57	0,1654
Rasa produk terkadang tidak konsisten	0,0686	2,74	0,1882
Promosi di media sosial masih kurang aktif	0,0736	2,94	0,2167
Branding belum cukup dikenal	0,0815	3,26	0,2654
Total Skor Kelemahan	0,3502	-	0,9902
Total	1,00	-	3,8111

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2, total skor kekuatan sebesar 2,8204 jauh lebih besar dibandingkan total skor kelemahan sebesar 0,9902, sehingga total skor IFAS mencapai 3,8111. Faktor kekuatan dengan kontribusi tertinggi adalah kualitas produk premium (skor 0,5426) dan respons layanan karyawan yang cepat dan ramah (skor 0,5098), sedangkan kelemahan paling signifikan adalah keterbatasan stok produk (skor 0,1546) dan ketidakkonsistenan rasa produk (skor 0,1882). Hasil ini menunjukkan bahwa secara internal, usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban berada pada posisi yang kuat, sehingga memiliki potensi untuk terus berkembang apabila mampu mengoptimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

d. Matriks EFAS

Hasil identifikasi dan pembobotan faktor eksternal disajikan pada Tabel 3.

Lingkungan Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)			
Produk cocok untuk bahan baku bisnis kuliner	0,1258	4,71	0,5929
Produk memiliki potensi kerja sama bisnis dengan UMKM	0,1235	4,63	0,5718
Tren konsumsi pemanis alami membuat masyarakat beralih dari gula putih	0,1220	4,57	0,5575
Potensi kerja sama dengan pemasok aren agar kebutuhan produksi stabil	0,1197	4,49	0,5368
Promosi melalui media sosial berpotensi memperluas jangkauan pemasaran	0,1143	4,29	0,4900
Total Skor Peluang	0,6053	-	2,7497
Ancaman (Threat)			
Persaingan produk gula aren di Palembang semakin ketat	0,0831	3,11	0,2587
Munculnya merek baru dengan promosi lebih gencar	0,0861	3,23	0,2781
Merek lain menawarkan harga lebih murah dengan kualitas serupa	0,0701	2,63	0,1843
Tingginya biaya pengiriman (logistik) untuk pengiriman produk	0,0915	3,43	0,3136
Kondisi panen yang tidak stabil dapat mengurangi jumlah produksi	0,0640	2,40	0,1537
Total Skor Ancaman	0,3948	-	1,1884
Total	1,00	-	3,9370

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, total skor peluang sebesar 2,7497 lebih besar dibandingkan total skor ancaman sebesar 1,1884, sehingga total skor EFAS mencapai 3,9370. Peluang dengan kontribusi tertinggi adalah kesesuaian produk sebagai bahan baku bisnis kuliner (skor 0,5929) dan potensi kerja sama dengan UMKM (skor 0,5718), sedangkan ancaman paling signifikan adalah kondisi panen yang tidak stabil (skor 0,1537). Hasil ini menunjukkan bahwa secara eksternal, usaha menghadapi peluang yang jauh lebih besar dibandingkan ancaman, sehingga posisi lingkungan eksternal usaha tergolong mendukung untuk pengembangan lebih lanjut.

e. Diagram SWOT

Selisih skor kekuatan-kelemahan (sumbu X) dan peluang-ancaman (sumbu Y) digunakan untuk menentukan posisi usaha pada diagram kartesius SWOT, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Komponen	Total Skor	Selisih	Dominasi
Kekuatan (S)	2,8204	$S - W = 1,8302$	Kekuatan (S)
Kelemahan (W)	0,9902		
Peluang (O)	2,7497	$O - T = 1,5613$	Peluang (O)
Ancaman (T)	1,1884		

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Sumbu X = $S - W = 2,8204 - 0,9902 = 1,8302$

Sumbu Y = $O - T = 2,7497 - 1,1884 = 1,5613$

Titik koordinat (1,8302; 1,5613) berada pada Kuadran I, yang menunjukkan bahwa usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban berada pada situasi yang sangat menguntungkan, dengan kekuatan internal yang dominan sekaligus peluang eksternal yang besar. Posisi ini merekomendasikan penerapan strategi agresif SO (*growth oriented strategy*), yaitu strategi yang mendorong ekspansi dan pertumbuhan usaha secara maksimal dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang yang tersedia, tanpa perlu memprioritaskan strategi bertahan.

f. Matriks SWOT dan Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil Matriks IFAS dan EFAS, dirumuskan alternatif strategi pengembangan melalui Matriks SWOT sebagaimana disajikan pada Tabel 5.

Strategi	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO: memperluas kerja sama dengan pelaku bisnis kuliner, UMKM, dan pemasok aren dengan mengandalkan kualitas premium dan sertifikasi Halal/SNI; memanfaatkan tren pemanis alami melalui promosi digital.	Strategi WO: mengoptimalkan kerja sama dengan pemasok aren untuk mengatasi keterbatasan stok; meningkatkan promosi media sosial untuk memperkuat branding; memperluas lokasi penjualan melalui kemitraan UMKM.

Threats (T)	Strategi ST: mempertahankan diferensiasi kualitas premium dan sertifikasi untuk menghadapi persaingan dan kompetitor harga murah; memanfaatkan pelayanan responsif untuk menjaga loyalitas pelanggan.	Strategi WT: memperbaiki konsistensi rasa dan memperkuat branding; mencari pemasok bahan baku alternatif untuk mengantisipasi ketidakstabilan panen; mengevaluasi struktur biaya distribusi.
-------------	---	--

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Mengingat posisi usaha berada pada Kuadran I diagram SWOT, Strategi SO menjadi strategi utama yang paling direkomendasikan untuk diprioritaskan oleh PT Perkebunan Wak Uban, sementara Strategi ST, WO, dan WT dapat digunakan sebagai strategi pendukung untuk memperkuat posisi usaha, khususnya dalam mengatasi kelemahan terkait konsistensi rasa, keterbatasan stok, dan branding yang masih perlu ditingkatkan.

Secara lebih rinci, strategi pengembangan usaha pada masing-masing aspek kewirausahaan adalah sebagai berikut. Pada aspek produksi, perusahaan perlu melakukan stabilisasi pasokan bahan baku melalui kerja sama dengan pemasok nira aren eksternal di wilayah Ogan Ilir sebagai solusi jangka pendek, serta memperbaiki hasil kebun sendiri sebagai solusi jangka panjang, disertai penguatan SOP pemasakan nira untuk menjaga konsistensi rasa. Pada aspek sumber daya manusia, diperlukan program pelatihan dan sertifikasi karyawan produksi secara berkelanjutan, khususnya pada teknik pemasakan nira, serta pengembangan sistem insentif berbasis kinerja. Pada aspek pemasaran, perusahaan perlu mengaktifkan kembali pemasaran digital melalui Instagram dengan jadwal konten yang konsisten, serta memperluas kemitraan dengan pelaku bisnis kuliner dan UMKM sebagai mitra pemasok bahan baku dengan skema harga reseller. Pada aspek keuangan, pengelolaan yang sudah berjalan baik melalui pencatatan transaksi harian dan laporan berkala dapat dipertahankan tanpa memerlukan pengembangan lanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara internal, Usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban memiliki total skor IFAS sebesar 3,8111 dengan kekuatan (2,8204) yang jauh lebih dominan dibandingkan kelemahan (0,9902), sedangkan secara eksternal diperoleh total skor EFAS sebesar 3,9370 dengan peluang (2,7497) yang lebih besar dibandingkan ancaman (1,1884). Berdasarkan diagram SWOT, usaha berada pada Kuadran I dengan koordinat (1,8302; 1,5613), yang merekomendasikan penerapan Strategi SO atau strategi agresif (*growth oriented strategy*). Analisis pada empat aspek kewirausahaan menunjukkan bahwa aspek produksi menghadapi tantangan ketidakstabilan pasokan bahan baku dan ketidakkonsistenan rasa produk; aspek pemasaran memiliki fondasi yang baik namun memerlukan reaktivasi pemasaran digital dan perluasan kemitraan; aspek keuangan sudah terkelola dengan baik; serta aspek sumber daya manusia memerlukan penguatan program pelatihan karyawan produksi.

Saran

Usaha Gula Aren PT Perkebunan Wak Uban disarankan menjalin kerja sama dengan petani aren lokal sebagai pemasok tambahan guna mengatasi ketidakstabilan pasokan bahan baku, menyelenggarakan pelatihan teknis pemasakan nira bagi karyawan produksi guna menjaga konsistensi rasa, mengaktifkan kembali pemasaran digital secara konsisten, serta memperluas

kemitraan dengan pelaku usaha kuliner dan UMKM mengingat peluang kerja sama bisnis kuliner memperoleh skor EFAS tertinggi. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian pada beberapa produsen gula aren guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor keberhasilan usaha dalam industri gula aren.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Pangestu, A., Prabowo, R., Arum Ganestyani, I., Aris Sasongko, L., Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, P., & Wahid Hasyim Semarang, U. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Gula Aren di Kelompok Tani Argomulyo Desa Tegarom Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 5(1), 167-186.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. (2025). Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota - Tabel Statistik.
- FactMR. (2025). Palm Sugar Market | Global Market Analysis Report - 2035. <https://www.factmr.com/report/palm-sugar-market>
- Hidayat, N., Syamsuddin, Pratiwi, N. A., Rizkiah, N. D., Nawasiah, N., Badi'ah, R., Silitonga, M. P. R., Ajizah, E., Sudarwadi, D., & Anwar. (2024). Manajemen Operasi dan Produksi. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Jirwanto, H., Aqsa, M. A., Agusven, T., Herman, H., & Sulfitri, V. (2024). Manajemen Keuangan. CV. Azka Pustaka.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228-240.
- Magfira, M., Kalaba, Y., & Arini, A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Pada Industri Rumah Tangga Di Desa Posona Kecamatan Kasimbar Kabupaten Parigi Moutong. *Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development)*, 3(3), 274-279.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Silaen, N. R., Nurlaeli, A., Asir, M., Arta, I. P. S., Siregar, L. A., Mahriani, E., Umiyati, H., Haerana, Renaldi, R., Ahdiyat, M., Ahmad, D., Sihotang, R. B., Komalasari, I., & Widyawati. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia (Perspektif, Pengembangan, dan Perencanaan). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sudiantini, D. (2022). Manajemen Strategi. Pena Persada.
- Sudirwo, Ir Apriyanto, & Daniel Adolf Ohyver. (2025). Buku Referensi Strategi Pemasaran. www.buku.sonpedia.com
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA.
- Susanto, I., Ansari, I., & Mone, A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Gowa. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 5(2), 433-445.
- Syahfara, A. D., & Yuniarinto, A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Fesyen Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 2(4), 1127-1147.

Widiastuti. (2025, Agustus 27). Kebutuhan Gula Nasional Naik, Tapi Produksi Masih Minim.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20250827/12/1906247/kebutuhan-gula-nasional-naik-tapi-produksi-masih-minim>

Wijayanti, H. (2023). Buku Pintar Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.