

Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam di Desa Kandang Mbelang Kec. Lawe Bulan, Kab. Aceh Tenggara

Ulfa Yolanda

STAI Sepakat Segenep Kutacane Aceh Tenggara

Email korespondensi: ulfayolanda25@gmail.com

Abstract

Sem business competition will rapidly encourage every palm sugar manager to have strategic acumen, so that he excels in competing with his competitors or at least is able to survive to run his business. Therefore, palm sugar managers are not only looking for profit, but are also connected with moral values, it is not justified to take maximum profits without regard to the buyer's condition, as Islam emphasizes that in business trading must be honest, trustworthy, fair and also pay attention to The quality of the raw material for palm sugar must be guaranteed to be halal, for the sake of creating human happiness (falah) and a good life. This study aims to analyze the opportunities and development of the palm sugar business in Kandang Mbelang Mandiri Village, Kec. Moonstone, Kab. Southeast Aceh. The respondents of this study were entrepreneurs managing palm sugar in the village of Kandang Mbelang. Research data obtained by observation and interviews were analyzed descriptively using SWOT analysis, strategy matrix to analyze the strategy determined by the respondents. The results of this study indicate that the IFAS value is 1.447320 and the EFAS value is 2.261670. Therefore the solution obtained for the development of the palm sugar business is to promote products such as on social media, have a brand image, innovate the quality of palm sugar products in the future.

Keywords: Business Development Strategy, Islamic Economic Perspective

Saran sitasi: 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(02), 2657-2666. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9666>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9666>

1. PENDAHULUAN

Aceh Tenggara dikelilingi oleh daerah pengunungan, menjadi sumber penghidupan masyarakat sekitar pada umumnya, karena wilayah pengunungan ini memiliki berbagai macam sumber daya alam serta jasa lingkungan yang dijadikan sumber penghidupan. Oleh karena itu salah satu hasil dari gunung itu adalah pohon nira yang dapat diolah menjadi gula aren. Kegiatan pengolahan gula aren ini masih tergolong industri rumah tangga, termasuk golongan usaha kecil atau menengah. Dengan adanya usaha kecil akan mampu menyerap tenaga kerja, serta bisa menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kutacane, Kabupaten Aceh Tenggara merupakan salah satu kota Kabupaten di Aceh yang memiliki wilayah dan potensi daerah pengolahan gula aren. Salah satu pengolahan gula aren terdapat di Desa Kandang Mbelang, Kecamatan Lawe Bulan.

Pengolahan gula aren ini setiap minggu diproduksi oleh produsen, akan tetapi produsen masih mengalami kesulitan untuk memasarkan gula aren. Dari segi pemasaran masalah yang timbul seperti proses pemasaran gula aren bersifat tradisional yaitu penjual hanya berharap kepada pembeli yang akan datang langsung dan pengelola gula aren menjual eceran kepada agen-agen yang lain tetapi masih relatif sedikit.

Pengusaha gula aren mengalami kesulitan untuk memasarkan gula aren, diketahui dari hasil wawancara kepada pengusaha pengelola gula aren di Desa Kandang Mbelang. Bapak Kamar mengelola gula aren sudah 42 tahun. Bapak Kamar ini membuat gula aren dibantu oleh istrinya dan satu orang anaknya. Ia mengatakan perhari dapat mengelola gula aren 5kg/6kg. Satu pohon nira airnya itu bisa dikelola untuk gula aren sebanyak 3kg/4kg. Pengusaha gula aren yang kedua yaitu Bapak Buh, mengelola gula

aren perhari 3kg/4kg, perminggunya bisa menghasilkan gula aren sebanyak 13kg-15kg. Ia memasarkan gula aren di pajak pagi salah satu pusat perbelanjaan di Kutacane. Pengusaha gula aren yang ketiga yaitu Bapak Sarwan Bulek ia mengelola gula aren 2kg/3kg perhari. Bapak ini mengelola gula aren tergolong sedikit perharinya karena kendala disaat memasarkan gula aren tersebut. Pembuatan gula aren ini bahan baku yang perlu untuk dipersiapkan hanya air nira yang diambil dari pohon nira, dan kemiri. Setelah air nira itu diambil maka dimasak selama 2-3 jam, setelah itu dicetak. Biasanya pengelola gula aren yang di Desa Kandang Mbelang ini mencetaknya dari bambu yang sudah dibentuk dalam bentuk lingkaran. Karena tidak ada campuran bahannya dengan yang lain maka gula aren ini rasanya dan bentuknya lebih bagus dibandingkan dengan gula aren yang dicampur dengan gula pasir. Tujuan mereka mencampur gula aren dengan gula pasir adalah agar timbangannya itu lebih berat lagi. Akan tetapi, di Desa Kandang Mbelang, ini tidak ada yang menggunakan campuran selain kemiri. Kemiri dicampurkan untuk mengharumkan gula aren tersebut. Tetapi, cara pengembangan gula aren tersebut untuk memasarkan kepada konsumen belum optimal karena sejauh dan selama ini Bapak Kamar ini mengatakan penjualan gula aren ini masih menggunakan sistem tradisional.

Perdagangan dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga dihubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga kita tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli. Islam menegaskan bahwa dalam perdagangan bisnis yang jujur dan halal yang sesuai dengan etika bisnis dalam Islam agar setiap orang memperoleh penghasilan, menafkahi keluarga, dan memberi sedekah kepada mereka yang kurang beruntung. Sebagaimana Islam mengatur dan mempengaruhi semua bidang kehidupan lainnya, demikian juga mengatur etika persaingan industri dan perniagaan yang sesuai dengan Islam, Islam mewajibkan pengusaha untuk berbuat adil, jujur dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik. Sangat menekankan aspek persaudaraan, keadilan, sosial, ekonomi, dan pemenuhan kebutuhan spiritual umat manusia.

Rasulullah SAW adalah pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggan mengeluh. Beliau sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Rasulullah SAW

pun senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Dengan kata lain, beliau melakukan prinsip manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan, pelayanan yang unggul, kemampuan, efisiensi, transparan, persaingan yang sehat dan kompetitif. Persaingan yang positif dan kompetitif yang dilengkapi dengan daya saing yang tinggi seperti daya saing harga, daya saing kualitas, daya saing pemasaran, dan daya saing jaringan kerja menjadi pendorong bagi pendistribusian yang sudah lama berdiri maupun yang baru bermunculan untuk menguasai pasar dan menjadi *leader market*. Perusahaan wajib memiliki produk yang berkualitas untuk menunjang kemajuan perusahaan serta kemampuan produk-produk baru yang berkualitas.

Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya berkaitan antara satu dengan lainnya. Hal ini menuntut setiap pelaku usaha bisnis untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama salah satunya terhadap usaha pengelola gula aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara. Oleh karena itu pengelola gula aren harus memiliki strategi pemasaran yang baik dan handal, sehingga produknya tidak hanya laku pasaran, akan tetapi mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan yang ada. Pengelola gula aren diharapkan benar-benar mampu mengetahui segala bentuk kekuatan dan kelemahan produk pada kondisi internal usaha gula aren, sehingga mampu memanajemen kondisi yang baik dalam segi produksi. Di lain pihak, para pengusaha juga harus jeli dalam melihat segala bentuk peluang maupun ancaman yang dapat atau akan dihadapi oleh produknya di pasaran.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran gula aren. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan aturan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih adalah metode kualitatif, dimana data dikumpulkan dengan cara yaitu melakukan penelitian lapangan, observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap responden narasumber/informan, dan studi literatur yang sesuai dengan fenomena dari penelitian yang dijalankan. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan metode diskriptif analitis. Data yang terdapat pada penelitian ini berbentuk serangkaian kata atau kalimat yang diperoleh baik itu dari hasil wawancara atau kajian pustaka sehingga menghasilkan suatu kongklusi penelitian yang memiliki sifat kualitatif. Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Metode pengolahan data dilakukan secara deskriptif. Selanjutnya dengan merumuskan strategi pengembangan perusahaan dengan menggunakan matriks EFE dan IFE, strategi generic, matrik SWOT untuk mendapatkan beberapa alternative strategi Sumber data pada penelitian ini yang terdiri dari sumber data primer yaitu berupa hasil wawancara narasumber terkait. Sedangkan untuk sumber data sekunder meliputi literature atau buku yang selaras dengan pembahasan pada penelitian ini yaitu terkait dengan pembahasan Strategi pengembangan usaha pengolahan gula aren. Pada penelitian lapangan ini penulis melakukan penelitian di Desa Kandang Mbelang, Kutacane, Kabupaten Aceh Tenggara dengan melihat fakta yang terjadi mengenai penerapan Pengembangan Pengolahan gula Aren yang nantinya akan difokuskan kepada pengelolaan serta pemasaran gula aren tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara.

Strategi yang digunakan Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Perspektif Ekonomi Islam Aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Batu Lawe Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

- a. Strategi Harga Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren ini agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap pengelola gula aren harus menetapkan harga gula aren secara tepat tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah sesuai dengan pasaran sekitarnya.

- b. Strategi Kualitas Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren ini yang sangat penting, kualitas gula aren yang baik, konsumen akan merasa puas terhadap produk gula aren Desa Kandang Mbelang. Jadi pengelola gula aren harus memerhatikan kualitas gula aren, yang terlebih penting lagi tidak ada kecurangan saat mengelola gula aren tidak mencampurkan bahan-bahan yang lainnya selain air nira dan kemiri.
- c. Strategi Citra Merek sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha pengolahan gula aren, karena merek merupakan nama, istilah, simbol/lambang atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas pengelola gula aren tersebut terhadap konsumen maupun produk pesaing.
- d. Strategi Tempat Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren, bagi pengelola gula aren tempatnya harus strategis, agar konsumen mudah membeli gula aren tersebut.
- e. Strategi Promosi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren adalah hal yang paling penting karena dengan adanya promosi akan meningkatkan pembeli terhadap gula aren. Pengelola gula aren Desa Kandang Mbelang ini usahakan agar dapat mengikuti perkembangan zaman, mempromosikan gula aren ini menggunakan sosial media agar gula aren ini tidak hanya dikalangan masyarakat sekitar Aceh Tenggara.

3.1.2. Analisis SWOT Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Data yang diambil dari penulisan ini adalah data primer berupa data-data masyarakat dengan berbagai personal yang terkait dalam strategi pengembangan usaha pengolahan gula aren dengan kuesioner. Tujuan dari pembagian kuesioner ini adalah untuk mendapatkan berbagai rincian mengenai faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan organisasi dan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman bagi organisasi jawaban dari kuesioner

tersebut kemudian direkapitulasi dengan rincian sebagai berikut:

a. Rekapitulasi Faktor Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal pengolahan gula aren yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

1) Kekuatan (*strength*) adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dimiliki adalah:

- a) Kualitas Produk Gula Aren Tahan Lama
Kualitas Gula aren ini tahan lama dikarenakan tidak adanya campuran selaim buah kemiri saja, tujuannya adalah agar gula aren tersebut wangi.
- b) Keadaan iklim
Tingkat kelembapan yang dimiliki Desa Kandang Mbelang, untuk tanaman pohon nira sangat cocok karena karena tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin jadi sangat cocok untuk tanaman pohon nira.
- c) Memiliki Mitra Kerja yang Bagus
Dengan adanya mitra kerja yang bagus jadi pengelola gula aren ini saling menguntungkan. Karena adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama, tolong menolong antara pengelola gula aren yang satu dengan yang lainnya.

2) Kelemahan (*weakness*)

Yaitu kekurangan atau kelemahan dari strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengolahan gula aren, adapun kelemahan pengembangan yang diterapkan oleh pengolahan gula aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara, antara lain:

- a) Citra Merek
Karena produk gula aren ini belum mempunyai merek yang terkenal hanya saja dengan sebutan gula aren. Merek sangat berpengaruh terhadap permintaan pasar. Karena kebanyakan konsumen lebih mengedepankan merek dibandingkan kualitas, jadi merek gula aren ini belum ada inovasi yang lain untuk mengganti merek agar lebih menarik bagi konsumen.
- b) Kurangnya Upaya Promosi

Pengolahan gula aren Desa Kandang Mbelang ini tidak ada melakukan promosi terhadap masyarakat agar orang lain mengetahui produk gula aren tersebut.

- c) Tidak ada Inovasi dan Aplikasi Teknologi Kemasan

Zaman sudah modern akan tetapi bentuk gula aren belum ada inovasinya masih dalam bentuk bulat belum ada variasi bentuk gula aren tersebut, dan belum ada teknologi kemasan untuk gula aren ini, cetakannya hanya dari bambu yang dibentuk menjadi lingkaran.

Tabel 1.

Faktor Lingkungan Internal kekuatan

S1	Kualitas Produk Gula Aren tahan lama
S2	Keadaan Iklim
S3	Memiliki mitra kerja yang bagus

Tabel 2.

Faktor Lingkungan Internal kelemahan

W1	Citra Merek
W2	Kurangnya Upaya Promosi
W3	Tidak ada Inovasi dan Aplikasi Teknologi Kemasan

b. Rekapitulasi Faktor Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor eksternal pengembangan usaha pengolahan gula aren yaitu faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*oppurtinity*) dan ancaman (*Treath*) yang dihadapi pengelola gula aren.

1) Peluang (*opportunities*) adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektifnya terdiri atas :

- a) Harga Gula Aren
Harga gula aren sudah lumayan bagus 25.000 / kg, sudah bisa dikatakan baik untuk pengelola gula aren untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, karena pembuatan gula aren bisa mencapai 14 kg-15kg perminggu.
- b) Meningkatkan ekonomi keluarga.
Pengolahan gula aren ini berpeluang sangat bagus untuk meningkatkan ekonomi industri rumah tangga, karena tidak harus memiliki modal yang besar. Tetapi harus dilakukan dengan usaha

yang baik, seperti budidaya pohon nira yang baik.

c) **Potensi Pengembangan**

Kedepannya pengolahan gula aren ini mengalami pengembangan seiring dengan perkembangan zaman, supaya gula aren ini tidaknya hanya dikalangan Kutacane saja akan tetapi masyarakat dari kota lain juga akan mengetahui. Gula aren Desa Kandang Mbelang ini beda dengan gula aren yang lainnya.

2) **Ancaman (*threats*)** adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu usaha untuk mencapai objektifnya yang dihadapi terdiri atas :

a) **Persaingan**

Hal ini yang menjadi ancam, karena masih banyak pengolahan gula aren dari desa-desa yang lain.

b) **Lingkungan Lokasi yang Susah dijangkau**
Desa Kandang Mbelang ini masih jauh dari kota jadi masih sulit untuk dijangkau.

c) **Tidak adanya Perhatian Pemerintah terhadap Gula Aren**

Produk gula aren ini tidak ada perhatian yang khusus dari pemerintah, seperti harga gula aren ditentukan oleh pasar tidak ada campur tangan oleh pemerintah.

Tabel 3.

Faktor Lingkungan Eksternal Peluang

O1	Harga gula aren
O2	Meningkatkan Ekonomi Keluarga
O3	Potensi Pengembangan

Tabel 4.

Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman

T1	Persaingan
T2	Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau
T3	Tidak adanya Perhatian Pemerintah terhadap Gula Aren

Hasil dari pembobotan ini adalah sebagai acuan perhitungan IFAS dan EFAS sebagai dasar penentuan strategi penentuan kebijakan dengan analisa SWOT.

3) **Matriks IFAS (*internal faktor Analysis Summary*)**

Didalam matrik IFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari Tabel normalisasi bobot faktor internal pengelola gula aren dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor internal pengelola gula aren.

Tabel 5.

Matriks IFAS Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara

Strength	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Kualitas Produk Gula Aren tahan lama	0.1838	4	0.735069
Keadaan Iklim	0.0741	4	0.296379
Memiliki mitra kerja yang bagus	0.1386	3	0.415872
Sub Total (Strength)			1.447320
Weakness	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Citra Merek	0.3202	2	0.640401
Kurangnya Upaya Promosi	0.1926	2	0.385104
Tidak ada Inovasi dan Aplikasi Teknologi Kemasan	0.0908	1	0.090761
Sub Total (Weakness)			1.116267
Total IFAS		1.00	2.563586

Sumber: Hasil Kuesioner Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara (2023).

Berdasarkan data diatas bahwa nilai kekuatan (*strange*) adalah nilai tertinggi untuk matriks IFAS dengan jumlah **1.447320** dibandingkan dengan faktor kelemahan (*weaknes*) adalah 1.116267, maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kekuatan (*strange*).

d) Matriks EFAS (*External Faktor Analisis Summary*)

Didalam matrik EFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari Tabel normalisasi bobot faktor eksternal pengelola gula aren dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor eksternal pengelola gula aren.

Tabel 6.

Matriks EFAS Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Perspektif Ekonomi Islam Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara

Oportunity	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Harga gula aren	0.2036	4	0.814314
Meningkatkan Ekonomi Keluarga	0.1356	4	0.542269
Potensi Pengembangan	0.3017	3	0.905087
Sub Total (Oportunity)			2.261670
Threat	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Persaingan	0.0877	2	0.175316
Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau	0.1524	1	0.152417
Tidak adanya Perhatian Pemerintah terhadap Gula Aren	0.1191	1	0.119084
Sub Total (Threats)			0.446816
Total EFAS		1.00	2.708486

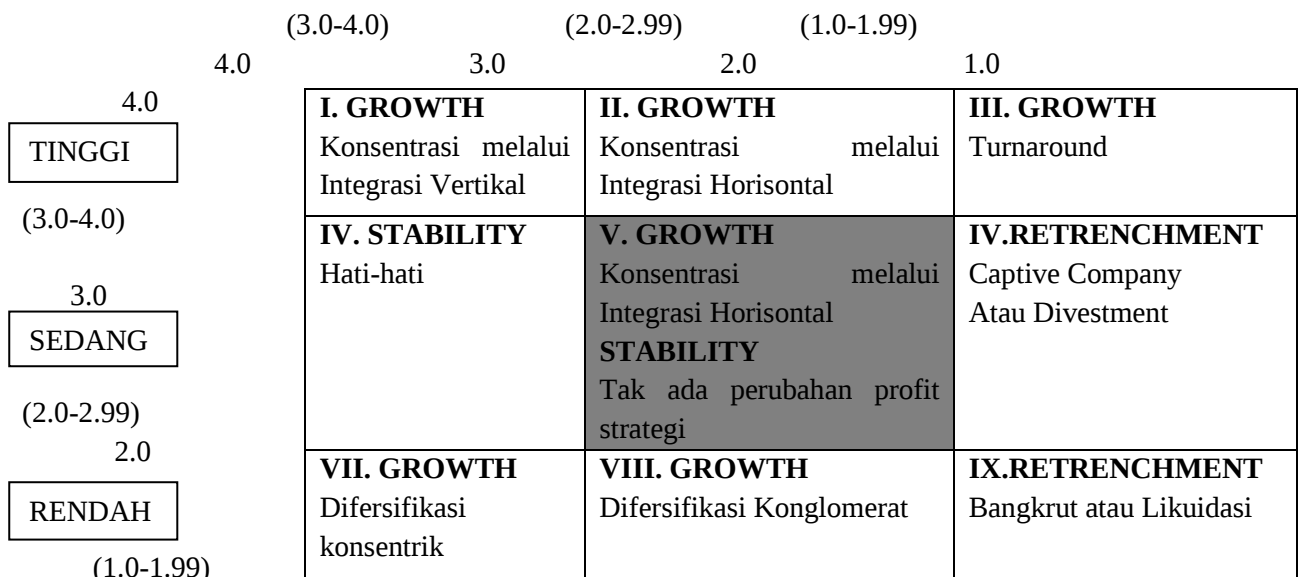
Sumber: Hasil Kuesioner Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara (2023).

Berdasarkan data di atas bahwa nilai kesempatan (*Oportunity*) adalah nilai tertinggi untuk matriks EFAS dengan jumlah 2.261670 di bandingkan dengan faktor Ancaman (*Threats*) adalah 0.446816, maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kesempatan (*Oportunity*).

3.1.3. Tahap II : Tahap Pencocokan Data Pengelola Gula Aren

Dalam tahap pencocokan ini, digunakan dua metode, yaitu: matriks internal eksternal dan diagram matriks SWOT. Hal ini dilakukan agar diperoleh strategi yang benar-benar tepat untuk dijalankan oleh pengelola gula aren.

Kekuatan internal :



Gambar 1 Tahap Pencocokan Data

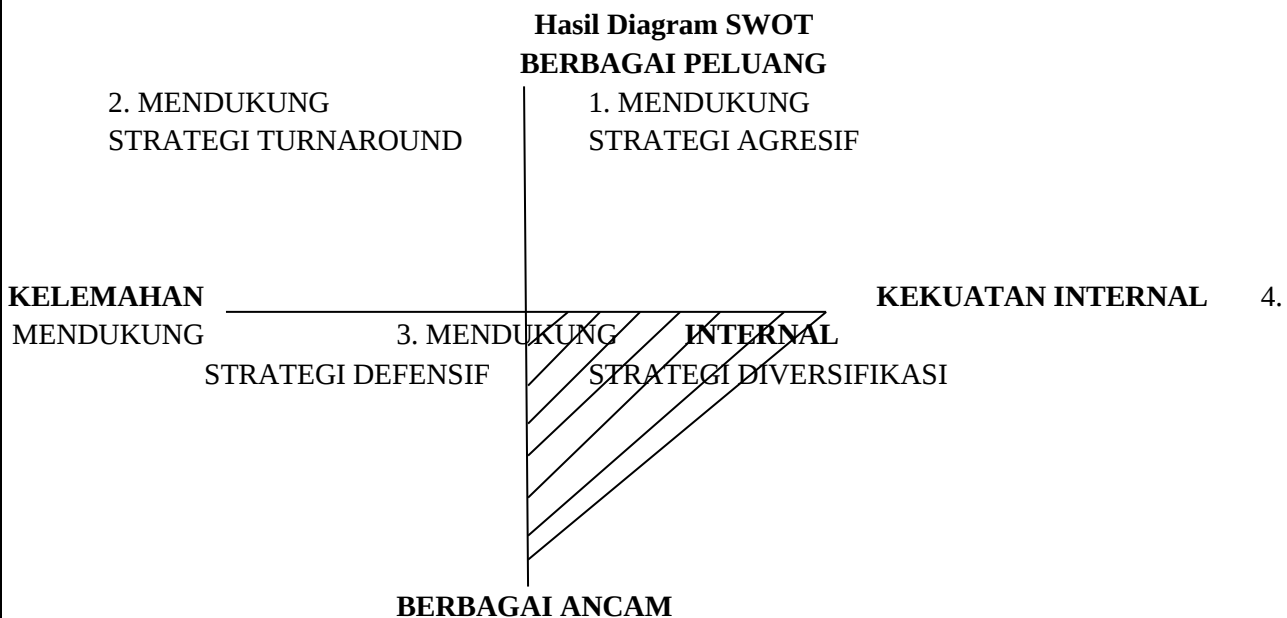
Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 3.1) dan tabel Matrik EFAS (tabel 3.6), diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2.563586 dan nilai EFASnya adalah 2.708486. Dengan demikian pengolahan gula aren berada di sel nomor 5, yaitu suatu keadaan dimana organisasi mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integrasi Horizontal. Strategi pertumbuhan melalui Integrasi Horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas usaha pengolahan gula aren dengan cara membangun di lokasi yang lain,

dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Tujuannya adalah meningkatkan penjualan dan profit, dengan memanfaatkan keuntungan *economics of scale* baik dalam produksi maupun pemasaran.

Karena pengolahan gula aren berada dalam daya tarik sedang, strategi yang diterapkan adalah konsolidasi. Tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan gula aren dan kehilangan profit. Pengolahan gula aren yang berada di sel ini dapat memperluas strategi budidaya yang bagus, dan teknologi melalui pengembangan internal dan eksternal organisasi.

a. Hasil Matrik Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 3.5) dan tabel Matrik EFAS (tabel 3.6), diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2.563586 dan nilai EFASnya adalah 2.708486.



Gambar 2 Diagram SWOT

Berdasarkan diagram SWOT di atas dan hasil perhitungan bahwa nilai dari matriks IFAS adalah kekuatan (*Strength*) adalah nilai tertinggi dengan nilai 0.735069 dan dari matriks EFAS adalah peluang (*Opportunity*) adalah nilai tertinggi 0.905087 dengan nilai analisa strategi yang dijalankan pengolahan gula aren adalah strategi Matriks IE dan diagram SWOT adalah pertumbuhan dengan integrasi horizontal yaitu dengan mendukung strategi diversifikasi yaitu melakukan inovasi terhadap produk gula aren untuk memperoleh laba yang maksimal dan membuat usaha lain untuk menarik perhatian konsumen tetapi usahanya lebih fokus kepada usaha yang awal.

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 3.5) dan tabel Matrik EFAS (tabel 3.6), diketahui bahwa nilai IFASnya 2.563586 adalah dan nilai EFASnya adalah 2.708486 dan juga berdasarkan perhitungan dari jumlah nilai kekuatan (S) setelah dikali dengan skor lebih besar dari jumlah nilai kelemahan (W) setelah dikali dengan skor, yang berarti organisasi mempunyai kekuatan dari segi internalnya.

Begitu pula dengan jumlah nilai peluang (O) setelah dikali dengan nilai skor yang lebih kecil dari jumlah nilai ancaman (T) setelah dikali dengan skor, yang berarti organisasi mempunyai banyak peluang.

b. Analisis Matrik SWOT

Tabel 7.
Analisis Matrik SWOT

	STRENGHT (S)	WEAKNESSES (W)
IFAS	S1. Kualitas Produk Gula Aren tahan lama	W1. Citra Merek Kuranganya
EFAS	S2. Keadaan Iklim S3. Memiliki Mitra Kerja yang Bagus.	W2. Upaya Promosi W3. Tidak ada Inovasi dan Aplikasi Teknologi Kemasan
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
O1. Harga Gula Aren O2. Meningkatkan Ekonomi Keluarga O.3 Potensi Pengembangan	1. Kaulitas gula aren yang baik akan berpengaruh terhadap persaingan pasar. 2. Keadaan iklim yang baik pengolahan gula aren semakin meningkat dan sangat berpengaruh terhadap meningkatkan ekonomi keluarga 3. Memiliki mitra yang bagus akan memiliki potensi pengembangan usaha pengolahan gula aren.	1. Citra merek yang baik akan mempengaruhi harga gula aren 2. Memperbaiki upaya promosi agar meningkatkan ekonomi keluarga 3. Meperbaiki inovasi dan aplikasi teknologi kemasan akan meningkatkan potensi pengembangan pengolahan gula aren.
TREATH (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
T1. Persaingan T2. Lingkungan Lokasi yang Sulit Dijangkau. T3. Tidak adanya perhatian pemerintah terhadap pengolahan gula aren.	1. Kualitas produk gula aren tahan lama kualitasnya sesuai dengan harga gula aren 2. Keadaan iklim yang baik menghasilkan air nira yang banyak dan sehingga pengelola gula aren bisa memproduksi gula aren lebih banyak dan akan meningkatkan perekonomian rumah tangga. 3. Memiliki mitra kerja yang bagus, bisa mengoptimalkan pengolahan gula aren walaupun tidak adanya perhatian pemerintah.	1. Citra merek sangat mempengaruhi persaingan pasar. 2. Meningkatkan upaya promosi dan mencari lokasi yang lebih mudah dijangkau lagi. 3. Menginovasi produk gula aren, dan mengupayakan adanya perhatian dari pemerintah agar harga gula aren tidak tergantung terhadap pasar.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di pengolahan gula aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara maka penulis mendapatkan hasil penelitian berupa berikut:

- Kaulitas gula aren yang baik akan berpengaruh terhadap persaingan pasar.
- Keadaan iklim yang baik pengolahan gula aren semakin meningkat dan sangat berpengaruh terhadap meningkatkan ekonomi keluarga
- Memiliki mitra yang bagus akan memiliki potensi pengembangan usaha pengolahan gula aren.
- Citra merek yang baik akan mempengaruhi harga gula aren
- Memperbaiki upaya promosi agar meningkatkan ekonomi keluarga
- Meperbaiki inovasi dan aplikasi teknologi kemasan akan meningkatkan potensi pengembangan pengolahan gula aren.
- Kualitas produk gula aren tahan lama bisa mengatasi persaingan pasar.
- Keadaan iklim yang baik, dan mencari lokasi yang mudah dijangkau
- Memiliki mitra kerja yang bagus, bisa mengoptimalkan pengolahan gula aren walaupun tidak adanya perhatian pemerintah.

- j. Citra merek sangat mempengaruhi persaingan pasar.
- k. Meningkatkan upaya promosi dan mencari lokasi yang lebih mudah dijangkau lagi.
- l. Menginovasi produk gula aren, dan mengupayakan adanya perhatian dari pemerintah agar harga gula aren tidak tergantung terhadap pasar.

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (stratos = militer dan ag = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan

d. Karakteristik Usaha Kecil

kekuatan militer dan material pada daerah daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Pengertian Pengembangan

Menurut Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

c. Pengertian Usaha

Usaha kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai modal awal yang kecil, atau nilai kekayaan (*asset*) yang kecil dan jumlah pekerja yang juga kecil. Nilai modal awal, aset atau jumlah pekerja itu bergantung kepada definisi yang diberikan oleh pemerintah atau institusi lain dengan tujuan-tujuan tertentu.

Tabel 8

Kriteria UMKM terdapat di dalam UU No. 20 Tahun 2008

Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha.	Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan/badan usaha bukan anak/cabang dari perusahaan yang dimiliki.	Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan/badan usaha bukan anak/cabang dari perusahaan yang dimiliki. Usaha yang besar dengan jumlah kekayaan bersih/hasil penjualan tahunan.
Asset : Maximal 50 juta	Asset : 50-500 Juta	Asset : 50 Juta-10 Miliar
Omset : 300 Juta	Omset : 300 Juta-2,5 Miliar	Omset : > 2,5Miliar-50 Miliar

e. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberi dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha. Adapun faktor-faktor mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni antara lain:

- 1) Kepemimpinan
- 2) Permodalan
- 3) Produksi
- 4) Mitra Kerja
- 5) Pelanggan
- 6) Lingkungan Lokasi
- 7) Daya Saing

8) Pemasaran

f. Konsep Strategi Pemasaran Dalam Islam

Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan, yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah swt. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan *materiil* (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan *immaterial* (spiritual).

4. KESIMPULAN

- a. Strategi dalam Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Batu Bulan Kabupaten Aceh Tenggara Strategi Harga, Strategi Kualitas, Strategi Citra Merek,

Strategi Lokasi, Strategi Promosi, Strategi Produk.

- b. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa analisis SWOT, faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Desa Kandang Mbelang Kecamatan Lawe Bulan Kabupaten Aceh Tenggara adalah kekuatannya adalah, Kualitas Produk Gula Aren Tahan Lama, Keadaan Iklim, Memiliki Mitra Kerja yang Bagus. Kelemahannya adalah Citra Merek, Kurangnya Upaya promosi, Tidak ada Inovasi dan Aplikasi Teknologi Kemasan. Faktor Eksternal adapun Peluangnya adalah, Harga Gula Aren, Meningkatkan Ekonomi Keluarga, Potensi Pengembangan. Ancamannya adalah Persaingan, Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau, Tidak adanya perhatian pemerintah Terhadap Gula Aren.
- c. Pengelola gula aren tidak hanya mencari keuntungan semata, akan tetapi dihubungkan juga dengan nilai moral, tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli, sebagaimana Islam menegaskan bahwa dalam perdagangan bisnis harus diterapkansifat jujur, amanah, adil dan juga memephatikan kualiatas bahan baku gula aren harus terjamin kehalalannya, demi terciptanya kebahagiaan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik bagi pengembangan usaha gula aren di Desa Kandang Mbelang, Kec. Babussalam, Kab. Aceh Tenggara.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang dilimpahkan karunia-NYA kepada penulis sehingga terselesainya penelitian ini dengan baik. Ucapan terimakasih dan penghargaan kami berikan kepada editor, reviewer, yang telah menelaah dan mereview serta mempublikasikan pada Jurnal Ilmu Ekonomi Islam (JIEI) dan tak lupa pula terkhusus informan penelitian yang telah memberikan waktu luangnya serta ikut berpartisipasi dalam penyelesaian penelitian ini.

6. REFERENSI

Agustin, S. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Linggau* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Amin, M. (2016). *Strategi Pemasaran Mlm (Multi Level Marketing) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)* (Doctoral dissertation, Iain Purwokerto).

Buku Ajar Teori Ekonomi Makro. (2018). (n.p.): Deepublish.

Daya Saing Agribisnis: Aspek Hukum dan Strategi Pengembangan. (2023). (n.p.): Nuansa Cendekia.

Djakfar, M. (2008). Etika bisnis Islami: Tataran teoritis dan praktis.

Djakfar, M. (2012). Etika bisnis: menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi. Indonesia: Penebar Plus.

Hasan, M. I. (2018). Ahmadi, Rulam. Metodologi Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014).

Bungin, M. Burhan. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya,(jakarta: Kencana, 2007). Departemen pendidikan dan kebudayaan, Kamus besar bahasa Indonesia. *Focus*, 1(3).

Jusuf, E., Tiong, P., Baharuddin, S. M., & Soemaryo, P. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pradina Pustaka.

Karim, H. A. A. (2001). *Ekonomi Islam: suatu kajian temporer*. Gema Insani.

Kertajaya, H., & Muhammad, S. (2006). *Syariah Marketing Bandung*: Mizan Pustaka.

Manajemen Pemasaran Hasil Pengelolaan Bank Sampah Melalui E-commerce. (2022). (n.p.): Pale Media Prima.

Manajemen Strategis Dilengkapi Kasus-Kasus Manajemen Strategis dari Perusahaan Indonesia yang Go Internasional. (n.d.). (n.p.): Penerbit Andi.

Manajemen Sumber Daya Manusia. (n.d.). (n.p.): Kencana.

Pengantar Bisnis. (n.d.). (n.p.): uwais inspirasi indonesia.

Pengantar Bisnis: Edisi 2. (2020). (n.p.): Prenada Media.

Rahayu, D., Maryani, E., & Gemiharto, I. (2021). Komunikasi Digital Dalam Bisnis Online Produk UMKM "SO WHAT" di Era Normal Baru. *Communication*, 12(1), 59-68.

Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia.

Sula, M. S., Kartajaya, H. (2006). *Syariah marketing*. Indonesia: Mizan Pustaka.

Sumarni, M. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank*.

Tantangan Penguatan SDM Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. (2022). (n.p.): Penerbit NEM.