

STRATEGI PENGEMBANGAN GULA AREN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS DI PT SENTRA MULIA SEJAHTERA

Fitra Pakaya ^{*) 1)}, Asda Rauf ²⁾, Agustinus Moonti ³⁾

¹⁾Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo
Jl. Prof Ing BJ Habibie, Moutong, Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, 96119

²⁾³⁾Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo
Jl. Prof Ing BJ Habibie, Moutong, Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, 96119

ABSTRACT

Strategy serves as a tool that enables businesses to achieve their objectives within a short period. Furthermore, strategy can be viewed as a response to external factors such as opportunities and threats, as well as internal factors including strengths and weaknesses that may influence the company. Strategy functions as a comprehensive framework that outlines how a business can achieve its objectives based on a previously defined mission. The objectives of this study are: (1) to identify a new business model, and (2) to analyze alternative strategies for Business Model Canvas. The data analysis method employs the nine elements of the Business Model Canvas to analyze the new business model. Additionally, SWOT analysis is applied to each element of the Business Model Canvas to examine alternative strategies for business development. The result of the study indicates that, through the Business Model Canvas approach, six key elements were identified: customer segments, value propositions, customer relationship, key activities, key partnerships, channels, key resources, and cost structure. The business development strategy for PT Sentra Mulia Sejahtera falls within Quadrant I of the SWOT matrix, indicating that the company possesses both opportunities and strengths, enabling it to leverage existing opportunities for growth.

Keywords: Development Strategy, Palm Sugar, Business Model Canvas

ABSTRAK

Strategi adalah alat yang membantu bisnis mencapai tujuannya dalam waktu singkat. Selain itu, strategi dapat dilihat sebagai respons terhadap faktor eksternal seperti peluang dan ancaman, serta faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi perusahaan, strategi adalah induk komprehensif yang menjelaskan bagaimana suatu bisnis agar dapat mencapai tujuannya berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan penelitian 1) Untuk mengidentifikasi model usaha bisnis yang baru, 2) Untuk menganalisis strategi alternatif dalam pengembangan usaha yang sesuai melalui analisis SWOT pada setiap elemen Business Model Canvas. Metode analisis data menggunakan 9 elemen business model canvas untuk menganalisis gambaran model usaha bisnis yang baru dan penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT pada setiap elemen business model canvas, untuk menganalisis strategi alternatif dalam pengembangan usaha bisnis. Hasil penelitian menunjukkan identifikasi model usaha bisnis dengan menggunakan pendekatan business model canvas terdapat enam elemen business model canvas yaitu *customer segment, value proposition, customer relationship, key activities, key partnership, channel, key resource, cost structure*. Hasil strategi pengembangan usaha bisnis di PT Sentra Mulia Sejahtera terletak di kuadran 1 yang artinya perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada pada perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Gula Aren, Business Model Canvas

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu yang paling makmur, baik secara negara, baik secara ekonomi maupun politik. Ada beberapa sumber daya alam yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian Indonesia, misalnya sumber daya mengacu pada semua unsur biologis, sedangkan faktor abiotik juga dapat dianggap sebagai non-hayati sumber daya alam. Oleh karena daya alam mempunyai sifat yang lebih rendah maka itu harus ada pemeliharaan dan pelestarian agar dapat dimanfaatkan secara efektif. Melestarikan lingkungan sangat penting karena dengan kegiatan ini akan tercipta keseimbangan pasokan bahan baku sehingga pertumbuhan ekonomi dapat terus berjalan tanpa gangguan (Risna N., 2020:3).

Menurut Aulia H, dkk., (2022:224), salah satu hal yang membuat suatu negara sulit untuk dipahami adalah sistem ekonomi era globalisasi yang dapat mempengaruhi mekanisme pasar, salah satunya termasuk Indonesia. Adanya sistem ini karena ada persaingan ekonomi yang tidak terbatas pada kegiatan bisnis di satu negara saja, tetapi juga mencakup kegiatan ekonomi dari negara lain. Maka itu dikatakan bahwa aktivitas ekonomi harus stabil agar dapat bertahan terhadap tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi. Kapasitas kelembagaan merupakan salah satu faktor yang penting dalam menganalisis berbagai persoalan terkait konstruksi yang berkaitan erat dengan masyarakat umum, khususnya yang berkaitan dengan keadilan dan kepentingan rakyat.

Besarnya kebutuhan pada produk pertanian menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, yang ditunjukkan dengan pemanfaatan hayati sumber daya yang tepat guna dan dapat dijadikan keunggulan komparatif. Sektor pertanian yang memanfaatkan dibagi menjadi beberapa kelompok subsektor tergantung dari jenis tanaman, salah satunya adalah subsektor tanaman pangan.

Menurut (Aris S., 2020:5), sistem agribisnis memiliki banyak potensi untuk dikembangkan, namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Tanaman aren pada umumnya tumbuh begitu saja tanpa pemeliharaan dari masyarakat, hal ini disebabkan karena masyarakat sangat enggan mengembangkan aren, tumbuhan aren yang akan punah apabila masyarakat luas tidak memanfaatkannya dengan segera dan efektif.

Gorontalo menjadi salah satu daerah di Indonesia yang banyak memiliki pohon aren, tepatnya di Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, di Kecamatan Limboto memiliki luas lahan aren 22,75 Ha, maka dari itu

masyarakat setempat banyak memanfaatkan pohon aren. Namun yang paling utama dimanfaatkan adalah nira yang dikelola menjadi gula semut aren, di Kecamatan Limboto khususnya di Desa Biyonga terdapat salah satu industri yang mengolah nira menjadi gula semut aren, yang bernama PT. Sentra Mulia Sejahtera (BPS Provinsi Gorontalo, 2018).

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi adalah alat yang membantu bisnis mencapai sasarannya dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, strategi dapat terlihat sebagai respons terhadap faktor eksternal seperti peluang dan ancaman serta faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi organisasi atau bisnis. Yang dapat menjelaskan bagaimana suatu bisnis akan mencapai tujuannya berdasarkan misi yang ditetapkan sebelumnya disebut strategi.

Menurut Midiansyah Effendi, dkk., (2023:4), tanaman aren merupakan salah satu dari sedikit perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, tanaman ini memiliki banyak potensi untuk meningkatkan perekonomian suatu daerah yang memiliki populasi aren yang besar. Manfaat lain dari tanaman jenis ini adalah dapat menghasilkan sagu dan juga dapat digunakan sebagai sumber makanan karena rasanya yang manis dan gurih. Salah satu produk yang dihasilkan tanaman aren yang memiliki nilai ekonomi sangat tinggi adalah gula aren. Oleh karena itu, tanaman ini sangat bernilai di pasar internasional dan dapat digunakan untuk membangun ekspor yang kuat bagi pertumbuhan ekonomi negara.

Menurut Baharudin, S, W, dkk., (2024:327), Business Model Canvas terdiri dari sembilan komponen yang saling terkait erat. Masing - masing dari sembilan blok dasar tersebut dapat berfungsi sebagai titik awal untuk menentukan bagaimana perusahaan tertentu mentransformasikan strategi bisnisnya. Sembilan blok terdiri dari empat bisnis utama, yaitu pelanggan, karyawan, faktor bisnis, dan kemampuan finansial, dengan membantu sembilan blok ini, kita sudah memiliki kemampuan untuk menentukan apakah ide bisnis tertentu layak atau tidak. Oleh karena dari ini, business model canvas adalah hal pertama yang harus dilakukan oleh setiap wirausahawan.

Menurut Fajar Fatimah., (2020:7), analisis SWOT biasanya digunakan oleh para pelaku bisnis untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mereka. Analisis SWOT

adalah metode terbaik untuk memastikan bisnis memiliki strategi yang tepat, analisis ini membantu para pebisnis menentukan apa saja yang dapat dilakukan perusahaan dan apa saja yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat mencapai tujuannya di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2024, bertempat di Desa Biyonga, Kecamatan Limboto Barat, Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo, lokasi ini menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi gula aren yang cukup besar. Desa biyonga berjarak kurang lebih 20 km dari pusat kota Gorontalo, desa ini dapat ditempuh menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat dengan waktu tempuh 45 menit.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha bisnis dalam usaha gula aren di PT. Sentra Mulia Sejahtera, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 orang yaitu pemilik usaha gula aren, 3 karyawan di PT Sentra Mulia Sejahtera, dan 3 pelanggan PT Sentra Mulia Sejahtera.

Teknik Analisis Data

- a. Analisis data dilakukan secara kuantitatif. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis BMC dan analisis SWOT. Analisis BMC digunakan untuk mengidentifikasi model bisnis gula aren di PT Sentra Mulia Sejahtera, melalui analisis BMC pada Sembilan elemen kunci yaitu *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resource, key activities, key partnership, cost structure*.
- b. Peneliti juga menggunakan analisis SWOT pada setiap elemen Business Model Canvas, untuk menganalisis strategi alternatif dalam pengembangan usaha bisnis. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha gula aren. Dalam melakukan analisis dengan menggunakan SWOT, maka perlu melihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT. Sebelum sampai pada tahap matriks SWOT, terlebih dahulu harus mengumpulkan informasi terkait faktor internal perusahaan yang berguna untuk mengetahui apa saja kekuatan dan kelemahan

yang dimiliki perusahaan. Ada beberapa tahapan dalam amtriks ifas yaitu:

**Tabel 1.
Matriks Ifas**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kelamahan			
Total			

Sumber: Rangkuti, 2019

Matriks faktor internal dapat dikembangkan dengan cara berikut:

- 1. Sebutkan semua faktor internal itu, termasuk kekuatan dan kelemahan, dengan nomor 1–20 faktor internal, termasuk kekuatan dan kelemahan, dengan 1–20 terdaftar.
- 2. Faktor faktor tip diberi bobot antara 0 (tidak penting) dan diberikan 1 (sangat penting). Salah satu faktor adalah adalah menyediakan jumlah bobot sebanyak - banyaknya dan jumlah semua bobot sama dengan satu
- 3. Memberikan peringkat 1 sampai 4.
- 4. Menyeimbangkan setiap faktor dengan peningkatan nilai.
- 5. Hitung skor rata-rata untuk setiap variabel.

Tahapan penentuan faktor eksternal

**Tabel 2.
Faktor Eksternal**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Ancaman			
Total			

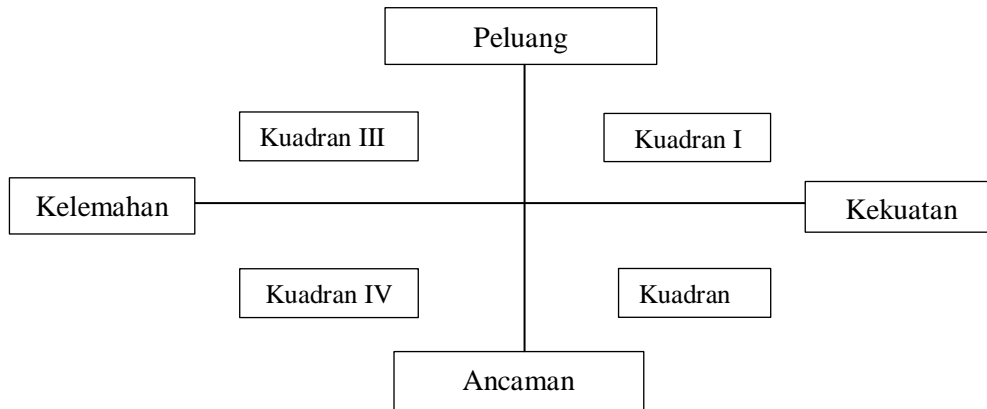
Sumber: Rangkuti, 2019

Matriks evaluasi faktor internal dapat dikembangkan dalam lima langkah yaitu:

- 1. Mendaftar faktor-faktor internal, memasukkan 1 sampai 20 faktor internal, termasuk kekuatan dan kelemahan.
- 2. Tiap faktor diberi bobot sekitar 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting). Faktor yang dianggap penting diberi bobot yang tertinggi dan jumlah semua bobot sama dengan 1,00.
- 3. Memberi peringkat 1 sampai 4.
- 4. Mengalihkan bobot setiap faktor dengan peringkatnya.\
- 5. Jumlahkan skor rata-rata tiap variabel.

Setelah menentukan bobot, rating, dan skor pada faktor internal dan eksternal pada setiap elemen business model canvas. Selanjutnya menjumlahkan semua total hasil ifas dan efas, setelah mendapatkan hasil dari penjumlahan hasil

ifas dan efas maka dapat di tentukan bahwa kuadran SWOT pada perusahaan terdapat pada kuadran berapa. Contoh gambar kuadran SWOT.



Gambar 1. Kuadran SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Business Model Canvas (BMC) di PT. Sentra Mulia Sejahtera, Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo.

1. *Customer Segment* (Segmen Pelanggan)

Konsumen menjadi salah satu elemen yang berperan penting dalam keberhasilan suatu usaha. Perusahaan memproduksi suatu barang atau jasa ditujukan untuk memenuhi permintaan konsumen, sehingga tanpa adanya konsumen yang melakukan pembelian produk maka perusahaan tidak akan mampu berkembang ditengah persaingan dengan kompetitor lainnya. PT. Sentra Mulia Sejahtera memiliki segmen pelanggan yang disesuaikan dengan varian produk yang telah diproduksi (Shobaah, dkk., 2023:1372).

Segmen pelanggan di PT. Sentra Mulia Sejahtera di Desa Biyonga, kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo adalah distributor dan dropship. Distributor merupakan pelanggan yang mengambil produk dengan jumlah yang banyak, dan dropship merupakan pedagang yang akan membeli produk gula aren yang nantinya akan dijual kembali atau akan dibawa di pasar kota, kemudian pedagang pasar kota merupakan pedagang yang berjualan langsung ke konsumen yang ada di kota. Selain itu akan di jual di sosial media akun pribadi mereka sendiri. PT Sentra Mulia Sejahtera juga memiliki pembeli yang tetap yang datang langsung di pabrik untuk membeli produk dengan jumlah yang banyak.

2. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Nilai tambah dari satu produk merupakan salah satu komponen yang penting untuk diperhatikan guna memberikan keunikan

tersendiri pada suatu produk, sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Nilai tambah dari produk gula aren di PT. Sentra Mulia Sejahtera, yaitu produk ini memiliki daya penyimpanan yang tidak

mengenal suhu ruangan, tingkat kekeringan gula, warna gula, dan yang pastinya adalah rasa dari gula. Sejauh ini perusahaan belum memiliki kendala untuk meningkatkan nilai produk gula aren.

Adapun proposisi nilai atau nilai yang ditawarkan pada usaha gula aren adalah aren yang dihasilkan berasal dari bahan organik (tanpa pengawet kimia) yang tentunya aman bagi kesehatan dan tidak berbahaya untuk dikonsumsi. Selain itu harga gula aren sendiri masih sangat terjangkau. Proses produksinya juga sangat memperhatikan kebersihan dan mutu produk. Sehingga memiliki bisnis yang tetap mengutamakan kelestarian, keragaman bahan pangan dan memanfaatkan ketersediaan sumber daya di sekitar. Bahan baku utama gula aren diperoleh dari hasil air nira.

3. *Channel* (Saluran)

Ada 3 saluran yang digunakan oleh PT. Sentra Mulia Sejahtera, Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, pada saat ini yaitu dari dropshipper ke distributor, lalu distributor melakukan penjualan langsung ke pasar. Adapun cara lain yang digunakan untuk menjangkau pasar adalah mengadakan promosi door to door, mengikuti sosialisasi dengan pihak lain sekaligus mempromosikan produk, dan terakhir adalah menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk gula aren.

4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)

Hubungan dengan pelanggan harus perlu dilakukan dengan baik agar dapat memperoleh, dan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan melalui feedback yang baik dari pelanggan. Hubungan pelanggan yang di bangun oleh PT. Sentra Mulia Sejahtera, Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, ini adalah dengan mengadakan terobosan-terobosan di hari-hari penting, maksudnya adalah memberikan promo untuk pelanggan yang membeli di hari spesial contohnya pada tanggal 17 agustus. Perusahaan ini memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan karena setiap pelanggan yang telah membeli produk gula aren pasti akan memberikan komentar positif dari pelanggan baik itu tentang produk maupun tentang sikap pelayanan di PT. Sentra Mulia Sejahtera.

5. Revenue Stream (Sumber Pendapatan)

PT. Sentra Mulia Sejahtera, Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, memperoleh pendapatan dari penjualan produk kepada konsumen, penjualan hasil produk selalu berjalan dengan lancar, produk yang dijual memiliki harga yang berbeda-beda tergantung dengan ukuran. Ada beberapa ukuran dan harga dari produk gula aren yang ada di PT. Sentra Mulia Sejahtera. Untuk harga ukuran 250 gr Rp. 15.000, 500 gr Rp. 26.000, 1 kg Rp. 35.000, dan untuk harga ukuran 25 kg Rp. 712.000. Namun harga bisa berubah jika konsumen membeli dari kontributor atau di supermarket, kecuali konsumen datang langsung ke pabrik maka harga tetap sama dengan yang sudah ditetapkan oleh pemilik usaha gula aren itu.

6. Key Resource (Sumber Daya)

Sumber daya menjadi salah satu hal yang mendukung proses berjalannya suatu usaha. Air nira menjadi salah satu sumber daya utama dari usaha gula aren, selain itu ada beberapa juga sumber daya yang dibutuhkan dalam melakukan proses produksi gula aren yaitu, peralatan kerja, bahan bakar dan tenaga manusia. Air nira berasal dari penyadapan bunga pohon aren, setelah itu proses produksi berubah menjadi gula aren. Alat-alat ini digunakan untuk meningkatkan efisiensi proses produksi gula aren. Berikut ini adalah alat-alat yang digunakan dalam produksi gula aren: parang, jerigen, tungku, wajan, pengaduk, penyaring, dan cetakan. Sedangkan alat-alat untuk memproduksi gula aren adalah, ayakan, nampan besar dan nampan kecil, celemek, oven.

Perusahaan juga sangat membutuhkan tenaga kerja. Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam memproduksi gula aren mulai dari melakukan penyadapan air nira hingga tahap akhir produksi gula aren. Di PT Sentra Mulia

Sejahtera memiliki 6 orang karyawan yang akan membantu melakukan proses produksi gula aren, dan bekerja sama dengan 9 petani untuk memanen pohon aren. Untuk melakukan pemasakan air nira membutuhkan kayu bakar sebagai bahan bakar utama, karena kayu bakar mudah ditemui pada sekitar pondok pemasakan air nira. Walaupun air nira dapat dipanen setiap hari, kemarau yang ditandai dengan tingginya curah hujan dan kepanjangan dapat mempengaruhi hasil air nira.

7. Key Activity (Aktivitas)

Proses pembuatan gula semut aren di PT. Sentra Mulia Sejahtera, Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, yakni bahan bakunya sudah langsung berbentuk gula palem, maka ada beberapa tahapan pembuatan gula semut aren, dimulai dari menghaluskan gula palem, setelah dihaluskan maka akan dilakukan pengayakan pertama fungsi dari ayakan pertama ini adalah untuk memisahkan grit/kotoran yang ada di gula palem, setelah di ayak selanjutnya akan di jemur ke dalam uv, proses penjemuran dilakukan selama 4 jam tapi tergantung dari cuaca, gula aren yang telah dijemur akan dilakukan pengayakan lagi karena gula aren yang dijemur pasti akan mengeras maka dari itu harus di ayak biar bisa jadi halus, setelah di ayak selanjutnya gula aren akan di oven, untuk pengovenan membutuhkan waktu 45 menit - 1 jam, setelah di oven tahap terakhir adalah pengemasan.

8. Key Partnership (Kerja Sama)

Kemitraan yang terbangun dalam usaha gula aren ini khususnya di PT. Sentra Mulia Sejahtera, Desa Biyonga, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, adalah hubungan dengan petani karena bahan pertama yang digunakan untuk membuat gula aren adalah air nira, maka dari itu perusahaan membutuhkan petani karena petani yang akan mengolah air nira itu menjadi palem, dan perusahaan yang nantinya akan mengolah palem itu menjadi gula aren. Kemudian perusahaan menjalin hubungan antara pemilik usaha dengan dropship dan distributor yang nantinya akan di jual lagi ke kota atau toko-toko yang membutuhkan atau biasanya akan dikirim ke luar daerah. Dalam menjalin hubungan dengan reseller, pemilik usaha menjaga kualitas produk dan selalu berusaha untuk memenuhi permintaan dari pelanggan.

Perusahaan juga bekerja sama dengan Direktorat Narkoba Polda Gorontalo, guna membantu mengubah mindset petani untuk mengolah air nira, yang awalnya banyak diolah menjadi minuman haram yaitu cap tikus,

sekarang dengan berdirinya perusahaan ini maka air nira diolah menjadi gula semut aren.

9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Selama proses bisnis, umumnya komponen biaya yang dikeluarkan melalui biaya tetap dan

biaya variabel untuk memenuhi kebutuhan, seperti halnya biaya variabel seperti, bahan baku, dan alat produksi. Sedangkan untuk biaya tetap adalah gaji karyawan.

Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren Di PT. Sentra Mulia Sejahtera Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas

Tabel 3.
Faktor Internal Terhadap BMC

Elemen BMC	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Segmen Pelanggan (SP)	Terdapat pelanggan tetap	Ketersediaan produk tidak tetap
Elemen BMC	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Proporsi Nilai (PN)	Produk tidak menggunakan bahan pengawet kimia	Banyak persamaan dengan produk lain yang ada di pasaran
Saluran (SL)	Biaya pada proses penyaluran rendah	Alat produksi kurang memadai
Hubungan Pelanggan (PL)	Hubungan personal yang baik antara pemilik usaha, petani dan pelanggan	Hubungan yang di bangun hanya terbatas pada dropshipper dan distributor
Arus Pendapatan (AP)	Hasil produksi selalu berjalan dengan lancar	Pendapatan tergantung dari penjualan
Sumber Daya Utama (SU)	Bahan baku dapat di panen setiap hari dan tenaga kerja selalu tersedia	Hasil nira tergantung dari perubahan cuaca
Aktivitas Utama (AU)	Bahan yang dibutuhkan selalu tersedia, maka itu proses produksi dilakukan setiap hari	Curah hujan yang tinggi dapat mempersulit akses ke lahan petani aren
Hubungan Kemitraan (HK)	Menjaga kualitas produk agar tidak mengecewakan mitra	Tidak ada kesepakatan kontrak dengan mitra
Struktur Biaya (SB)	Biaya variabel yang dikeluarkan kecil	Biaya tetap yang dikeluarkan besar

Sumber: Data diolah, (2024)

Tabel 4.
Faktor Eksternal Terhadap BMC

Elemen BMC	Peluang (P)	Ancaman (A)
Segmen Pelanggan (SP)	Menjangkau pasar lebih besar	Terdapat pesaing baru
Proposal Nilai (PN)	Kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat dengan mengonsumsi gula aren	Perubahan musim dapat mempengaruhi hasil produksi
Saluran (S)	Perkembangan teknologi yang semakin canggih	Pedagang lain yang memiliki alat produksi yang lebih canggih
Hubungan Pelanggan (HP)	Luasnya jangkauan pelanggan	Daya tarik dari produk lain yang lebih menarik
Arus Pendapatan (AP)	Banyaknya pohon aren yang tumbuh sehingga dapat memperbanyak hasil produksi	Lahan jauh dari lokasi proses produksi
Sumber Daya Utama (SU)	Banyak pohon aren yang siap di panen	Kurang dalam peremajaan aren
Aktivitas Utama (AU)	Perkembangan teknologi pemasaran	Tidak dapat mengimbangi cepatnya perkembangan teknologi

Elemen BMC	Peluang (P)	Ancaman (A)
Hubungan Kemitraan (HK)	Melakukan promosi dengan metode yang progresif	Mitra dapat menentukan harga produk secara sepihak
Struktur Biaya (SB)	Besarnya kebutuhan konsumen terhadap gula aren	

Sumber: Data diolah, (2024)

Setelah melakukan identifikasi faktor internal, peneliti kemudian melakukan pembobotan faktor internal yang menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 5.
Pembobotan Faktor Internal

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Skor
1	KEKUATAN/STRENGTH			
	Terdapat pelanggan tetap	0,057	4	0,228
	Produk tidak menggunakan bahan pengawet kimia	0,068	4	0,272
	Biaya pada proses penyaluran rendah	0,057	4	0,228
	Hubungan personal yang baik antara pemilik usaha, petani dan pelanggan	0,057	4	0,228
	Hasil produksi selalu berjalan dengan lancar	0,055	3	0,165
	Bahan baku dapat di panen setiap hari dan tenaga kerja selalu tersedia	0,061	3	0,183
	Bahan yang dibutuhkan selalu tersedia, maka itu proses produksi dilakukan setiap hari	0,066	4	0,264
	Menjaga kualitas produk agar tidak mengecewakan mitra	0,068	4	0,272
	Biaya variabel yang dikeluarkan kecil	0,057	3	0,171
	Total			2,011
2	KELEMAHAN/WEAKNESS			
	Ketersediaan produk tidak tetap	0,068	3	0,204
	Banyak persamaan dengan produk lain yang ada di pasaran	0,045	3	0,135
	Alat produksi kurang memadai	0,052	3	0,156
	Hubungan yang di bangun hanya terbatas pada dropshipper dan distributor	0,050	3	0,15
	Pendapatan tergantung dari penjualan	0,045	3	0,135
	Hasil nira tergantung dari perubahan cuaca	0,048	3	0,144
	Curah hujan yang tinggi dapat mempersulit akses ke lahan petani aren	0,050	3	0,15
	Tidak ada kesepakatan kontrak dengan mitra	0,048	2	0,096
	Biaya tetap yang dikeluarkan besar	0,048	2	0,096
	Total			1,266
	Total S + W	1		3,277

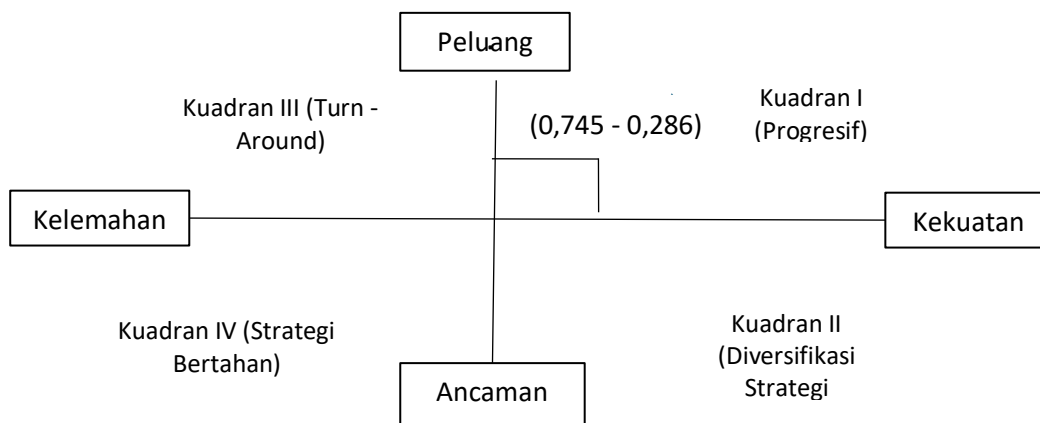
Sumber: Data diolah, (2024)

Setelah melakukan identifikasi faktor ancaman dan peluang, peneliti kemudian melakukan pembobotan faktor eksternal yang menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 6.
Pembobotan Faktor Eksternal

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Skor
1. PELUANG/OPPORTUNITY				
	Menjangkau pasar lebih besar	0,064	4	0,256
	Kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat dengan mengonsumsi gula aren	0,061	3	0,183
	Perkembangan teknologi yang semakin canggih	0,064	3	0,192
	Luasnya jangkauan pelanggan	0,061	3	0,183
	Banyaknya pohon aren yang tumbuh sehingga dapat memperbanyak hasil produksi	0,061	4	0,244
	Banyak pohon aren yang siap di panen	0,056	4	0,224
	Perkembangan teknologi pemasaran	0,061	3	0,183
	Melakukan promosi dengan metode yang progresif	0,061	3	0,183
	Besarnya kebutuhan konsumen terhadap gula aren	0,056	3	0,168
	Total			1,816
2. ANCAMAN/THREATS				
	Terdapat pesaing baru	0,064	4	0,256
	Perubahan musim dapat mempengaruhi hasil produksi	0,045	4	0,18
	Pedagang lain yang memiliki alat produksi yang lebih canggih	0,059	3	0,177
	Daya tarik dari produk lain yang lebih menarik	0,059	3	0,177
	Lahan jauh dari lokasi proses produksi	0,056	4	0,224
	Kurang dalam peremajaan aren	0,053	3	0,159
	Tidak dapat mengimbangi cepatnya perkembangan teknologi	0,056	3	0,168
	Mitra dapat menentukan harga produk secara sepihak	0,063	3	0,189
	Total			1,53
Total O + T				1

Sumber: Data diolah, (2024)



Gambar 2. Diagram SWOT Gula Aren

Dari hasil perhitungan dan diagram SWOT Gambar 2 menunjukkan bahwa hasil terletak pada kuadran I di mana kondisi ini adalah situasi yang

sangat menguntungkan perusahaan tersebut, karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada pada

perusahaan. Kondisi ini merupakan kondisi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).

Matriks Strategi SWOT

Tabel 7.
Matriks SWOT Strategi Pengembangan Gula Aren Di PT Sentra Mulia Sejahtera

Internal	Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jangkauan pasar lebih besar - Kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat dengan mengonsumsi gula aren - Perkembangan teknologi yang semakin canggih - Luasnya jangkauan pasar - Banyaknya pohon aren yang tumbuh sehingga dapat memperbanyak hasil produksi - Banyak pohon aren yang siap dipanen - Perkembangan teknologi pemasaran - Melakukan promosi dengan metode yang progresif - Besarnya kebutuhan konsumen terhadap gula aren 		<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pelanggan tetap - Produk tidak menggunakan bahan pengawet kimia - Biaya pada proses penyaluran rendah - Hubungan personal yang baik antara pemilik usaha, petani dan pelanggan - Hasil produksi selalu berjalan dengan lancar - Bahan baku dapat di panen setiap hari dan tenaga kerja selalu tersedia - Bahan yang dibutuhkan selalu tersedia, maka itu proses produksi dilakukan setiap hari - Menjaga kualitas produk agar tidak mengecewakan mitra - Biaya variabel yang dikeluarkan kecil 	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan produk tidak tetap - Banyak persamaan dengan produk lain yang ada di pasaran - Alat produksi kurang memadai - Hubungan yang di bangun hanya terbatas pada dropshipper dan distributor - Pendapatan tergantung dari penjualan - Hasil nira tergantung dari perubahan cuaca - Curah hujan yang tinggi dapat mempersulit akses ke lahan petani aren - Tidak ada kesepakatan kontrak dengan mitra - Biaya tetap yang dikeluarkan besar
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pesaing baru - Perubahan musim dapat mempengaruhi hasil produksi - Pedagang lain yang memiliki alat produksi yang lebih canggih - Daya tarik dari produk lain yang lebih menarik - Lahan jauh dari lokasi proses produksi - Kurang dalam peremajaan aren - Tidak dapat mengimbangi cepatnya perkembangan teknologi - ssMitra dapat menentukan harga produk secara sepihak 		<p>Strategi S – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasar yang lebih luas - Tersedia produk lain selain gula semut, seperti gula cair dan batok - Penjualan langsung di pasar - Membuat perjanjian kontrak dengan mitra - Melakukan promosi - Menerapkan teknologi proses produksi yang lebih canggih - Melakukan kerja sama dengan pemerintahan setempat dan influencer - Menambahkan biaya promosi 	<p>Strategi W – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menerapkan teknologi proses produksi yang lebih canggih - Memanfaatkan pasar Menjual langsung di pasar agar dapat memperluas hubungan pelanggan - Membuat kesepakatan dengan mitra
		<p>Strategi S – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan peremajaan aren - Memanfaatkan perkembangan teknologi - Menanam aren sendiri - Memberikan promo yang lebih menarik untuk pelanggan - Mengurangi biaya efisiensi 	<p>Strategi W – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat produk yang lebih menarik yang susah di tiru oleh pesaing lain - Mengoptimalkan proses produksi - Menjaga kualitas produk agar dapat mempertahankan pelanggan - Mengajak kerja sama dengan pemerintahan setempat

Sumber: Data diolah, (2024)

Model Usaha Bisnis Ideal

Berdasarkan pada hasil identifikasi tiap elemen BMC, analisis IFAS dan EFAS, serta penggunaan analisis SWOT, maka strategi berjalan dengan baik adalah strategi yang menggunakan strategi diversifikasi dengan

memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Untuk melaksanakan tugas di atas, diperlukan model bisnis baru dari yang sebelumnya.

8.Key Partnership - Petani - Dropshiper - Distributor - Direktorat narkoba polda gorontalo Usulan - Pemerintahan setempat - Influencer - UMKM	7. Key Activities - Mengelola air nira menjadi gula aren - Pemasaran Usulan - Penerapan teknologi proses produksi yang lebih canggih	2. Value Propositions - Produk tahan lama - Warna gula yang menarik - Tingkat kekeringan gula Usulan - Tersedia produk lain seperti gula cair dan gula batok - Membuat kemasan yang lebih praktis	4. Customer Relationship - Memberikan harga promo - Ikut kegiatan umum - Memperhatikan kualitas produk Usulan - Membuat perjanjian kontrak dengan mitra	1.Customer Segment - Dropshiper - Distributor Usulan - Pasar yang lebih luas
	6. Key Resources Air nira, peralatan, sumber daya manusia, dan saluran pemasaran		3. Channel - Dropshipper - Distributor Usulan - Penjualan langsung di pasar	
9. Cost Structure - Biaya tetap - Biaya variabel untuk memenuhi kebutuhan Usulan - Biaya promosi			5. Revenue Streams Harga penjualan produk gula aren	

Sumber: Data diolah, (2024)

KESIMPULAN

Hasil identifikasi model usaha bisnis PT Sentra Mulia Sejahtera, dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas, diperoleh hasil terdapat tujuh elemen business model canvas yang harus diperhatikan lagi oleh pemilik perusahaan yaitu *customer segment*, memperluas jangkauan pelanggan sangat diperlukan bagi para pelaku usaha bisnis, *value proposition* dengan menambahkan produk lain dari aren maka dapat menjadi nilai tambah dan meningkatkan nilai jual pada perusahaan, *channel* mencoba untuk melakukan penjualan langsung di pasar maka

persaingan bisa dapat menjadi lebih kecil, *customer relationship* membuat perjanjian kontrak dengan mitra dapat memperkuat hubungan, *key activities*, menerapkan teknologi proses produksi yang lebih canggih dalam aktivitas utama proses produksi gula aren dapat lebih mengefisiensi waktu dan dapat memperbanyak hasil produksi, agar perusahaan dapat mengatasi kelemahan yang ada yaitu persediaan produk belum tepat, *key partnership*. kerja sama dengan pemerintahan setempat dapat memperluas dan dapat lebih mudah untuk menjangkau pasar, *cost structure*, melakukan

promosi pasti akan membutuhkan biaya. Untuk biaya promosi tergantung dari kualitas video, maksudnya adalah apakah perusahaan menggunakan jasa videografer untuk melakukan video pada saat melakukan promosi gula aren.

Pilihan Strategi yang tepat pada usaha gula aren ini agar strategi berjalan dengan baik adalah menggunakan strategi diversifikasi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Maka dari itu PT Sentra Mulia Sejahtera berfokus pada strategi S – O, yaitu: pasar yang lebih luas, tersedia produk lain selain gula semut, seperti gula cair dan batok, penjualan langsung di pasar, membuat perjanjian kontrak dengan mitra, melakukan promosi, menerapkan teknologi proses produksi yang lebih canggih, elakukan kerja sama dengan pemerintahan setempat dan influencer, enambahkan biaya promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyah, A. (2019). Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar. *Makassar: Economix UMM*.
- Avianto, D. C., & Hafidh Munawir, S. T. (2023). Analisis Strategi Perusahaan Menggunakan Metode Business Model Canvas dan Analisis SWOT Pada PT Madubaru Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Baharudin, S. W., Halid, A., & Adam, E. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Stik Labu Madu pada IKM Al-Hidayah dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 325-336.
- Effendi, Midiansyah., Firda, Juita., Maulana, Yudistira. (2023). Strategi Pemanfaatan Tanaman Aren Dalam Manajemen Pengembangan Produk Yang Berdaya Saing. Penerbit PT. Nasya Expanding Management. Jawa Tengah.
- Ella, Eliyana., & Sulistiyono Drajat. (2020). Buku Ajar Kewirausahaan. Penerbit Ahlimedia Press. Malang.
- Engga, Delima, Maretha., Yustina, Hapida., & Yogi, Agung, Tri. (2020). Pemanfaatan Air Nira menjadi Gula Semut. Penerbit Noerfikri Palembang (Anggota IKAPI). Palembang.
- Erika, H., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas Pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis D Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1-11.
- Harisudin, M. (2019). Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113-125.
- Hidayati, A., & Adinegoro, K. R. (2022). Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah “Gula Aren Semut” melalui program sertifikasi hak atas tanah di kabupaten Sinjai. *Tunas Agraria*, 5(3), 223-237
- Luntungan, W., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Risna N, R. N. (2020). *Produksi Gula Aren di Desa Batetangga Kabupaten Polewali Mandar (Analisis Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga Islam)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 9(2), 52-65.