

**Strategi Pengembangan Hilirisasi Aren di PT. Raseka Desa Bonto Manurung
Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros**

***Strategy For Developing Downstreaming of Palm Oil at PT. Raseka, Bonto
Manurung Village, Tompobulu District, Maros Regency***

Muh Rifqi Isra¹⁾, Azisah²⁾, Arifin³⁾

Email : mr.isra007@gmail.com, 42154h@umma.ac.id, arifin@umma.ac.id

^{1), 2), 3)}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan,
Universitas Muslim Maros

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan hilirisasi aren di PT. Raseka, Desa Bonto Manurung, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros. Penelitian dilaksanakan pada Januari–Juni 2026 dengan pendekatan kuantitatif. Responden ditentukan secara purposive sampling sebanyak 23 orang yang terdiri atas owner dan karyawan PT. Raseka, petani pemasok, distributor, serta pihak pemerintah. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), *External Factor Analysis Summary* (EFAS), dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan skor IFAS sebesar 3,27, dengan kekuatan sebesar 2,94 dan kelemahan sebesar 0,33. Skor EFAS sebesar 3,15, dengan peluang sebesar 2,74 dan ancaman sebesar 0,42. Koordinat SWOT diperoleh $X = 2,61$ dan $Y = 2,32$ sehingga PT. Raseka berada pada Kuadran I (*Growth Oriented Strategy*). Strategi yang menjadi prioritas adalah strategi SO, yaitu memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang melalui peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk, penguatan pemasaran digital dan *marketplace*, peningkatan kualitas kemasan, serta penguatan kemitraan dengan petani aren. Strategi tersebut diarahkan untuk meningkatkan nilai tambah, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing serta keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Hilirisasi Aren, Strategi Pengembangan, SWOT, IFAS, EFAS, PT. Raseka.

ABSTRACT

This study aimed to analyze internal and external factors and formulate a strategy for palm sugar downstreaming development at PT. Raseka, Bonto Manurung Village, Tompobulu District, Maros Regency. The study was conducted from January to June 2026 using a quantitative approach. Twenty-three respondents were selected through purposive sampling, consisting of the owner and employees of PT. Raseka, palm sugar farmers, distributors, and government representatives. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation. Data were

analyzed using the Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), and SWOT analysis. The results showed an IFAS score of 3.27, consisting of strengths of 2.94 and weaknesses of 0.33. The EFAS score was 3.15, consisting of opportunities of 2.74 and threats of 0.42. The SWOT coordinates were $X = 2.61$ and $Y = 2.32$, placing PT. Raseka in Quadrant I (Growth Oriented Strategy). The priority strategy is the SO strategy, which utilizes the company's strengths to capture opportunities through increasing production capacity, product diversification, strengthening digital marketing and marketplace channels, improving packaging quality, and strengthening partnerships with palm sugar farmers. These strategies are expected to increase product value added, expand market reach, and strengthen business competitiveness and sustainability.

Keywords: *Palm Sugar Downstreaming, Development Strategy, SWOT, IFAS, EFAS, PT. Raseka.*

PENDAHULUAN

Sektor kehutanan, perikanan, dan pertanian tetap menjadi pilar utama ekonomi nasional pada tahun 2024, meskipun kontribusinya mengalami sedikit penyesuaian dibandingkan tahun 2021. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal pertama 2024, sektor ini menyumbang sekitar 12,53% terhadap total PDB nasional. Meskipun angka ini menempatkan pertanian sebagai sektor terbesar ketiga setelah industri pengolahan (18,67%) dan perdagangan, peranannya tetap krusial sebagai penyedia pangan dan bahan baku industri. Kinerja sektor ini pada awal 2024 sempat dipengaruhi oleh tantangan iklim (El Nino) yang menggeser masa panen, namun subsektor tanaman perkebunan tetap memberikan kontribusi dominan dalam menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi di sektor ini (Badan Pusat Statistik, 2024).

Hilirisasi menjadi strategi penting untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Dengan mengubah bahan mentah menjadi produk bernilai tinggi, hilirisasi dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan petani, serta memperkuat ekonomi lokal. Penelitian terkini mengindikasikan bahwa hilirisasi dapat menekan kerugian pascapanen, mempercepat proses produksi, dan menciptakan peluang industri baru berbasis pertanian. Penerapan hilirisasi yang efektif menuntut koordinasi yang baik antara produksi, pengolahan, dan pemasaran agar seluruh rantai nilai memberi manfaat optimal (Akhmadi, Fauzan, 2024).

Aren (*Arenga pinnata*) merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi berbagai produk bernilai tambah, seperti gula aren, nira, pati, serat ijuk, dan olahan lainnya. Berdasarkan studi di Desa

Wanga, Kecamatan Motoling Timur, Kabupaten Minahasa Selatan, masyarakat telah memanfaatkan hampir seluruh bagian tanaman aren, tetapi pemanfaatannya masih bersifat tradisional dan belum terstruktur dalam sistem hilirisasi yang optimal. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan hilirisasi aren membutuhkan strategi yang menyeluruh, mulai dari penerapan teknologi pengolahan hingga akses pasar yang lebih luas, agar nilai tambah komoditas ini dapat dimaksimalkan (Akhmadi, Fauzan 2024).

Untuk mengoptimalkan potensi aren, dibutuhkan lembaga atau pelaku pengolahan yang profesional, baik berupa perusahaan, koperasi, maupun unit agroindustri. Studi tentang rantai nilai usaha gula aren di Kabupaten Maros menunjukkan bahwa pengolahan nira menjadi gula aren melalui sistem value-chain dapat meningkatkan nilai tambah produk sekaligus melibatkan banyak pihak dalam proses produksi (Sabar, Adrayanti, Diyah Yumeina, And Enafil Nipi, 2023).

Selain itu, model hilirisasi aren juga telah diteliti di luar Sulawesi, misalnya di Desa Kandolo, Kalimantan Timur, di mana aren genjah dianggap sebagai komoditas agroindustri yang menjanjikan dengan berbagai produk turunannya. Studi tersebut menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, aren dapat dikembangkan menjadi komoditas bernilai tinggi (Emi Roslinda, Resta Rene Mondina, Shafira Hanindita, 2025).

PT. Raseka di Desa Bonto Manurung, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dalam pengolahan komoditas aren. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, perkembangan PT. Raseka telah berlangsung sejak tahun 2018 yang pada awalnya bernama “TB Aren” dan memiliki 3 anggota dengan fokus produksi gula padat. Pada tahun 2021, usaha ini mulai mengembangkan produk gula semut dengan merek “Golla Lica”. Selanjutnya, pada tahun 2022, usaha tersebut berkembang menjadi “Gula Barakka” dengan jumlah anggota sebanyak 10 orang dan telah membina 15 petani aren sebagai pemasok bahan baku. Pada akhir tahun 2023, usaha tersebut melakukan rebranding menjadi PT. Raseka. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengolahan aren di PT. Raseka telah mengalami proses pengembangan produk, kelembagaan, dan keterlibatan petani dari tahun ke tahun, sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui strategi hilirisasi yang terarah.

Dengan kondisi tersebut, keberadaan PT. Raseka di Desa Bonto Manurung,

Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros, memberikan peluang besar untuk menerapkan strategi hilirisasi aren secara nyata. Namun, diperlukan kajian empiris menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan hilirisasi, seperti teknologi, kelembagaan, pemasaran, dan kapasitas produksi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas untuk merumuskan strategi pengembangan hilirisasi aren yang efektif di PT. Raseka.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT. Raseka, Desa Bonto Manurung, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros. Lokasi ini dipilih karena perusahaan merupakan unit pengolahan aren yang memiliki akses langsung ke bahan baku dari petani lokal, sehingga kondisi nyata dapat dianalisis secara menyeluruh. Waktu penelitian selama 6 bulan, mulai dari pengumpulan data hingga analisis SWOT dan perumusan strategi (Januari-Juni 2026).

Metode Penentuan Sempel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan hilirisasi aren di PT. Raseka. Berdasarkan hasil observasi awal dan data lapangan, populasi terdiri atas tiga kelompok utama, yaitu *Owner* PT. Raseka 1 orang, karyawan PT. Raseka 10 orang, Petani pemasok nira aren 5 orang, Pelanggan lokal dan distributor produk aren 5 orang, Dinas Koperindag 1 orang, dan Dinas PLUT 1 orang. Jadi total keseluruhan populasi sebanyak 23 orang dan sekaligus dijadikan sampel.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer Diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan observasi langsung terhadap proses produksi, pengolahan, dan pemasaran produk aren di PT. Raseka. Data Sekunder Diperoleh dari dokumen perusahaan, laporan tahunan, literatur ilmiah (jurnal/skripsi tentang hilirisasi aren), serta publikasi pemerintah terkait pertanian dan agroindustri.

Metode Pengumpulan Data

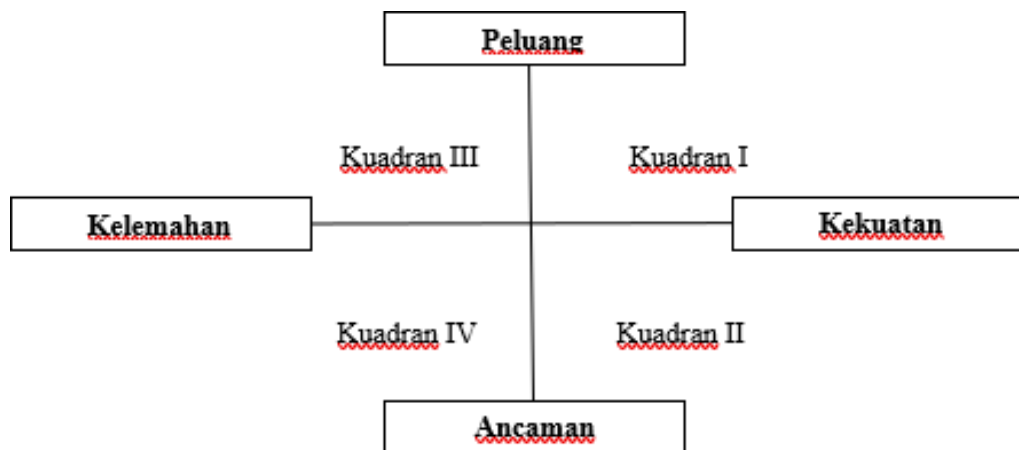
Kuesioner untuk mengukur persepsi manajemen dan petani mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman hilirisasi aren. Wawancara untuk mendalami kendala operasional, kapasitas produksi, teknologi, pemasaran, dan strategi

pengembangan. Observasi untuk menilai kondisi aktual proses hilirisasi, fasilitas produksi, dan distribusi.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS), yang kemudian dirangkum dalam analisis SWOT. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan mengukur secara terperinci faktor-faktor krusial baik internal maupun eksternal yang memengaruhi keberlanjutan dan pengembangan usaha aren yang dikelola oleh PT. Raseka di Desa Bonto Manurung Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros.

PT. Raseka yang bergerak dalam usaha pengolahan aren di Desa Bonto Manurung, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros dapat mengidentifikasi posisi strategis usahanya secara menyeluruh sehingga mampu merumuskan strategi pengembangan yang tepat sesuai dengan potensi sumber daya lokal serta kondisi pasar yang dihadapi. Penerapan analisis SWOT juga membantu perusahaan memahami lingkungan bisnisnya dengan lebih baik, menentukan langkah pengembangan yang efektif, serta memperkuat daya saing di tengah dinamika ekonomi global (Akbar 2025).



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Berikut diagram matriks SWOT Untuk Strategi Pengembangan Hilirisasi dan Penguatan Usaha Aren di PT. Raseka Desa Bonto Manurung Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros.

Tabel 1. Matrik SWOT

Faktor Internal (IFAS)	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor eksternal (EFAS)	Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Peluang (O)	Kekuatan (SO)	Kekuatan (WO)
Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Menciptakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Menciptakan kekuatan untuk menghadapi ancaman	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman

Sumber : (Pratiwi et al. 2025)

Cara menentukan faktor strategi internal dan eksternal menurut (Pratiwi et al. 2025) dilakukan melalui proses identifikasi kekuatan dan kelemahan dari sisi internal, serta peluang dan ancaman dari sisi eksternal yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut dianalisis menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk memperoleh posisi strategis usaha yang menjadi dasar dalam perumusan strategi pengembangan yang dapat dilihat sebagai berikut.

Table 2. Penentuan Faktor Strategi Internal Strategi Pengembangan Hilirisasi Aren di PT. Raseka Desa Bonto Manurung Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
Kekuatan ke 1			
Kekuatan ke 2			
Kekuatan ke 3			
Kekuatan ke 4			
KELEMAHAN			
Kelemahan ke 1			
Kelemahan ke 2			
Kelemahan ke 3			
Kelemahan ke 4			
TOTAL	1,00		Xn

Sumber : (Pratiwi et al. 2025)

Penentuan bobot dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan masing-masing faktor internal maupun eksternal terhadap keberhasilan strategi

pengembangan hilirisasi aren di PT. Raseka. Nilai bobot diberikan pada setiap faktor dengan rentang 0,00 sampai 1,00, di mana semakin besar nilai bobot menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin penting terhadap keberhasilan perusahaan. Jumlah seluruh bobot pada matriks IFAS maupun EFAS harus sama dengan 1,00.

Penentuan bobot dilakukan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan penilaian responden yang memahami kondisi perusahaan, kemudian dihitung menggunakan rumus:

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum X_i}$$

Keterangan :

- α_i : Bobot faktor ke-i
- X_i : Total skor kepentingan faktor ke-i dari seluruh responden
- $\sum X_i$: Total seluruh skor kepentingan faktor

Semakin tinggi bobot yang diperoleh suatu faktor, maka semakin besar pengaruh faktor tersebut terhadap strategi pengembangan perusahaan.

Setelah nilai bobot dan rating setiap faktor strategis ditentukan, langkah selanjutnya adalah menghitung skor tertimbang (*weighted score*). Skor diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dengan rating pada masing-masing faktor strategis. Nilai skor menunjukkan besarnya kontribusi setiap faktor terhadap kondisi strategis perusahaan. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin besar pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan perusahaan (Lalu Muhammad et al. 2026). Perhitungan skor dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$$

Keterangan:

- Skor = Nilai tertimbang (*weighted score*)
- Bobot = Tingkat kepentingan setiap faktor strategis
- Rating = Penilaian terhadap kondisi perusahaan pada setiap faktor strategis

Tabel 3. Penentuan Faktor Strategi Eksternal Strategi Pengembangan Hilirisasi Aren di PT. Raseka Desa Bonto Manurung Kecamatan Tompobulu Kabupaten Maros

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
Peluang ke 1			
Peluang ke 2			
Peluang ke 3			
Peluang ke 4			
ANCAMAN			
Ancaman ke 1			
Ancaman ke 2			
Ancaman ke 3			
Ancaman ke 4			
TOTAL	1,00		Xn

Sumber : (Pratiwi et al. 2025)

Langkah awal dalam penyusunan faktor strategi eksternal (EFAS) dilakukan dengan menjelaskan setiap faktor eksternal secara rinci dan terukur menggunakan data kuantitatif. Setiap peluang maupun ancaman yang dihadapi oleh PT. Raseka diuraikan berdasarkan indikator nyata, seperti persentase pertumbuhan permintaan gula aren di pasar lokal, perbandingan harga dengan pesaing, ketersediaan bahan baku nira, tren preferensi konsumen terhadap produk alami, serta kebijakan pemerintah terkait industri pangan lokal. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan perusahaan untuk menilai faktor eksternal secara lebih objektif, sekaligus menjadi dasar dalam menentukan strategi pengembangan yang relevan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal (IFAS)

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT. Raseka dalam pengembangan hilirisasi aren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki total skor IFAS sebesar 3,27 yang menunjukkan kondisi internal perusahaan berada pada kategori kuat. Data Primer Penelitian (2026).

Tabel 4. Analisis Faktor Internal (IFAS)

No.	KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Pengalaman mengolah berbagai produk gula aren	0,20	4,18	0,84
2	Jaringan kerja sama dengan petani aren	0,18	3,77	0,69
3	Kemampuan mengolah nira menjadi produk bernilai tambah	0,17	3,50	0,59
4	Pengalaman dalam pengembangan merek dan usaha	0,20	4,14	0,82
SUB TOTAL		0,75		2,94
No.	KELEMAHAN			
1	Kontinuitas pasokan nira belum stabil	0,06	1,18	0,07
2	Kapasitas produksi masih terbatas	0,07	1,41	0,10
3	Pemasaran digital dan pemanfaatan marketplace belum optimal	0,05	1,14	0,06
4	Distribusi produk masih terkendala akses jalan	0,07	1,45	0,10
SUB TOTAL		0,25		0,33
TOTAL		1,00		3,27

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Kekuatan terbesar terlihat pada skala usaha yang telah berkembang, cita rasa produk yang khas, teknik packaging modern, dan dukungan fasilitas pemerintah. Sementara itu, kelemahan yang perlu diperhatikan adalah keterbatasan bahan baku pada waktu tertentu, akses jalan, pemasaran media sosial yang belum optimal, serta belum maksimalnya *marketplace* dan toko *offline*. Dengan skor internal di atas 2,5, kondisi perusahaan menunjukkan kemampuan internal yang relatif kuat.

Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Hasil analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa PT. Raseka memperoleh skor EFAS sebesar 3,15 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang yang besar dalam mengembangkan usaha sekaligus memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menghadapi ancaman eksternal Data Primer Penelitian (2026).

Tabel 5. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

No.	PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
1	Perluasan pasar melalui media sosial dan <i>marketplace</i>	0,17	3,41	0,56
2	Peluang pasar di luar daerah	0,20	4,09	0,81
3	Pengembangan produk turunan gula aren	0,18	3,68	0,66
4	Dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM dan hilirisasi	0,19	3,82	0,71
SUB TOTAL		0,73		2,74
No.	ANCAMAN			
1	Berkurangnya ketersediaan aren produktif	0,05	1,05	0,05
2	Persaingan dengan produsen gula aren dari daerah lain	0,10	2,09	0,21
3	Perubahan cuaca yang memengaruhi produksi nira	0,06	1,14	0,06
4	Fluktuasi harga dan persaingan bahan baku	0,07	1,36	0,09
SUB TOTAL		0,27		0,42
TOTAL		1,00		3,15

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Peluang terbesar berasal dari pasar ekspor dengan skor 0,81, diikuti tingkat persaingan yang relatif rendah sebesar 0,71 dan keberlanjutan produk sebesar 0,66. Ancaman terbesar adalah serangan hama bahan mentah dengan skor 0,21. Selain itu, kurangnya budidaya aren dan perubahan iklim perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi kontinuitas bahan baku.

Posisi Kuadran SWOT

Hasil analisis menunjukkan nilai koordinat SWOT sebesar $X = 2,61$ dan $Y = 2,32$. Nilai tersebut menempatkan PT. Raseka pada Kuadran I atau *Growth Oriented Strategy*. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang besar dan peluang eksternal yang tinggi sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif melalui pemanfaatan seluruh kekuatan untuk menangkap peluang yang tersedia. Data Primer Penelitian (2026).

Berdasarkan hasil pengolahan data SWOT diperoleh nilai: Kekuatan (*Strengths*) = 2,94. Kelemahan (*Weaknesses*) = 0,33. Peluang (*Opportunities*) = 2,74. Ancaman (*Threats*) = 0,42.

Sehingga diperoleh:

$$X = S - W$$

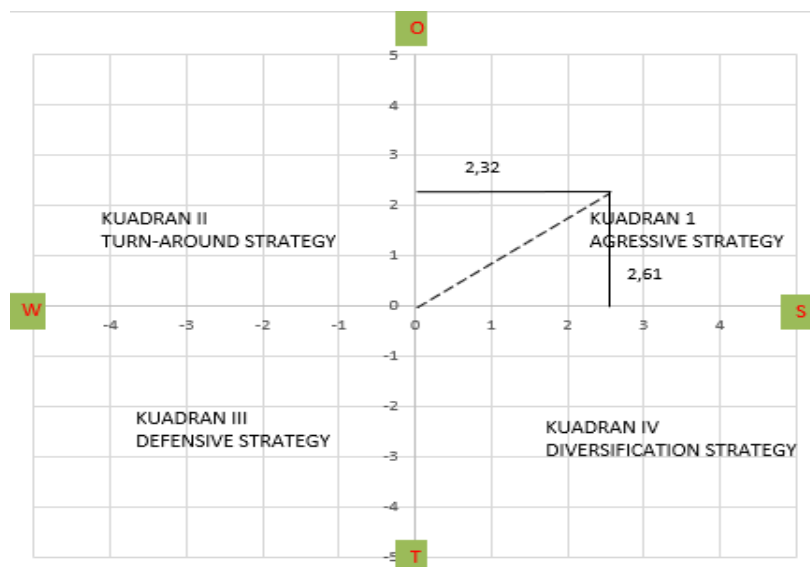
$$X = 2,94 - 0,33$$

$$X = 2,61$$

$$Y = O - T$$

$$Y = 2,74 - 0,42$$

$$Y = 2,32$$



Gambar 2. Posisi Kuadran SWOT

Strategi Pengembangan Hilirisasi Aren

Berdasarkan hasil analisis SWOT, PT. Raseka berada pada Kuadran I dengan nilai koordinat (2,61; 2,32), yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang lebih besar dibandingkan kelemahannya serta peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancamannya. Kondisi ini didukung oleh hasil identifikasi faktor internal yang menunjukkan bahwa PT. Raseka memiliki beberapa kekuatan utama, yaitu kualitas produk yang memiliki cita rasa khas, penggunaan *packaging modern*, dukungan fasilitas dari pemerintah, serta skala usaha yang telah berkembang. Di sisi lain, perusahaan juga memiliki peluang eksternal berupa tingginya permintaan pasar terhadap produk gula aren, peluang pasar ekspor, ketersediaan tenaga kerja, serta tingkat persaingan yang relatif rendah. Kombinasi antara kekuatan dan peluang tersebut menjadi dasar bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk mengembangkan usahanya melalui strategi pertumbuhan (*growth strategy*).

Oleh karena itu, strategi yang diprioritaskan adalah strategi *Strengths–Opportunities* (SO), yaitu strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan perusahaan untuk merebut dan mengoptimalkan peluang yang tersedia. Strategi ini dipilih karena hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatan PT. Raseka memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan ($2,94 > 0,33$), sementara faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman ($2,74 > 0,42$). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam situasi yang menguntungkan sehingga lebih tepat berfokus pada strategi ekspansi daripada strategi bertahan atau meminimalkan kelemahan. Menurut (Lalu Muhammad et al. 2026), organisasi yang berada pada Kuadran I dianjurkan menerapkan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk memperoleh manfaat maksimal dari peluang eksternal.

Penerapan strategi SO pada PT. Raseka dapat dilakukan melalui peningkatan kapasitas produksi dengan memanfaatkan potensi bahan baku aren yang tersedia, peningkatan kualitas kemasan untuk memperkuat daya saing produk, perluasan pemasaran melalui media digital dan *marketplace*, pengembangan diversifikasi produk olahan aren, serta penguatan kemitraan dengan petani untuk menjaga kontinuitas bahan baku. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat daya saing perusahaan di tengah meningkatnya permintaan terhadap produk pangan alami.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Haloho et al. 2022) yang menunjukkan bahwa agroindustri aren yang berada pada Kuadran I lebih tepat menerapkan strategi agresif melalui pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar yang tersedia. Penelitian (Siska Ita Selvia dan Idiatul Fitri Danasari. 2024) juga menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk, penguatan kemitraan dengan petani, serta pemanfaatan dukungan pemerintah merupakan strategi yang efektif dalam mengembangkan agroindustri berbasis komoditas lokal. Selain itu, penelitian (Lalu Muhammad et al. 2026) menunjukkan bahwa pengembangan pemasaran digital, inovasi produk, dan peningkatan kapasitas produksi mampu meningkatkan daya saing dan nilai tambah usaha gula aren. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa strategi SO merupakan strategi yang paling sesuai diterapkan pada perusahaan yang memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang sama-sama dominan.

Matriks SWOT PT. Raseka

Table 6. Matriks SWOT PT. Raseka

FAKTOR INTERNAL/EKTERNAL	KEKUATAN (<i>Strenghts</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	1. Memanfaatkan pengalaman mengolah berbagai produk gula aren untuk mengembangkan produk turunan dan memperluas pasar melalui media sosial dan marketplace. 2. Memanfaatkan jaringan kerja sama dengan petani aren untuk mendukung perluasan pasar ke luar daerah melalui peningkatan ketersediaan bahan baku. 3. Memanfaatkan kemampuan mengolah nira menjadi produk bernilai tambah untuk mengembangkan produk turunan dan memenuhi peluang pasar yang lebih luas. 4. Memanfaatkan pengalaman dalam pengembangan merek dan usaha untuk memperluas pemasaran	1. Mengoptimalkan pemasaran digital dan marketplace untuk memanfaatkan peluang perluasan pasar melalui media sosial dan marketplace serta menjangkau pasar luar daerah. 2. Meningkatkan kontinuitas pasokan nira melalui penambahan kemitraan dengan petani aren untuk mendukung pengembangan usaha. 3. Mengatasi keterbatasan kapasitas produksi dengan memanfaatkan peluang pengembangan produk turunan gula aren secara bertahap. 4. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk mengatasi keterbatasan pemasaran digital dan marketplace serta kendala distribusi.

	serta memanfaatkan dukungan pemerintah dalam pengembangan UMKM dan hilirisasi.	
Ancaman (Threats)	Strategi ST (<i>Strengths x Threats</i>) 1. Memanfaatkan jaringan kerja sama dengan petani aren untuk menghadapi berkurangnya ketersediaan aren produktif dan menjaga kontinuitas bahan baku. 2. Memanfaatkan pengalaman mengolah berbagai produk gula aren untuk menghadapi persaingan dengan produsen gula aren dari daerah lain melalui peningkatan variasi dan kualitas produk. 3. Memanfaatkan kemampuan mengolah nira menjadi produk bernilai tambah untuk menghadapi fluktuasi harga dan persaingan bahan baku melalui pengembangan produk dengan nilai ekonomi lebih tinggi. 4. Memanfaatkan pengalaman dalam pengembangan merek dan usaha untuk menghadapi persaingan pasar serta memperkuat posisi produk PT. Raseka.	Strategi WT (<i>Weaknesses x Threats</i>) 1. Memperkuat kontinuitas pasokan nira melalui kerja sama dengan petani untuk mengantisipasi berkurangnya ketersediaan aren produktif. 2. Meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap untuk menghadapi persaingan dengan produsen gula aren dari daerah lain. 3. Mengoptimalkan pemasaran digital dan marketplace untuk menghadapi persaingan dengan produsen gula aren dari daerah lain dan memperluas jangkauan pasar. 4. Memperbaiki distribusi produk yang terkendala akses jalan serta mengembangkan jalur distribusi alternatif untuk mengurangi dampak fluktuasi harga dan persaingan bahan baku.

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Analisis SWOT PT. Raseka

Berdasarkan hasil analisis SWOT diperoleh nilai koordinat sebesar $X = 2,61$ dan $Y = 2,32$, sehingga posisi PT. Raseka berada pada Kuadran I (*Aggressive Strategy* atau *Growth Oriented Strategy*). Posisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kondisi internal yang kuat, yang ditunjukkan oleh nilai kekuatan (*Strengths*) sebesar 2,94 lebih besar dibandingkan kelemahan (*Weaknesses*) sebesar 0,33. Selain itu, perusahaan juga memiliki peluang eksternal yang lebih besar, yang ditunjukkan oleh nilai peluang (*Opportunities*) sebesar 2,74 dibandingkan ancaman (*Threats*)

sebesar 0,42. Kondisi ini menunjukkan bahwa PT. Raseka memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap berbagai peluang yang tersedia sehingga perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan untuk melakukan pengembangan usaha. (Gunatilleke et al, 2022).

Posisi perusahaan pada Kuadran I mengindikasikan bahwa strategi yang paling tepat diterapkan adalah strategi agresif (*SO Strategy*), yaitu strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (*growth strategy*) melalui pemanfaatan seluruh kekuatan perusahaan untuk memperoleh manfaat yang maksimal dari peluang eksternal. Strategi ini dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan nilai tambah produk hilirisasi aren. (Lalu Muhammad et al. 2026; Rangkuti 2018).

Pada PT. Raseka, strategi agresif tersebut dapat diwujudkan melalui peningkatan kapasitas produksi dengan memanfaatkan potensi bahan baku aren yang tersedia, pengembangan inovasi produk olahan aren, peningkatan kualitas dan desain kemasan (*packaging*), perluasan pemasaran melalui media digital dan marketplace, serta penguatan kemitraan dengan petani aren untuk menjaga kontinuitas pasokan bahan baku. Selain itu, dukungan pemerintah berupa bantuan sarana produksi, pelatihan, dan promosi dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar lokal maupun nasional. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing PT. Raseka sekaligus memberikan nilai tambah ekonomi bagi perusahaan dan petani mitra.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT. Raseka memiliki kondisi internal yang kuat dan peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancaman. Kekuatan meliputi pengalaman pengolahan, jaringan petani, kemampuan menghasilkan produk bernilai tambah, variasi produk, dan pengembangan merek, sedangkan peluang meliputi perluasan pasar digital dan luar daerah, kemitraan petani, pengembangan produk turunan, serta dukungan pemerintah.

2. Hasil analisis SWOT menunjukkan koordinat yang menempatkan PT. Raseka pada Kuadran I (*Growth Oriented Strategy*). Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah Strategi SO, yaitu memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang dan mendukung pengembangan hilirisasi aren..

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. PT. Raseka perlu meningkatkan kapasitas produksi dan melakukan pembudidayaan pohon aren.
2. Pemasaran digital dan marketplace perlu dioptimalkan untuk memperluas pasar.
3. Kemitraan dengan petani aren perlu diperkuat untuk menjaga kontinuitas bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhammad Jalaluddin. 2025. Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Ditinjau Dari Perspektif Perekonomian Global (Studi Kasus Pengusaha Tenun Songket Kota Palembang).
- Akhmadi, Fauzan. 2024. "Analisis Dampak Hilirisasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." 2(April).
- Badan Pusat Statistik. 2024. Laporan Perekonomian Indonesia.
- Emi Roslinda, Resta Rene Mondina, Shafira Hanindita. 2025. Potensi Agroindustri Aren Genjah Di Desa Kandolo Kabupaten Kutai Timur Kalimantan Timur. 19(1):57–72.
- Gunatilleke, Nimal, J. David Neidel, T. R. Shankar Raman, Thilanka Gunaratne, Mark Ashton, Sunil Gamage, Savitri Gunatilleke, Kushan Tennakoon, Hashendra Kathriarachchi, Sisira Ediriweera, Nalaka Geekiyanage, David Burslem, Gamini Senevirathne, Sumedha Madawala, Rasanga Gunasekera, Divya Mudappa, Anand M. Osuri, Srinivasan Kasinathan, Kshama Bhat, Marlito Bande, Ishak Yassir, Paciencia Milan, And Serica Joy Compendio. 2023. *Ecological Approaches To Forest Restoration : Lessons Learned From Tropical Wet Asia*.
- Haloho, Dameria, Lyndon Parulian Nainggolan, Perternakan Perikanan, And Universitas Sulawesi Barat. 2022. "Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren Di Desa Buluh Awar Kecamatan Sibolangit." 19(36):130–43.
- Kementrian Pertanian. 2025. Statistik Perkebunan 2023-2025 Jilid 1.
- Lalu Muhammad, Yahya Abdirahman, Tajidan Tajidan, Nurtaji Wathoni. 2026.

- Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren Di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.” 5(1):136–44.
- Pratiwi, Herini, Majdah M. Zain, Helda Ibrahim, And La Sumange. 2025. “Strategi Peningkatan Pendapatan Gula Aren Berbasis Agribisnis (Studi Kasus Kth Liku Pancing Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa).” 10:130–34.
- Rangkuti. 2018. “Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan Ocai).” 19–95.
- Sabar, Adrayanti, Diah Yumeina, And Enafil Nipi. 2023. “Rantai Nilai (*Value Chain*) Usaha Gula Aren Di Kecamatan Cenrana Kabupaten Maros.” 15(2):107–17.
- Siska Ita Selvia, Idiatul Fitri Danasari. 2024. “Strategi Pengembangan Hulu Hilir Pengolahan Gula Aren Di Desa Agrowisata Kekait.” 13(1):19–27.