

Transformasi Model Bisnis Usaha Gula Aren Berbasis Kelembagaan Kolektif: Pendekatan Business Model Canvas di Desa Labuaja

Transformation of the Business Model for Palm Sugar Enterprises Based on Collective Institutions: A Business Model Canvas Approach in Labuaja Village

Makkarennu^{1*}, Syahidah², Supratman¹, Dian Ayu Lestari Hasannudin¹, Soni Trison³, Adelia Caroline⁴, Irnasari¹

¹Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin

²Program Studi Rekayasa Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin

³Departemen Manajemen Hutan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan Hidup, IPB University

⁴ Project Management Unit FOLU NC-1, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

*Email : makkarennu@unhas.ac.id

ABSTRACT: *Sugar palm (Arenga pinnata) is one of the non-timber forest products widely utilized by rural communities to support their livelihoods. However, community-based palm sugar enterprises often face limitations in management practices, value addition, and market access. This study aims to identify and analyze the management of palm sugar businesses, examine the existing business models, and formulate strategies for business model transformation. The study was conducted in Labuaja Village, Maros Regency, involving 20 members of a forest farmer group actively engaged in palm sugar production. Data were collected through field observations and interviews, focusing on raw material preparation, production processes, post-harvest handling, and packaging practices. The results show that palm sugar enterprises are still managed using simple and traditional methods, with a single-product orientation and limited product diversification. Consequently, value addition remains low, and marketing constraints hinder business development. To address these challenges, this study proposes the integration of institutional-based marketing strategies into the Business Model Canvas as an approach to support adaptive and sustainable business transformation. Strengthening local institutions, promoting product diversification, and expanding market access are identified as key strategies to enhance the competitiveness of community-based palm sugar enterprises.*

Keywords: Aren, diversifikasi produk, HHBK, model bisnis, nira aren

DOI: 10.24259/jhm.v18i1.24229

1. PENDAHULUAN

Salah satu produk unggulan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) yang memiliki potensi yang besar dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar hutan adalah gula aren (Latifah et al., 2025; Astaman et al., 2024; Azhar et al., 2021). Aren atau *Arenga pinnata* sudah sejak lama dikenal oleh masyarakat secara turun

temurun memiliki fungsi tidak hanya fungsi ekonomi tetapi juga fungsi ekologi dan sosial. Tanaman aren sudah lama dikenal memiliki potensi yang tinggi karena hampir semua bagiannya memiliki manfaat dan memberikan keuntungan yang finansial. Aren sebagai salah satu produk HHBK yang merupakan salah satu produk yang sangat penting dalam pengembangan HHBK di Indonesia serta dapat menunjang perekonomian masyarakat di pedesaan dan memiliki pasar yang cerah (Pohan dkk, 2014).

Pemanfaatan HHBK membantu meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di sekitar hutan tanpa menimbulkan gangguan kerusakan hutan (Gunawan et al., 2022; Rayis et al., 2023; Tossawut et al., 2023). HHBK merupakan komponen penting bagi strategi penghidupan masyarakat yang hidup di sekitar hutan (Makkarennu dkk, 2020). HHBK menjadi salah satu produk hutan yang memiliki keunggulan dan paling bersinggungan dengan masyarakat sekitar hutan. Secara ekonomis HHBK memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpeluang untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Ginting dkk, 2018).

Disamping itu adanya kegiatan produksi dan pengolahan HHBK, salah satu keunggulan HHBK dibanding dengan hasil hutan kayu adalah pemanfaatan dan pengolahannya membutuhkan modal kecil sampai menengah serta dapat memanfaatkan teknologi yang sederhana sampai menengah (Fentie dkk, 2012). Gula Aren sebagai salah satu produk potensial yang dapat dikembangkan oleh masyarakat yang bermukim di sekitar Hutan Pendidikan Unhas memiliki potensi sumber daya alam aren sebagai bahan pembuatan gula aren dan potensi pengembangan (Makkarennu dkk, 2022).

Tanaman aren sebagian besar diusahakan oleh petani dan belum diusahakan dalam skala besar. Produk utama tanaman aren adalah nira hasil penyadapan dari bunga jantan yang dijadikan gula aren maupun minuman ringan, cuka dan alkohol (Rindengan dkk., 2009). Tanaman aren merupakan bahan baku untuk pembuatan gula, dan potensi aren di Indonesia sangat melimpah dimana sebagian besar

tumbuh sebagai hutan campuran. Namun demikian, proses produksi gula aren masih sangat tradisional sehingga mempunyai mutu yang sangat beragam (Pontoh, 2013). Lebih lanjut Pontoh (2013) menyatakan gula aren yang merupakan salah satu bahan pemanis telah digunakan oleh bangsa Indonesia sejak dahulu kala.

Namun demikian dalam pengelolaan gula aren masih banyak dilakukan hanya untuk pemenuhan kebutuhan sehari hari, tidak diusahakan untuk usaha berkelanjutan (Haris dkk, 2020). Secara umum permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat pengolah gula aren adalah kapasitas yang dimiliki masih terbatas. Selain itu belum ada diversifikasi produk yang dilakukan, masih terbatas pada gula batok. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengelolaan usaha gula aren yang dilakukan oleh masyarakat, model bisnis usaha serta strategi transformasi model bisnis di wilayah penelitian.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Lokasi Penelitian

Desa Labuaja merupakan salah satu Desa di Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Desa Labuaja berjarak sekitar 61 km dari pusat ibukota Provinsi Sulawesi Selatan, dari pusat ibukota Kabupaten Maros berjarak sekitar 32 km, sedangkan dari ibukota Kecamatan Cenrana berjarak 3 km. Desa ini dapat dicapai dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat dengan waktu tempuh kurang lebih 1 jam 30 menit dari Kota Makassar. Secara administratif pemerintahan Desa Labuaja berada di wilayah Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. Berdasarkan letak geografis, Desa Labuaja terletak pada 119° 44'34" - 119° 46'17" Bujur Timur dan 04° 58'7" - 05° 00'30" Lintang Selatan. Luas wilayah Desa Labuaja 21,45 Km². Desa ini terbagi atas tiga Dusun yaitu, Dusun Nahung, Dusun Kappang, dan Dusun Pattiro.

2.2. Pengambilan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang

mengetahui tentang produksi nira, pengeluaran biaya, dan pemasaran gula aren. Wawancara dilakukan dengan responden yang tergabung dalam KTH.

2.3. *Analisis Data*

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara sistematis kondisi usaha gula aren di Desa Labuaja. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memahami karakteristik usaha, pola produksi, serta dinamika pemasaran yang terjadi di tingkat pelaku usaha. Selanjutnya, analisis Business Model Canvas (BMC) digunakan untuk mengidentifikasi dan memetakan model bisnis berdasarkan sembilan elemen utama, yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Setiap elemen dianalisis berdasarkan data lapangan untuk menggambarkan kondisi eksisting, mengidentifikasi kelemahan dan potensi, serta menjadi dasar dalam perumusan strategi pengembangan usaha.

Selain itu, analisis strategi dilakukan melalui pendekatan cooperative-based marketing untuk merumuskan transformasi model bisnis berbasis kelembagaan kolektif. Analisis ini mencakup identifikasi peran dan fungsi kelompok tani hutan (KTH) dalam rantai nilai, evaluasi potensi penguatan pemasaran kolektif, serta perbandingan antara model bisnis eksisting dan model berbasis kolektif. Hasil analisis kemudian digunakan untuk merumuskan strategi transformasi pada setiap elemen BMC guna meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan memperkuat posisi tawar pelaku usaha dalam sistem pemasaran gula aren.

3. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

3.1. *Pengolahan Nira Aren*

Untuk menjamin kontinuitas produksi maka ketersediaan bahan baku merupakan sesuatu yang mutlak harus dipenuhi. Untuk itu perlu intensifikasi budidaya aren dengan teknologi pembibitan melalui kultur jaringan, konservasi

genetik pohon aren berkualitas baik sebagai pohon induk untuk menyediakan bibit berkualitas dalam rangka menjamin ketersediaan aren yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan bahan baku. Untuk penyadapan yang lebih safe, perlu teknologi penyadapan yang lebih aman untuk para penyadap, bahkan penyadapan dengan teknologi pipanisasi menjadi hal yang harus segera diupayakan.

Proses produksi gula aren di Desa Labuaja masih dilakukan secara tradisional dengan memanfaatkan bahan baku dan peralatan berbasis sumber daya lokal. Nira sebagai bahan utama diperoleh melalui penyadapan pohon aren yang dilakukan secara manual dengan teknik yang diwariskan secara turun-temurun. Proses ini membutuhkan keterampilan khusus, mengingat penyadapan dilakukan pada ketinggian tertentu dengan alat sederhana. Nira yang terkumpul kemudian direbus tanpa campuran bahan kimia, kecuali bahan alami untuk menjaga kualitasnya agar tidak cepat mengalami fermentasi.

Selanjutnya, proses pengolahan dilakukan melalui perebusan dalam waktu relatif lama hingga nira mengental dan siap dicetak menjadi gula aren. Peralatan yang digunakan sebagian besar berasal dari bahan alami seperti bambu dan kayu, meskipun terdapat beberapa peralatan berbahan logam. Setelah proses pencetakan, gula aren didinginkan dan dikemas secara sederhana menggunakan bahan alami. Secara keseluruhan, sistem produksi ini bersifat padat karya, berbasis pengetahuan lokal, serta mencerminkan praktik tradisional yang masih bertahan hingga saat ini, meskipun memiliki keterbatasan dalam aspek efisiensi dan standardisasi produk.

3.3. Pengolahan Pasca Panen

Proses pembuatan gula semut:

1. Proses produksi gula semut hampir sama dengan gula cetak namun demikian pembuatan gula semut memakan waktu yang lebih lama. Setelah nira berubah warna menjadi lebih pekat, api tungku dikecilkan dan didinginkan selama kurang

lebih 10 menit. Pengadukan dilakukan secara perlahan sampai terjadi pengkristalan.

2. Setelah mengkristal, pengadukan dipercepat hingga menghasilkan gula semut setengah jadi (berbentuk serbuk kasar) dengan kadar air di atas 5%. Kemudian dihaluskan dan di oven untuk memperoleh kadar air maksimal 3%
3. Setelah itu dilakukan proses penyaringan dengan ukuran mesh antara 15 – 20 sesuai pesanan.

3.4. Model Bisnis

Model bisnis yang digunakan adalah BMC yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memetakan model bisnis usaha gula aren berdasarkan sembilan elemen utama (Gambar 2), yaitu: *Customer segments*, *Value proposition*, *Channels*, *Customer relationships*, *Revenue streams*, *Key resources*, *Key activities*, *Key partnerships* dan *Cost structure*.



Gambar 2. BMC Eksisting Usaha Gula Aren di Desa Labuaja

3.4.1. Customer Segments (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan usaha gula aren di Desa Labuaja masih didominasi pasar tradisional dengan struktur sederhana, meliputi pengepul lokal (middlemen), pedagang pasar di Maros dan Makassar, pelaku UMKM sektor makanan dan minuman, serta konsumen rumah tangga. Struktur ini menunjukkan ketergantungan tinggi terhadap pengepul sebagai penghubung utama distribusi, yang sekaligus

membatasi akses langsung petani ke konsumen akhir sehingga petani tidak memiliki kendali terhadap harga dan informasi pasar. Selain itu, belum terdapat segmentasi berbasis nilai, seperti pasar produk organik atau konsumen dengan preferensi produk sehat, yang mengindikasikan bahwa orientasi pasar masih bersifat *supply-driven* dan belum berkembang menuju market-driven segmentation.

3.4.2. Value Proposition (Proporsi Nilai)

Nilai utama gula aren dari Desa Labuaja terletak pada karakteristiknya sebagai pemanis alami (natural sweetener), ramah lingkungan, serta dihasilkan dari sistem pemanfaatan HHBK yang berkelanjutan, dengan cita rasa khas yang tidak sepenuhnya dapat disubstitusi oleh gula tebu. Namun, nilai tersebut belum dikapitalisasi secara optimal melalui diferensiasi produk di pasar, karena masih dipasarkan secara konvensional tanpa standar kualitas, kemasan menarik, maupun identitas merek yang jelas. Selain itu, potensi nilai tambah melalui diversifikasi produk seperti gula semut (palm sugar powder) dan gula cair juga belum dimanfaatkan secara maksimal, sehingga *value proposition* masih bersifat generic dan belum berkembang menjadi *unique selling proposition* yang mampu meningkatkan daya saing produk.

3.4.3. Channels (Saluran)

Saluran distribusi usaha gula aren di Desa Labuaja masih didominasi sistem pemasaran tradisional, di mana produk sebagian besar dijual langsung kepada pengepul desa untuk didistribusikan ke pasar yang lebih luas, sementara sebagian kecil dijual di pasar tradisional atau langsung ke konsumen lokal. Keterbatasan ini menunjukkan akses pasar yang masih sempit dan belum terdiversifikasi, dengan belum berkembangnya pemanfaatan saluran modern seperti *marketplace digital*, retail modern, maupun jaringan distribusi formal. Kondisi tersebut membatasi jangkauan pasar dan kemampuan produsen dalam menangkap nilai tambah, sehingga sistem distribusi yang ada masih bersifat linear dan belum berkembang menjadi *multi-channel*.

3.4.4. *Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)*

Hubungan antara produsen gula aren dan pelanggan, khususnya pengepul, masih berbasis relasi personal dan kepercayaan yang terbentuk secara turun-temurun, bersifat informal tanpa kontrak atau kemitraan terstruktur. Meskipun memberikan stabilitas pemasaran, pola ini menciptakan ketergantungan tinggi pada aktor tertentu. Selain itu, belum ada upaya membangun hubungan langsung dengan konsumen akhir melalui branding, komunikasi pemasaran, maupun platform digital, sehingga customer relationship masih bersifat *transactional* dan belum berkembang menuju *relational marketing* yang berorientasi pada loyalitas dan nilai jangka panjang.

3.4.5. *Revenue Streams (Arus Pendapatan)*

Sumber pendapatan utama usaha gula aren berasal dari penjualan gula aren cetak sebagai produk primer, dengan pendapatan yang relatif terbatas karena harga ditentukan oleh pengepul dan belum mencerminkan nilai tambah optimal. Struktur pendapatan masih bersifat tunggal (single revenue stream) tanpa diversifikasi produk atau inovasi, sehingga usaha cenderung subsisten dan belum berkembang menjadi usaha komersial berorientasi pertumbuhan. Selain itu, potensi pengembangan revenue streams melalui produk turunan seperti gula semut, gula cair, dan produk olahan lainnya belum dimanfaatkan secara optimal, sehingga struktur pendapatan masih berada pada level rendah dalam rantai nilai.

3.4.6. *Key Resources (Sumberdaya Utama)*

Sumber daya utama dalam usaha gula aren meliputi sumber daya alam berupa pohon aren (*Arenga pinnata*), sumber daya manusia dalam bentuk tenaga kerja keluarga, serta pengetahuan lokal terkait teknik penyadapan dan pengolahan nira. Selain itu, keberadaan kelembagaan lokal seperti kelompok tani hutan (KTH) juga merupakan sumber daya penting yang berpotensi mendukung pengembangan usaha secara kolektif. Namun demikian, pemanfaatan sumber daya ini masih bersifat tradisional dan belum dioptimalkan melalui inovasi teknologi maupun

penguatan kapasitas. Keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan informasi pasar juga menjadi kendala dalam pengembangan sumber daya secara lebih produktif.

3.4.7. *Key Activities (Aktivitas)*

Kegiatan utama dalam usaha gula aren meliputi penyadapan nira dari pohon aren, proses pengolahan nira menjadi gula aren melalui pemanasan, serta distribusi produk kepada pengepul atau pasar lokal. Proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan menggunakan peralatan sederhana dan teknologi yang terbatas. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi produksi serta variabilitas kualitas produk. Selain itu, kegiatan pemasaran dan pengembangan produk belum menjadi bagian integral dari aktivitas usaha. Dengan demikian, key activities masih berfokus pada produksi dan belum mencakup aktivitas bernilai tambah seperti inovasi produk dan pemasaran.

3.4.8. *Key Partnerships (Kemitraan)*

Kemitraan dalam usaha gula aren di Desa Labuaja masih terbatas pada hubungan dengan pengepul sebagai mitra utama dalam pemasaran produk. Pengepul memiliki peran dominan dalam menentukan harga dan mengakses pasar. Sementara itu, keterlibatan pihak lain seperti pemerintah, lembaga pendamping, maupun sektor swasta masih relatif terbatas. Padahal, kolaborasi multipihak memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan usaha, khususnya dalam aspek pemasaran, pembiayaan, dan peningkatan kapasitas. Dengan demikian, struktur kemitraan yang ada masih bersifat sempit dan belum berkembang menjadi jaringan kolaboratif yang kuat.

3.4.9. *Cost Structure (Struktur Biaya)*

Struktur biaya usaha gula aren didominasi oleh biaya tenaga kerja (yang sebagian besar berasal dari keluarga), biaya bahan bakar (kayu bakar), serta biaya peralatan produksi. Karena sistem produksi masih bersifat tradisional, efisiensi biaya relatif rendah dan belum terdapat pengelolaan biaya yang terstruktur. Selain itu,

biaya peluang (opportunity cost) tenaga kerja juga cukup tinggi mengingat waktu produksi yang panjang. Keterbatasan skala produksi dan tidak adanya produksi kolektif menyebabkan tidak tercapainya skala ekonomi (economies of scale), sehingga biaya per unit produk relatif tinggi.

3.5. Integrasi Strategi Pemasaran Berbasis Kelembagaan Kolektif dalam BMC

Pendekatan pemasaran berbasis kelembagaan kolektif menekankan transformasi model bisnis dari sistem individual menuju sistem kolektif yang dikelola melalui kelompok tani hutan (KTH) atau koperasi. Transformasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi tawar petani dalam rantai nilai. Integrasi strategi ini ke dalam setiap elemen BMC menghasilkan model bisnis yang lebih adaptif, terorganisir, dan berorientasi pasar. Berikut Gambar 4. Strategi pemasaran berbasis kelembagaan kolektif dalam BMC.



Gambar 4. Strategi Pemasaran Berbasis Kelembagaan Kolektif dalam BMC

3.5.1. Transformasi Customer Segments

Melalui pendekatan kelembagaan kolektif, segmen pelanggan tidak lagi terbatas pada pengepul dan pasar tradisional, tetapi dapat diperluas ke segmen yang lebih bernilai tinggi. KTH atau koperasi berperan sebagai agregator produksi yang mampu memenuhi kebutuhan volume dan kualitas untuk pasar yang lebih besar, seperti industri makanan dan minuman skala menengah hingga besar, retail

modern, serta pasar ekspor. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya market repositioning dari pasar lokal ke pasar yang lebih kompetitif dan tersegmentasi, termasuk pasar produk organik dan sehat. Dengan demikian, segmentasi pelanggan bergeser dari mass market menuju value-based market segmentation.

3.5.2. Transformasi Value Proposition

Transformasi nilai produk dilakukan melalui peningkatan kualitas, standarisasi produksi, serta penguatan identitas produk melalui branding kolektif. Produk gula aren tidak lagi diposisikan sebagai komoditas generik, tetapi sebagai produk bernilai tambah yang memiliki atribut keberlanjutan, keaslian lokal, dan kualitas terjamin. Penerapan standar mutu, sertifikasi (misalnya halal atau organik), serta pengemasan yang lebih baik menjadi bagian dari strategi diferensiasi produk. Dengan demikian, value proposition berkembang dari sekadar produk tradisional menjadi differentiated product yang memiliki keunggulan kompetitif di pasar.

3.5.3. Transformasi Channels

Saluran distribusi mengalami perubahan dari sistem tradisional yang bergantung pada pengepul menjadi sistem pemasaran yang lebih terdiversifikasi. Kelembagaan kolektif memungkinkan pengembangan saluran distribusi baru, seperti pemasaran langsung ke konsumen (direct selling), pemanfaatan platform digital (e-commerce), serta kemitraan dengan distributor dan retail modern. Selain itu, kelembagaan juga memungkinkan akses ke jaringan pemasaran yang lebih luas melalui program pemerintah atau kemitraan dengan sektor swasta. Transformasi ini menciptakan sistem distribusi multi-channel yang lebih efisien dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

3.5.4. Transformasi Customer Relationships

Hubungan dengan pelanggan berkembang dari hubungan informal berbasis kepercayaan menjadi hubungan yang lebih terstruktur dan profesional. Kelembagaan kolektif memungkinkan penerapan sistem kontrak, pengelolaan merek, serta layanan pelanggan yang lebih konsisten. Selain itu, penggunaan media

digital membuka peluang untuk membangun komunikasi yang lebih intensif, dalam bentuk promosi, edukasi produk, dan penguatan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, customer relationship bergeser dari *transactional relationship* menuju *relational marketing* yang berorientasi jangka panjang.

3.5.5. Transformasi Revenue Streams

Diversifikasi sumber pendapatan menjadi salah satu hasil utama dari penerapan strategi kolektif. Selain penjualan gula aren cetak, KTH atau koperasi dapat mengembangkan produk turunan seperti gula semut, gula cair, maupun produk olahan lainnya yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Selain itu, skala produksi yang lebih besar memungkinkan peningkatan volume penjualan dan akses ke pasar dengan harga yang lebih kompetitif. Dengan demikian, struktur pendapatan berkembang dari single revenue stream menjadi multiple revenue streams yang lebih stabil dan berkelanjutan.

3.5.6. Transformasi Key Resources

Kelembagaan kolektif menjadi sumber daya strategis dalam model bisnis yang baru. KTH atau koperasi tidak hanya berfungsi sebagai wadah sosial, tetapi juga sebagai entitas bisnis yang mengelola produksi, pemasaran, dan sumber daya secara terintegrasi. Selain itu, sumber daya lain seperti pengetahuan, teknologi, dan akses informasi pasar dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan. Transformasi ini memungkinkan optimalisasi sumber daya yang sebelumnya tersebar secara individual menjadi terkoordinasi dan lebih produktif.

3.5.7. Transformasi Key Activities

Kegiatan utama dalam usaha gula aren tidak lagi terbatas pada produksi, tetapi mencakup aktivitas bernilai tambah seperti pengolahan lanjutan, pengemasan, pemasaran, dan pengelolaan merek. Melalui pendekatan kolektif, kegiatan produksi dapat diorganisir secara lebih efisien, misalnya melalui pembagian kerja atau penggunaan fasilitas bersama. Selain itu, aktivitas pemasaran menjadi bagian integral dari usaha, bukan sekadar fungsi tambahan. Dengan

demikian, key activities berkembang dari production-oriented menjadi market-oriented activities.

3.5.8. Transformasi Key Partnerships

Struktur kemitraan berkembang dari hubungan terbatas dengan pengepul menjadi jaringan kolaborasi multipihak. Kelembagaan kolektif memungkinkan terbentuknya kemitraan dengan pemerintah (program pemberdayaan), akademisi (pendampingan dan inovasi), serta sektor swasta (akses pasar dan pembiayaan). Kemitraan ini bersifat strategis karena mendukung peningkatan kapasitas, akses pasar, dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, model kemitraan bergeser menuju collaborative network yang lebih kompleks dan produktif.

3.5.9. Transformasi Cost Structure

Efisiensi biaya merupakan salah satu manfaat utama dari pendekatan kolektif. Melalui produksi dan pemasaran secara bersama, pelaku usaha dapat mencapai skala ekonomi (economies of scale) yang menurunkan biaya per unit produk. Penggunaan fasilitas bersama, pembelian bahan baku secara kolektif, serta pengurangan ketergantungan pada perantara juga berkontribusi terhadap efisiensi biaya. Selain itu, pengelolaan biaya menjadi lebih terstruktur melalui kelembagaan, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Usaha gula aren telah lama dilakukan secara turun-temurun oleh masyarakat yang bermukim di sekitar kawasan hutan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan. Namun, praktik usaha ini masih bersifat sederhana dan belum diiringi dengan diversifikasi produk. Melalui pelatihan peningkatan kapasitas, diharapkan usaha gula aren dapat berkembang serta mampu bersaing dengan usaha sejenis. Saat ini, model bisnis usaha gula aren di Desa Labuaja masih tergolong tradisional dengan berbagai keterbatasan, khususnya pada aspek pemasaran dan penciptaan nilai tambah. Oleh karena itu, integrasi strategi pemasaran berbasis kelembagaan kolektif ke dalam BMC menjadi langkah

strategis untuk mendorong transformasi yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Penguatan kelembagaan, diversifikasi produk, serta pengembangan pasar menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing usaha gula aren berbasis masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemerintah Desa Labuaja dan kelompok tani hutan gula aren. Secara khusus kegiatan ini Penelitian dan pengabdian pada masyarakat ini didanai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Hasanuddin.

DAFTAR PUSTAKA

- Astaman, P., Hikmah, A. N., Dassir, M., & Nadirah, S. (2024). Natural Resource Capital for Sustainable Livelihoods in Social Forestry Areas: A Case Study from Enrekang Regency. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, 4(02), 197-208.
- Azhar, I., Nasution, Z., Delvian, Agussabti, Aulin, F. R., & Sembiring, M. R. (2021). Utilization of sugar palm (*Arenga pinnata* Merr) by the communities around the PT Toba Pulp Lestari. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 782(3), 032017.
- Fentie, J. Bramasto N, Dodik R. 2012. *Strategi Kebijakan Pemasaran Hasil Hutan Bukan Kayu di Kabupaten Seram Bagian Barat, Provinsi Maluku*. Jurnal analisis kebijakan kehutanan Vol. 9 No. 1, April 2012 :50-65
- Ginting, B., Sulaeman, R., Sribudiani, E. 2018. Peranan Hasil Hutan Bukan Kayu Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Desa Cintarakyat Kecamatan Sibolangit Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal JOM Faperta*. (5)1.
- Gunawan, H., Yeny, I., Karlina, E., Suharti, S., Murniati, Subarudi, Mulyanto, B., Ekawati, S., Garsetiasih, R., Pratiwi, Sumirat, B. K., Sawitri, R., Heriyanto, N. M., Takandjandji, M., Widarti, A., Surati, Desmiwati, Kalima, T., Effendi, R., Martin, E., Ulya, N. A., Sylviani, & Nurlia, A. (2022). Integrating social forestry and biodiversity conservation in Indonesia. *Forests*, 13(12), 2152.
- Haris SW, Ridwan, Makkarennu. 2020. Analisis Pendapatan usaha Gula Aren di Desa Gantarang Kabupaten Sinjai Sulawesi Selatan. *Jurnal Perennial*. 16(1): 18–25.

- Latifah, S., Fachrudin, K. A., Hartini, K. S., Syahputra, O. H., Ulum, Z., Sihombing, L. A. D., Amelia, M., Aziz, F., Nainggolan, J., & Hawari, M. R. (2025, January). Utilization of non-timber forest products *Arenga pinnata* as a natural food source. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1445(1), 012008
- Makkarennu, Mahbub, A.S., Ridwan. 2020. An Integration of Business Model Canvas on Prioritizing Strategy: Case Study of Small Scale Nontimber Forest Product (NTFP) Enterprises in Indonesia. *Small-scale Forestry*. 20: 161-174.
- Makkarennu, Supratman, Syahidah, Yumeina D. 2022. Peningkatan Pengetahuan Kelompok Tani Aren melalui Pelatihan Usaha Gula Aren di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. *Agrokreatif*, Vol 8(2): 146-152.
- Pontoh, J. 2013. Penentuan Kandungan Sukrosa Pada Gula Aren Dengan Metode Enzimatik. *Chem.Prog.* 6(1). Manado.
- Rayis, W. P. A., Herayanti, L., Prayogi, S., & Kurnia, N. (2023). Integration of ethnoscience in science learning: An ethnoscience study on the palm sugar production process. *Lensa: Jurnal Kependidikan Fisika*, 11(2), 97-115.
- Rindengan, B., S. Karouw dan P. Pasang. 2009. *Pengaruh sabut kelapa terhadap kualitas nira aren dan palm wone*, *J. Penelitian Tanaman Industri*, 12(4):166-171.
- Soekarto, Soewarno, Hanny W., Agus S., dan Soesarsono W. 2010. Kajian Beberapa Jenis Penggunaan Gula Merah Untuk Industri dan Pengolahan Pangan di Indonesia. Repository IPB. *Bul.Pen. Ilmu dan Tek. Pangan* 1 (53). Bogor.
- Tossawut, T., Rojpitakkul, L., & Lobdhom, P. (2023). Local Wisdom on Palm Sugar Production and Adaptation of the Palm Juice Village, Pak Nam Sub-District, Chachoengsao, Thailand. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 11(2).