

## Bauran Pemasaran 7P dalam Pengembangan Usaha Gula Aren pada Kelompok Tani Hutan di Kawasan Hutan Desa Turu Adae

Makkarennu<sup>1\*</sup>, Syahidah<sup>2</sup>, Diyah Yumeina<sup>3</sup>, Diva Amelia Thayeb<sup>1</sup>, Nevianti Maryam<sup>1</sup>, Dian Ayu Lestari Hasannudin<sup>1</sup>, Irnasari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup>Program Studi Rekayasa Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin

Email: [makkarennu@unhas.ac.id](mailto:makkarennu@unhas.ac.id)

**ABSTRACT:** *This study analyzes the application of the 7P marketing strategy mix to palm sugar products in Turu Adae Village, Ponre Sub-district, Bone Regency. Palm sugar, produced from palm tree sap, is a traditional product with great potential but faces challenges in marketing. This study aims to analyze the components of the marketing mix, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, and their impact on product competitiveness. The research method involved observation, interviews, and a literature study involving the entire population of palm sugar farmers involved in production. The results showed that although Batok palm sugar products still maintain traditional methods without modern packaging, these products excel in terms of authenticity and quality. Although batok palm sugar products maintain traditional methods without modern packaging, there are opportunities for improvement through packaging innovation, expansion of distribution channels, and more effective promotion both offline and online. In addition, attention to efficient production processes and improved human resource skills can increase product competitiveness. With proper implementation of the 7P marketing mix, palm sugar businesses in Turu Adae Village have the potential to grow and compete in a wider market.*

**Keywords:** *Palm trees, Palm sugar, Marketing mix*

DOI: 10.24259/jhm.v16i2.38329

### 1. PENDAHULUAN

Aren (*Arenga pinnata* Merr.) adalah tanaman dari keluarga Palmae yang dapat tumbuh hingga mencapai ketinggian 25 meter (Trisia, 2019). Sebagai salah satu komoditas kehutanan, tanaman aren memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut (Nurmayulis et al., 2021). Hampir semua bagian dari tanaman ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, mulai dari buah, nira, batang, daun, hingga akarnya (Ikhsan et al., 2021 ; Naemah et al., 2022 ; Makkarennu, dkk., 2022). Selain memiliki

manfaat ekonomi, tanaman aren juga memiliki nilai ekologis yang signifikan (Supriatna, & Man, 2024). Aren berperan dalam konservasi lingkungan karena sistem perakarannya yang mampu mencegah erosi (Azhar et al., 2022), serta memiliki nilai sosial dan ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Makkarennu, dkk., 2023). Hal ini membuat aren dikenal sebagai tanaman multifungsi (Djafar & Mukhlisa, 2022; Telaumbanua, 2021). Salah satu produk utama dari tanaman ini adalah nira, yang sering dimanfaatkan untuk pembuatan gula (Harahap et al., 2019).

Gula aren adalah salah satu jenis gula tradisional yang telah dikenal sejak lama dan dihasilkan dari nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon aren (Adda, 2023). Dibandingkan dengan gula pasir, gula aren memiliki kandungan energi yang lebih tinggi serta lebih mudah larut dalam air dengan aroma yang khas (Pramatiwi et al., 2022). Sebagai salah satu komoditas yang memiliki potensi besar, gula aren dianggap sebagai alternatif pemanis alami yang memiliki cita rasa lebih manis dan tajam dibandingkan gula pasir (Maksum et al., 2023). Keunggulan gula aren juga dapat dilihat dari segi kandungan nutrisinya, yang meliputi protein, lemak, kalium, dan fosfor. Selain itu, gula aren tidak mengandung bahan kimia tambahan dan dikenal memiliki manfaat kesehatan, bahkan dapat digunakan sebagai obat alami (Sari et al., 2022).

Usaha pengolahan gula aren merupakan salah satu usaha yang telah dilakukan oleh masyarakat Desa Turu Adae secara turun temurun dan menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat. Desa ini terletak di Kabupaten Bone yang memiliki potensi besar dalam produksi gula aren. Gula aren yang berasal dari nira pohon aren, telah lama menjadi komoditas penting bagi masyarakat setempat. Namun, meski produksi gula aren cukup signifikan, pemasarannya masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar dan kurangnya strategi pemasaran yang komprehensif. Minimnya pengetahuan petani dan pelaku usaha tentang bauran pemasaran yang efektif juga menjadi faktor penghambat, sehingga sulit bagi mereka untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan kompetitif.

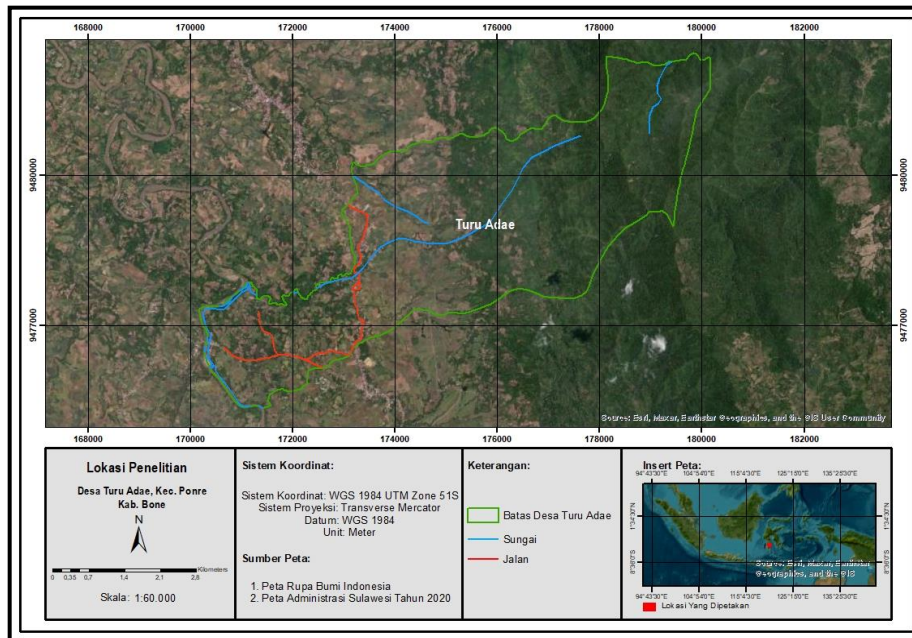
Bauran pemasaran, atau yang dikenal dengan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*), merupakan kerangka kerja yang dapat membantu meningkatkan daya saing produk (Mamonto, dkk., 2021; Nurhayaty, 2022). Pada sektor gula aren, pendekatan ini memungkinkan produsen atau pelaku usaha untuk memahami karakteristik produk yang diinginkan konsumen, menetapkan harga yang kompetitif, mendistribusikan produk secara efektif, serta melakukan promosi yang tepat sasaran. Namun, penerapan bauran pemasaran yang efektif di kalangan produsen gula aren, terutama petani masih terbatas.

Ketergantungan pada metode pemasaran tradisional dan terbatasnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern menjadi tantangan tersendiri. Petani gula aren umumnya menjual produk mereka melalui jaringan distribusi lokal yang terbatas, dengan harga yang cenderung ditentukan oleh pasar lokal. Hal ini berdampak pada margin keuntungan yang rendah dan sulitnya memperluas akses ke pasar yang lebih luas. Adapun tujuan penelitian ini yaitu menganalisis penerapan bauran pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) pada produk gula aren di Desa Turu Adae. Dalam situasi ini, penerapan bauran pemasaran menjadi penting untuk membantu petani meningkatkan pendapatan dan daya saing produk.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

### *2.1. Waktu dan Tempat*

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-September 2024, di Desa Turu Adae, Kecamatan Ponre, Kabupaten Bone. Secara geografis Desa Turu Adae terletak pada 4°43'5.16" LS dan 120°3'11.92" BT. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Peta Lokasi Penelitian

Secara geografis, Desa Turu Adae memiliki luas wilayah sebesar 4,07 km<sup>2</sup>. Jarak antara desa ini dengan pusat pemerintahan kecamatan adalah 82 km, dan ke ibu kota Kabupaten Bone berjarak sekitar 64 km (Badan Pusat Statistik, 2023). Hal ini berarti masyarakat Desa Turu Adae membutuhkan waktu beberapa jam untuk mencapai pusat pelayanan pemerintahan di kecamatan dan memerlukan waktu sekitar satu jam untuk mencapai ibu kota Kabupaten Bone. Sebagian besar aktivitas ekonomi masyarakat di desa ini adalah bertani dan berkebun. Sumber mata pencaharian utama masyarakat meliputi bercocok tanam dan beternak, terutama memelihara ayam, sapi, dan beberapa di antaranya juga memelihara kuda. Hasil pertanian utama meliputi padi dan jagung, serta ada beberapa warga yang memiliki kebun coklat. Selain itu, sebagian masyarakat juga mengusahakan tanaman kehutanan seperti kemiri dan aren, yang diolah menjadi gula merah.

## 2.2. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan tiga metode utama yaitu observasi, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi lokasi penelitian dan kegiatan masyarakat di lokasi penelitian yaitu mengelola gula

aren. Wawancara dilakukan dengan informan yaitu petani gula aren dengan menggunakan panduan untuk memastikan pertanyaan terstruktur dan relevan dengan tujuan wawancara. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data-data sekunder yang mendukung penelitian seperti literatur terkait lokasi penelitian, luas dan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode sensus, di mana seluruh populasi yang terlibat dalam produksi gula aren dijadikan informan. Populasi terdiri dari 14 orang petani gula aren yang tergabung pada anggota KTH Lembaga Pengelolaan Hutan Desa (LPHD) Turu Adae.

### 2.3. Analisis Data

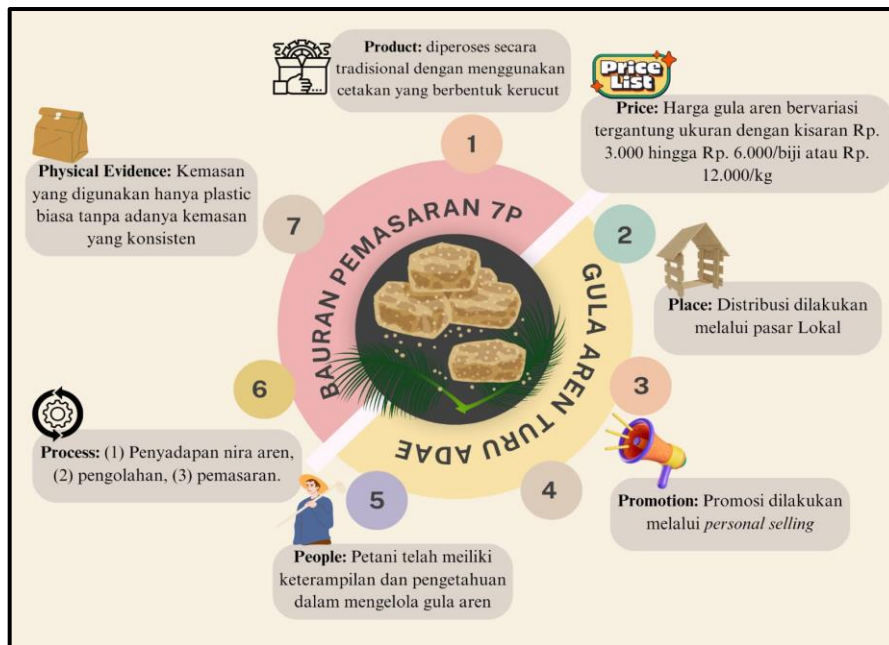
Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan analisis bauran pemasaran, mencakup aspek bauran pemasaran (7P), yaitu *Product* (Produk) adalah segala sesuatu yang bisa disajikan ke pasar dengan tujuan untuk memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, *Price* (Harga) adalah elemen yang menghasilkan pendapatan, sementara elemen lainnya menghasilkan biaya, *Place* (Distribusi) adalah saluran distribusi, *Promotion* (Promosi) adalah kegiatan yang bertujuan menyampaikan informasi dari penjual kepada konsumen agar mereka tertarik untuk membeli produk, *People* (Orang) adalah karyawan yang terlibat dalam penyediaan produk atau layanan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penjualan atau pelayanan, *Process* (Proses) rangkaian kegiatan yang menggambarkan layanan yang diberikan kepada konsumen mulai dari tahap pemilihan hingga keputusan untuk membeli produk, dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) adalah kondisi yang mencerminkan situasi geografis dan lingkungan (Dwinanda & Yuswari 2020).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Existing Marketing Mix Gula Aren

Bauran pemasaran 7P adalah pengembangan dari konsep dasar bauran pemasaran yang awalnya terdiri dari empat elemen: produk, harga, tempat, dan promosi. Kemudian konsep ini diperluas dengan menambahkan tiga elemen

tambahan: orang, proses, dan bukti fisik untuk membuat strategi pemasaran yang lebih luas. Tujuan pendekatan 7P untuk membantu bisnis yang berorientasi produk atau jasa dalam membuat strategi yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pengalaman pelanggan dibentuk secara signifikan oleh setiap komponen dari bauran pemasaran, termasuk kualitas produk, harga yang kompetitif, distribusi yang efektif, dan promosi yang tepat sasaran. *Existing marketing mix* gula aren di Desa Turu Adae dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** *Existing Marketing Mix* Gula Aren

Bisnis gula aren dapat meningkatkan kinerjanya dengan penerapan bauran pemasaran 7P. pengelola gula aren perlu memastikan produk berkualitas, seperti gula aren organik atau dalam bentuk cair dan padat, serta menetapkan harga yang tepat untuk pasar lokal hingga internasional. Memilih saluran distribusi yang tepat, seperti *e-commerce* atau pasar tradisional, membantu memperluas jangkauan. Promosi melalui media sosial dan pameran produk akan memperkenalkan gula aren kepada lebih banyak pelanggan. Proses produksi yang efisien, kemasan menarik, dan elemen lainnya akan meningkatkan nilai tambah, kepuasan pelanggan, serta memperkuat citra produk di pasar, menjadikannya lebih kompetitif.

### 1. Produk (Product)

Produk adalah inti dari strategi bisnis dalam usaha gula aren, dengan keunggulan cita rasa khas dan kandungan alami yang lebih sehat dibanding gula pasir. Untuk meningkatkan daya saing, diperlukan inovasi seperti varian gula aren semut, cair, atau organik, yang diminati konsumen modern. Kemasan yang menarik dan ramah lingkungan, seperti botol untuk gula cair, juga meningkatkan daya tarik dan kepraktisan. Konsistensi kualitas dalam rasa, tekstur, dan manfaat sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan konsumen.



**Gambar 3.** Produk Gula Aren

Gula aren batok dari Desa Turu Adae merupakan produk tradisional yang dihasilkan melalui proses alami. Nira yang disadap dari pohon aren diproses tanpa campuran bahan kimia atau pengawet, sehingga menghasilkan gula aren dengan kualitas yang murni dan aman dikonsumsi. Produk ini berbentuk padat dengan ciri khas berupa kayu berbentuk kerucut sebagai cetakan, yang membuatnya berbeda dari gula aren pada umumnya. Bentuk produk gula aren dapat dilihat pada Gambar 3. Gula aren tersebut memiliki rasa manis yang alami dan aroma khas yang menggugah selera, menjadikannya pemanis yang cocok untuk berbagai keperluan kuliner, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun industri makanan. Di samping keaslian dan tradisi yang dipertahankan dalam proses pembuatannya, pengelola gula aren di Desa tersebut dapat melakukan inovasi dalam pengemasan yang lebih

modern tanpa mengurangi nilai tradisionalnya. Dengan demikian, produk ini tidak hanya diminati di pasar lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk bersaing di pasar nasional bahkan internasional.

## 2. Harga (Price)

Penetapan harga gula aren harus mempertimbangkan biaya produksi, distribusi, margin keuntungan, serta faktor eksternal seperti harga pasar dan daya beli konsumen. Strategi segmentasi pasar dapat diterapkan: harga kompetitif untuk konsumen lokal, dan harga lebih tinggi untuk pasar menengah ke atas dengan menekankan keunggulan seperti produksi alami, bebas pengawet, atau bersertifikat organik. Penetapan harga yang tepat membantu mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan.

Harga gula aren batok di lokasi penelitian disesuaikan dengan kualitas dan proses produksinya yang masih sangat tradisional. Karena setiap tahapan produksinya melibatkan kerja manual yang memakan waktu, harga yang ditetapkan mencerminkan nilai dari usaha tersebut. Meskipun demikian, penentuan harga juga memperhitungkan daya beli konsumen lokal, sehingga tetap terjangkau oleh masyarakat desa sekaligus kompetitif di pasar yang lebih luas. Harga yang kompetitif ini memberikan kelebihan tersendiri bagi konsumen yang mencari produk berkualitas dengan harga yang sepadan. Petani gula aren juga menawarkan berbagai skema harga berdasarkan ukuran atau kuantitas produk. Harga yang ditawarkan produk gula aren cukup bervariasi, hal ini tergantung ukuran dari masing-masing produk petani. Harganya berkisar antara Rp. 3.000 hingga Rp. 6.000/biji atau Rp. 12.000/kg. berbeda dengan harga gula aren batok di Desa Rompegading Kabupaten Maros dengan harga gula batok Rp 25.000/kg (Makkarennu, et al., 2023).

## 3. Tempat (Place)

Distribusi gula aren dapat dilakukan melalui pasar tradisional, toko kelontong, marketplace, dan media sosial. Pengelola gula aren harus memastikan produk mudah dijangkau oleh target konsumen, baik lokal maupun pasar nasional dan



internasional yang terus meningkat. Strategi efektif meliputi kerjasama dengan distributor, supermarket, dan reseller, serta memanfaatkan penjualan online untuk memperluas jangkauan di era digital.

Distribusi gula aren batok dari lokasi penelitian dilakukan melalui pasar tradisional, di mana produk tersebut dijual langsung kepada konsumen lokal maupun pengepul yang mendistribusikannya ke pasar lokal. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan pola konsumsi masyarakat, petani gula aren dapat mempertimbangkan untuk memperluas jalur distribusi melalui platform e-commerce, sehingga produk gula aren batok ini dapat diakses oleh konsumen yang berada di luar daerah. Selain itu, menjalin kerja sama dengan toko-toko modern atau minimarket di sekitar daerah tersebut dapat memperluas akses konsumen terhadap produk ini. Dengan distribusi yang baik, produk gula aren batok dapat lebih mudah dijangkau dan dikenali oleh berbagai lapisan masyarakat.

#### 4. Promosi (Promotion)

Promosi gula aren dapat dilakukan melalui pameran produk lokal, festival pangan, dan acara UMKM. Di ranah digital, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan marketplace efektif untuk menjangkau konsumen. Konten edukatif tentang manfaat gula aren, penggunaannya dalam resep, dan proses produksi alami dapat menarik perhatian. Kerjasama dengan influencer atau tokoh komunitas juga membantu meningkatkan visibilitas produk.

Promosi produk gula aren batok yang dilakukan di lokasi penelitian masih melalui pemasaran tradisional seperti menjual langsung ke pengepul ataupun langsung ke pasar lokal. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui personal selling, yaitu dengan cara pemasaran secara langsung atau face to face, petani juga melakukan promosi di media sosial seperti pada aplikasi facebook dan whatsapp, namun hanya dilakukan oleh beberapa petani karena minimnya pengetahuan terkait media sosial oleh beberapa petani.

#### 5. Orang (People)

Sumber daya manusia berperan penting dalam produksi dan pemasaran gula

aren. Petani dan tenaga kerja harus memiliki keterampilan memadai, didukung pelatihan teknik penyadapan efektif dan pengolahan higienis untuk meningkatkan kualitas produk. Bagi tim distribusi dan penjualan, pelayanan ramah dan informatif akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Membangun tim yang terampil dan profesional menjadi kunci sukses usaha gula aren.

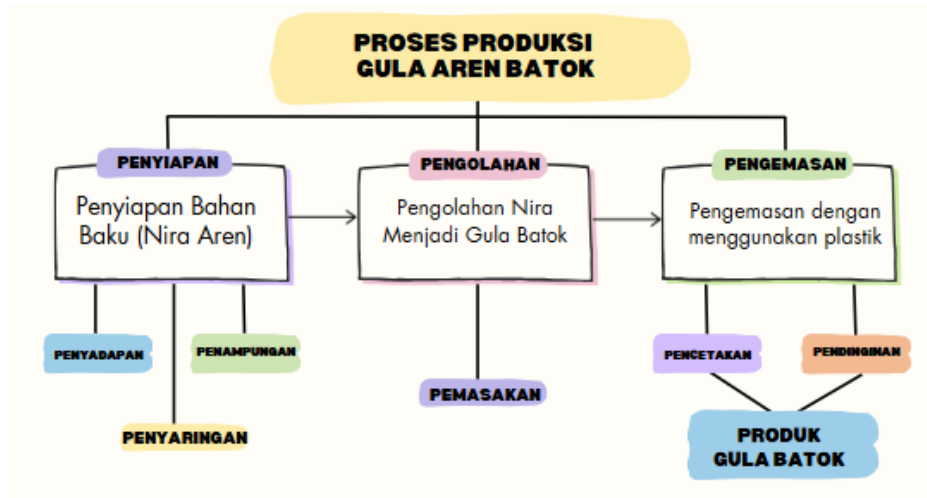
Pelaku usaha gula aren batok di lokasi penelitian hanya melibatkan beberapa pihak seperti, petani aren yang menyadap nira dan dibantu oleh keluarganya untuk memasak nira menjadi gula aren batok dan menjualnya ke pengepul ataupun mempromosikannya ke sosial media. Setiap orang yang terlibat dalam proses ini memiliki peran penting dalam menjaga kualitas produk. Oleh karena itu, pelatihan dan peningkatan keterampilan dalam setiap tahapan produksi menjadi penting untuk memastikan produk yang dihasilkan memiliki standar yang baik dan konsisten. Selain itu, orang-orang yang berinteraksi dengan konsumen, baik dalam penjualan langsung maupun online, juga perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menjelaskan keunggulan dan manfaat produk ini. Dengan keterlibatan sumber daya manusia yang kompeten, usaha gula aren batok tersebut dapat terus berkembang dan dikenal luas.

#### 6. Proses (Process)

Proses produksi dan distribusi gula aren harus efisien dan higienis untuk menjaga kualitas produk. Mulai penyadapan, pengolahan, hingga pengemasan, setiap tahap harus memastikan kualitas dan konsistensi. Rantai distribusi yang lancar dan penerapan teknologi sederhana dapat meningkatkan efisiensi dan menekan biaya operasional. Proses Produksi dapat dilihat pada Gambar 4.

Proses produksi gula aren batok di lokasi penelitian dilakukan secara tradisional, dimulai dari penyadapan nira hingga pengolahan dan pencetakan dari bahan baku kayu. Proses yang alami dan manual ini membutuhkan keahlian khusus agar hasil akhirnya memiliki rasa dan kualitas yang optimal. Transparansi dalam proses produksi, mulai dari bagaimana nira disadap hingga bagaimana produk akhirnya dikemas, dapat menjadi nilai tambah bagi konsumen yang peduli dengan

proses alami dan ramah lingkungan. Petani juga perlu menjaga konsistensi dalam setiap proses agar produk yang dihasilkan selalu memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Selain itu, dengan memperhatikan efisiensi dan higienitas dalam setiap tahapan, proses produksi gula aren batok ini bisa ditingkatkan tanpa mengurangi nilai tradisionalnya.



**Gambar 4.** Proses Produksi Gula Aren Batok

#### 7. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti fisik dalam usaha gula aren meliputi kemasan, logo, dan sertifikat seperti halal atau organik yang mendukung kredibilitas produk. Kemasan menarik dengan informasi lengkap tentang komposisi, manfaat, dan cara penggunaan memberi nilai tambah. Sertifikat organik atau standar produksi meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar.

Produk gula aren di lokasi penelitian belum memiliki kemasan, selama ini kemasan yang digunakan hanya plastik biasa tanpa adanya kemasan yang konsisten. Meskipun saat ini masih belum memiliki kemasan yang modern atau standar, terdapat beberapa aspek fisik yang dapat dijadikan penekanan dalam strategi pemasaran. Produk ini umumnya dijual dalam bentuk yang sangat tradisional, di mana gula aren dicetak menggunakan kayu yang telah dibentuk khusus sebagai cetakan. Bentuk batok ini memberikan ciri khas tersendiri, membedakan produk gula aren dari Desa Turu Adae dengan produk gula aren dari

daerah lain. Cetakan batok memberikan kesan otentik dan menunjukkan bahwa produk ini diproses secara alami dan tradisional.

Meski tanpa kemasan modern, keaslian produk gula aren dapat menjadi daya tarik tersendiri. Namun, untuk memperluas pasar, pengembangan kemasan fungsional yang tetap mempertahankan kesan tradisional perlu dipertimbangkan. Kemasan dengan label sederhana berisi asal-usul produk, manfaat kesehatan, dan proses produksi akan meningkatkan kepercayaan konsumen, menjaga kualitas, dan memperkuat citra profesionalisme produk.

### 3.2. *Alternative Marketing Mix Gula Aren*

Gula aren semut dan gula aren cair dipasarkan dengan mengandalkan bauran pemasaran 7P. Produk gula aren semut dalam bentuk bubuk halus yang mudah larut, sementara gula aren cair lebih praktis untuk digunakan dalam berbagai aplikasi kuliner. Harga ditetapkan dengan strategi premium, mengingat proses produksi yang rumit dan manfaat kesehatan yang ditawarkan. Distribusi dilakukan melalui toko lokal, pasar tradisional, dan e-commerce, serta tersedia di industri makanan dan minuman. Promosi dilakukan melalui media sosial dan event-event pemasaran seperti bazar local untuk menarik perhatian konsumen. *Alternative marketing mix* gula aren dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** *Alternative Marketing Mix Gula Aren*

Orang dalam tim pemasaran dan petani dilatih untuk menjaga kualitas produk dan memberikan informasi yang akurat dan pelayanan yang baik bagi pelanggan.

Proses produksi melibatkan teknologi untuk memastikan konsistensi kualitas, dengan pengemasan yang higienis agar produk tetap terjaga kualitasnya. Bukti fisik berupa kemasan premium dengan informasi yang jelas mengenai manfaat kesehatan dan cara penggunaan, yang memperkuat citra kualitas dan menarik perhatian konsumen di pasar.

#### **4. KESIMPULAN**

Penerapan bauran pemasaran 7P pada usaha gula aren di Desa Turu Adae memberikan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan produk di pasar. Setiap elemen dari 7P mulai dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, hingga bukti fisik memiliki peran penting dalam membangun kesan positif pada konsumen. Meskipun produk gula aren batok tersebut masih mempertahankan metode tradisional tanpa kemasan modern, produk ini memiliki keunggulan dari segi keaslian dan proses produksi alami. Namun demikian, untuk meningkatkan daya saing, usaha gula aren di desa tersebut perlu mempertimbangkan inovasi kemasan tanpa menghilangkan ciri khas tradisionalnya, serta memperluas jalur distribusi melalui platform digital. Melalui promosi yang lebih efektif, baik secara offline maupun online, produk ini dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen, baik di pasar lokal maupun nasional. Selain itu, proses produksi yang efisien dan melibatkan tenaga kerja yang terlatih serta perhatian pada pelayanan konsumen akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan penerapan 7P, usaha gula aren di Desa tersebut memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Basis Informasi Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (BIMA) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Nomor kontrak Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat 071/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 tanggal 11 Juni 2024) yang telah memberikan bantuan pendanaan sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

## DAFTAR PUSTAKA

Adda, H. W. (2023). Strategi Pemasaran Gula Aren dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Sikara Tobata, Kecamatan Sindue Tobata, Kabupaten Donggala. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 278-287.

Azhar, Z., Syamwil, S., Ardi, Z., Putra, H. S., & Khairani, K. (2022). Resiko Sigai Bambu dan Manfaat Sigai Baja Ringan Untuk Keselamatan Penyadap Nira di Wilayah Puncak Pato Nagari Andaleh Baruh Bukit Kabupaten Tanah Datar. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(3), 549-558.

Badan Pusat Statistik. (2023). Kecamatan Ponre dalam Angka. Bone: BPS Kabupaten Bone.

Djafar, M., & Mukhlisa, A. N. (2022). Inventarisasi nilai kerapatan dan manfaat ekonomi tanaman aren (*Arenga pinnata* (Wurmb) Merr.) di Kecamatan Tompobulu (Studi kasus: Desa Bonto Somba, Bonto Manurung dan Bonto Manai). *Jurnal Eboni*, 4(2), 41-46.

Dwinanda, G., & Yuswari, N. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120-136.

Harahap, P., Harahap, M. K., & Harahap, F. S. (2019). Identifikasi Karakter Fenotip Daun Tanaman Aren (*arenga pinnata merr*) di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal Online Pertanian Tropik*, 6(3), 472-476.

Ikhsan, Z., Dwipa, I., Yaherwandi, Y., Reflinaldon, R., Edwin, E., Rezki, D., Irwin, M. U., Siska, E., Wulan, K. S., & Suhendra, D. (2021). Penanaman Bibit Aren untuk Konservasi pada Bantaran Sungai Batang Hari di Nagari Sungai Dareh Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 4(1).

Makkarennu, Adrayanti, S., Diyah, Y., Greys, E. N., Wulan, M., Rizky, N., Teresia, P. 2023. Rantai nilai (Value Chain) Usaha Gula Aren di Kecamatan Cenrana Kabupaten Maros. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*. 15(2), 107-117.

Makkarennu, Syahidah, Diyah, Y., Adelia, C., Andi, A. R., Dian, A. L. H., Andi, M. Z. 2022. The Implementation of Balanced Scorecard as Performance Measurement: A Case Study of Palm Sugar Business in Indonesia. *The International of Business and Management*, 10(2), 238-245.

Maksum, M., Fajariyah, R. F., & Fajriyah, R. N. F. (2023). Pemberdayaan Petani Gula Aren melalui Diverifikasi Konsentris untuk Meningkatkan Nilai Tambah Gula Aren sebagai Produk Unggulan Desa Rombiya Timur. *ABDIANDAYA: Jurnal*

*Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 1(1), 1-15.*

Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(2)*.

Naemah, D., Payung, D., & Karni, F. (2022). Potensi Tingkat Pertumbuhan Tanaman Aren (*Arenga pinnata* Merr.) di Kabupaten Hulu Sungai Tengah Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis, 10(1)*, 38-46.

Nurhayaty, M. 2022. Strategi Mix Marketing (Produk, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Caiamis. *Jurnal Media Teknologi, 8(2)*, 119-127.

Nurmayulis, N., Susiyanti, S., Isminingsih, S., & Sari, R. P. (2021). Identifikasi morfologi tanaman aren asal Kabupaten Lebak. *Jurnal Agroekoteknologi, 13(2)*, 179-190.

Prasmatiwi, F. E., Evizal, R., & Zahra, A. R. (2022). Pengadaan Bahan Baku Nira dan Nilai Tambah Pengolahan Gula Aren di Desa Air Kubang, Air Nainingan Kabupaten Tanggamus. *Mimbar Agribisnis Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 8(2)*, 1188-1201.

Sari, D. A. P., Awami, S. N., Wibowo, H., & Sasongko, L. A. (2023). Peran Pelaku Usaha Gula Aren terhadap Pengeluaran Rumah Tangga di Desa Peron Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. In *Prosiding Seminar Nasional Perhimpunan Hortikultura Indonesia, 1(01)*, 393-399.

Supriatna, A., & Man, B. (2024). Sosialisasi Kandungan dan Manfaat Gula Aren (Nata Pinnata) Di Desa Cibingbin. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa, 3(1)*, 181-187.

Telaumbanua, M. M. (2021). Manfaat Kandungan Alkohol Nira-Aren Terhadap Penyakit Diabetes Mellitus. *Kommas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2)*, 119-126.

Wulantika, T. (2019). Keragaman Fenotipe Aren (*Arenga Pinnata*) Di Kecamatan Bukit Barisan Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Ilmiah Pertanian, 15(2)*, 115-120.