

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GULA AREN UNTUK MENDUKUNG KETAHANAN PANGAN DI DESA RAMBAH TENGAH BARAT

Hanna Ariska¹, Seprini², Devi Novianti³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Email : hannaariska878@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to further prove the marketing strategy for palm sugar products in Rambah Tengah Barat Village. Informants in this study were palm sugar craftsmen in Rambah Tengah Barat Village. The number of informants was set at 21 craftsmen. Data collection techniques used observation, interviews, and documentation. Data analysis used a qualitative approach. The results of the study showed that sales generated before using the marketing strategy only reached sales of around 15 kg - 20 kg / week or around Rp. 300,000 - Rp. 400,000, per week. After creating a marketing strategy by expanding the marketing network such as entering wholesalers around Rokan Hulu Regency, as well as conducting sales promotions through social media such as Facebook and WhatsApp, the income of palm sugar craftsmen on average began to increase to 50 kg - 70 kg per week or around Rp. 1,000,000 - Rp. 1,500,000 per week.

Keywords : Marketing Strategy, Food Security

ABSTRAK

Penelitian ini ingin membuktikan lebih lanjut bagaimana strategi pemasaran pada produk gula aren di Desa Rambah Tengah Barat. Informan dalam penelitian ini adalah para pengrajin gula aren yang ada di Desa Rambah Tengah Barat. Jumlah informan yang ditetapkan sebesar 21 orang pengrajin. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penjualan yang dihasilkan sebelum menggunakan strategi pemasaran hanya mencapai penjualan sekitar 15kg – 20kg/ minggu atau sekitar Rp. 300.000 – Rp. 400.000, perminggu. Setelah membuat strategi pemasaran dengan memperluas jaringan pemasaran seperti memasukkan ke grosir –grosir sekitar Kabupaten Rokan Hulu, serta melakukan promosi penjualan melalui media social seperti facebook dan whatsapp penghasilan pengrajin gula aren rata –rata mulai meningkat menjadi 50 kg -70 kg perminggu atau sekitar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 perminggu.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Ketahanan Pangan

PENDAHULUAN

Keberlanjutan pangan diartikulasikan perhatian penting di spektrum lokal dan nasional, terutama dalam kerangka pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Di tingkat lokal, ketahanan pangan meliputi kecukupan pasokan pangan, aksesibilitas, dan pemanfaatan sumber daya lokal yang efektif untuk mencukupi kebutuhan makanan masyarakat. Ini selaras dengan definisi resistensi makanan, yang menginformasikan bahwa kondisi yang diwajibkan bagi

rumah tangga untuk mencukupi kebutuhan pangan mereka harus mencakup ketersediaan makanan yang cukup, aman, adil, dan terjangkau (Marini et al., 2022). Di tingkat nasional, resistensi pangan telah muncul sebagai indikator penting dalam mengevaluasi stabilitas ekonomi dan sosial suatu bangsa, karena terkait erat dengan kebijakan perdagangan dan industri (Salasa, 2021).

Peningkatan ketahanan pangan di tingkat lokal seringkali memerlukan keterlibatan masyarakat aktif dalam pengelolaan sumber daya alam dan pemanfaatan potensi lokal. Misalnya, masyarakat pedesaan bisa memanfaatkan lahan yang kurang dimanfaatkan untuk upaya pertanian lokal, yang tidak hanya meluaskan ketersediaan pangan tetapi juga menyumbang dampak prospek ekonomi (Triman Tapi et al., 2021). Selain itu, pengetahuan adat mengenai pengelolaan sumber daya pangan secara signifikan berkontribusi pada peningkatan ketahanan pangan. Para sarjana menganjurkan bahwa kemajuan praktik pertanian berkelanjutan yang mempertimbangkan dimensi sosial dan ekonomi bisa meluaskan produktivitas dan meluaskan kesejahteraan masyarakat (Djibrin et al., 2023).

Sektor pertanian di Indonesia mengandung fungsi penting dalam memperkuat ketahanan pangan nasional. Sebagai negara agraria, pertanian tidak hanya berfaedah sebagai sumber utama penyediaan pangan tetapi juga menyumbangkan kontribusi besar bagi struktur ekonomi masyarakat. Akibatnya, pertanian diartikulasikan sektor yang paling kritis dalam mencukupi kebutuhan hidup penting masyarakat, terutama dalam penyediaan makanan pokok (Hartati et al., 2024). Lebih lanjut, para sarjana menekankan bahwa pertanian lokal tidak hanya mendukung ketahanan pangan tetapi juga mendorong kemajuan ekonomi lokal dan persatuan sosial (If'All & Unsunnidhal, 2023). Akibatnya, promosi pertanian lokal, yang mencakup produk-produk seperti gula aren, sangat penting untuk pembentukan sistem pangan yang berkelanjutan.

Desa Rambah Tengah Barat terletak di Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, Indonesia. Posisi geografis desa ini menguntungkan, karena dekat dengan Sungai Rokan, yang berfaedah sebagai sumber makanan penting bagi penduduk setempat. Sungai ini berfaedah tidak hanya sebagai saluran transportasi tetapi juga sebagai pasokan air penting untuk usaha pertanian dan kebutuhan sehari-hari. Desa ini berjarak sekitar 9 kilometer dari pusat administrasi Kabupaten Rokan Hulu, memfasilitasi akses yang nyaman bagi penduduk dan pengunjung.

Tabel 1.1
Nama-Nama Petani Gula Aren

No	Nama Petani	Alamat
1	Aril	Dusun Setia Baru
2	Ansari	Dusun Setia Baru
3	Misran	Dusun Setia Baru
4	Parmin	Dusun Setia Baru
5	Nasrin	Dusun Setia Baru

Sumber : Temuan pengamatan penyeliidkan, 2024

Data yang berkesinambungan dengan pembudidaya gula aren di Desa Rambah Barat, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu menginformasikan bahwa produksi gula aren sebagian besar dijalankan melalui metode tradisional oleh petani dalam skala domestik. Mayoritas petani mengeksploitasi pohon palem mereka sendiri, sementara yang lain terlibat dalam pengaturan kolaboratif dengan pemilik pohon palem, kemudian membagi temuan panen. Setiap hari, kelompok petani mampu mengumpulkan sekitar 500 liter air nira, yang setelah diproses menyumbang dampak sekitar 250 kg gula aren. Untuk menyumbang dampak 1 kg gula aren, itu membutuhkan sekitar 5 liter air.

Namun demikian, beberapa tantangan yang dihadapi petani, termasuk hambatan pemasaran dan kurangnya bimbingan dari otoritas lokal. Situasi ini mendorong petani tertentu untuk menjual air nira ke warung tuak dengan harga sekitar Rp 5.000 per liter, daripada mengolahnya mengakibatkan gula aren, yang diartikulasikan upaya yang lebih memakan waktu. Harga pasaran gula aren berfluktuasi antara Rp 20.000 dan Rp 25.000 per kilogram, tergantung pada metode penjualan dan lokasi pasar. Selain itu, produksi gula aren bergantung pada peralatan yang belum sempurna dan tenaga kerja keluarga, yang biasanya tidak dibayar. Keahlian yang dibutuhkan untuk mengolah air nira mengakibatkan gula aren diturunkan dari generasi ke generasi. Permintaan pembinaan dari badan pemerintah sering diajukan oleh petani untuk meluaskan kapasitas produksi, upaya pemasaran, dan diversifikasi produk olahan nira, seperti permen atau minuman kopi berbasis nira.

Diinformasikan tantangan tersebut, penyelidik menginformasikan minat untuk menjalankan penyelidikan bertajuk "Strategi Pemasaran Produk Gula Aren Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Di Desa Rambah Tengah Barat".

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi pemasaran adalah komponen penting bagi bisnis atau organisasi dalam promosi produk atau layanannya, memungkinkan peningkatan aliran pendapatan dan pencapaian keunggulan kompetitif (Nabila Veren Estefany et al., 2022).

Gula aren diartikulasikan salah satu zat sakarin yang telah dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia untuk jangka waktu yang lama. Ini berfaedah sebagai agen pemanis alternatif dan diartikulasikan sumber daya ekonomi penting bagi penduduk setempat (Djibrin et al., 2023).

Ketahanan pangan, sebagaimana diartikulasikan oleh (Radam & Rezekiah, 2022), diartikulasikan negara di mana semua individu mengandung akses fisik, sosial, dan ekonomi ke pasokan makanan yang aman dan bergizi yang memadai yang mencukupi persyaratan untuk gaya hidup sehat dan aktif.

Analisis SWOT diartikulasikan metodologi penilaian strategis yang dipakai untuk meneliti Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang berkesinambungan dengan organisasi atau entitas bisnis (Utsalina & Primandari, 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang ada di dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Rambah Tengah Barat. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 21 orang yang termasuk kepala Desa, pengelola Desa, produsen gula aren,

konsumen gula aren dan pedagang lokal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Tabel 1.2
EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
Permintaan pasar cukup tinggi	0.083	3	0.30
Peningkatan kesadaran kesehatan	0.078	3	0.28
Berrelasi baik dengan konsumen	0.083	3	0.24
Usaha yang sudah lama berdiri	0.096	3	0.30
Dukungan sector pariwisata	0.070	3	0.26
Total	0.41	15	1.38
Ancaman (<i>Threats</i>)			
Perubahan iklim dan cuaca	0.070	1	0.10
Persaingan yang meningkat	0.094	1	0.14
Produksi dan pengelolaan tidak bisa di ramalan	0.091	1	0.13
Bahan baku yang semakin berkurang	0.071	1	0.10
Adanya produk campuran gula aren	0.091	1	0.08
Total	0.417		0.55
Peluang dan Ancaman	0.827		2.93

Sumber : Olahan, 2025

Diinformasikan temuan yang didapati dari penilaian yang dijalankan melalui External Factor Analysis Summary (EFAS), seseorang bisa memastikan bahwa skor EFAS dinilai 0,77, yang dihitung dengan mengurangi nilai ancaman total 2,93 dari nilai peluang total 1,38.

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Tabel 1.3
IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
Produk tanpa campuran zat kimia	0,17	4	0,68
Harga produk terjangkau	0,13	3	0,39
Kualitas produk sangat baik	0,13	4	0,39
Lokasi industri yang strategis	0,17	4	0,68
Penjualan Produk yang mudah	0.13	4	0.60
	0.6		2,74

Kelemahan (Weaknesses)			
Pengambilan bahan baku yang cukup terjangkau	0,13	3	0,39
Pengemasan masih sederhana	0,05	2	0,1
Belum menjalankan promosi/iklan	0,09	2	0,18
Belum mengandung catatan keuangan	0,13	3	0,39
Lingkup Pemasaran yang sempit	0,11	2	0,10
Total	3,11		3,3
Total Kekuatan dan Kelemahan	3.71		6,04

Sumber : Olahan, 2025

Diinformasikan temuan yang didapati dari penilaian yang dijalankan melalui Internal Factor Analysis Summary (IFAS), seseorang bisa memastikan bahwa skor IFAS dikuantifikasi pada 0,28, yang diturunkan dari pengurangan nilai kekuatan kumulatif 2,74 dari nilai kelemahan agregat 3,30.

Analisis SWOT Strategi Pemasaran Gula Aren Di Desa Rambah Tengah Barat

Tabel 1.4
Matrik SWOT

Internal	Strength (S)		Weaknees (W)	
	1. Produk tanpa campuran zat kimia 2. Harga produk terjangkau 3. Kualitas produk sangat baik 4. Lokasi industri yang strategis 5. Penjualan produk yang mudah		1. Pengambilan bahan baku yang cukup terjangkau 2. Pengemasan masih sederhana 3. Belum menjalankan promosi/iklan 4. Belum mengandung catatan keuangan 5. Lingkup Pemasaran yang sempit	
Eksternal	Opportunitas (O)		Strategi (WO)	
	1. Permintaan pasar cukup tinggi 2. Peningkatan kesadaran kesehatan 3. Berrelasi baik dengan konsumen 4. Usaha yang sudah lama berdiri 5. Dukungan sector pariwisata		1. Mempertahankan Kualitas produk yang Dihasilkan untuk Menarik minat konsumen 2. Menerapkan harga Gula aren yang relative Stabil dan terjangkau Dengan kualitas yang terjamin bagus dan asli. 3. Keterampilan dalam mengelola produk gula aren yang baik dengan memperhatikan keamanan dan kebersihan produk gula aren agar bisa membangun.	
	Strategi (SO)		Strategi (WO)	
	1. Memproduksi gula aren dengan sebaik –baiknya dan penggunaan bahan tambahan seperti air kapur dan tres nangka selaras takaran agar produk yang ditemukan bagus dan terjamin kualitasnya. 2. Menjalankan promosi dengan pemanfaatan media social sebagai sarana dalam menarik minat konsumen. 3. Peningkatkan kerjasama			

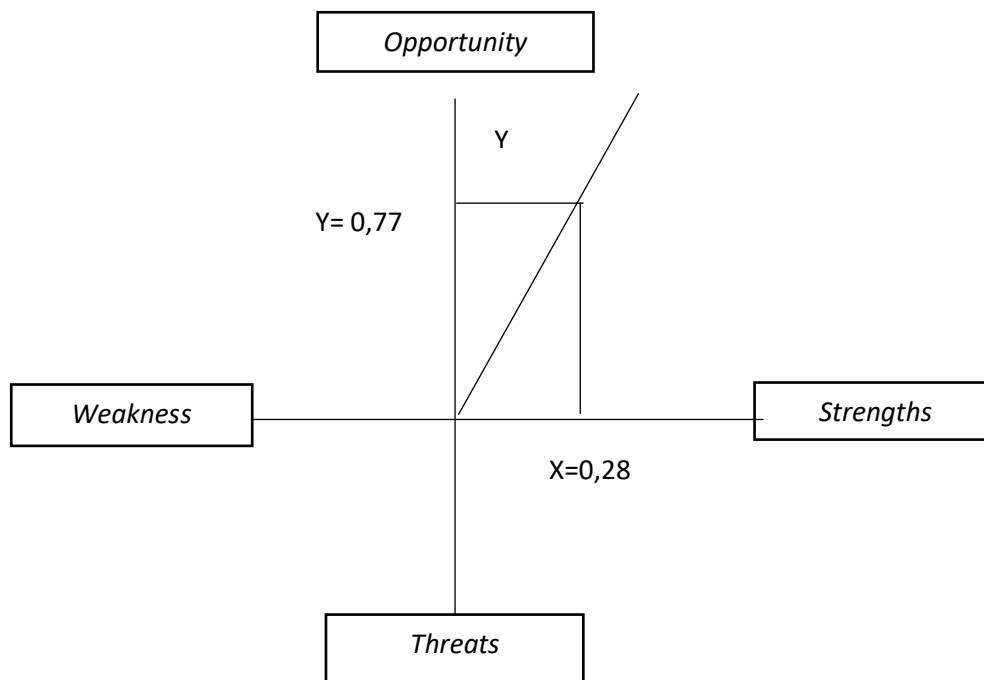
	kepercayaan konsumen akan kualitas dan kebersihannya.	antar sesama pengrajin dan para stakeholder (konsumen, tengkulak dan penjual gula Aren.
	4. Menyumbangkan system pemasaran dengan mangantar produk gula aren kepada konsumen yang menjalankan pemesanan agar bisa menarik minat pembeli lebih banyak.	4. Marawat dan melestarikan pohon aren dengan sebaik mungkin agar kualitas air nira yang ditemukan bagus dan keberlangsungan hidup pohon aren semakin banyak
	5. Terus mengotimalkan penyelidikan dan pelatihan cara budidaya penanaman pohon Aren.	5. Menjalankan pelatihan kepada pengrajin terkait pentingnya manajemen usaha dan pemikiran jangka panjang.

Threat (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Perubahan iklim dan cuaca	1. Menjalankan penyesuaian sebelum turunnya hujan agar keselamatan terjaga dalam bekerja.	1. Bantuan pemerintah untuk menyumbangkan modal berupa peratawan dan teknologi tepat guna.
2. Persaingan yang meningkat	2. Mempertahankan keaslian dan kebersihan produk gula aren.	2. Menjalankan pemasaran dengan memakai media social.
3. Produksi dan pengelolaan tidak bisa di ramalan	3. Membangun kepercayaan pelanggan akan kualitas produk yang ditemukan	3. Mencari agen besar untuk meluaskan penjualan.
4. Bahan baku yang semakin berkurang	4. Membudidayakan bibit pohon aren agar produksi terus berlanjut.	4. Eduksi pengrajin gula aren tradisional dengan menyumbangkan pelatihan dan workshop.
5. Adanya produk campuran gula aren	5. Menyumbangkan edukasi kepada generasi muda untuk mempertahankan kearifan local Produk Gula Aren.	5. Membangun kepercayaan konsumen dengan mempertahankan kualitas dari gula aren.

Sumber : Olahan, 2025

Diinformasikan strategi pemasaran yang berkesinambungan dengan produk gula aren dan didukung oleh kerangka teoritis yang berlaku, khususnya melalui identifikasi faktor eksternal dan internal yang memanfaatkan analisis SWOT, penyelidikan ini berupaya menginformasikan dinamika situasional yang ada di lapangan untuk memfasilitasi kemajuan strategi pemasaran produk gula aren di Desa Rambah Barat Kabupaten Rokan Hulu. Akibatnya, inisiatif ini berupaya untuk menumbuhkan motivasi di kalangan pengrajin gula aren untuk meluaskan volume pesanan produk gula aren.

Diagram Cartesious



Gambar 1.1 Diagram Cartesius

Pada Gambar 1.1, terbukti bahwa industri gula aren di desa Rambah Tengah Barat dicirikan oleh nilai faktor internal positif (0,28) dan nilai faktor eksternal positif (0,77), sehingga menginformasikan bahwa industri diposisikan secara positif dalam hal kekuatan internal (IFAS) dan diinformasikan dengan peluang eksternal yang substantial (EFAS) untuk pengembangan lebih lanjut.

PEMBAHASAN

Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*)

Memastikan pemeliharaan kualitas produk yang tinggi sangat penting untuk membangkitkan minat konsumen. Pembentukan kualitas produk yang konsisten menumbuhkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memberi insentif pada pembelian berulang dan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Menerapkan harga yang relatif stabil dan terjangkau untuk gula aren, di samping jaminan kualitas tinggi dan keaslian, sangat penting. Menstabilkan harga gula aren untuk mencegah fluktuasi drastis sambil memastikan mereka tetap bisa diakses oleh konsumen diartikulasikan yang terpenting.

Melaksanakan pengelolaan produk gula aren yang kompeten dengan fokus pada keselamatan dan kebersihan sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen mengenai kualitas dan kebersihannya.

Menetapkan sistem pengiriman produk gula aren yang ditujukan untuk konsumen yang menjalankan pemesanan berfaedah untuk meluaskan minat pembeli. Strategi ini meliputi: meluaskan kenyamanan pelanggan, *relationship marketing*, *direct selling* dan diferensiasi layanan.

Strategi WO (Weakness-Opportunities)

Produksi gula aren harus dijalankan secara optimal, dengan menggabungkan bahan-bahan tambahan seperti air jeruk nipis dan tres nangka dalam proporsi yang tepat untuk memastikan kualitas dan integritas produk yang ditemukan. Pemanfaatan air jeruk sirih dan fragmen kayu nangka (tres) sangat penting dalam menghambat fermentasi nira selama proses berlidung dan memasak, sehingga menjaga kualitas produk.

Memanfaatkan platform media sosial berfaedah sebagai mekanisme yang efektif untuk membangkitkan minat konsumen. Implementasi strategis media sosial untuk upaya promosi dimaksudkan untuk memperluas penetrasi pasar, meluaskan pengenalan merek, dan memfasilitasi keterlibatan langsung dengan konsumen, yang secara kolektif berkontribusi pada peningkatan penjualan yang efektif.

Membina relasi kolaboratif antara pengrajin dan pemangku kepentingan utama, termasuk konsumen, pedagang, dan vendor gula Aren, sangat penting. Strategi ini sangat penting mengingat kurangnya komitmen yang diamati di antara para pemangku kepentingan, yang mencakup entitas pemerintah, pembudidaya kelapa aren, dan peserta sektor swasta.

Produksi gula aren harus dijalankan secara optimal, dengan menggabungkan bahan-bahan tambahan seperti air jeruk nipis dan tres nangka dalam proporsi yang tepat untuk memastikan kualitas dan integritas produk yang ditemukan.

Menerapkan program pelatihan yang berfokus pada pentingnya manajemen bisnis dan pemikiran strategis jangka panjang bagi pengrajin sangat penting.

Strategi ST (Strengths-Treaths)

Menjalankan penyadapan sebelum kondisi cuaca buruk sangat penting untuk memastikan keamanan operasi. Upaya utama dari strategi ini meliputi: mengurangi permukaan yang licin dan mencegah sambaran petir.

Menjaga keaslian dan kebersihan produk gula aren sangat penting. Penerapan Standar Operasi Prosedur (SOP) yang ketat dan jaminan kemurnian bahan baku sangat penting untuk menjaga umur panjang gula aren sambil mempertahankan profil rasa yang khas.

Menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas barang yang diproduksi sangat penting. Pembentukan kepercayaan melalui kualitas yang konsisten menumbuhkan citra merek yang kuat, mendorong pelanggan untuk terlibat dalam pembelian berulang.

Mempromosikan budidaya bibit pohon palem sangat penting untuk memastikan produksi yang berkelanjutan. Pohon Aren berfaedah sebagai bahan baku utama untuk produksi gula Aren dan produk terkait.

Menyumbangkan kesempatan pendidikan bagi generasi muda sangat penting untuk pelestarian pengetahuan tradisional yang terkait dengan produk gula Aren lokal.

Strategi WT (Weakness-Treaths)

Menerapkan strategi pemasaran melalui saluran media sosial. Upaya dari kerangka pemasaran media sosial diartikulasikan untuk secara strategis memanfaatkan

platform digital untuk secara efektif melibatkan audiens yang luas, diselaraskan, dan efisien.

Mencari kolaborasi dengan agensi terkemuka untuk meluaskan penjualan. Inisiatif strategis ini berupaya untuk memperluas penetrasi pasar dengan cepat dan menambah volume transaksi. Agensi besar (distributor utama) biasanya mengandung jaringan yang luas, sumber daya modal yang besar, dan kerangka logistik yang mapan.

Meluaskan koneksi atau relasi untuk memperluas jaringan pemasaran. Jaringan yang luas memungkinkan bisnis untuk lebih mudah mendapatkan dukungan, meluaskan penjualan, dan mengurangi keterbatasan bisnis melalui bantuan relasional.

Menyumbangkan kesempatan pendidikan bagi pengrajin gula aren tradisional melalui pelatihan dan lokakarya. Inisiatif ini berupaya untuk menginstruksikan petani lokal tentang metodologi penyiapan pohon yang meminimalkan kerusakan pohon (memastikan umur panjang) untuk mencegah penurunan berkelanjutan dalam jumlah pohon produktif.

Mengamankan dukungan pemerintah untuk menyediakan modal dalam bentuk tenaga kerja dan sumber daya teknologi yang selaras. Ini termasuk kemajuan dalam teknologi pengemasan. Pendekatan strategis ini juga penting untuk komersialisasi produk gula semut dan diversifikasi penawaran gula semut dan kemasannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan strategi pemasaran yang berkesinambungan dengan produk gula aren oleh pengrajin belum menggapai potensi optimalnya. Meskipun demikian, inisiatif ini layak dan membutuhkan pengembangan lebih lanjut. Mengingat peluang pasar yang tidak mencukupi, produk gula aren mengandung potensi komersialisasi yang signifikan, tergantung pada peningkatan kerangka pemasaran. Secara historis, pendekatan pemasaran yang dipakai oleh pengrajin gula aren terutama melibatkan keterlibatan pasif, di mana mereka menunggu pembeli di tempat tinggal mereka; Namun, sebagian pengrajin telah mulai menerapkan strategi pemasaran proaktif dengan terlibat langsung dengan grosir atau gerai ritel. Sebelum pelaksanaan strategi pemasaran, angka penjualan sederhana, rata-rata antara 15 kg dan 20 kg per minggu, setara dengan sekitar Rp. 300.000 hingga Rp. 400.000 per minggu. Menyusul pembentukan strategi pemasaran yang mencakup perluasan jaringan distribusi, seperti menembus pasar grosir di Kabupaten Rokan Hulu, serta memanfaatkan platform promosi melalui media sosial, termasuk Facebook dan WhatsApp, volume penjualan rata-rata mengalami peningkatan yang signifikan antara 50 kg dan 70 kg per minggu, setara dengan pendapatan mingguan sekitar Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000.

Saran

1. Disarankan kepada pengrajin untuk memulai perubahan paradigma dengan secara aktif terlibat dalam upaya pemasaran. Ini termasuk menjalankan aktivitas promosi memakai platform media sosial untuk meluaskan kesadaran konsumen tentang produk gula aren. Selain itu, penting untuk menjalin relasi dan memperluas jaringan pemasaran untuk meluaskan penjualan sekaligus menjaga keaslian dan kebersihan produk gula aren, sehingga memastikan bahwa pelanggan lama tetap puas dengan kualitas penawaran gula aren dari West Central Rambah Village.
2. Diharapkan pada penelitian yang akan datang untuk menyelidiki evolusi strategi pemasaran yang diterapkan untuk meluaskan kesejahteraan ekonomi pengrajin gula aren di Desa Rambah Tengah Barat. Penyelidikan ini harus berupaya untuk menyumbang dampak pemahaman yang lebih dalam tentang prospek yang terkait dengan pengolahan produk gula aren sebagai sumber pendapatan utama bagi produsen di sektor ini.
3. Disarankan kepada pemerintah untuk menyumbangkan dukungan substantif yang memfasilitasi inisiatif pembangunan yang berupaya memperkuat ketahanan pangan

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y. S. (2023). Ketahanan Pangan Di Kabupaten Tasikmalaya: Peran Perempuan Melalui Kesetaraan Gender. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pendidikan Geografi*, 7(2), 206–215.
<https://doi.org/10.29408/Geodika.V7i2.18469>
- Barlina, R. (2016). Pengaruh Penyaringan Nira Terhadap Senyawa Volatil Gula Aren. *Buletin Palma*, 16(1), 32. <https://doi.org/10.21082/Bp.V16n1.2015.3239>
- Caroline, A., Nu, M., & Ah, S. (2021). Performance Measurement Of Palm Sugar Business Using The Integration Of Supply Chain Operation Reference (Scor) And Objective Matrix (Omax). *International Journal Of Science And Management Studies (Ijsms)*, 75–84.
<https://doi.org/10.51386/25815946/Ijsms-V4i1p107>
- Christyanto, M., & Mayulu, H. (2021). Pentingnya Pembangunan Pertanian Dan Pemberdayaan Petani Wilayah Perbatasan Dalam Upaya Mendukung Ketahanan Pangan Nasional: Studi Kasus Di Wilayah Perbatasan Kalimantan. *Journal Of Tropical Agrifood*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.35941/Jtaf.3.1.2021.5041.1-14>
- Djibran, M. M., Andiani, P., Nurhasanah, D. P., & Mokoginta, M. M. (2023). Analisis Pengembangan Model Pertanian Berkelanjutan Yang Memperhatikan Aspek Sosial Dan Ekonomi Di Jawa Tengah. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(10), 847–857. <https://doi.org/10.58812/Jmws.V2i10.703>
- Effect Of Various Sweeteners On Cariogenicity Features Of Streptococcus Mutans: In-Vitro Study. (2020). *Medico-Legal Update*.
<https://doi.org/10.37506/MLu.V20i4.2189>

- Fau, J. F., Manao, A., & Dakhi, Y. (2022). Dampak Sisi Ekonomi Program Pangan Lestari Di Desa Hiliadulo Kecamatan Hilimegai Kabupaten Nias Selatan. *Remik*, 6(4), 943–947. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i4.11891>
- Habibaka, M. A., Darmawan, M. R., Kamilah, A. H., Hidayat, E., Nugraha, A., & Harahap, E. S. (2023). *Singkong Masyarakat Desa Cimayang Melalui Media Sosial*. 02, 99–107
- Handayani, F., Kadang, J., & Syrifuddin, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada Usaha Toreko. *Empiricism Journal*, 4(1), 208–212. <https://doi.org/10.36312/ej.v4i1.1170>
- Handayani, P. A., Dewi, I. K., & Prasetyo, A. (2022). Optimization Of Drying Process For Production Red Ginger Granulated Palm Sugar Using Response Surface Methodology. *Jurnal Bahan Alam Terbarukan*, 11(1), 8–16. <https://doi.org/10.15294/jbat.v11i1.36124>
- Hartati, S., Yahya, M. R., & Sutrisno, S. (2024). Implementasi Program Ketahanan Pangan Dalam Bidang Pertanian Di Desa Mayang Sari. *Jdp (Jurnal Dinamika Pemerintahan)*, 7(1), 107–119. <https://doi.org/10.36341/jdp.v7i1.4193>
- Hendrian, S., Hakim, A. R., & Syafii, A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Bisnis: Studi Komparatif Pada Industri Ritel. *Cakrawala Repositori Imwi*, 6(6), 2348–2353. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.444>
- If'all, & Unsunnidhal, L. (2023). Tumbuh Bersama: Mendukung Pertanian Lokal, Ketahanan Pangan, Kelestarian Lingkungan, Dan Pengembangan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(05), 364–373. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i5.376>
- Kumalasari, D., Suprayitno, A., Sari, R. R. N., & Suhaimi, I. (2022). Supply Chain Managemen Gula Merah Kelapa Ud Nirwana Di Desa Dayu Kecamatan Nglekok Kabupaten Blitar. *Mahatani Jurnal Agribisnis (Agribusiness And Agricultural Economics Journal)*, 4(2), 438. <https://doi.org/10.52434/mja.v4i2.1460>
- Kurniasari, N. A., Indriani, M., Arafah, A. R., Ismail, K., Subur, F. I. H., Pinandang, C. A., & Nandawaputra, M. R. (2024). Peningkatan Pemberdayaan Kelompok Perempuan Dusun Cakru'an Klopok Kuning Desa Jambuwer, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang Melalui Usaha Produk Olahan Pisang Yang Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(2), 301–310. <https://doi.org/10.54082/jpmii.386>
- Lubis, L. M., Azizi, M. A., Lubis, Z., & Suhaidi, I. (2024). The Process Of Making Green Melinjo Fruit Peel Extract Powder Drink With The Addition Of Egg White And Palm Sugar As Material From Indonesia Local Resources. *Iop Conference Series Earth And Environmental Science*, 1302(1), 12094. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1302/1/012094>
- Marini, S., Amalia Juliana Monika Intan, Intan Medya Ratna Pury, Surya Aditya Wahyono, & Geri Supriadi. (2022). Pelatihan Olahan Produk Berbasis Bahan Pangan Lokal Hasil Buruan Sae (Sehat, Alami, Ekonomis). *Jurpikat (Jurnal*

- Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 450–466.
<https://doi.org/10.37339/Jurpikat.V3i2.1003>
- Mulyani, N., Nur Faidah Rahman, A., & Langkong, J. (2024). Agroindustry Development Strategy For Palm Sugar In Bone Regency. *Bio Web Of Conferences*, 96, 7004. <https://doi.org/10.1051/Bioconf/20249607004>
- Munawar, M. S. Al, Rohmah, M., Anton Rahmadi, Marwati, & Rachmawati, M. (2023). Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal Pada Umkm Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (Jp2m)* 4(1), 165–176. <https://doi.org/10.33474/Jp2m.V4i1.19996>
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, & Fitri Nur Latifah. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Umkm Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181–195. [https://doi.org/10.25299/Syarikat.2022.Vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/Syarikat.2022.Vol5(1).9358)
- Nurlina, F., & Sasari, U. (2022). Marketing Mix, Implementation Of Marketing Strategies In Health Services: Literature Review. *Healthcare Nursing Journal*, 4(1), 260–264. <https://doi.org/10.35568/Healthcare.V4i1.1871>
- Putu Juni Saputra, Kadek Priya Hermawan, Dewi, K. T. S., & Made Dwi Ferayani. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Pada Produksi, Pemasaran, Dan Msdm Pada Umkm Gula Aren Asli Silangjana. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (Jpkmi)*, 2(3), 310–320. <https://doi.org/10.55606/Jpkmi.V2i3.615>
- Rachman, B. (2017). Karakteristik Petani Dan Pemasaran Gula Aren Di Banten. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 27(1), 53. <https://doi.org/10.21082/Fae.V27n1.2009.53-60>
- Radam, R. R., & Rezekiah, A. A. (2022). Pengolahan Gula Aren (Arrenga Pinnata Merr) Di Desa Banua Hanyar Babupaten Hulu Sungai Tengah. *Jurnal Hutan Tropis*, 3(3), 267–276.
- Rahmah, M., & Ibrahim, H. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 412–4417. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V12i2.13281>
- Ranti Eka Putri, M. Wasito, & Ayu Nadia Lestari. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk Umkm Desa Suka Damai. *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667–675. <https://doi.org/10.37339/Jurpikat.V4i3.1550>
- Rizkyana, F. W., Jati, K. W., Agustina, L., & Athoillah, A. (2024). Pengoptimalan Branding Produk Melalui Platform Desain Canva-Android: Pendekatan Praktis Meningkatkan Perekonomian Desa Kalisalak. *Eastasouth Journal Of Effective Community Services*, 2(03), 170–178. <https://doi.org/10.58812/Ejecs.V2i03.241>
- Rofiki, M., & Muhimmah, K. (2021). Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 203–219. <https://doi.org/10.30739/Istiqro.V7i2.981>
- Rusydah, A. S., Noerhartati, E., & Rahayuningsih, T. (2022). Sorghum (*Sorghum Bicolor*) Entrepreneurship Products: Chemical Quality Analysis. *Ijebd*

- (*International Journal Of Entrepreneurship And Business Development*), 5(5), 987–991. <https://doi.org/10.29138/ijebd.V5i5.1996>
- Salasa, A. R. (2021). Paradigma Dan Dimensi Strategi Ketahanan Pangan Indonesia. *Jejaring Dministrasi Publik*, 13(1), 35–48. <https://doi.org/10.20473/Jap.V13i1.29357>
- Saputra, P. J., Hermawan, K. P., Dewi, K. T. S., & Ferayani, M. D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Pada Produksi, Pemasaran, Dan Msdm Pada Umkm Gula Aren Asli Silangjana. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (Jpkmi)*, 2(3), 310–320. <https://doi.org/10.55606/Jpkmi.V2i3.615>
- Sihombing, Y. (2022). Penerapan Inovasi Teknologi Pertanian Berbasis Sistem Usaha Pertanian Inovatif Mendukung Ketahanan Pangan. *Proceedings Series On Physical & Formal Sciences*, 4, 461–467. <https://doi.org/10.30595/Pspfs.V4i.537>
- Solang, M., Ningsih N. Ismail, Y., & D. Uno, W. (2020). Komposisi Proksimat Dan Indeks Glikemik Nira Aren. *Biospecies*, 13(2), 1–9. <https://doi.org/10.22437/Biospecies.V13i2.8761>
- Subekti, P., Damayanti, T., Zubair, F., Perbawasari, S., Anisa, R., & Prastowo, F. A. A. (2023). Pembuatan Strategi Destinasi Branding Untuk Optimalisasi Potensi Lokal Di Kecamatan Jatigede, Sumedang. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 273–282. <https://doi.org/10.54082/ijpm.201>
- Triman Tapi, Mathius Tapi, & Barba Nelfi Heby Sopacua. (2021). Langkah Antisipatif Membangun Kemandirian Pangan Lokal Masyarakat Di Papua Barat Selama Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 2(1), 102–113. <https://doi.org/10.47687/Snppvp.V2i1.203>
- Try Yanda Husni, A.Muh Alief Anugrah, Nur Azizah, Ayu Andira, Abubakar Sidik, & Erick Prayogo Walton. (2023). Pendampingan Inovasi Packing Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Umkm Desa Gunung Riting. *Semnas-Pkm*, 1(1), 245–249. <https://doi.org/10.35438/Semnas-Pkm.V1i1.160>
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). Analisis Swot Dalam Penentuan Bobot Kriteria Pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Analytic Network Process. *Antivirus Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.35457/Antivirus.V14i1.889>