



ANALISIS BISNIS PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA MERAH KELAPA SAWIT DI DESA PEGAJAHAN KABUPATEN SERDANG BERDAGAI

KHAIRUNNISYAH¹, M. SYARIF RAFINDA¹, FANNY ADELIA²

*¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Sumatera Utara,
Medan, Indonesia*

*² Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Sumatera Utara,
Medan, Indonesia*

Email korespondens : khairunnisyah@fp.uisu.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the development strategy of brown sugar agroindustry to eight palm oil and to identify the factors of development of brown sugar agroindustry to eight palm oil in Pegajahan Village, Serdang Bedagai Regency. This research uses SWOT Analysis methods, namely Strength (Strength), Weakness (Weakness), Threats (Threat), and Opportunity (Opportunity). Internal factors in a business include strengths and weaknesses, while external factors include opportunities and threats. The results of the study were used, there are internal factors that include (strengths and weaknesses), it can be seen that the strength factor in the palm oil brown sugar business has the highest rating is in products recognized by the public / marketing is quite broad and internal factors that are indicators of weakness of the highest rating are not yet having a brand. While external factors (opportunities and threats) can be seen from the opportunity to have the highest rating, namely high market demand, and the factor that is the highest rating threat indicator is No government assistance.

Keyword : *Brown Sugar, Palm Oil, SWOT*

PENDAHULUAN

Nira sawit adalah cairan berupa getah yang dihasilkan oleh pohon sawit yang sudah tidak berbuah dan ditebang. Nira sawit mengandung sejumlah besar glukosa yang mencapai 86,0%. Ketika nira aren dan tebu sulit ditemukan maka alternative lain muncul yaitu dengan menjadikan nira sawit sebagai bahan dasar pembuatan gula merah (Purwandani et al., 2020). Nira sawit mempunyai kandungan gula pereduksi 0,723%, sukrosa 15,829%, pH 6,666%, total gula 17,603% dan total mikroba (log CFU/ml) 4,921. Sedangkan menurut Yamada et al., (2010) Menurut Setiamy satu pohon sawit bisa menghasilkan kurang lebih 1 liter air nira dalam satu hari. Dengan volume tersebut juga bisa menghasilkan 1 kilo gula merah. Banyaknya air nira yang keluar dari pohon kelapa sawit tersebut tergantung besar kecil ukuran pohon kelapa sawit (Setiamy et al., 2020).

Agroindustri gula merah kelapa sawit sebagai alternatif dalam memanfaatkan limbah tanaman kelapa sawit yang sudah tua dan rusak. Masa produksi kelapa sawit adalah ±20-25 tahun, setelah itu tanaman kelapa sawit harus ditanam kembali. Batang sawit dapat dijadikan gula merah karena mengandung banyak air nira yang dapat digunakan dalam proses pembuatan gula merah sawit (Raviki, 2022). Pengembangan agroindustri gula merah skala kecil untuk pasar regional dan global

didasarkan pada kuatnya dalam upaya bisnisnya. Strategi pengembangan usaha didasarkan pada kekuatan dan tantangan tersendiri, sehingga harus didukung kuat terutama dari segi sumber permodalan, kualitas SDM, pasar, sumber bahan baku, teknologi dan informasi, manajemen, serta tercapainya iklim yang kondusif dan infrastruktur pendukung dalam pengembangan (Arianti, 2019).

Rangkuti (2009) menjelaskan analisis SWOT yaitu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Fred R. David (2009) mengatakan bahwa proses penyusunan strategi pemasaran terdiri dari 3 tahap yaitu (1) Perumusan strategi, (2) Penerapan strategi, (3) Penilaian strategi. Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan agrondustri gula merah kelapa sawit dan untuk mengindetifikasi faktor-faktor pengembangan agrondustri gula merah kelapa sawit di Desa Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja), di desa Pegajahan, Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai. Dengan pertimbangan bahwa pemilihan di sekitar daerah penelitian terdapat perusahaan perkebunan sawit milik rakyat yang dapat dijadikan sebagai pengolahan gula merah bersumber dari batang kelapa sawit. Metode data yang dikumpulkan yaitu sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dengan melakukan wawancara. Sedangkan data sekunder adalah data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait, buku-buku refensi, media internet, artikel dan lainnya yang berhubungan dengan sumber penelitian yang dilaksanakan. Analisis data yang digunakan dalam pengembangan usaha gula merah nira kelapa sawit dilakukan dengan analisis Strength, Weakness, Opportunities, Threat (SWOT) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opprtunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Analisis SWOT ditentukan oleh kombinasi faktor internal atau Internal Strategic Factor Analysis (IFAS) dan faktor eksternal atau Eksternal Strategic Analysis Summar (EFAS).

1. Faktor Internal

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel Internal Strategi Faktor Analysis Summary (IFAS) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka Strength dan Weakness perusahaan.

Table 1. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan(S)			
Kelemahan(W)			
Total			

Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

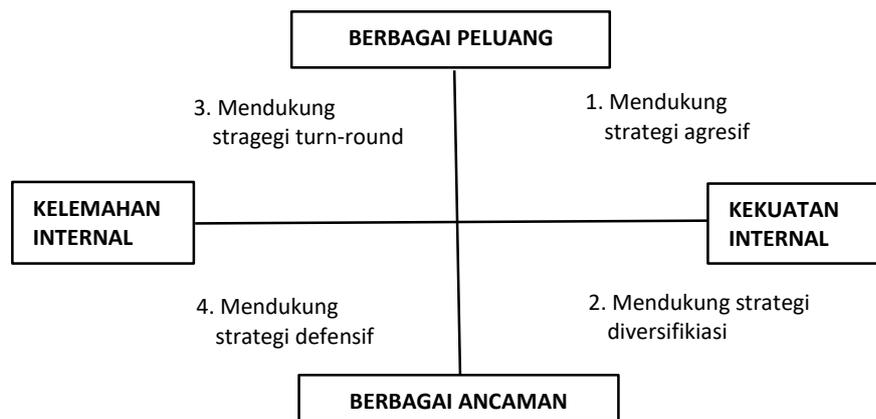
Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan(S)			
Kelemahan(W)			
Total			

3. Matrik SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)

EFAS	IFAS	STRENGTH-S Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS-W Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
	OPPORTUNITIES-O Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	THREATS-T Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Analisis SWOT dibagi menjadi empat kuadrat dengan strategi yang berbeda.

- Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut;
 - Kalau peluang lebih besar daripada ancaman nilai $y > 0$ dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar daripada peluang maka nilainya $y < 0$.
 - Kalau kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya $x < 0$

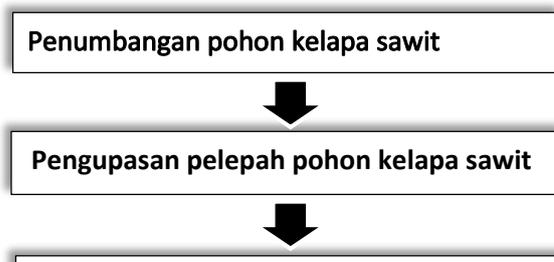


Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Gula Merah Kelapa sawit

Dalam teknis produksi dilakukan dengan mendeskripsikan tahapan produksi gula merah kelapa dari penyadapan hingga pengemasan produk. proses pengolahan nira kelapa sawit menjadi gula merah ini dimulai dari proses sebagaiberikut:



Gambar 2. Proses Produksi Gula Merah Kelapa sawit

Analisis SWOT (Faktor Internal dan Faktor Eksternal)

Berdasarkan penelitian hasil peninjauan ke lapangan tentangan strategi pengembangan agroindustri kelapa sawit, maka dengan beberapa metode yang digunakan, terdapat faktor-faktor internal yang mencakup (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman), dimana sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Matriks Faktor Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan (S)			
1. Pengalaman dalam melakukan pengelolaan agroindustri	0.11	3.25	0.357
2. Produk dikenali masyarakat dan pemasaran cukup luas	0.11	3.37	0.371
3. Ketersediaan bahan baku melimpah	0.11	3.25	0.357
4. Memiliki agen tetap dan pelanggan tetap	0.11	3.37	0.371
5. Harga produk lebih murah	0.07	2.25	0.157
Jumlah Kekuatan	0.50	15.50	1.615
Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor (Bobot x Rating)
Kelemahan (W)			
1. Peralatan produksi yang masih sederhana	0.11	3.25	0.36
	0.13	4.00	0.55
2. Belum memiliki merk	0.07	2.00	0.13
3. Produk tidak tahan lama	0.08	2.25	0.17
4. Usaha masih dalam skala kecil	0.07	2.00	0.13

5. Kurangnya informasi replanting perkebunan

Jumlah Kelemahan	0.50	13.50	1.36
Total Faktor Internal	1.90	29.00	2.975
Penggabungan Matriks Faktor Internal			0.250
Selisih (Kekuatan – Kelemahan)			

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi faktor kekuatan pada usaha gula merah kelapa sawit memiliki rating tertinggi berada pada produk dikenali masyarakat pemasaran cukup luas dengan skor 0,37. Maka dengan begitu dapat menjadi kelancaran dari penjualan gula merah karena pemasaran cukup luas menjadi kekuatan dalam meningkatkan konsumen yang membeli gula merah sawit. Sedangkan faktor internal yang menjadi indikator kelemahan rating tertinggi yaitu belum memiliki merk dengan skor 0,55. Adanya merk produk ini merupakan hal yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Febri (2018) menyatakan bahwa merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai koefisien yang cukup kuat. Dengan demikian merek yang baik merupakan satu faktor penting dalam suatu bisnis.

Tabel. Analisis Matriks Faktor Internal (EFAS)

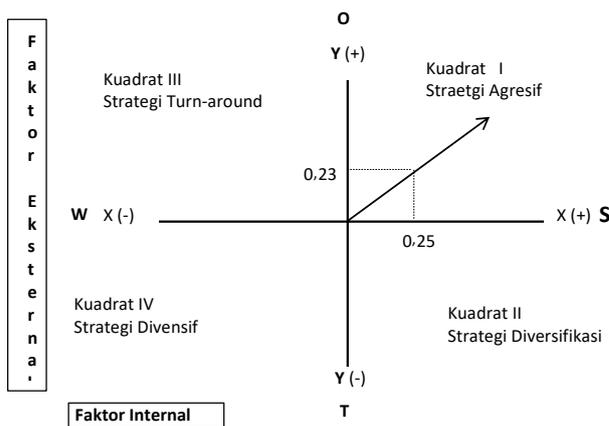
Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan (S)			
1. Tingginya permintaan pasar	0.12	3.63	0.45
2. Mendapat kepercayaan pemerintah	0.11	3.37	0.39
3. Menciptakan inovasi baru dalam pengelolaan	0.08	2.50	0.21
4. Sudah memiliki pemasaran yang jelas	0.12	3.50	0.42
5. Mengetahui kelemahan dari produk pesaing	0.08	2.37	0.19
Jumlah Kekuatan	0.50	15.37	1.671

Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan (S)			
1. Suatu saat bahan baku sulit didapatkan	0.05	1.62	0.09
2. Tidak ada bantuan pemerintah	0.13	4.00	0.54
3. Harga tidak selalu stabil	0.12	3.62	0.45
4. Terjadi persaingan dalam meningkatkan produk yang dihasilkan didaerah lain	0.09	2.50	0.21
5. Faktor cuaca	0.07	2.00	0.13
Jumlah Kekuatan	0.50	13.75	1.44

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel dapat dilihat bahwa faktor eksternal dari peluang memiliki rating tertinggi yaitu tingginya permintaan pasar, total skor 0,45 dan peluang dengan rating terendah Mengetahui kelemahan dari produk pesaing terdapat skor 0,19. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi indikator ancaman rating

tertinggi yaitu Tidak ada bantuan pemerintah dengan skor 0,54 dan ancaman dengan total terkecil 0,13 karena Faktor cuaca. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri ini dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk menghadapi ancaman.

Berdasarkan perolehan hasil analisis tabel IFAS dan EFAS diatas diketahui bahwa total nilai skor IFAS dengan nilai 0,25 yang didapatkan dari pengurangan total skor (S -W) dan nilai skor EFAS Sebesar 0,23. Proses penggabungan antara matriksdari faktor internal dan faktor eksternal tersebut maka digambarkan bagaimana posisi matriks posisi strategi pengembangan agroindustri gula merah kelapa sawit. Dimana posisi titik kordinat X adalah berjumlah 0,25 dan titik kordinat Y adalah berjumlah 0,23. Maka Nilai x diperoleh dari selisih faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan nilai y diperoleh dari selisih faktor eksternal (peluangancaman). Matriks Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada diagram SWOT berikut ini :



Alternatif Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Merah Sawit

Berdasarkan Identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman), maka Matriks SWOT digunakan untuk mengrumuskan alternatif strategi pengembangan agroindustri kelapa sawit. Matriks ini menghasilkan empat sel alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T. Adapun matriks SWOT dapat dilihat sebagai berikut:

INTERNAL	<p>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman dalam melakukan pengelolaan agroindustry 2. Ketersediaan bahan baku melimpah 3. Produk dikenal masyarakat 4. Memiliki agen dan pelanggan tetap 5. Harga produk lebih murah 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan produksi yang masih sederhana 2. Belum memiliki merk 3. Produk tidak tahan lama 4. Usaha masih dalam skala kecil 5. Kurangnya informasi replanting perkebunan
EKSTERNAL	Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang (<i>Oppurtinity</i>)		

<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya permintaan pasar 2. Mendapat kepercayaan konsumen 3. Menciptakan inovasi baru dalam pengelolaan 4. Sudah memiliki pemasaran yang jelas 5. Mengetahui kelemahan dari produk pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman melakukan pengelolaan agroindustri dapat mengetahui kelemahan pesaing 2. Produk dapat dikenali masyarakat dapat menjadi tingginya permintaan (S2, O1) 3. Ketersediaan bahan baku melimpah, pemasaran yang jelas, memiliki agen dan pelanggan tetap, dapat menjadi inovasi baru untuk pengembangan usaha (S3, S4, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengoptimalan alat produksi untuk meningkatkan tingginya permintaan pasar (WO, O1) 2. Menambah informasi replanting untuk menghindari kurangnya bahan baku menjadi suatu kepercayaan konsumen (W5, O3) 3. Melakukan pemberian merk dapat memperluas suatu pemasaran produk (W2, O4)
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Suatu saat bahan baku sulit didapatkan 2. Tidak ada bantuan pemerintah 3. Harga tidak selalu stabil 4. Terjadi persaingan dalam meningkatkan produk yang dihasilkan di daerah 5. Faktor cuaca 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi harga yang terjangkau dan agen serta pelanggan yang tetap untuk menghindari kurangnya bahan baku 2. Menjalin kerjasama antar Lembaga dalam menerapkan pengalaman untuk melakukan pengelolaan usaha (S1, T2) 3. Meningkatkan produk dan memperluas pemasaran sehingga tidak terjadi persaingan kualitas produk (S1, T4) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produk dengan menggunakan merk dagang agar dikenal masyarakat sehingga harga produk tetap stabil (W2, T3) 2. Selalu melakukan pencairan informasi jadwal replanting Untuk menghindari kurangnya bahan baku (W5, T1)

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja pengembangan usaha dapat diperoleh dari kombinasi faktor internal dan faktor eksternal, dijabarkan sebagai berikut:

a. Strategi (Strength – Opportunity)

Adapun strategi S-O yang tepat digunakan untuk bisnis pengembangan agroindustri kelapa sawit dari hasil penelitian ini merupakan gabungan berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh strategi kekuatan untuk mendapatkan peluang yang ada. Strategi S-O yaitu:

1. Pengalaman melakukan pengelolaan agroindustri dapat mengetahui kelemahan pesaing
2. Produk dapat dikenali masyarakat dapat menjadi tingginya permintaan pasar, maka perlunya usaha gula merah kelapa sawit ini menciptakan merk yang dapat lebih dikenali an menjadi peningkatan luasnya pemasarannya.
3. Ketersediaan bahan baku melimpah, pemasaran yang jelas, memiliki agen dan pelanggan tetap dapat menjadi inovasi baru untuk pengembangan usaha. Inovasi itu sendiri bisa dengan membuat produk lebih menarik misalkan dengan membuat produk gula merah kelapa sawit itu dengan bentuk yang berbeda-beda.

b. Strategi S-T (Strength – Threat)

Adapun strategi S-O yang tepat digunakan untuk bisnis pengembangan agroindustri kelapa sawit dari hasil penelitian ini merupakan gabungan berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh strategi kekuatan untuk mengatasi ancaman dari luar. Strategi S-T yaitu:

1. Memberikan harga yang terjangkau dan agen serta pelanggan yang tetap untuk menghindari kurangnya bahan baku
2. Menjalani kerja sama antara lembaga dalam menerapkan pengalaman dalam melakukan pengelolaan usaha
3. Meningkatkan produk dan memperluas pemasaran sehingga tidak terjadi persaingan kualitas produk

c. Strategi W-O (*Weakness – Opportunity*)

Adapun strategi S-O yang tepat digunakan untuk bisnis pengembangan agroindustri kelapa sawit dari hasil penelitian ini merupakan gabungan berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengurangi kelemahan. Strategi W-O yaitu:

1. Pengoptimalkan peralatan produksi untuk meningkatkan tingginya permintaan pasar
2. Menambah informasi reflanting untuk menghindari kurangnya bahan baku menjadi suatu kepercayaan konsumen
3. Melakukan pemberian merk dapat memperluas suatu pemasaran produk.

d. Strategi W-T (*Weakness – Threat*)

Adapun strategi S-O yang tepat digunakan untuk bisnis pengembangan agroindustri kelapa sawit dari hasil penelitian ini merupakan gabungan berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh strategi kekuatan untuk mengatasi ancaman dari luar. Strategi S-T yaitu:

1. Meningkatkan produk dengan menggunakan merk dagang agar dikenali masyarakat sehingga harga produk dapat stabil
2. Mencari informasi sebanyak-banyaknya jadwal reflanting untuk menghindarkan kurangnya bahan baku

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Bisnis Pengembangan Agroindustri Gula Merah Sawit berdasarkan Identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) menggunakan analisis SWOT, maka Matriks SWOT digunakan untuk mengrumuskan alternatif strategi pengembangan agroindustri kelapa sawit, antara lain: Ketersediaan bahan baku melimpah, pemasaran yang jelas, memiliki agen dan pelanggan tetap dapat menjadi inovasi baru untuk pengembangan usaha. Meningkatkan produk dan memperluas pemasaran sehingga tidak terjadi persaingan kualitas produk. Mencari informasi sebanyak-banyaknya jadwal reflanting untuk menghindarkan kurangnya bahan baku. Melakukan pemberian merk dapat memperluas suatu pemasaran produk untuk mengembangkan usaha.
2. Hasil penelitian digunakan, terdapat faktor-faktor internal yang mencakup (kekuatan dan kelemahan), dapat diketahui bahwa yang menjadi faktor kekuatan pada usaha gula merah kelapa sawit memiliki rating tertinggi berada pada Produk dikenali masyarakat / pemasaran cukup luas dengan skor 0,37 maka dengan begitu dapat menjadi kelancaran dari penjualan gula merah karena pemasaran cukup luas menjadi kekuatan dalam meningkatkan konsumen yang membeli gula merah sawit. Dan faktor internal yang menjadi indikator kelemahan rating tertinggi yaitu belum memiliki merk dengan skor 0,55. Sedangkan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat dilihat bahwa dari peluang memiliki rating tertinggi yaitu tingginya permintaan pasar, total skor 0,45. Dan faktor yang menjadi indikator ancaman rating tertinggi yaitu Tidak ada bantuan pemerintah dengan skor 0,54 maka hal ini menunjukkan bahwa memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, S., Dkk. 2018. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Mutu Gula Merah Dari Nira Kelapa Sawit (Elaeis guineensis, Jacq)*. *Jurnal Agriprimatech*. Vol. 1 No 2. ISSN 2621-6566.
- Arianti, Y. S., & Waluyati, L. R. (2019). *Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri gula merah di Kabupaten Madiun*. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 256-266.
- Arrohmah, R. N. A., & Rum, M. (2022). *Strategi Pengembangan Industri Keripik Tempe Di Dusun Kedungprawan Desa Gendingan Kecamatan Widodaren Kabupaten Ngawi*. *Agriscience*, 3(1), 127-144.
- Cahyanti, N. R. D. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Dengan Pendekatan Analisis Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats Pada Ud. Sumber Sari Di Tulungagung*.
- David, Fread R. 2009. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12. Salemba Empat Jakarta.
- Febri, M. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. KOI Cafe Indonesia*.
- Gulo, M. S. C. R., Karo-Karo, T., & Nainggolan, R. J. (2018). *Pengaruh Umur Pohon Kelapa Sawit dan Tahapan Pengeluaran Nira Terhadap Mutu Nira Kelapa Sawit (Elaeis guineensis Jacq)*. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 6(2), 273-278.
- Halim, A. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157– 172.
- Illiyin. 2018. *Keragaan Tanaman Kelapa Sawit Menghasilkan Umur Lima Tahun*. *Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor*.
- Indra, R. (2019). *Strategi Pengembangan Makanan Khas Daerah Dalam Meningkatkan Industri Kreatif (Studi Kecamatan Bakti Raja Kabupaten Humbang Hasundutan)*. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 7(2), 2532.
- Pratama Debi, 2016. *Skripsi analisis nilai tambah produk olahan kedelai menjadi tahu*. *Skripsi Fakultas Pertanian Sumatera Utara*.
- Pratiwi, R. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan)*.
- Purwandani, L., Indrastuti, E., & Imelda, F. (2020). *Pembuatan Bioetanol dari Nira Kelapa Sawit Menggunakan Saccharomyces cerevisiae*. *Buletin Loupe*, 16(01), 1–7. <https://doi.org/10.51967/buletinloupe.v16i01.70>
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT Teknik Pembedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building.
- Saragih, Y. (2021). *Analisis Agroindustri Gula Merah Kelapa Sawit Bapak Sukri Di Desa Sekayan Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Sari, L. P. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah Nira Kelapa Sawit (Elaeisguineensis Jacq) (Doctoral dissertation)*.
- Setiamy, A. A., Ardiani, W., & Rambe, R. F. (2020). *Pendampingan Terpadu Bisnis Gula Merah Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Damak Maliho*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(1), 22. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i1.14746>
- Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian*. Dikutip melalui <http://repo.tory.unika.ac.id/17266/4/14.D1.0293%20SANANDYA%20SILMI%20PAN-DANWANGI%20%288.71%29.BAB%20III.pdf>

Syah, R. H. (2021). *Strategi Pengembangan Kewirausahaan melalui Produksi Gula Merah di Desa Garuntungan Kecamatan Kindang Kabupaten Bulukumba* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Wongkar, N., Dkk. 2017. *Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren Di Desa Tondei 1. Jurnal AgriSocioEkonomi*. Vol 13 No 3A. ISSN 1907-4298.

Yamada, H., Tanaka, R., Sulaiman, O., Hashim, R., Hamid, Z. A. A., Yahya, M. K. A., Kosugi, A., Arai, T., Murata, Y., & Nirasawa, S. (2010). Old oil palm trunk: A promising source of sugars for bioethanol production. *Biomass and Bioenergy*, 34(11), 1608–1613. <https://doi.org/10.1016/j.biombioe.2010.06.011>