

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) merupakan hasil hutan yang berasal dari sumber daya hayati, baik nabati maupun hewani, serta produk turunannya, termasuk hasil dari kegiatan budidaya, selain kayu. HHBK mencakup berbagai material non kayu yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi serta berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. HHBK unggulan adalah jenis HHBK yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal di kawasan hutan. Perkembangan sektor industri rumah tangga berbasis HHBK memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal, tidak hanya sebagai sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga dalam meningkatkan nilai komoditas lokal, salah satunya gula aren (Nasri et al., 2021). Secara keseluruhan, terdapat lebih dari 557 jenis komoditas HHBK yang terdiri atas kelompok nabati dan hewani. HHBK memiliki peran strategis karena kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar hutan dan masyarakat setempat dinilai lebih besar dibandingkan hasil hutan kayu, salah satu jenis HHBK yang dimanfaatkan oleh masyarakat yaitu aren (Hidayat & Soiminb, 2021) (Sabar et al., 2024).

Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) merupakan bagian dari ekosistem hutan yang memiliki peran penting bagi lingkungan dan kehidupan masyarakat. HHBK telah dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar hutan baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu beberapa jenis HHBK mudah diperoleh dan tidak membutuhkan teknologi yang rumit untuk pemanfaatannya, serta HHBK dapat diperoleh secara gratis dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa keberadaan HHBK diyakini paling bersinggungan dengan kepentingan masyarakat sekitar hutan dalam memenuhi kebutuhan pangan, papan sosial dan lainnya. Berbagai jenis HHBK yang sudah dimanfaatkan di antaranya adalah cendana, gaharu, sagu, rotan, aren, sukun, bambu, sutera alam, jernang, kemenyan, kayu putih, aneka tanaman obat, minyak atsiri dan madu. Salah satu HHBK yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan merupakan salah satu sumber pencaharian masyarakat di pedesaan adalah *Arenga pinnata* atau yang dikenal dengan enau atau aren (Maslebu, 2024).

Tanaman aren merupakan salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi, sehingga berpotensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Dari berbagai hasil olahan tanaman aren, nira yang disadap dari bagian bunga jantan memegang peran paling penting karena menjadi bahan baku utama dalam pembuatan gula aren serta berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan penduduk desa melalui pendapatannya yang tinggi. Nira aren memiliki kandungan kimia yang meliputi protein, mineral, serta



starak gulanya bisa diolah menjadi gula aren atau diproses melalui
ighasilkan etanol (Makkarennu et al., 2024).

aman yang memiliki potensi ekonomi tinggi adalah aren sebagai
an gula aren. Pada dasarnya aren merupakan jenis tanaman yang
agai jenis tanah dengan ketinggian antara 0-1.500 mdpl. Tetapi
enyukai tempat dengan ketinggian 500-1.500 mdpl, karena pada

ketinggian tersebut ketersediaan air tanah relatif terjaga dan jarang terjadi genangan air di permukaan akibat banjir. Suhu lingkungan rata-rata 25°C dengan curah hujan tiap tahun sekitar 1.200 mm (Ahmad et al., 2022).

Tanaman aren memiliki potensi yang besar karena seluruh bagian tanamannya dapat dimanfaatkan. Salah satu bagian yang bernilai ekonomi tinggi adalah bunga aren yang dapat disadap untuk menghasilkan nira. Nira aren dapat diolah menjadi berbagai produk, seperti gula aren, gula semut, maupun dikonsumsi sebagai minuman segar. Namun demikian, permintaan gula aren relatif lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang lain karena kandungan nutrisi dan manfaatnya terhadap kesehatan. Peluang pengembangan agroindustri gula aren masih terbuka, baik dari sisi ketersediaan bahan baku maupun dari permintaan produk olahan. Meskipun demikian, besarnya potensi komoditas tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kinerja agroindustri yang optimal (Faliha et al., 2022).

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah penghasil gula aren terbaik di Sulawesi Selatan. Keberadaan pohon aren yang produktif menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki potensi besar dalam produksi gula aren. Salah satu sentra produksi gula aren terdapat di Desa Umpungeng, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, yang dikenal sebagai desa dengan jumlah petani gula aren terbanyak. Kondisi ini menunjukkan bahwa gula aren memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat setempat. Namun pemanfaatan potensi gula aren perlu didukung oleh pemahaman yang mendalam mengenai alur produksi, pengolahan, dan pemasaran gula aren serta kesesuaiannya dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang menganalisis rantai nilai gula aren serta hubungannya dengan kebutuhan pelanggan sebagai dasar perumusan strategi pengembangan gula aren yang berbasis pasar dan berkelanjutan.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi rantai nilai gula aren secara rinci seluruh aktor dan aktivitas yang terlibat dalam rantai nilai gula aren di Kabupaten Soppeng, mulai dari penyadapan nira, proses pengelolaan, distribusi hingga ke tangan konsumen akhir
2. Menganalisis kebutuhan pelanggan dengan produk gula aren berdasarkan 3 aspek, yaitu geografis, demografis dan psikografis.

1.3 Landasan Teori

1.3.1 Aren (*Arenga Pinnata* MERR)

Aren merupakan salah satu produk agroindustri yang dihasilkan oleh industri rumah tangga yang umumnya berada pada wilayah pedesaan. Proses produksi gula aren masih dilakukan secara tradisional dengan menggunakan peralatan sederhana, sehingga kapasitas produksi yang dihasilkan relatif terbatas. Gula aren berasal dari nira



andan bunga jantan pohon aren. Sebelum proses penyadapan, nira dahulu dimemarkan selama beberapa hari hingga menghasilkan endapan dipotong dan pada ujungnya digantungkan wadah bambu tancup nira yang menetes. Nira yang dihasilkan berwarna jernih agak kental. Setelah beberapa lama, sehingga harus diolah setelah penyadapan. Pengambilan nira dilakukan dua kali sehari, yaitu pada pagi dan sore hari (Gobel et al.,

Pohon aren merupakan tanaman tahunan berukuran besar yang dapat tumbuh hingga mencapai 12–20 meter dengan diameter batang berkisar antara 60–65 cm. Tanaman ini mampu berkembang dengan baik pada ketinggian 500–1200 meter di atas permukaan laut dan telah lama dibudidayakan di Indonesia, khususnya untuk pemanfaatan kan nira, tepung, dan gulanya. Dibandingkan dengan tanaman tebu, pohon aren memiliki daya adaptasi yang lebih tinggi sehingga mampu tumbuh di lahan kritis, baik datar maupun miring. Sistem perakarannya yang kuat menjadikan tanaman ini berperan penting dalam mengikat tanah serta berperan dalam konservasi lahan. Selain itu, tanaman aren tidak memerlukan perawatan yang intensif, pemupukan, maupun sistem irigasi khusus karena secara alami merupakan tanaman hutan yang dapat tumbuh dengan sendirinya (Irmayani et al., 2021).

Sebagai produk olahan nira, gula aren telah lama dikenal sebagai salah satu jenis pemanis tradisional di Indonesia. Dibandingkan dengan gula pasir, gula aren memiliki kandungan energi yang lebih tinggi, mudah larut dalam air, serta memiliki aroma khas yang menjadi keunggulan tersendiri (Prasmatiwi et al., 2022). Potensi pengembangan komoditas ini cukup besar karena gula aren dipandang sebagai pemanis alami dengan cita rasa yang lebih kuat dan khas (Maksum et al., 2023). Selain itu, gula aren mengandung berbagai zat gizi seperti protein, lemak, kalium, dan fosfor. Produk ini juga tidak mengandung bahan kimia tambahan serta dikenal memiliki manfaat kesehatan, bahkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengobatan alami (Makkarennu. et al., 2024).

1.3.2 Analisis Rantai Nilai

Rantai nilai (*value chain*) merupakan suatu kerangka yang memandang perusahaan sebagai rangkaian aktivitas yang mengolah input menjadi output yang memiliki nilai bagi pelanggan. Nilai yang diterima pelanggan berasal dari tiga aspek utama, yaitu aktivitas yang mampu membedakan produk, aktivitas yang berkontribusi dalam menekan biaya produksi, serta aktivitas yang memungkinkan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara tepat dan cepat. Analisis rantai nilai (*value chain analysis-VCA*) berupaya untuk memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam bisnis terhadap nilai tersebut (Wisdaningrum, 2013).

Analisis rantai nilai (*value chain analysis – VCA*) merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis biaya yang terkait dengan seluruh aktivitas, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga kegiatan pemasaran. VCA bertujuan untuk mengetahui keberadaan keunggulan maupun kelemahan biaya di sepanjang rantai nilai. Pelaksanaan analisis ini memerlukan penilaian yang cermat karena setiap aktivitas dalam rantai nilai saling berkaitan dan dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap aktivitas lainnya. Melalui perusahaan dalam aktivitas-aktivitas yang memiliki kepentingan ini membantu dalam memahami struktur biaya serta potensi nilai perusahaan. Keunggulan bersaing dapat dicapai apabila mengelola aktivitas-aktivitas strategis tersebut dengan biaya yang efisien yang lebih baik dibandingkan pesaing, dengan memperhatikan aspek utama (Sutarmin & Rastuti, 2022).



1.3.3 Kebutuhan Pelanggan

Kebutuhan pelanggan dilakukan untuk memahami preferensi, perilaku, dan karakteristik konsumen dalam membeli produk gula aren. Kebutuhan pelanggan umumnya dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap atribut produk seperti warna, rasa, tekstur, kadar air, dan kemasan. Konsumen cenderung menilai kualitas gula aren berdasarkan penampilan luarnya, warna coklat kehitaman dan tekstur yang padat sering dianggap sebagai tanda keaslian dan mutu yang baik (Mahendra et al., 2024).

Perilaku konsumen dalam membeli gula aren melalui beberapa tahapan, mulai dari pengenalan kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi berbagai alternatif, hingga pengambilan keputusan pembelian. Dalam proses tersebut, konsumen tidak hanya mempertimbangkan satu atribut, tetapi menilai berbagai aspek seperti kadar air, rasa, tekstur, dan harga. Evaluasi terhadap berbagai atribut ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dipilih sesuai dengan preferensi konsumen (Slamet et al., 2023). Selain itu, pola penggunaan serta tingkat kepekaan terhadap harga juga turut mempengaruhi perilaku pembelian, di mana konsumen yang sering menggunakan gula aren cenderung lebih memperhatikan harga dan ketersediaan produk (Dedi et al., 2023).

Karakteristik konsumen, baik secara demografis maupun psikografis, berperan dalam membentuk kebutuhan serta preferensi mereka terhadap gula aren. Konsumen dengan tingkat pendapatan menengah umumnya memilih gula aren yang memiliki kualitas rasa yang stabil dengan harga terjangkau (Mahendra et al., 2024). Sementara itu, konsumen yang tinggal di wilayah perkotaan atau yang memiliki gaya hidup modern umumnya lebih memperhatikan aspek kemasan dan kepraktisan dalam penggunaan produk. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi, perilaku, dan karakteristik konsumen sangat penting agar produk gula aren dapat dikembangkan dan dipasarkan secara lebih tepat sasaran (Thamrin et al., 2023).

Proses mengelompokkan pasar menjadi beberapa bagian konsumen yang memiliki karakteristik dan pola perilaku yang hampir sama akan mempermudah dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tahap ini dikenal sebagai segmentasi pasar. Selanjutnya, pemilihan segmen pasar yang akan dijadikan sasaran utama disebut sebagai *targeting*, sedangkan upaya untuk menanamkan citra dan keunggulan produk secara positif dalam benak konsumen dikenal sebagai *positioning* (Maulana et al., 2025).

Menurut (Purnomo, 2022) segmentasi pasar terdiri atas beberapa jenis yang digunakan untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan karakteristik tertentu. Segmentasi ini bertujuan untuk mempermudah dalam memahami kebutuhan dan perilaku pasar sasaran. Adapun jenis-jenis segmentasi pasar yang umum digunakan



ikut
 iografis
 ifik membagi pasar ke dalam unit-unit geografis seperti Negara, wilayah, lingkungan. Perusahaan dapat memutuskan untuk satu atau beberapa negara geografis dalam kebutuhan dan s adalah suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan

membagi-bagi pasar dalam beberapa unit geografis yang berbeda-beda seperti daerah, populasi kepadatan dan iklim.

2. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis adalah pembagian kelompok konsumen berdasarkan karakteristik seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, dan faktor-faktor demografis lainnya. Pendekatan ini digunakan karena karakteristik tersebut biasanya mempengaruhi kebutuhan, preferensi, serta perilaku pembelian konsumen. Melalui segmentasi demografis, perusahaan dapat mengidentifikasi kelompok pasar yang lebih spesifik sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan secara lebih efektif dengan kondisi dan ciri-ciri tiap kelompok konsumen.

3. Segmentasi psikografis

Segmen psikografi adalah segmen yang mengidentifikasi konsumen dengan berdasarkan gaya hidup masyarakat dan kepribadian konsumen dengan mengamati aktivitas seseorang, selera, opini atau minat. Psikografis adalah ilmu yang menggunakan psikologi dan demografi untuk lebih memahami konsumen. Dalam segmentasi psikografis, para pembeli dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian atau nilai

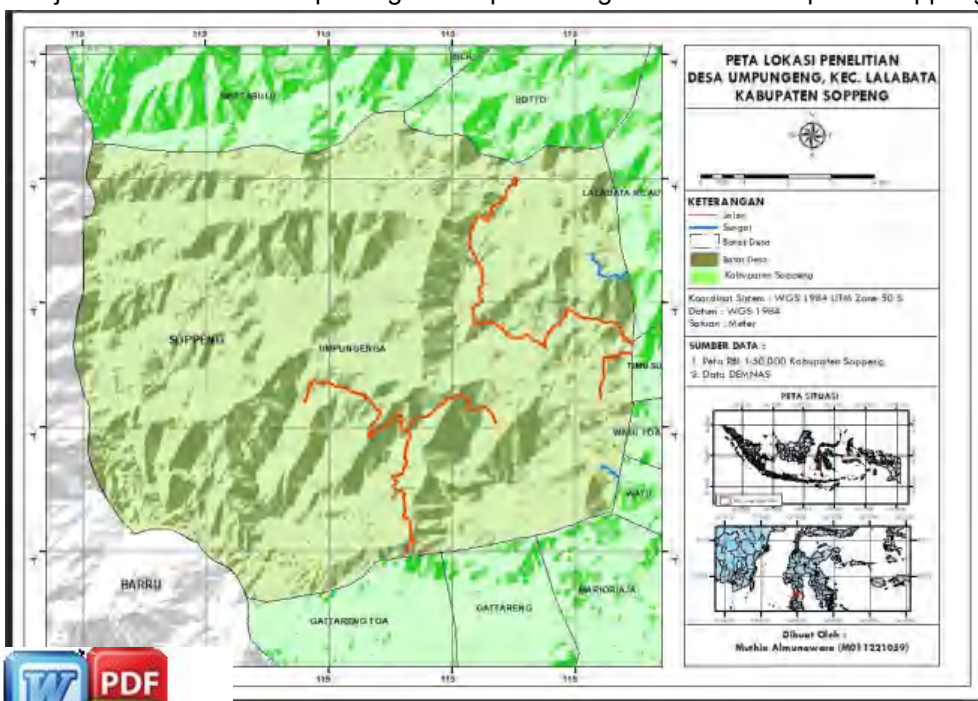


BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Desember 2025 di tiga dusun yang berada dalam wilayah Desa Umpungeng, yakni Dusun Jolle, Dusun Awo, dan Dusun Wae Suru. Ketiga dusun tersebut dipilih karena merupakan pusat aktivitas masyarakat dalam pengelolaan dan produksi gula aren, sehingga relevan dengan fokus penelitian terkait rantai nilai gula aren. Desa Umpungeng sendiri berada di Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, dan secara administratif berbatasan dengan Desa Lompulle di sebelah utara, Desa Pesse di sebelah timur, Desa Leworeng di sebelah selatan, serta Desa Panincong di sebelah barat. Secara geografis, Desa Umpungeng terletak pada koordinat sekitar 3°59'–4°02' LS dan 119°56'–120°02' BT serta berada pada kawasan dataran tinggi dengan kondisi topografi berbukit dan beriklim sejuk. Karakteristik geografis tersebut menjadikan wilayah ini sangat mendukung kegiatan pertanian dan perkebunan, khususnya budidaya aren dan produksi gula aren. Mata pencaharian utama masyarakat setempat adalah sebagai petani aren, sehingga Desa Umpungeng berkembang menjadi salah satu sentra penting dalam produksi gula aren di Kabupaten Soppeng.



okasi Penelitian

an dapat dilihat pada Gambar 1.

2.2 Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Alat tulis (buku, pulpen, pensil), digunakan untuk mencatat hasil wawancara dan pengumpulan data lapangan.
2. Kuesioner, digunakan sebagai alat pengumpulan data primer untuk memperoleh informasi langsung dari responden.
3. Kamera *handphone*, digunakan untuk mendokumentasi pada saat wawancara, proses produksi, aktivitas usaha, dan kondisi lapangan
4. Laptop, digunakan untuk menginput dan mengolah data yang diperoleh di lapangan.

2.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan narasumber yaitu petani gula aren, pengepul gula aren, dan pelanggan gula aren menggunakan kuesioner yang telah disiapkan peneliti. Data primer memberikan informasi yang aktual tentang proses produksi, pemasaran, serta kebutuhan dan preferensi pelanggan secara langsung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari *study literature* seperti jurnal dan buku *online* yang dapat mendukung penelitian ini. Data tersebut digunakan untuk menjelaskan kondisi umum penelitian, menyusun landasan teori, serta mendukung pembahasan agar hasil penelitian lebih kuat.

2.4 Metode Pengambilan Data

2.4.1 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi penelitian dalam studi ini mencakup seluruh pelaku yang terlibat dalam rantai nilai usaha gula aren di lokasi penelitian, yang terdiri atas tiga kelompok utama, yaitu: (1) petani penyadap nira sekaligus pengolah gula aren, (2) pengepul atau pedagang perantara gula aren, dan (3) konsumen/pelanggan yang menggunakan gula aren sebagai bahan konsumsi atau produksi.

Penentuan sampel pada kelompok petani dilakukan dengan menggunakan metode sensus, mengingat seluruh petani penyadap nira sekaligus pengolah gula aren yang berjumlah 60 orang dapat dijangkau dan seluruhnya dijadikan responden. Pendekatan sensus ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan akurat mengenai karakteristik petani serta proses produksi, mengingat peran mereka sebagai aktor utama dalam rantai nilai gula aren.

Sementara itu, penentuan sampel pada kelompok pengepul dan pelanggan, masing-masing sebanyak 17 orang dan 12 orang, dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Pada kebutuhan pelanggan digunakan metode *snowball*



melah dan sebaran konsumen tidak diketahui secara pasti serta ita resmi. Responden merupakan konsumen aktif yang melalui jaringan pemasaran hingga jumlah sampel terpenuhi. i meliputi alasan pembelian, manfaat yang dicari, dan preferensi emilihan responden lebih menekankan kesesuaian karakteristik a pemerataan wilayah. Meskipun distribusi mencakup beberapa

kabupaten, penelitian ini tidak membandingkan kebutuhan antar wilayah, sehingga tidak semua kabupaten harus terwakili selama pola kebutuhan yang diperoleh relatif seragam. Metode ini dipilih karena jumlah dan sebaran pengepul maupun pelanggan tidak diketahui secara pasti pada tahap awal penelitian, serta keberadaan dan keterjangkauan responden sangat bergantung pada jaringan pemasaran yang saling terhubung. Melalui teknik ini, responden awal merekomendasikan responden berikutnya hingga diperoleh jumlah sampel yang memadai dan relevan dengan tujuan penelitian. Menurut (Gierczyk et al., 2023) *snowball sampling* merupakan teknik yang efektif digunakan pada populasi yang sulit diidentifikasi jumlah anggotanya karena pengambilan sampel dilakukan melalui rekomendasi dari responden sebelumnya.

Dengan mengkombinasikan metode sensus pada kelompok petani dan *snowball sampling* pada kelompok pengepul serta konsumen, jumlah total responden dalam penelitian ini adalah 89 orang, yang terdiri atas 60 petani, 17 pengepul, dan 12 konsumen akhir. Jumlah tersebut dinilai telah mewakili aktor utama dalam rantai nilai gula aren di lokasi penelitian dan relevan untuk menjawab tujuan penelitian.

2.4.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, yaitu di Desa Umpungeng, Kabupaten Soppeng. Melalui observasi ini, peneliti mengamati proses penyadapan nira, pengolahan gula aren, aktivitas distribusi, hingga penjualan kepada konsumen. Tujuan observasi adalah untuk memperoleh gambaran nyata mengenai alur kegiatan produksi dan pemasaran gula aren, serta mengetahui kondisi lingkungan dan hubungan antar pelaku usaha dalam rantai nilai.
2. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data dan informasi secara langsung dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden. Wawancara ini ditujukan kepada petani, pengolah gula aren, pengepul dan pelanggan untuk mengetahui peran, aktivitas serta keterkaitan antar pelaku dalam usaha gula aren.
3. Dokumentasi dilakukan dengan pengambilan gambar di lokasi penelitian untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai aktivitas penelitian. Dokumentasi ini mencakup proses penyadapan nira, pengolahan gula aren, kondisi peralatan yang digunakan serta kegiatan wawancara dengan para responden petani dan pelanggan gula aren sebagai bukti pendukung dalam penelitian ini.
4. *Study literatur*, dilakukan dengan mengumpulkan data melalui artikel, jurnal dan buku yang berkaitan dengan penelitian.



a

akan dalam penelitian ini adalah analisis rantai nilai, yaitu metode untuk menjelaskan fenomena secara sistematis dan faktual. Dalam ai gula aren di Desa Umpungeng, analisis difokuskan pada dua

komponen utama, yaitu *Mapping Actors dan Mapping Volume*. Menurut (Astuti et al., 2025) pemilihan kedua komponen tersebut menunjukkan bahwa pemetaan aktor dan aliran volume merupakan langkah penting untuk memahami posisi setiap pelaku, potensi nilai tambah, serta titik-titik inefisiensi dalam rantai nilai gula aren.

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini kemudian menguraikan secara rinci struktur pelaku yang terlibat dalam rantai nilai gula aren melalui *Mapping Actors*, serta aliran dan besaran volume produk yang berpindah antar pelaku melalui *Mapping Volume*. Kedua komponen ini menjadi dasar untuk memahami bagaimana sistem rantai nilai gula aren beroperasi di Desa Umpungeng.

1. *Mapping Actors*, yaitu kegiatan pemetaan untuk mengidentifikasi seluruh aktor yang terlibat dalam rantai nilai gula aren, mulai dari petani penyadap nira sebagai produsen bahan baku, pengolah gula aren sebagai pembentuk nilai tambah, pengepul sebagai penghubung distribusi, hingga pedagang dan konsumen akhir. Melalui pemetaan ini dapat diketahui peran, hubungan, serta posisi setiap aktor dalam struktur rantai nilai, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana komoditas gula aren bergerak dari hulu ke hilir.
2. *Mapping Volume*, yaitu kegiatan pemetaan volume produksi dan aliran gula aren pada setiap tahap rantai nilai. Pemetaan ini digunakan untuk menggambarkan besarnya volume nira yang dihasilkan petani, jumlah gula aren yang diproduksi oleh pengolah, serta volume yang didistribusikan oleh pengepul dan pedagang. Analisis ini penting untuk mengetahui seberapa besar aliran komoditas di setiap titik rantai nilai.

2.5.2 Kebutuhan Pelanggan

Analisis kebutuhan pelanggan dalam penelitian ini dilakukan untuk memahami preferensi, perilaku, dan karakteristik konsumen dalam membeli produk gula aren. Pendekatan ini penting karena kebutuhan pelanggan dapat berbeda-beda berdasarkan wilayah, gaya hidup, serta kondisi sosial ekonomi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini kebutuhan pelanggan dianalisis melalui tiga segmentasi utama, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografi.

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengelompokkan pelanggan berdasarkan lokasi tempat tinggal dan akses mereka terhadap produk gula aren. Konsumen di wilayah pedesaan umumnya memilih gula aren berbentuk cetak karena lebih mudah diperoleh, lebih murah, dan sesuai dengan kebutuhan. Sementara itu, konsumen di wilayah perkotaan cenderung menginginkan produk dengan kemasan modern, higienis, serta bentuk yang praktis seperti gula aren bubuk atau cair. Menurut (Papatungan & Mokoginta, 2024) menunjukkan bahwa kebutuhan dan preferensi



aren sangat dipengaruhi oleh kondisi wilayah serta aksesibilitas .onsumen kota lebih menghargai produk yang bersih, praktis, dan l. nografis nografi mengelompokkan konsumen berdasarkan faktor usia, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan. Misalnya, konsumen

rumah tangga dengan pendapatan menengah cenderung memilih gula aren semut yang dikemas karena lebih praktis dan bersih, sedangkan konsumen dengan pendapatan lebih rendah mungkin memilih gula aren tradisional yang lebih murah. Dalam konteks gula secara umum, penelitian oleh (Majasoka et al., 2020) juga menunjukkan bahwa kesadaran merek dan label mempengaruhi perilaku pembelian gula hal ini relevan untuk produsen gula aren yang ingin memasarkan produk premiumnya kepada segmen demografis yang lebih kritis terhadap kualitas dan transparansi

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berfokus pada gaya hidup, nilai, dan persepsi pelanggan terhadap produk gula aren. Konsumen yang memiliki gaya hidup sehat cenderung memilih gula aren karena dianggap sebagai pemanis alami yang lebih sehat dibandingkan gula pasir. Kelompok ini juga memperhatikan kualitas, keaslian, dan manfaat kesehatan produk. Menurut (Papatungan & Mokoginta, 2024) menegaskan bahwa konsumen dengan kesadaran tinggi terhadap produk alami dan organik menunjukkan preferensi kuat terhadap gula aren, terutama yang dipasarkan sebagai produk sehat dan ramah lingkungan.

