



Pemberdayaan Masyarakat Untuk Tata Kelola Kelembagaan dan Usaha Aren Pada Hutan Kemasyarakatan di Aik Bual Lombok Tengah

Markum*, Andy C. Ichsan, Dwi Sukma Rini, Maiser Saputra

Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Article history

Received: 27 November 2020

Revised: 13 Desember 2020

Accepted: 16 Desember 2020

*Corresponding Author:
Markum

Jurusan Kehutanan, Fakultas
Pertanian, Universitas
Mataram, Mataram, NTB,
Indonesia;

Email:
markum.exp@unram.ac.id

Abstract: Three main problems still faced by sugar palm farmers in Aik Bual Village, namely the crop cultivation system has not been well planned; Social Forestry Business Group institutions are not yet independent; and product performance is not yet competitive. The objectives of community service activities are: a) to facilitate KUPS in implementing better palm cultivation; b). improve the skills of KUPS administrators in implementing independent institutional governance, and c) facilitate the production of more varied and quality palm processed products. The activity approach uses an active participation method, which involves farmers, KUPS administrators and producers of processed palm products who are beneficiaries, in the process of activities, involving 25 participants. The material presented in the service includes a). Sustainable forest management based on Social Forestry; b). building an independent and developing KUPS institution; c). developing a variety of sap processed products and market opportunities; and D). conservation techniques in community forest-based palm habitat management. The results of the dedication show that a). Sugar plant cultivation system is carried out through natural growth from tillers, growth is quite good, and to optimize the cultivation of sugar is directed to plant propagation by taking into account the availability of nutrients and sufficient sunlight, as well as 6 m spacing. b). so that groups are more independent, especially in developing businesses, encouraged the need to develop cooperation by creating trust through contract agreements, and carrying out product promotions through low-cost social media; c). In order to increase sales volume and make product competition more competitive, it is necessary to carry out a strategy to increase packaging performance and reduce selling prices.

Keywords: effort; empowerment; forest; institutional; processed

Abstrak: Tiga permasalahan utama yang masih dihadapi petani aren di Desa Aik Bual yaitu sistem budidaya tanaman belum direncanakan dengan baik; kelembagaan Kelompok Usaha Perhutanan Sosial belum mandiri; dan performance produk belum bersaing. Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah ini adalah a) memfasilitasi KUPS menerapkan budidaya tanaman aren lebih baik; b). meningkatkan keterampilan pengurus KUPS dalam menerapkan tata kelola kelembagaan mandiri, dan c) fasilitasi produksi olahan aren lebih bervariasi dan berkualitas. Pendekatan kegiatan menggunakan metode partisipasi aktif, yaitu melibatkan petani, pengurus KUPS dan perajin produk olahan aren yang menjadi penerima manfaat, dalam proses-proses kegiatan, melibatkan 25 orang peserta. Materi yang disampaikan dalam pengabdian meliputi a). Pengelolaan hutan berkelanjutan berbasis Perhutanan Sosial; b). membangun kelembagaan KUPS yang mandiri dan berkembang; c). pengembangan variasi produk olahan nira dan peluang pasar; dan d). teknik konservasi dalam pengelolaan habitat aren berbasis hutan kemasyarakatan. Hasil pengabdian

menunjukkan bahwa a). Sistem budidaya tanaman aren dilakukan melalui pertumbuhan alami dari anakan, pertumbuhan cukup baik, dan untuk optimalisasi budidaya aren diarahkan untuk perbanyak tanaman dengan memperhatikan ketersediaan hara dan sinar matahari yang cukup, serta jarak tanam 6 m. b). agar kelompok lebih mandiri, terutama dalam mengembangkan usaha, didorong perlunya mengembangkan kerjasama dengan menciptakan kepercayaan melalui kontrak perjanjian, dan melakukan promosi-promosi produk melalui medsos yang berbiaya rendah; c). untuk meningkatkan volume penjualan dan persaingan produk lebih kompetitif, perlunya melakukan strategi peningkatan performance kemasan dan menekan harga jual lebih rendah.

Kata kunci: hutan; kelembagaan; olahan; pemberdayaan; usaha

PENDAHULUAN

Hasil nyata yang telah diterima oleh masyarakat melalui program Perhutanan Sosial atau Hutan Kemasyarakatan (HKm) adalah meningkatnya produksi hasil hutan bukan kayu (HHBK), dimana setiap lokasi memiliki keragaman jenis produk tersendiri, menjadikan setiap lokasi memiliki produk unggulannya masing-masing. Di beberapa lokasi pengembangan HKm, antara lain di Sesaot, Santong dan Aik Bual, telah mengalami lonjakan produksi dari beragam produk HHBK sejak tahun 2005, dan bahkan terjadi *over* produksi untuk beberapa jenis komoditas. Hasil Penelitian WWF Nusra (2006) menegaskan, bahwa dari produksi HHBK di Sesaot saja, telah terjadi nilai volume transaksi sebesar 3,6 milyar setiap bulannya.

Dampak meningkatnya produksi hasil hutan bukan kayu, telah diikuti dengan peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar kawasan hutan (Mukhtar 2010; Hadi *et al.* 2012), dimana masyarakat yang berada di sekitar kawasan hutan, merupakan salah satu kantong kemiskinan di NTB (Markum *et al.* 2004). Dengan demikian, program HKm sesungguhnya telah memberikan kontribusi dalam mengurangi jumlah rumah tangga miskin di NTB. Diperkirakan, dari seluruh jumlah penduduk miskin yang berhasil dientaskan selama tahun 2009-2014 (dari 26 % turun menjadi 17,24 %), maka minimal 8,5 % dari total penurunan tersebut, atau sebanyak 29.680 penduduk miskin telah terentaskan karena kontribusi program HKm (Suradirdja *et al.*, 2018).

Implementasi pengelolaan Hasil Hutan Kayu (HHK) dan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) tentu saja membutuhkan keseriusan dan perencanaan yang matang. Karena produk HHBK tidak hanya menjadi domain satu sektor saja, tetapi dalam pengembangannya memerlukan penanganan yang komprehensif, dari hulu sampai hilir, dan harus didukung oleh *good will* dari pemerintah pusat maupun provinsi dan kabupaten. Oleh karena itu dalam upaya mendukung dinamika pengelolaan hasil sumber daya hutan melalui skema pengelolaan PS, maka Dirjen Perhutanan Sosial dan Kemitraan Lingkungan telah menerbitkan peraturan Nomor P.3/PSKL/SET/KUM.01/4/2016 tentang Pedoman Pengembangan Usaha Perhutanan Sosial.

Terbitnya peraturan Dirjen tersebut di atas, tentu memiliki nilai positif dalam memberikan pedoman, bagaimana seharusnya PS dikelola dengan mengedepankan proses untuk (1) identifikasi Kelompok Perhutanan Sosial (KPS), (2) fasilitasi penguatan kelembagaan Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS), dan (3) fasilitasi penguatan kewirausahaan. Dalam peraturan ini, menekankan adanya tahapan yang jelas, bagaimana sebuah kawasan hutan yang telah mendapatkan ijin PS, perlu dilakukan identifikasi potensi pengembangan usaha, siapa lembaga pendampingnya, lembaga pembiayaan apa saja yang bersedia bermitra dan potensi pemasaran hasil usaha. Kelembagaan KUPS adalah salah satu andalan untuk memperkuat basis ekonomi rakyat di desa.

Penguatan kelembagaan KPUS di Aik Bual, saat ini menjadi sangat urgen, karena meskipun setiap kelompok penerima IUPHKm telah memiliki perencanaan dalam bentuk RU (Rencana Umum) dan RO (Rencana Operasional), sebagaimana yang disyaratkan dalam Peraturan Menteri Kehutanan, namun selain RU dan RO belum banyak menggambarkan tentang potensi kelola usaha, juga sebagian besar kelompok belum melakukan evaluasi secara periodik perencanaan tersebut, sehingga RU dan RO belum tentu menggambarkan situasi terkini atas kondisi sumber daya hutan, tata kelola hutan dan dinamika perubahan-perubahannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka dinilai sangat penting untuk memberikan dukungan fasilitasi kepada KUPS di Aik Bual tentang Pemberdayaan Masyarakat untuk Tata Kelola Kelembagaan dan Usaha Aren

pada Hutan Kemasyarakatan, sebagai upaya, untuk memperkuat tata kelola sumber daya hutan, khususnya penguatan tata kelola kawasan dan usaha.

METODE KEGIATAN

Pendekatan kegiatan menggunakan metode partisipasi aktif, yaitu melibatkan pengurus KUPS yang menjadi penerima manfaat, dalam proses-proses kegiatan yang diselenggarakan oleh tim pengabdian. Pengabdian menggunakan teknik observasi lapangan, penyuluhan dan workshop. Teknik observasi lapangan diperlukan untuk mengidentifikasi secara langsung praktik kelompok dalam hal tata kelola kawasan, kelembagaan dan tata kelola usaha. Penyuluhan dilakukan dengan teknik in class menyajikan materi sesuai dengan urgensi kegiatan dan dilakukan oleh tim sesuai dengan bidang ilmu/keahliannya. Penyuluhan disampaikan kepada para penerima manfaat meliputi pengurus petani, pengurus KUPS dan pelaku usaha pengolahan nira/gula aren.

Materi yang disampaikan meliputi (1) Pengelolaan hutan berkelanjutan berbasis Perhutanan Sosial, (2) Membangun kelembagaan KUPS yang mandiri dan berkembang, (3) Pengembangan variasi produk olahan nira dan peluang pasar dan (4) Teknik konservasi dalam pengelolaan habitat aren berbasis hutan kemasyarakatan. Unsur yang dilibatkan dan penerima manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah petani yang budidaya aren di lokasi HKm, pengurus Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) Aik Bual, (3) Kelompok pengrajin gula aren, dan unsur Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) Pelangan Tastura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketua Kelompok Usaha Aren (Amaq Sahirin) atau lebih dikenal dengan Amaq Irin, menyampaikan tentang kondisi kelompok, dimaksudkan sebagai informasi untuk dicermati oleh tim pengabdian, sehingga bisa tindaklanjuti dengan masukan-masukan yang relevan. Gambaran umum yang disampaikan oleh Ketua kelompok tersebut dapat disarikan bahwa (a) Kelompok Hijau dibentuk tahun 2015, pendirian kelompok ini, juga mendapat dukungan dari desa dan KPH Pelangan dan Tastura dan BPBD; anggota kelompok sebanyak 100 orang, tetapi yang benar-benar aktif sebanyak 40 orang petani. Untuk pengolah gula aren dan gula semut banyak dilakukan oleh ibu-ibu, atau isteri petani aren; petani sudah mampu memproduksi gula aren yang dicetak dalam bentuk ukuran setengah tempurung kelapa; selain gula juga mampu memproduksi gula semut, yaitu gula aren dalam bentuk kristal; masalah yang dihadapi kelompok adalah serapan pasar, terutama gula semut, masih belum lancar. Sehingga kemampuan produksi terhambat oleh serapan pasar yang rendah.

Gambaran Usaha Aren

Usaha aren merupakan usaha turun temurun dan menjadi andalan ekonomi keluarga. Tidak seperti tanaman lain hasil kebun, tanaman aren dapat dipanen secara terus menerus setiap hari, hampir sepanjang tahun. Hasil sadap aren lebih banyak pada saat setelah musim penghujan, dan memasuki musim kemarau. Selain terdapat di kawasan hutan, aren banyak ditemui di kebun. Tanaman aren sebagian besar tumbuh secara alami, petani hanya memilih tanaman mana saja yang sengaja dipelihara untuk tumbuh, dengan memperhatikan kesehatan tanaman dan jarak tanam. Dengan demikian, petani sudah cukup memahami bagaimana memelihara tanaman aren. Namun belum secara utuh bisa memahami manfaat aren sebagai tanaman konservasi. Hasil aren yang memiliki nilai ekonomi baik tersebut, telah mendorong petani untuk menjaga dan berharap bertambahnya tanaman aren di areal lahannya baik di kebun maupun di hutan.



Gambar 1. Tanaman aren yang sudah dewasa dan siap untuk di sadap (kiri-atas), produk nira (kanan-atas) dan gula batok (kiri-bawah), serta produk gula semut dan kemasannya (kanan-bawah)

Hasil penyadapan 2 kali sehari, yaitu pagi hari dan sore hari. Setiap hari rata-rata diperoleh sadapan antara 5 – 7 liter/hari/pohon. Dengan kepemilikan pohon aren rata-rata 3 pohon/petani, maka mereka bisa menghasilkan nira 15-21 liter. Jika diolah menjadi gula diperoleh 3-4 kg/hari. Jika dinilai dengan pendapatan gula aren diperoleh sebesar Rp 75.000 – Rp 100.000/hari. Sedangkan jika dijadikan gula semut, maka diperoleh nilai 2 kali lipat dari gula aren. Saat ini petani memproduksi nira menjadi dua produk yaitu gula aren dan gula semut. Gula semut dijual dalam bentuk belum dikemas dan yang sudah dikemas. Gula semut dalam bentuk kemasan berisi 250 gram/kemasan dijual seharga Rp 15.000/kemasan.

Ketua kelompok selain sebagai produsen, juga berperan sebagai pengumpul, yang secara kolektif menjual gula aren dan gula semut kepada pedagang perantara. Masalahnya adalah volume penjualan yang belum sepadan dengan kemampuan produksi petani, sehingga mempengaruhi motivasi petani untuk memproduksi gula semut secara intens. Penjualan dalam bentuk nira, sebenarnya harganya layak, artinya sepadan dengan harga gula aren, tanpa harus keluar biaya untuk pengolahan. Namun masalahnya adalah daya serap pembeli nira kecil, sedangkan nira tidak bisa tahan lama. Paling lama air nira bisa bertahan 5 jam, setelah itu rusak.

Penyampaian Materi Penyuluhan

Penyampain materi dilakukan secara bergantian, sebagaimana yang telah disebutkan di atas. Dalam penyampaian materi tim pengabdian masyarakat menggunakan bantuan kertas plano dan bahan-bahan contoh antara lain gula semut dalam beberapa kemasan ukuran 250 gram dan sachet. Hal-hal yang perlu penjelasan lebih detail, tim pengabdian mendeskripsikan secara berulang agar peserta bisa memahami apa yang disampaikan oleh tim pengabdian. Materi presentasi dilampirkan dalam dokumen ini.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh Tim Pengabdian Unram kepada para peserta yang sebagian besar adalah perempuan.

Proses Diskusi

Pada sesi diskusi, beberapa peserta menyampaikan tanggapan dan pertanyaan. Berikut adalah beberapa tanggapan dan pertanyaan yang disampaikan oleh peserta pengabdian kepada masyarakat :

- a. Memang diakui oleh peserta, bahwa kemampuan mereka dalam memproduksi gula aren dan gula semut masih terkendala oleh kemampuan mengembangkan jaringan pasar. Saat ini pembeli datang mengambil barang, dan sistem pembayarannya menggunakan konsinyasi, artinya barang dibayar kemudian, setelah pedagang menjual produk dari petani. Hal ini tentu beresiko, bagaimana mengatasi hal ini ?
- b. Bagaimana agar kelompok bisa mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas, misalnya ke hotel-hotel ?
- c. Mana yang lebih menguntungkan menjual dalam bentuk nira, gula aren atau dalam bentuk gula semut, bagaimana cara menghitungnya ?
- d. Bagaimana membuat perencanaan yang baik, sehingga kita bisa mengetahui produk kita lebih baik dibandingkan dengan pesaing ?

Tim pengabdian memberikan tanggapan atas pernyataan dan pertanyaan yang telah disampaikan oleh peserta tersebut. Diskusi 1, Dr. Andi C Ichsan, menyampaikan bahwa untuk melakukan kerja kolaborasi bisa melalui beberapa kelembagaan, bisa dimulai dengan yang ada di desa terlebih dahulu, misalnya melalui BUMDes atau Koperasi atau pedagang lokal yang ada di desa. Kerjasama dengan para pedagang yang ada di desa baik dalam bentuk lembaga maupun perorangan, akan bisa membangun kepercayaan yang lebih kuat, karena fungsi kontrol sosial akan bekerja secara efektif kalau sama-sama dari desa. Masalahnya adalah bagaimana kemampuan finansial pedagang desa, karena pada umumnya dari permodalan cukup terbatas.

Maka akhirnya kita tidak bisa menolak kehadiran para pedagang lain, dari luar desa yang memiliki permodalan lebih baik, menurut cara pandang kita, padahal bisa jadi belum tentu benar seperti itu. Oleh karena itu, untuk meminimalisir resiko yang bisa diterima bekerjasama dengan pedagang dari luar desa, atau bahkan dari luar kecamatan atau luar kabupaten, maka (1) di upayakan ada kontrak pembelian yang mengikat kedua belah pihak, dengan isi perjanjian yang jelas, termasuk diikutkan saksi. Perjanjian adalah salah satu bukti legal agar memiliki kekuatan hukum yang mengikat, sehingga jika ada kecurangan dikemudian hari, ada bukti autentik yang bisa dijadikan klaim; (2) Sebelum melakukan transaksi dengan seseorang, apalagi seseorang yang baru dikenal, sebaiknya dicari informasi kepada pihak-pihak yang memungkinkan mengenal yang bersangkutan, bagaimana track recordnya selama ini.

Diskusi 2, Maiser Syaputra, memberikan tanggapan, dalam hal bagaimana meningkatkan jaringan pasar yang lebih luas ? (1) Bisa dilakukan promosi atau publikasi melalui media yang kita punya yaitu Whats app, facebook, instagram atau youtube. Saat ini publikasi melalui Medsos jauh lebih efektif, dan biaya lebih murah, dibandingkan kalau menggunakan publikasi media cetak. Intinya publikasi tidak harus mahal, tetapi yang penting efektif tujuan pesan yang ingin disampaikan diterima oleh sasaran. (2) menaruh produk di outlet-outlet bisnis yang dimiliki oleh pelaku bisnis, termasuk perhotelan, atau secara kolektif mengikuti kegiatan-kegiatan ekshibisionis yang pada event-event tertentu.

Hal lain adalah mengenai pentingnya kolaboratif, bahwa salah satu kekuatan usaha saat ini bukan didasarkan atas kekuatan vertikal, tetapi lebih penting kekuatan horizontal. Tantangannya bagaimana sekarang kelompok mulai melirik keberadaan masyarakat yang memiliki potensi diajak kerjasama dalam pemasaran produk gula aren. Pemasaran melalui individu dalam sistem pasar yang kompetitif bisa jadi lebih efektif.

Diskusi 3. Dr. Markum menanggapi pertanyaan tentang, mana produk yang paling menguntungkan dari beragam produk yang diproduksi. Atas pertanyaan tersebut, dipaparkan beberapa fakta-fakta tentang harga dan pembiayaan beberapa produk yang dihasilkan dari aren yaitu nira. Gula merah dengan cetakan tempurung kelapa, dan gula semut.

Tabel 1. Harga beberapa produk aren

Jenis Produk	Unit	Harga (Rp/unit)	Keterangan
Air Nira (tuak manis)	liter	5.000	Dijual kemasan botol 1,5 liter
Gula aren	kg	25.000	Setiap 1 kg aren membutuhkan air nira sebanyak 5 liter.
Gula semut	kg	50.000	Untuk menjadi 1 kg gula semut, terjadi susut 10 % dari bahan baku yang digunakan yaitu gula aren. Atau setiap 1 kg gula semut dibutuhkan 1,1 kg gula aren

Mencermati harga beberapa produk aren di atas, maka pilihan yang paling menguntungkan tentunya adalah gula semut, yaitu nilainya 2 kali lipat dari bahan bakunya. Pilihan yang kedua adalah menjual dalam bentuk gula merah. Meskipun tidak ada beda antara harga nira jika dijadikan gula aren, maka produk gula aren tetap menjadi pilihan kedua, karena: (1) gula aren menjadi bahan baku untuk produk gula semut, sehingga untuk memproduksi gula semut harus melalui antara perlu adanya gula aren; (2) nira tidak tahan lama, paling lama bisa bertahan 5-6 jam jika tanpa ada media pendingin, oleh karena itu gula aren adalah penyelamat nira agar tidak rusak; (3) Serapan pasar untuk air nira terbatas, sehingga jika tidak dijadikan gula, maka resikonya akan rusak dan tidak laku dijual. Ada alternatif air nira bisa dijadikan tuak untuk menikmati beralkohol, namun menurut petani, hal itu bertentangan dengan ajaran agama. Berapa sebenarnya nilai tambah produk nira menjadi gula dan gula semut, bisa dilihat pada analisis berikut:

Tabel 4.2. Nilai tambah produk

Nama Produk	Unit	Harga Produk	Biaya	Nilai tambah
Nira	Liter	5.000	0	0
Gula aren	Kg	25.000	25.000 ¹	0
Gula semut	Kg	50.000	27.500 ²	22.500

Keterangan: Biaya untuk 1 kg gula aren diperlukan 5 liter nira, biaya untuk 1 kg gula semut diperlukan 1,1 kg gula aren

Asumsi yang dibangun dalam perhitungan di atas adalah jika tenaga kerja dari dalam keluarga tidak dihitung. Para pekerja pengolahan nira menjadi gula dan gula menjadi gula semut adalah perempuan. Upah pekerja perempuan rata-rata sebesar Rp 50.000 sehari. Untuk mengolah nira menjadi gula aren membutuhkan waktu 5 jam, demikian pula untuk mengolah gula menjadi gula semut. Kapasitas setiap wajan sekitar 15 kg gula dan gula semut. Maka kalkulasi biaya untuk setiap 10 kg gula dan gula semut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3. Biaya pengolahan gula dan gula semut

Nama Produk	Biaya Bahan ¹⁾ (Rp)	Upah Tenaga ²⁾ Kerja (Rp/15kg)	Jumlah ³⁾ (Rp/15kg)
1. Gula Aren	25.000	50.000	75.000
2. Gula Semut	25.000	50.000	75.000

Keterangan: ¹⁾Biaya untuk bahan bakar, ²⁾ 2 orang namun 1 HKO, ³⁾Jumlah biaya per kg : Rp 5.000/kg

Dengan demikian, jika biaya tersebut di atas dimasukkan dalam kalkulasi operasional, maka nilai tambah untuk gula semut sebesar Rp 17.500/kg. Kesimpulannya produk gula semut memberikan nilai keuntungan tertinggi dalam produksi beragam produk aren.

Diskusi 4. Dwi Sukma Rini, memberikan tanggapan bahwa perencanaan yang baik tidak ditunjukkan oleh lengkapnya perencanaan, tetapi yang terpenting adalah bagaimana rencana yang telah disusun tersebut secara konsisten dilaksanakan dan dievaluasi hasilnya secara periodik, setidaknya setahun sekali. Perencanaan akan efektif jika memang mengakomodasi kebutuhan faktual, sesuai dengan sumber daya yang dimiliki, sederhana dan disusun secara partisipatif, melibatkan beberapa pihak. Hal lain adalah harus jelas pembagian tugas untuk masing-masing orang, agar tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan. Perencanaan bisa dilakukan dengan masyarakat yang sudah bermitra dan memiliki potensi untuk diajak kerjasama, sekaligus berpotensi menjadi mitra usaha. Saat ini kekuatan usaha bukan lahir dari kekuatan sebuah kekuatan tunggal, tetapi bagaimana usaha bisa dibangun secara bersama, demikian juga dengan sharing profitnya, menjadi sebuah keputusan bersama.

Bagaimana agar kita mengetahui bahwa produk kita lebih baik atau lebih buruk dari produk pesaing ? (1) mencari informasi produk yang sama yang sudah beredar di pasar, dilihat penampilan (performance) produk antara lain warna, kemasan, rasa, apakah mereka lebih baik dengan kita atau tidak; (2) harga produk dipasar, apakah lebih rendah atau lebih tinggi dengan produk kita; (3) jangkauan produk, sampai dimana barang itu dijual, apakah di lokal saja atau lebih luas. Setidaknya dengan ketiga hal tersebut, kita sudah bisa mengklasifikasikan, apakah produk yang kita punya lebih rendah, sejajar, atau lebih tinggi performance-nya.

Ada beberapa kemungkinan yang terjadi, yaitu bisa jadi performance produk kita lebih baik harga lebih tinggi, sama atau lebih rendah, atau performance lebih rendah harga lebih rendah, sama atau lebih tinggi. Yang perlu diwaspadai adalah performance lebih buruk, harga lebih tinggi, atau performance lebih buruk dan harga sama. Maka segera perlu dilakukan evaluasi diri, mengapa hal tersebut bisa terjadi, dan mengatur strategi yang diperlukan. Strategi yang diperlukan adalah tentunya menghasilkan performance produk yang lebih baik, namun harga lebih rendah. Caranya antara lain dengan meningkatkan volume produksi, dan menekan biaya operasional.

Rencana Tindak Lanjut

Pada akhir sesi penyuluhan dirumuskan tindak lanjut yang akan dilakukan oleh peserta dalam upaya meningkatkan tata kelola Kelompok Hijau, sebagai berikut:

- a. Melakukan promosi produk melalui media sosial yang akan dilakukan oleh anggota kelompok. Media sosial yang dimaksud melalui What app, face book, instagram dan youtube. Bahan publikasi berupa flyer, foto dan video singkat.
- b. Kelompok akan melakukan analisis untuk menghitung harga produk agar bisa bersaing dengan produk lain di pasar. Skenarionya adalah bagaimana harga bisa ditekan lebih rendah dari harga pesaing. Saat ini harga per kemasan gula semut Rp 15.000/ 250 gr. Jika dimungkinkan bisa diturunkan menjadi Rp 12.000/kemasan. Sedangkan harga pesaing ditingkat petani harga gula semut dengan kemasan yang sama Rp 12.500/250 gr.
- c. Menyusun rencana untuk mengembangkan jaringan pasar di desa, dan luar desa, dengan tujuan untuk menambah mitra usaha.

KESIMPULAN

Pengurus kelompok dan anggota yang memiliki tanaman aren, telah menyadari bahwa tanaman aren tidak hanya bermanfaat secara ekonomi, tetapi juga memiliki nilai konservasi. Lokasi dimana ditumbuhi oleh aren cenderung tanahnya menjadi lebih subur dan kuat dari gerusan air. Dalam melakukan usaha komoditi aren, ada tiga jenis produk yang dihasilkan oleh kelompok Hijau, yaitu air nira, gula aren dan gula semut. Pilihan yang terbaik untuk mendapatkan keuntungan terbesar adalah gula semut, karena memiliki nilai tambah sebesar Rp 17.500/kg dibandingkan dengan gula aren. Masalah belum optimalnya pemasaran gula semut, pengurus bersama anggota kelompok akan melakukan perhitungan ulang untuk menetapkan harga produk, dan melakukan promosi melalui media sosial, dengan tujuan untuk bersaing secara kompetitif dengan produk lain yang sudah beredar di pasaran.

Sebagai saran tindak lanjut, perlu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya untuk memfasilitasi kemitraan usaha antara kelompok dengan para pihak antara lain super market, perhotelan dan agen pemasaran online

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Mataram yang telah memberi dukungan *financial* terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuba, R.H .2004. Profil Aren dalam Prosiding Seminar Nasional “Pengembangan Tanaman Aren”. Balai Penelitian Kelapa dan Palma Lain. Manado
- Mansilina, D.R., 2019. Kontribusi hasil hutan bukan kayu aren (Arenga pinata) terhadap pendapatan petani di HKm Aik Bual Kabupaten Lombok Tengah. Laporan Skripsi. 89p
- Markum, 2016. Modul tata kelola kawasan hutan. WWF Nusa Tenggara. 98p.
- Markum, Budhy S., Rahmat S., 2014. Hutan Kemasyarakatan, sebuah ikhtiar mewujudkan hutan lestari masyarakat sejahtera. Balai Pengelolaan Daerah Aliran Sungai Dodokan Moyosari, Mataram. 166p
- Markum, Eko B Sutedja, Ridha Hakim, 2004. Dinamika pengelolaan sumber daya alam di Pulau Lombok. WWF Nusa Tenggara. 116p.
- Peraturan Dirjen Perhutanan Sosial Kemitraan Lingkungan Nomor P.3/PSKL/SET/KUM.01/4/2016 tentang Pedoman Pengembangan Usaha Perhutanan Sosial.
- Suradiredja D.Y., Andi P., Markum, Wiji Johar S., M Ridha Hakim, 2018. Menoleh jalan panjang hutan kemasyarakatan. Catatan perjalanan tiga dasawarsa program Hutan Kemasyarakatan di Pulau Lombok. WWF Indonesia. 199p.
- WWF, 2006. Transaksi volume usaha produk HHBK di Kawasan Hutan Sesaot. WWF Nusa Tenggara.