

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG GOSONG  
(DESA TERATAK PERKEBUNAN SEI BEJANGKAR, KECAMATAN SEI  
BALAI, KABUPATEN BATUBARA )**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**SITI MARDIYANTI**

**NPM : 1404300044**

**AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG GOSONG  
(DESA TERATAK PERKEBUNAN SEI BEJANGKAR, KECAMATAN SEI  
BALAI, KABUPATEN BATUBARA )**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**SITI MARDIYANTI**

**NPM : 1404300044**

**AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Komisi Pembimbing :**

**Ketua**

  
**Mailina Harahap, S.P., M.Si**

**Anggota**

  
**Akbar Habib, S.P., M.P**

**Disahkan Oleh :**



**Dekan**

**I. Aseitanarni Munar, M.P**

**Tanggal Lulus : 26- Maret - 2018**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Siti Mardiyanti

NPM : 1404300044

Judul : "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG GOSONG (Studi Kasus : Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara)".

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Gosong (Studi Kasus : Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri baik untuk laporan maupun kegiatan programing yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 27 April - 2018  
Yang Menyatakan



*SMT*

Siti Mardiyanti

## ABSTRACT

Siti Mardiyanti (1404300044) 2018, entitled "PISAG GOSONG BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY" (Case Study: Teratak Village Sei Bejangkar Plantation, Sei Balai Sub-district, Batu Bara District) under the guidance of Mailina Harahap, SP, M.Si as commission chairman mentors and Akbar Habib, SP, MP as members of the supervising commission

This research was conducted in January 2018 in Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Village, Sei Balai Subdistrict, Batu Bara Regency, conducted purposively that this area is the area that has the highest number of banana gosong chips in Batu Bara Regency.

This study aims to see whether the business of banana chips is feasible to be sustained and the development strategy of banana banana chips business. The sampling method uses the Saturated Sample ie all members of the population are taken as members of the sample. Methods of data analysis used income analysis, business feasibility analysis (R/C, and B/C), and SWOT Analysis.

The result of this research is the business of banana chips is very feasible to be developed in the research area, because in addition to the big profits the processing is also quite easy.

From the average income of business actor in research area Rp 244.903,1/day for one production in one day. The research area of banana chips business gets R/C equal to 1,49 so that  $R/C 1,49 > 1$  and B/C equal to 0,49 so  $B/C 0,49 < 1$  hence effort of banana chips in the research area is feasible to be cultivated. The development strategy that must be done by banana bamboo chips business is SO (Strength - Opportunities) strategy, which is to increase the production quantity and to keep the quality of banana charred chips to satisfy the consumers' desire and increase the sales (S1.3 and O1). Creating a variety of flavors from banana flavored chips like balado, and barbecue, and original flavor and packaging optimization by making pruduk brand, production age, halal label and brand of burnt banana chips so that the sale of banana charred chips can enter the modern markets to expand the business development (S2, and O2). Increase the amount of labor in the production process to increase the quantity of production and create innovations of burnt banana chips and in this effort so as to create jobs for local communities (S4 and O3).

Research recommendation: Hopefully this research can be useful to the business actor banana charred chips, because of the results of research I do business banana charred chips very well in the future. Hopefully with this research can motivate business actor banana charred chips to further increase production in banana banana chips business.

## RINGKASAN

Siti Mardiyanti (1404300044) 2018, dengan judul skripsi “**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG GOSONG**” (Studi Kasus : **Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara**) di bawah bimbingan Mailina Harahap, SP,M.Si sebagai ketua komisi pembimbing dan Akbar Habib, SP, MP sebagai anggota komisi pembimbing

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2018 di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara, yang dilakukan secara *purposive* bahwa wilayah ini merupakan daerah yang memiliki jumlah pengusaha keripik pisang gosong terbanyak yang ada di Kabupaten Batu Bara.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah usaha keripik pisang gosong layak untuk di usahakan dan strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong. Metode penarikan sampel menggunakan *Sample Jenuh* yaitu semua anggota populasi diambil sebagai anggota sampel. Metode analisis data yang digunakan analisis pendapatan, analisis kelayakan usaha (R/C, dan B/C), dan Analisis SWOT.

Hasil penelitian diperoleh usaha keripik pisang gosong ini sangat layak dikembangkan di daerah penelitian, karena selain keuntungannya yang besar proses pengolahan juga cukup mudah. Dari hasil pendapatan rata-rata pelaku usaha di daerah penelitian Rp 394.7093333/Hari untuk satu kali produksi dalam sehari. Di daerah penelitian usaha keripik pisang gosong mendapat R/C sebesar 1,49 sehingga  $R/C 1,49 > 1$  dan B/C sebesar 0,49 sehingga  $B/C 0,49 < 1$  maka usaha keripik pisang gosong di daerah penelitian tidak layak untuk diusahakan. Strategi pengembangan yang harus dilakukan usaha keripik pisang gosong adalah strategi SO (*Strength - Opportunities*), yaitu meningkatkan jumlah produksi serta menjaga kualitas keripik pisang gosong agar keinginan konsumen terpenuhi dan meningkatkan penjualan (S1,3 dan O1). Menciptakan variasi rasa dari keripik pisang gosong seperti rasa balado, dan barbeque, dan original serta pengoptimalan kemasan dengan membuat merk produk, usia produksi, label halal dan brand keripik pisang gosong agar penjualan keripik pisang gosong dapat masuk ke pasar-pasar modern untuk memperluas perkembangan usaha (S2, dan O2). Meningkatkan jumlah tenaga kerja dalam proses produksi untuk meningkatkan kuantitas produksi dan menciptakan inovasi keripik pisang gosong dan dalam usaha ini sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan terhadap masyarakat setempat (S4 dan O3).

Rekomendasi penelitian : Semoga penelitian ini dapat bermanfaat terhadap pelaku usaha keripik pisang gosong, karena dari hasil penelitian yang saya lakukan usaha keripik pisang gosong sangat baik kedepannya. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat memotivasi pelaku usaha keripik pisang gosong untuk lebih meningkatkan produksi dalam usaha keripik pisang gosong.

## RIWAYAT HIDUP

**SITI MARDIYANTI** Lahir di Sosa, 31 Juli 1996. Anak ke-empat dari empat bersaudara dari ayahanda bernama **Sarmin** dan Ibunda **Tuginah**. Dengan alamat Kampung Sosa, kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh penulis :

1. SD N 101820
2. SMP S Kusuma Bangsa
3. SMA N 1 Sosa
4. Pada tahun 2014 diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Tahun 2014 mengikuti Masa Orientasi Program Studi dan Pengenalan Kampus (OSPEK) dan Masa Ta'aruf (MASTA) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Tahun 2016 terpilih menjadi Sekretaris Bidang Administrasi di Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian UMSU.
7. Tahun 2017 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Dolok Ilir pada bulan Januari sampai bulan Februari.
8. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul skripsi “**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG GOSONG**”. Dengan studi kasus : Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Adapun judul Proposal Penelitian ini adalah "**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Gosong**". Penelitian dilakukan di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan pada penulisan skripsi nantinya.

Medan, Oktober 2017

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan proposal penelitian ini, penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua penulis, Ayahanda Sarmin dan Ibunda Tuginah, yang telah mendukung, mendidik, dan selalu mendoakan ananda dengan kasih sayang dan perjuangannya tiada henti untuk menjadikan ananda orang yang berilmu dan bermafaat terhadap bangsa dan negara. Inilah persembahan sementara ananda atas tanda bakti ananda kepada kedua orangtua. Semoga kesehatan, kebahagiaan, kedamaian, dan kesejahteraan di dunia dan akhirat diberikan Allah SWT kepadamu, Aamiin.
2. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si selaku Dosen Ketua Pembimbing Skripsi dan Bapak Akbar Habib, S.P., M.P selaku Anggota Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
3. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis, yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis serta banyak membantu dalam penyelesaian proses akademik selama penulis menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Kepada seluruh Dosen Agribisnis dan Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Pertanian.
6. Kepada seluruh pegawai Biro yang ada di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi selama proses perkuliahan di Fakultas Pertanian.
7. Kepada Abangda penulis, Suyanto dan Sapriadi, serta Kakanda Susilawati yang selalu memotivasi penulis dan merupakan alasan bagi penulis untuk terus berusaha menjadi orang yang lebih baik kedepannya.
8. Kepada seluruh teman-teman Fakultas Pertanian UMSU stambuk 2014, sahabat perjuangan Agribisnis 1 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya yang sudah penulis anggap sebagai keluarga penulis sendiri, dan para sahabat penulis berada di bangku sekolah yang sampai saat ini selalu mendukung penulis.

Medan, Oktober 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAC</b> .....	<b>i</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Perumusan Masalah .....	3
Tujuan Penelitian.....	4
Kegunaan Penelitian .....	4
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
Klasifikasi Tanaman Pisang .....	5
Agroindustri .....	6
Analisis Usaha.....	7
Penerimaan.....	7
Pendapatan. ....	8
Kelayakan Usaha .....	9
Analisis SWOT.....	9
Kerangka Pemikiran .....	10
Penelitian Terdahulu .....	13
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>16</b>
Metode Penelitian .....	16
Metode Penentuan Lokasi.....	16
Metode Penarikan Sampel .....	16
Metode Pengumpulan Data .....	17
Metode Analisis Data .....	17
Definisi dan Batasan Operasional .....	25

<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
Letak dan Luas Daerah.....	27
Keadaan Penduduk.....	29
Sarana dan Prasarana Umum.....	29
Karakteristik Sampel.....	31
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
Kesimpulan.....	49
Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR GAMBAR

1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	13
2.	Diagram Analisis SWOT.....	19
3.	Matriks Posisi SWOT.....	42

## DAFTAR TABEL

1.	Matriks SWOT.....	20
2.	Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal.....	21
3.	Luas Wilayah Menurut Desa di Kecamatan Sei Balai Tahu 2017.....	28
4.	Proyeksi Penduduk Menurut Desa dan Jenis Kelamin di Kecamatan Sei Balai Tahun 2017.....	29
5.	Sarana dan Prasarana di Kecamatan Sei Balai 2017.....	30
6.	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	31
7.	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	31
8.	Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha.....	32
9.	Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan.....	32
10.	Produksi, Harga, Penerimaan, Biaya Produksi dan Pendapatan.....	33
11.	Rincian Biaya Produksi Pelaku Usaha Keripik Pisang Gosong dalam Satu Kali Produksi.....	34
12.	Rincian Rata-rata Pendapatan Usaha Keripik Pisang Gosong dalam Satu Kali Produksi.....	35
13.	Matriks Faktor Strategi Internal.....	40
14.	Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	40
15.	Gabungan Matriks Faktor Strategi Internal-Eksternal Usaha Keripik Pisang Gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar.....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

1.	Karakteristik Sampel.....	53
2.	Biaya Penggunaan Pisang Awak .....	54
3.	Biaya Minyak Goreng.....	55
4.	Biaya Sarung Tangan.....	56
5.	Biaya Plastik Kaca.....	57
6.	Penggunaan Gas dan Kayu Bakar.....	58
7.	Biaya Penggunaan Alat Kualii.....	59
8.	Biaya Penyusutan Tungku.....	60
9.	Biaya Penyusutan Timbangan.....	61
10.	Biaya Penyusutan Klip Plastik.....	62
11.	Biaya Penyusutan Sutil.....	63
12.	Biaya Penyusutan Erok Besar.....	64
13.	Biaya Penyusutan Erok Kecil.....	65
14.	Biaya Penyusutan Parutan.....	66
15.	Biaya Penyusutan Baskom Besar.....	67

16.	Biaya Penyusutan Baskom Kecil.....	68
17.	Biaya Penyusutan Irek.....	69
18.	Biaya Penyusutan Tong Plastik.....	70
19.	Biaya Penyusutan Pisau.....	71
20.	Biaya Penyusutan Talam.....	72
21.	Biaya Tenaga Kerja.....	73
22.	Biaya Bahan Baku.....	74
23.	Biaya Penyusutan Peralatan.....	75
24.	Total Biaya Bahan Baku dan Total Biaya Peralatan.....	77
25.	Pengujian R/C dan B/C.....	78
26.	Faktor-faktor Internal dan Eksternal di Daerah Penelitian ...	79
27.	Penilaian Rating Internal dan Eksternal pada SWOT.....	80
28.	Rating Setiap Faktor-Faktor Internal dan Eksternal yang Dipilih.....	82
29.	Nilai Pembobotan.....	83
30.	Dokumentasi.....	85

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Sektor pertanian di Indonesia masih memiliki banyak peluang dan mempunyai prospek yang cerah serta belum digali. Meskipun pada masa sekarang sektor industri lebih diutamakan, perkembangan sektor pertanian tidak lepas sebagai pendukung yang kokoh. Perekonomian yang tangguh harus didukung oleh sektor pertanian yang kokoh, maka harus ada kerjasama antara bidang-bidang yang berkaitan. Salah satu sektor industri yang banyak yaitu yang bergerak di sektor industri pengolahan pangan atau sekarang yang dikenal dengan agroindustri (Soekartawi, 2001).

Secara konseptual sistem agribisnis dapat diartikan sebagai semua aktifitas, mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi (input) sampai dengan pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh usaha tani serta agroindustri, yang saling terkait satu sama lain. Dengan demikian sistem agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari berbagai subsistem yaitu :

1. Subsistem Agribisnis/ Agroindustri Hulu
2. Subsistem Budidaya/Usahatani
3. Subsistem Agribisnis/Agroindustri Hilir
4. Subsistem Jasa Layanan Pendukung Agribisnis (Kelembagaan)

Produk primer pertanian digunakan untuk bahan baku industri. Produk pertanian mempunyai berbagai karakteristik yang berbeda dengan produk lain, yaitu : musiman, tergantung oleh cuaca, membutuhkan ruangan yang besar untuk menyimpannya, tidak tahan lama/mudah rusak, harga fluktuatif, serta adanya

tuntutan dan keinginan konsumen yang tidak hanya membeli produknya saja, tetapi menuntut persyaratan kualitas bila pendapatan meningkat (Riyanti, 2013).

Proses pengolahan yang disebut agroindustri, dapat meningkatkan guna bentuk komoditas pertanian. Kegiatan agroindustri merupakan bagian integral dari pembangunan sektor pertanian. Efek agroindustri mampu mentransformasikan produk primer ke produk olahan, sekaligus budaya kerja bernilai tambah rendah menjadi budaya kerja industrial modern yang menciptakan nilai tambah tinggi (Mas'ud, 2010)

Buah pisang merupakan buah yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, yang dapat dikonsumsi kapan saja dan pada segala tingkatan usia. Pisang dapat digunakan sebagai alternatif pangan pokok karena mengandung karbohidrat yang tinggi, sehingga dapat menggantikan sebagian konsumsi beras dan terigu. Pisang merupakan produk primer yang bisa digunakan sebagai bahan baku untuk menghasilkan produk olahan seperti keripik, kue, dan kue. Dengan adanya kegiatan transformasi pisang menjadi produk olahan, maka sifat pisang yang mudah rusak dapat dikonsumsi untuk jangka waktu yang lama (Prabawati, 2008).

Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, adalah salah satu Desa yang terdapat di Kabupaten Batubara yang sebagian masyarakatnya melakukan kegiatan agroindustri keripik pisang gosong. Keripik pisang gosong telah menjadi produk makanan khas Batubara yang sudah terkenal sampai keluar daerah. Masyarakat Kecamatan Sei Balai cenderung mengolah pisang awak menjadi keripik pisang gosong dikarekan keuntungan yang lebih jika dibandingkan dengan produk olahan pisang lainnya. Selain itu pengolahan keripik pisang cukup mudah

dan sederhana, daya tahan keripik juga tahan lama yaitu 3 bulan meski dalam proses produksi tidak menggunakan bahan pengawet. Keripik pisang gosong mulai di produksi pada tahun 2012, prospek yang menjanjikan membuat pelaku usaha keripik pisang gosong tetap bertahan sampai saat ini. Selain itu yang menjadi daya tarik konsumen terhadap keripik pisang gosong ini adalah harga yang terjangkau dan rasa keripik pisang gosong yang gurih, renyah dan manis. Akan tetapi beberapa daya tarik konsumen tersebut belum dapat memberikan jaminan usaha ini dapat bertahan jauh lebih lama, mengingat adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kelancaran maupun perkembangan usaha ini, oleh karena itu sangat penting mengetahui strategi pengembangan dalam usaha keripik pisang gosong.

### **Rumusan Masalah**

Dengan didasarkan latar belakang di atas maka, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan pelaku usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara ?
2. Apakah usaha keripik pisang gosong layak untuk di usahakan di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara ?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara ?

**Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pendapatan pelaku usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara
2. Untuk menganalisis kelayakan usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara

**Kegunaan Penelitian**

1. Hasil ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai agroindustri yang menyangkut strategi pengembangan keripik pisang gosong.
2. Sebagai syarat menyelesaikan studi di tingkat Sarjana S1 pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Menambah bahan bacaan dan pengetahuan bagi masyarakat serta peneliti lainnya yang memerlukan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Klasifikasi Tanaman Pisang

Kedudukan tanaman pisang dalam sistematika (taksonomi) tumbuhan adalah sebagai berikut :

Divisi	: Spermatophyta
Sub Divisi	: Angiospermae
Kelas	: Monocotyledonae
Famili	: Musaceae
Genus	: Musa
Spesies	: <i>Musa paradisiaca</i> L

Pisang termasuk family Musaceae dari ordo Scitaminae dan terdiri dari dua genus, yaitu genus *Musa* dan *Enstate*. Genus musa terbagi dalam empat golongan, yaitu *Rhodochlanis*, *Callimusa*, *Australimusa* dan *Eumusa*. Golongan *Auatalimusa* dan *Eumusa* merupakan jenis pisang yang dapat dikonsumsi, baik segar maupun olahan. Buah pisang yang dikonsumsi segar sebagian besar berasal dari golongan *Emusa*, yaitu *Musa acuminata* dan *Musa balbisiana* (Uki, 2012).

Pisang merupakan salah satu buah yang tumbuh di Indonesia. Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang dikenal sebagai produsen pisang dunia. Indonesia telah memproduksi sebanyak 6,20% dari total produksi dunia, 50 % produksi pisang Asia berasal dari Indonesia (Satuhu dan Ahmad, 1993). Pisang awak merupakan jenis pisang olahan yang paling sering diolah terutama dalam olahan pisang goreng dalam berbagai variasi, sangat cocok diolah menjadi keripik, buah dalam sirup, aneka olahan tradisional, dan tepung. Pisang dapat digunakan sebagai alternatif pangan pokok karena mengandung karbohidrat yang tinggi, sehingga dapat menggantikan sebagian konsumsi beras dan terigu.

Menurut Kartasapoetra (1988), agar pisang tumbuh dengan baik, tanaman pisang menghendaki temperatur suhu sekitar 24° C atau lebih, dan karena itu dapat tumbuh dengan subur pada daerah di antara permukaan laut sampai daerah dengan ketinggian 1.800 m. memerlukan curah hujan 1.100 mm setahun yang didistribusikan secara merata sepanjang tahun. Pada musim berbunga kelembapan yang berlimpah sangat di perlukan, namun demikian walaupun kering dapat melangsungkan pembungaan dan pemuahan meski hasilnya kurang maksimal.

### **Agroindustri**

Industri menurut (BPS, 2016) adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri pengolahan adalah sebuah cabang industri yang mengolah bahan baku untuk di tingkatkan nilai tambahnya, dengan bantuan teknologi, untuk menghasilkan barang kebutuhan manusia.

Terdapat beberapa kriteria jasa industri menurut Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu :

1. Industri besar yang mempunyai tenaga kerja 100 Orang atau lebih
2. Industri sedang yang mempunyai tenaga kerja 20 – 99 orang
3. Industri kecil yang mempunyai tenaga kerja 5 -19 orang
4. Industri mikro yang mempunyai tenaga kerja 1 – 4 orang

Selain itu, industri dapat digolongkan berdasarkan tingkat investasinya, yaitu :

1. Industri besar dengan tingkat investasi lebih dari 1 milyar
2. Industri sedang dengan tingkat investasi 200 juta – 1 milyar
3. Industri kecil dengan tingkat investasi 5 juta – 200 juta

#### 4. Industri kerajinan rumah tangga dengan tingkat investasi kurang dari 5 juta

Keripik pisang adalah produk makanan ringan dibuat dari irisan buah pisang dan digoreng, dengan atau tanpa bahan tambahan makanan yang diijinkan. Tujuan pengolahan pisang menjadi keripik pisang adalah untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan/memperpanjang kemanfaatan buah pisang. Prosedur operasional pengolahan keripik pisang terdiri dari beberapa kegiatan meliputi penyiapan bahan baku, penyiapan peralatan, pengupasan, pengirisan, pencucian, penggorengan, penirisan minyak, pengemasan, pebelan dan penyimpanan keripik pisang (Bayu Purnomo Aji, 2012)

#### **Analisis Usaha**

Analisis biaya memainkan peran sentral dalam ekonomi manajerial karena pada dasarnya setiap keputusan manajerial memerlukan perbandingan antara biaya dan manfaat, keputusan untuk memperluas aktiva modal memerlukan perbandingan antara pendapatan yang diharapkan dari investasi tersebut dan biaya yang diperlukan untuknya (Soekartawi, 2006).

Biaya yang tidak bervariasi dengan keluaran disebut biaya tetap termasuk didalamnya bunga atas modal yang dipinjam, biaya sewa atas pabrik dan peralatan yang disewa, sedangkan biaya variabel bervariasi dengan perubahan dan keluaran, biaya ini adalah fungsi dari tingkat keluaran termasuk didalamnya adalah biaya-biaya seperti bahan baku, penyusutan yang dikaitkan kerja dalam jangka panjang semua biaya dengan variabel (Soekartawi, 2006).

#### **Penerimaan**

Penerimaan adalah suatu nilai produk total dalam jangka waktu tertentu, baik untuk dijual maupun untuk dikonsumsi sendiri. Penerimaan dinilai

berdasarkan atas perkalian antara total produksi dengan harga yang berlaku. Sedangkan pengeluaran atau biaya usahatani merupakan nilai penggunaan sarana produksi dan lain-lain yang dibebankan pada produk yang bersangkutan (Soekartawi, 2006).

### **Pendapatan**

Pendapatan (*revenues*) adalah peningkatan kotor ekuitas seorang pemilik yang berasal dari aktivitas bisnis yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Pada umumnya pendapatan berasal dari penjualan barang dagangan, pemberian jasa, penyewaan properti, dan pemberian pinjaman uang. Pendapatan biasanya akan menyebabkan kenaikan aset. Pendapatan dapat berasal dari berbagai sumber dan disebut dengan berbagai istilah, bergantung pada bisnisnya (Weygandt, 2005).

Menurut (Sukirno, 2006). Menyatakan bahwa pendapatan adalah hasil berupa uang atau hasil material lainnya yang berasal dari pemakaian kekayaan atau jasa-jasa manusia yang bebas. Pendapatan umumnya adalah penerimaan-penerimaan individu atau perusahaan.

Ada 2 jenis pendapatan yaitu :

1. Pendapatan kotor (*grossincome*) adalah penerimaan seseorang atau suatu bahan usaha selama periode tertentu sebelum dikurangi dengan pengeluaran-pengeluaran usaha.
2. Pendapatan bersih (*Net income*) adalah sisa penghasilan dan laba setelah dikurangi biaya, pengeluaran dan penyisihan untuk depresiasi serta kerugian-kerugian yang bisa timbul.

## **Kelayakan Usaha**

Analisis kelayakan usaha adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha. Hasil analisis ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha. Pengertian layak dalam penelitian ini adalah kemungkinan dari suatu gagasan usaha yang akan dilaksanakan apakah telah layak.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah alat analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atas indentifikasi berbagai faktor strategi berdasarkan intuisi (pemahaman dan pengetahuan) terhadap suatu objek (Widi Tri Harti, 2017).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) (Rangkuti, 2015).

- **Kekuatan (*Strengths*)**

kekuatan adalah sumberdaya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan pasar.

- **Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja

perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

- **Peluang (*Opportunities*)**

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

- **Ancaman (*Threats*)**

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi potensi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

ancaman (Rangkuti, 2015).

### **Kerangka Pemikiran**

Pelaku agroindustri keripik pisang gosong adalah pelaku usaha yang memproduksi keripik pisang gosong, mulai dari pembelian bahan baku berupa pisang awak. Dalam hal ini pelaku usaha sebagai karyawan dan juga pemimpin di usaha yang di jalankan, yang menentukan apakah usaha yang dikelola dapat di kembangkan atau layak di usahakan.

Produksi adalah hasil produksi dari agroindustri keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara.

Biaya terdiri dari biaya tetap (fixed cost) dan biaya variabel (variabel cost). Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh perubahan jumlah output setiap periode, yang termasuk dalam biaya tetap adalah sewa lahan, biaya penyusutan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang besarnya tergantung pada besarnya produksi, yang termasuk ke dalam biaya variabel adalah biaya sarana dan produksi.

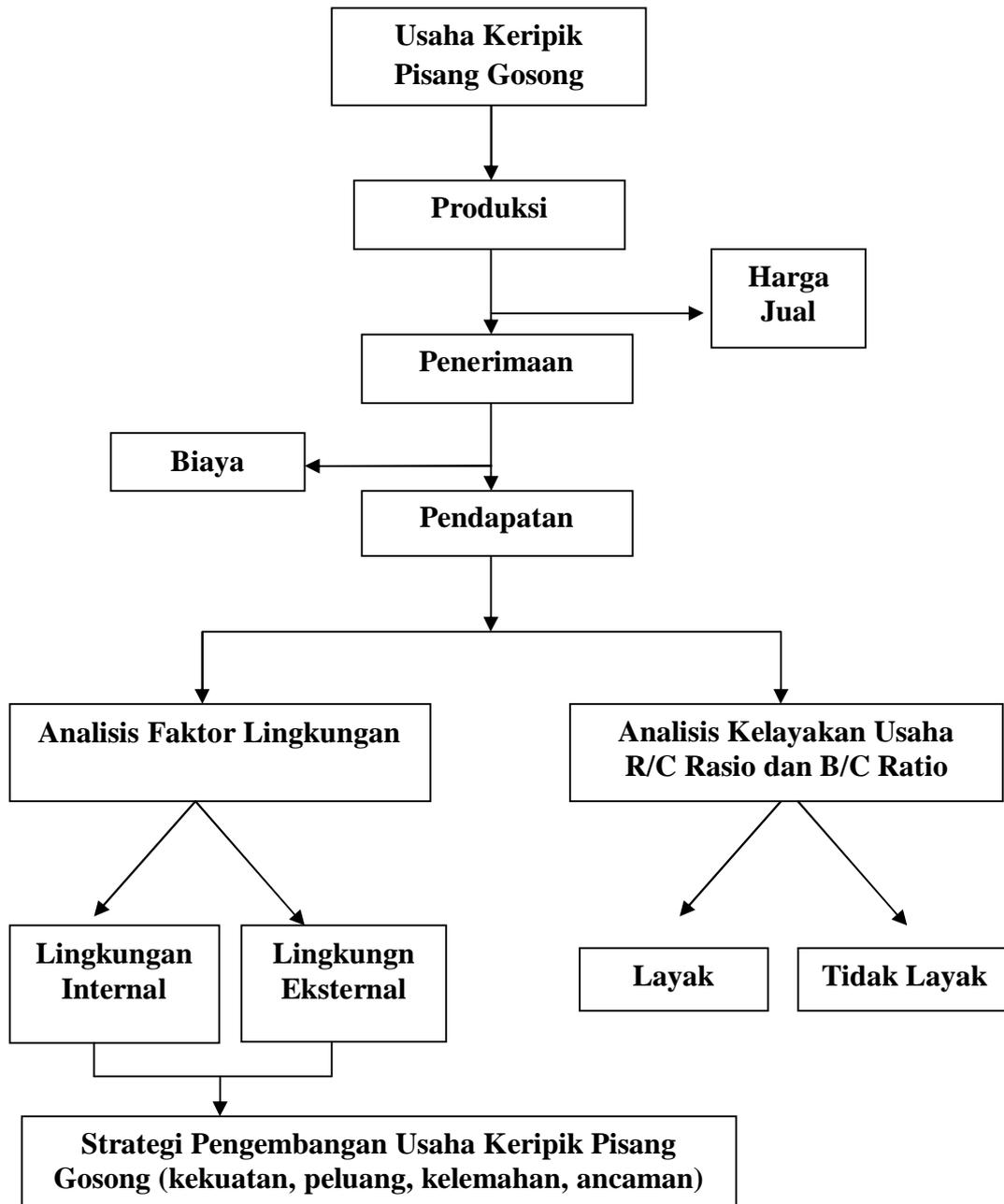
Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Pendapatan kotor usaha keripik pisang gosong didefinisikan nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Pengeluaran total usaha keripik pisang gosong didefinisikan nilai semua masukan yang habis terpakai di dalam produksi. Selisih antara pendapatan kotor usaha dan pengeluaran total usaha disebut pendapatan bersih suatu usaha.

Pendapatan dalam agroindustri keripik pisang gosong adalah total penerimaan, dimana hasil produksi dikali dengan harga jual dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi. Keripik pisang gosong yang di jual dalam satuan bungkus yang mana dalam satu bungkus berisi  $\frac{1}{2}$  kg.. Pendapatan kegiatan agribisnis dikatakan berhasil apabila usaha tersebut dapat memenuhi kewajiban membayar bunga modal, alat-alat, upah tenaga kerja, serta sarana produksi yang lain.

Pendapatan usaha keripik pisang gosong tersebut dapat dianalisis kelayakan usahanya, apakah agroindustri keripik pisang gosong yang di usahakan

di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara layak diusahakan atau tidak berdasarkan kriteria kelayakan usaha R/C Rasio dan B/C Ratio. Apabila dalam jangka panjang usaha tersebut layak kemudian akan dikaji bagaimana strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong berdasarkan analisis faktor lingkungan berupa faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang, ancaman) dari keripik pisang gosong menggunakan Analisis SWOT.

Dari penjelasan diatas, maka dapat digambarkan skema rangkaian pemikiran penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1 : Skema Kerangka Pemikiran**

### **Penelitian Terdahulu**

Faisal Onassis Siregar, (2010) dengan judul penelitian “Analisis Strategi Pengembangan USAHA Kecil Keripik Pisang “Kondang Jaya” Binaan Koperasi BMT Al-Ikhlas Kota Bogor”. Penelitian ini bertujuan (1). mengidentifikasi

internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil keripik pisang “Kondang Jaya”. (2). Merumuskan alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan pada usaha kecil keripik pisang “Kondang Jaya” sesuai dengan kondisi lingkungan usahanya. (3). Mengidentifikasi strategi yang harus di prioritaskan dalam pengembangan usaha kecil keripik pisang “Kondang Jaya”. Hasil penelitian diketahui bahwa usaha keripik pisang “Kondang Jaya” berada pada sel V (*Hold and Maintain*). Sehingga strategi yang sebaiknya diterapkan usaha kecil tersebut pada posisi ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar yaitu mencari pangsa pasar yang lebih besar dari produk yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran yang lebih gencar. Pengembangan produk yaitu mencoba meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk yang sudah ada atau mengembangkan yang baru.

Mira Nurmagribah, (2006) dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha, Studi Kasus pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat”. Penelitian ini bertujuan (1). Mengidentifikasi faktor-faktor perusahaan yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi perusahaan. (2). Mengidentifikasi faktor-faktor perusahaan yang dapat menjadi kekuatan kelemahan bagi perusahaan. (3). Merumuskan strategi alternatif agar perusahaan dapat mengembangkan usahanya. Hasil penelitian ini adalah strategi yang dimiliki Diana Bakery adalah *A fokus or market niche strategi based on lover cost* strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing, merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah. Analisis matriks EFE menghasilkan skor peluang sebesar 1,202 dan

ancaman 0,984 menggambarkan bahwa kemampuan perusahaan dalam merespon peluang tergolong baik. Sedangkan dari total skor IFE didapatkan skor kekuatan sebesar 1,966 dan kelemahan sebesar 0,690 menggambarkan perusahaan mampu memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan. Dengan menggunakan matriks SWOT, perusahaan berada pada posisi progresif, yang menandai perusahaan sebagai kuat dan berpotensi. Rekomendasi yang diberikan adalah progresif artinya perusahaan dalam kondisi prima dan mantap sehingga dapat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, membesarkan pertumbuhan dan memaksimalkan keuntungan. Berdasarkan uraian tersebut menggambarkan bahwa prioritas strategi Diana Bakery adalah strategi SO, yaitu penetrasi pasar, mempertahankan dan meningkatkan pelayanan untuk menjaga loyalitas pelanggan, memanfaatkan bantuan pemerintah. Hasil formasi strategi dari matriks SWOT diperoleh sembilan alternatif strategi untuk di jalankan oleh Diana Bakery dalam mengembangkan usaha antara lain, yaitu penetrasi pasar, mempertahankan dan meningkatkan pelayanan untuk menjaga loyalitas, promosi secara optimal, meningkatkan kapasitas produksi, mengadakan dan mengikuti pelatihan bagi pimpinan dan karyawan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kemampuan manajemen perusahaan untuk menambah daya saing, memperbaiki kemasan produk.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan studi kasus (*case study*) yaitu studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu, atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*Purposive*). Penentuan lokasi penelitian dilakukan di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batubara. Berdasarkan survei yang penulis lakukan usaha keripik pisang gosong yang berada di Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara hanya terdapat di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar.

### **Metode Penarikan Sampel**

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara, masyarakat yang berada di sekitar Desa Teratak terdiri dari 15 populasi pelaku usaha keripik pisang gosong. Metode penarikan sampel ini dilakukan secara jenuh (*Sample Jenuh/Sensus*).

Sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel dimana semua anggota populasi diambil sebagai anggota sampel. Sampel jenuh disebut pula dengan sensus, artinya semua populasi dianggap sampel. Dengan demikian seluruh populasi yang ada yaitu 15 pelaku usaha keripik pisang gosong dijadikan sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2012).

### **Metode Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Observasi, yaitu pengamatan langsung maupun secara tidak langsung terhadap pelaku usaha keripik pisang gosong dan mengamati kegiatan tersebut.
2. Wawancara, yaitu melakukan *interview* langsung kepada pelaku usaha dan beberapa informan lainnya untuk menggali informasi serta data yang diperlukan terkait dengan objek penelitian.
3. Studi dokumentasi, yaitu dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis yang berbentuk tulisan dan gambar yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti oleh peneliti

### **Metode Analisis Data**

Untuk masalah penelitian yang pertama yaitu pendapatan usaha keripik pisang gosong. Untuk menghitung pendapatan pelaku usaha digunakan rumus :

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan Usaha keripik pisang gosong

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya (Suratiyah, 2015).

Untuk masalah yang kedua yaitu menganalisis kelayakan usaha keripik pisang gosong. Metode analisis data suatu kelayakan usaha menggunakan R/C dengan rumus sebagai berikut :

1. Ratio Antara Penerimaan dan Biaya (R/C Ratio)

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan :

R/C : Return Cost Ratio

TR : Total Penerimaan (Rp)

TC : Biaya Total (Rp)

Dengan kriteria :

Nilai R/C = 1, maka usaha keripik pisang gosong impas

Nilai R/C > 1, Maka usaha keripik pisang gosong layak

Nilai R/C < 1, maka usaha keripik pisang gosong tidak layak (Suratiyah, 2015).

2. Ratio Antara Keuntungan dan Biaya (B/C Ratio)

Rumus untuk mencari B/C Ratio yaitu :

$$B/C = \frac{FI}{TC}$$

Dimana :

B/C : Benefit/Cost Ratio

FI : Total Pendapatan (Rp)

TC : Total Biaya (Rp)

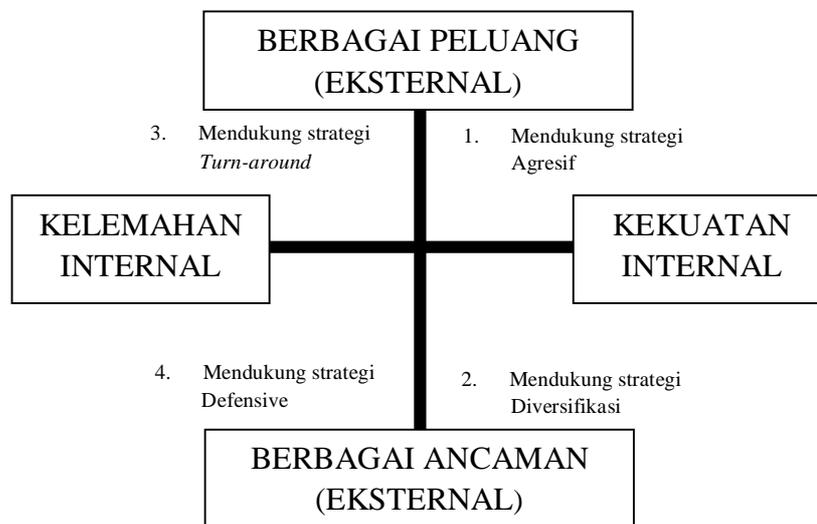
Dengan kriteria :

Nilai B/C = 1, maka usaha keripik pisang gosong impas

Nilai B/C > 1, Maka usaha keripik pisang gosong layak

Nilai B/C < 1, maka usaha keripik pisang gosong tidak layak (Suratiyah, 2015).

Menyelesaikan masalah ketiga tentang pengembangan usaha keripik pisang gosong dilakukan dengan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*) 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*).



**Gambar 2. Diagram Analisis SWOT**

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

**Tabel 1. Matriks SWOT**

IFAS  EFAS	STRENGTH (S)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal</li> </ul>	WEAKNESSES (W)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal</li> </ul>
OPPORTUNITIES (O)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal</li> </ul>	STRATEGI SO  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal</li> </ul>	STRATEGI ST  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2015

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2015).

Sebelum dilakukan analisis data seperti diatas maka terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode matriks faktor strategi internal dan matriks faktor strategi eksternal seperti pada Tabel 2 di bawah ini.

**Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal**

<b>Faktor Strategi Internal/Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skoring (Bobot x Rating)</b>
Kekuatan/Peluang :			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total skor kekuatan/Peluang	1.00		
Kelemahan/Ancaman :			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total skor kelemahan/ancaman	1.00		
Selisih Kekuatan-Kelemahan/Peluang-Ancaman			

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan untuk IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 faktor IFAS dan EFAS).

- b. Bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif. Pemberian nilai rating faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah negatif/kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah skala mulai dari 1 (*outstanding*) sampai dengan 4 (*poor*)
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Berdasarkan Matrik SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

## 2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

## 3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

## 4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*Strengths-opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strenghts-Threats*), dan Strategi WT (*Weakness-Threats*) (Rangkuti,2009).

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan untuk IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFAS (*Eksternal Strategic Factors Anayisis Summary*) dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 faktor IFAS dan EFAS).

- b. Bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00).
- c. Hitung Rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif (sangat besar diberi rating +4, tetapi jika kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah -1. Sebaliknya, jika nilai kecil ratingnya adalah -4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (*outstanding*) sampai dengan 1.0 (*poor*).
- e. Jumlahnya skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

### **Defenisi Batasan Operasional**

1. SWOT merupakan salah satu alat analisis manajemen yang digunakan untuk mensistematisasikan masalah dan menyusun pilihan-pilihan strategi.
2. Kekuatan (*Strenghts*) adalah unsur-unsur yang jika digunakan dengan baik akan memperkuat tujuan atau sasaran.
3. Kelemahan (*Weakness*) adalah kekurangan yang jika dibiarkan akan menggerogoti kekuatan sehingga tujuan menjadi tidak tercapai atau gagal.
4. Peluang (*ooportunities*) adalah kesempatan yang ada sehingga jika kita mempergunakan kesempatan secara efektif dan tepat guna memungkinkan sasaran dapat dicapai dengan baik.
5. Ancaman (*Thrats*) adalah bahaya atau gangguan yang terdapat dalam suatu sistem yang jika dibiarkan akan menggerogoti kekuatan yang ada dan membuat usaha semakin lemah.
6. Strategi pengembangan adalah usaha-usaha yang dilakukan guna mengembangkan usaha keripik pisang gosong.
7. Produksi adalah hasil output yang diperoleh dari masukan (input) yang diproses pada suatu usaha dalam satuan kilogram (Kg).
8. Biaya produksi (Cost) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha selama proses produksi masih berlangsung dengan satuan Rupiah (Rp).
9. Harga jual dalam penelitian ini adalah harga yang berlaku pada saat penelitian dalam satuan Rupiah (Rp).
10. Penerimaan adalah harga jual yang dikalikan dengan produksi keripik pisang gosong per kilogram dalam satuan Rupiah (Rp).

11. Pendapatan (*revenue*) adalah peningkatan kotor ekuitas seorang pemilik yang berasal dari aktivitas bisnis yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Pada umumnya pendapatan berasal dari penjualan barang dagangan, pemberian jasa, penyewaan property, dan pemberian pinjaman uang. Pendapatan biasanya akan menyebabkan kenaikan aset.
12. Harga Penjualan adalah biaya pemasaran ditambahkan profit atau keuntungan yang diinginkan dari tiap lembaga pemasaran dalam saluran distribusi (Rp/Kg).
13. Pelaku usaha sampel adalah pelaku usaha yang memproduksi keripik pisang gosong.
14. Analisis kelayakan (R/C) dan (B/C) adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha. Hasil analisis ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha.
15. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku usaha keripik pisang gosong yang berada di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batubara.

## DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

### Letak dan Luas Daerah

Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batubara Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis Kecamatan Sei Balai letaknya berada pada ketinggian 14 m di atas permukaan laut dan batas administrative wilayah Kecamatan Sei Balai berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Tiram dan Talawi, Kabupaten Asahan, Kabupaten Simalungun. Adapun batas-batas wilayah daerah penelitian Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar adalah sebagai berikut :

- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Siajam Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batubara.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pulo Banjar Kecamatan Ujung Padang Kabupaten Simalungun.
- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Lalang Kecamatan Kecamatan Ujung Padang Kabupaten Simalungun.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Bangun Sari Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara.

Luas wilayahnya kecamatan Sei Balai adalah 92,64 Km<sup>2</sup> atau 9.264 Ha yang terdiri dari 14 desa dan 199 dusun, Desa yang memiliki luas wilayah administratif terbesar adalah Desa perkebunan sei Balai memiliki luas 37,27 Km<sup>2</sup>, sedangkan wilayah dengan luas terkecil adalah desa Benteng jaya dan Tanah timbul yang memiliki luas 1.50 Km<sup>2</sup>.

**Tabel 3. Luas Wilayah Menurut Desa di Kecamatan Sei Balai Tahun 2017**

<b>Desa</b>	<b>Luas (km<sup>2</sup>)</b>	<b>Persentase</b>
Perk. Sei Balai	37,27	40,23
Sukaramai	2,08	2,25
Sei Bejangkar	2,50	2,69
Perk. Sei Bejangkar	15,97	17,24
Sei Balai	1,56	1,68
Mekar Mulio	2,25	2,43
Kwala Sikasim	2,11	2,28
Durian	2,01	2,17
Perjuangan	18,08	19,52
Sukorejo	2,17	2,34
Benteng Jaya	1,50	1,62
Tanah Timbul	1,50	1,62
Sidomulyo	1,75	1,89
Mekar Baru	1,89	2,04
<b>Jumlah</b>	<b>92,64</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : Kecamatan Sei Balai Dalam Angka Tahun 2017*

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa Desa Perkebunan Sei Balai dengan luas wilayah 37,27 Km<sup>2</sup> dengan persentase 40,23% lebih luas dari desa Perkebunan Sei Bejangkar 15,97 Km<sup>2</sup> dengan persentase 17,24%.

### Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk Kecamatan Sei balai Kabupaten Batubara tahun 2017 sebanyak 28.038 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 14.009 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 14.029 jiwa Untuk mengetahui lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini :

**Tabel 4 Proyeksi Penduduk Menurut Desa dan Jenis Kelamin di Kecamatan Sei Balai Tahun 2017**

Desa	Penduduk			Rasio jenis
	Laki-laki	Perempuan	jumlah	kelamin
Perk. Sei Balai	1.537	1.560	3.097	98,53
Sukaramai	862	881	1.743	97,84
Sei Bejangkar	965	1.086	2.051	88,86
Perk. Sei Bejangkar	946	982	1.928	96,33
Sei Balai	1.300	1.264	2.564	102,85
Mekar Mulio	568	548	1.116	103,65
Kwala Sikasim	1.299	1.253	2.552	103,67
Durian	1.151	1.117	2.268	103,04
Perjuangan	1.420	1.441	2.861	98,54
Sukorejo	1.193	1.219	2.412	97,87
Benteng Jaya	992	964	1.956	102,90
Tanah Timbul	569	553	1.122	102,89
Sidomulyo	553	531	1.084	104,14
Mekar Baru	654	630	1.284	103,81
<b>Jumlah</b>	<b>14.009</b>	<b>14.029</b>	<b>28.038</b>	<b>99,86</b>

*Sumber: Kecamatan Sei Balai dalam angka 2017.*

### Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan. Sarana dan prasarana di Kecamatan Sei Balai sekarang ini sangat

baik, hal ini dapat dilihat dari jenis – jenis sarana yang tersedia baik sarana pendidikan, kesehatan, tempat ibadah yang cukup memadai. Secara rinci sarana dan prasarana yang terdapat di Kecamatan Sei Balai dijelaskan pada Tabel 5 berikut:

**Tabel 5. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Sei Balai 2017**

No	Sarana dan Prasarana	Unit
1.	Sekolah	
	a. TK Swasta	3
	b. RA	2
	c. SD	21
	d. MI	6
	e. SLTP	6
	f. MTs	10
	g. SMA	5
	h. SMK	4
	i. MA	2
2	Kesehatan	
	a. Puskesmas	2
	b. Posyandu	42
	c. Klinik/Balai kesehatan	11
	d. Polindes	1
3	Peribadatan	
	a. Masjid	39
	b. Musolah	33
	c. Gereja	17

*Sumber : Kecamatan Sei Balai Dalam Angka 2017.*

Dari Tabel 5 diatas dapat dilihat sarana pendidikan di Kecamatan Sei Balai memiliki data lengkap mulai dari Taman Kanak-kanak Swasta berjumlah (3 unit), Raudhatul Athfal berjumlah (2 unit), Sekolah Dasar berjumlah (21 unit), Madrasah Ibtidaiyah berjumlah (6 unit), Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (6 unit), Madrasah Tsanawiyah berjumlah (10 unit), Sekolah Menengah Atas (5 unit), Madrasah Aliyah berjumlah (2 unit), dan Sekolah Menengah Kejuruan berjumlah (4 unit) yang tersebar di Kecamatan Sei Balai.

Sarana Kesehatan sangat diperlukan oleh setiap penduduk apalagi di Kecamatan Sei Balai yang berpenduduk cukup banyak. Sarana Kesehatan yang ada yaitu Puskesmas berjumlah (2 unit), Posyandu berjumlah (42 unit), dan Klinik/Balai kesehatan berjumlah (11 unit), Polindes berjumlah (1 unit) yang tersebar di Kecamatan Sei Balai.

Tempat peribadatan juga merupakan sarana bagi masyarakat Kecamatan Sei Balai dimana yang terdiri dari Masjid berjumlah (39 Unit), Musolah berjumlah (33 unit) dan berjumlah Gereja (17) yang tersebar di Kecamatan Sei Balai.

### Karakteristik Sampel

**Tabel 6 Karakteristik Responden Menurut Usia**

No	Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1	30 – 40	2	13,33
2	41 – 50	8	53,33
3	51 – 60	4	26,67
4	61 – 70	1	6,67
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Data diatas (Tabel 6) dapat diterangkan bahwa pengusaha dengan usia antara 30-40 tahun sebanyak 2 orang (13,33%), usia antara 41-50 tahun sebanyak 8 orang (53,33%), usia antara 51-60 tahun sebanyak 4 orang (26,67%), usia antara 61-70 tahun sebanyak 1 orang (6,67%). Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pengusaha keripik pisang gosong berusia antara 41-50 tahun sebanyak 8 orang (53,33%).

**Tabel 7 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	9	60
2	SMP	2	13,33
3	SMA/STM	4	26,67
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Data diatas (Tabel 7) dapat diterangkan bahwa pengusaha dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 9 orang (60%), tingkat pendidikan SMP sebanyak 2 orang (13,33%), tingkat pendidikan SMA sebanyak 4 orang (26,67%). Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pengusaha keripik pisang gosong berpendidikan SD sebanyak 9 orang (60%).

**Tabel 8 Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha**

No	Lama Usaha (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1	1 – 3	11	73,33
2	4 – 6	4	26,67
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Data diatas (Tabel 8) dapat diterangkan bahwa pengusaha menurut lama usaha antara 1-3 tahun sebanyak 11 orang (73,33%), lama usaha antara 4-6 tahun sebanyak 4 orang (26,67%). Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pengusaha keripik pisang gosong telah melakukan lama usaha antara 1-3 tahun sebanyak 11 orang (73,33%).

**Tabel 9 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan**

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Frekuensi	Persentase
1	0-1	7	46,67
2	2-3	8	53,33
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Data diatas (Tabel 9) dapat diterangkan bahwa pengusaha menurut jumlah tanggungan antara 0-1 sebanyak 7 orang (46,67%), jumlah tanggungan antara 2-3 sebanyak 8 orang (53,33%). Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pengusaha keripik pisang gosong dengan jumlah tanggungan antara 2-3 sebanyak 8 orang (53,33%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dilapangan dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh pelaku usaha keripik pisang gosong dalam satu kali produksi tidak berbeda satu sama lainnya. Berikut ini rata-rata produksi keripik pisang gosong, harga jual, biaya produksi penerimaan dan pendapatan pelaku usaha keripik pisang yang berada di daerah penelitian, dapat dilihat pada Tabel 10 yaitu :

**Tabel 10 Produksi, Harga Jual, Penerimaan, Biaya Produksi dan Pendapatan.**

No	Uraian	Rataan
1	Produksi (Kg/Hari)	24,67
2	Harga (Rp/Kg)	30.000
3	Penerimaan (Rp/Hari)	740.000
4	Biaya Produksi (Rp/Hari)	495.096,9
5	Pendapatan (Rp/Hari)	244.903,1

*Sumber : Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa rata-rata produksi yang dihasilkan pelaku usaha keripik pisang gosong adalah 24,67 Kg/Hari dengan harga jual Rp. 30.000/Kg. Dengan demikian pelaku usaha keripik pisang gosong mendapatkan rata-rata penerimaan dengan biaya produksi dan pendapatan sebagai berikut :

### **Penerimaan**

Pada saat penelitian hasil produksi yang dijual pelaku usaha yaitu keripik pisang gosong. Maka rata-rata produksi keripik pisang gosong dalam satu kali produksi adalah sebesar 24,67 Kg/Hari. Harga jual satuan kg produksi keripik pisang gosong adalah Rp. 30.000 maka rata-rata penerimaan pelaku usaha dalam satu kali produksi adalah sebesar Rp. 740.000/Hari.

### Biaya Produksi

Biaya produksi dalam usaha ini mencakup biaya variabel dan biaya tetap. Rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan pelaku usaha dalam satu kali produksi adalah sebesar Rp. 495.096,9/Hari. Rincian total biaya produksi dapat dilihat pada Tabel 11 berikut :

**Tabel 11 Rincian Biaya Produksi Pelaku Usaha Keripik Pisang Gosong dalam Satu Kali Produksi.**

No	Jenis Biaya	Rataan
1	Biaya Variabel	489.250
2	Biaya Tetap	946
<b>Total</b>		<b>495.096,9</b>

*Sumber : Data Primer Diolah, 2018.*

### Biaya Variabel

Biaya yang berfluktuasi secara proposional dengan kuantitas produksi atau penjualan. Dalam usaha keripik pisang gosong ini yang termasuk kedalam biaya variabel meliputi biaya penggunaan bahan baku dengan jumlah rata-rata Rp. 489.250 dengan jumlah produksi keripik pisang gosong sebanyak 24,67 kg dengan jumlah pisang awak yang di gunakan sebanyak 110,26 sisir dengan harga Rp. 2.000/sisir. Penggunaan minyak goreng sebanyak 15,26 Kg dengan harga Rp. 10.500/Kg. penggunaan plastik kaca sebanyak 4,9 ons dengan harga Rp. 3.000/ons. Biaya penggunaan bahan bakar seperti gas sebanyak 2,8 tabung dengan harga Rp. 19.000/tabung, dan kayu bakar sebanyak 2,1 tumpuk dengan harga 12.500/tumpuk kayu. Biaya penggunaan tenaga kerja sebesar Rp. 50.000, dalam proses produksi menggunakan tiga tenaga kerja.

### Biaya Tetap

Biaya yang jumlah totalnya akan sama dan tetap tidak berubah sedikitpun walaupun jumlah barang yang diproduksi dan dijual berubah-ubah dengan

kapasitas normal. Yang termasuk kedalam biaya tetap dalam usaha keripik pisang gosong seperti biaya penyusutan peralatan yang digunakan pelaku usaha keripik pisang gosong dalam proses produksi dengan rata-rata sebesar Rp. 946/hari.

### **Pendapatan Usaha Keripik Pisang Gosong**

Pada dasarnya pendapatan suatu usaha sangat tergantung pada pengolahan usaha itu sendiri. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha keripik pisang gosong. Besarnya pendapatan usaha keripik pisang gosong dalam satu kali produksi dapat dilihat pada Tabel 12 berikut:

**Tabel 12 Rincian Rata-rata Pendapatan Usaha Keripik Pisang Gosong dalam Satu Kali Produksi**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Jumlah Rataan (Rp)</b>
1	Total Penerimaan	740.000
2	Total Biaya Produksi	495.096,9
3	Pendapatan	244.903,1

*Sumber : Data Primer Diolah, 2018.*

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa total penerimaan rata-rata adalah Rp. 740.000/Hari. Sedangkan total rata-rata biaya produksi adalah Rp. 495.096,9/Hari dan total pendapatan rata-rata pada usaha keripik pisang gosong adalah sebesar Rp. 244.903,1 dalam satu kali produksi.

### **Kelayakan Usaha Keripik Pisang Gosong**

#### *1. Revenue Cost Ratio (R/C)*

Suatu usaha dapat dikatakan layak diusahakan jika pengusaha memperoleh keuntungan dari usaha yang dilakukannya. Dengan manajemen yang baik maka suatu usaha itu akan dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Demikian juga untuk usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batu Bara sangat dibutuhkan

manajemen yang baik untuk melaksanakan pengelolaan usahanya, untuk mengetahui apakah usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batu Bara sudah layak atau tidak, maka dapat dianalisis dengan menggunakan analisis Cost Ratio (R/C) Ratio, dan (B/C) Ratio yaitu :

1. Ratio Antara Penerimaan Dan Biaya (R/C Ratio)

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Dengan kriteria :

$R/C > 1$ , maka usaha keripik pisang gosong layak untuk diusahakan

$R/C = 1$ , maka usaha keripik pisang gosong impas

$R/C < 1$ , maka usaha keripik pisang gosong tidak layak untuk diusahakan

Dengan menggunakan data primer yang telah diolah maka nilai R/C dari usaha ini adalah sebesar:

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Rp.740.000}}{\text{Rp.495.096,9}} \\ &= 1,49 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas didapat nilai R/C sebesar 1,49. Nilai 1,49 > 1, sehingga usaha keripik pisang gosong di lokasi penelitian layak untuk diusahakan, artinya jika setiap biaya yang dikorbankan oleh pelaku usaha sebesar Rp 1 maka pelaku usaha akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1,49.

2. Ratio Antara Keuntungan Dengan Biaya (B/C ratio)

$$B/C = \frac{\text{Total Pendapatan}}{\text{Total Biaya}}$$

Dengan kriteria :

$B/C > 1$ , maka usaha keripik pisang gosong layak untuk diusahakan

$B/C = 1$ , maka usaha keripik pisang gosong impas

$B/C < 1$ , maka usaha keripik pisang gosong tidak layak untuk diusahakan

Dengan menggunakan data primer yang telah diolah maka nilai B/C dari usahatani ini adalah sebesar:

$$\begin{aligned} B/C &= \frac{\text{Rp.244.903,1}}{\text{Rp.495.096,9}} \\ &= 0,49 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas didapat nilai B/C sebesar 0,49. Nilai 0,49 < 1, sehingga usaha keripik pisang gosong di lokasi penelitian tidak layak untuk diusahakan, artinya jika setiap biaya yang dikorbankan oleh pelaku usaha sebesar Rp 1 maka pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 0,49.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi B/C Tidak Layak**

#### **1. Biaya Penggunaan Bahan Baku Minyak Goreng**

Salah satu bahan baku yang digunakan dalam proses produksi keripik pisang gosong adalah minyak goreng. Penggunaan jumlah minyak goreng cukup banyak dikarenakan pisang yang digunakan adalah pisang awak yang sudah matang, sehingga proses penggorengan pisang cukup banyak menyerap minyak, faktor lain yang menyebabkan penggunaan minyak goreng cukup banyak adalah proses penggunaan api yang berbeda antara api yang dihasilkan dengan menggunakan gas dengan kayu bakar. Jika api yang digunakan dalam proses penggorengan terlalu kecil maka penyerapan pisang terhadap minyak akan cenderung tinggi dibandingkan penggorengan dengan api yang besar, meskipun demikian proses penggorengan keripik pisang gosong harus menggunakan api yang

sedang untuk menjaga tingkat kematangan yang merata dan warna yang tidak terlalu pekat.

## **2. Biaya Penggunaan Bahan Baku Pisang Awak**

Pisang yang digunakan dalam produksi keripik pisang gosong adalah pisang awak dengan harga 2000/sisir. Dimana harga pisang awak yang memiliki ukuran berbeda dibeli dengan harga yang sama. Ukuran pisang awak yang besar dapat menghasilkan 1 kg keripik dengan menggunakan 2 sisir pisang, jika ukuran pisang kecil maka untuk memperoleh 1 kg keripik membutuhkan 5-6 sisir pisang awak. Hal ini yang menyebabkan biaya penggunaan pisang awak yang cukup tinggi.

## **3. Biaya penggunaan Tenaga Kerja**

Tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi keripik pisang gosong sebanyak 3 orang dengan jenis kegiatan seperti pengupasan dan pamarutan dengan upah Rp. 20.000, dan menggoreng Rp. 20.000, dan mengemas dengan upah Rp. 10.000 dalam satu kali produksi. Penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi keripik pisang gosong di desa teratak adalah tenaga kerja dalam keluarga dimana biaya tenaga kerja tidak di hitung oleh setiap pelaku usaha. Namun untuk menganalisis suatu kelayakan usaha maka semua penggunaan biaya harus di hitung (suratiah, 2015).

## **Analisis SWOT**

Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batu Bara.

Berdasarkan peninjauan ke lapangan dan sesuai dengan beberapa metode yang digunakan, untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha keripik pisang gosong. Tahap pertama yang harus dilakukan adalah “tahap pengumpulan data”. Melalui tahap ini maka diketahui faktor internal dan eksternal sebagai berikut :

*Beberapa kekuatan pada usaha keripik pisang gosong*

1. Harga keripik pisang gosong yang terjangkau
2. Memiliki ciri khas dengan rasa manis yang alami
3. Pelanggan yang setia
4. Tenaga kerja yang mudah diperoleh

*Beberapa kelemahan pada usaha keripik pisang gosong*

1. Tampilan keripik kurang menarik
2. Alat pengolahan yang belum maksimal
3. Promosi yang dilakukan belum maksimal
4. Variasi produk tidak ada

*Beberapa peluang pada usaha keripik pisang gosong*

1. Adanya permintaan pasar yang baik
2. Memiliki prospek untuk dikembangkan
3. Menciptakan lapangan pekerjaan

*Beberapa ancaman pada usaha keripik pisang gosong*

1. Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain.
2. Suatu saat bahan baku sulit didapat
3. Sulit mengetahui kriteria konsumen

*Matriks Faktor Strategi Internal*

**Tabel 13 Matriks Faktor Strategi Internal**

<b>Faktor dan Elemen Strategi Internal</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skoring (Rating x Bobot)</b>
Kekuatan:			
a. Harga keripik pisang gosong yang terjangkau	3	0,2	0,6
b. Memiliki ciri khas dengan rasa manis yang alami	4	0,1	0,4
c. Pelanggan yang setia	3	0,2	0,6
d. Tenaga kerja yang mudah diperoleh	4	0,1	0,4
Kelemahan:			
a. Tampilan keripik yang kurang menarik	1	0,1	0,1
b. Alat pengolahan yang belum maksimal	3	0,1	0,3
c. Promosi yang dilakukan belum maksimal	2	0,1	0,2
d. Variasi produk tidak ada	1	0,1	0,1
<b>Total Internal</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>2.7</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2018*

*Matriks Faktor Strategi Eksternal*

**Tabel 14 Matriks Faktor Strategi Eksternal**

<b>Faktor dan Elemen Strategi Eksternal</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skoring (Rating x Bobot)</b>
Peluang:			
a. Adanya permintaan pasar yang baik	3	0,2	0,6
b. Memiliki prospek untuk dikembangkan	4	0,15	0,6
c. Menciptakan lapangan pekerjaan	4	0,2	0,8
Ancaman:			
a. Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	3	0,1	0,3
b. Suatu saat bahan baku sulit didapat	2	0,2	0,4
c. Sulit mengetahui kriteria konsumen	4	0,15	0,6
<b>Total Eksternal</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>3.3</b>

*Sumber: Data primer diolah 2018*

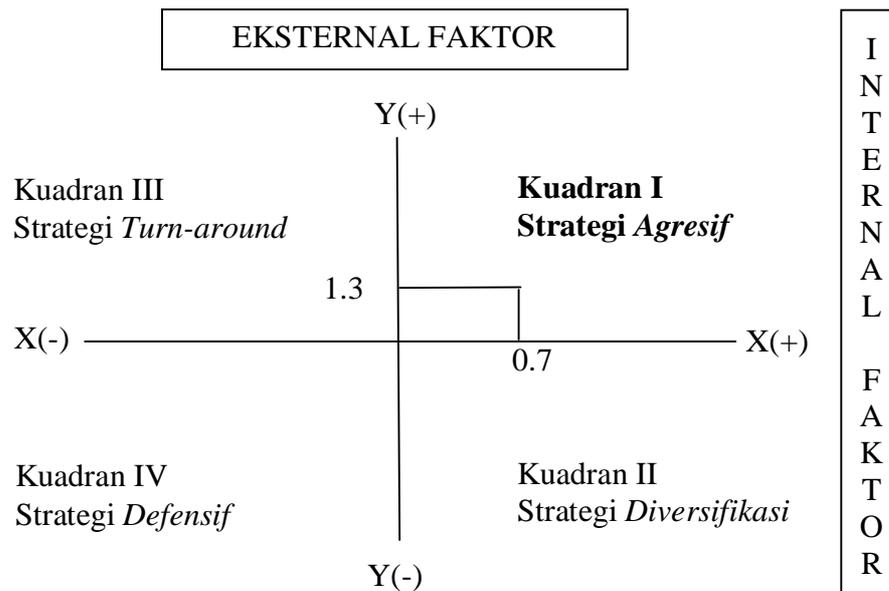
**Tabel 15 Gabungan Matrik Faktor Strategi Internal-Eksternal Usaha Keripik Pisang Gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar**

Faktor dan Elemen Strategi	Rating	Bobot	Skoring (Rating x Bobot)
<b>Kekuatan:</b>			
a. Harga keripik pisang gosong yang terjangkau	3	0,2	0,6
b. Memiliki ciri khas dengan rasa manis yang alami	4	0,1	0,4
c. Pelanggan yang setia	3	0,2	0,6
d. Tenaga kerja yang mudah diperoleh	4	0,1	0,4
<b>Total skor Kekuatan</b>	<b>14</b>	<b>0,6</b>	<b>2</b>
<b>Kelemahan:</b>			
a. Tampilan keripik yang kurang menarik	1	0,1	0,1
b. Alat pengolahan yang belum maksimal	3	0,1	0,3
c. Promosi yang dilakukan belum maksimal	2	0,1	0,2
d. Variasi produk tidak ada	1	0,1	0,1
<b>Total skor kelemahan</b>	<b>8</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>
<b>Selisih kekuatan – kelemahan</b>		<b>1</b>	<b>1,3</b>
<b>Peluang:</b>			
a. Adanya permintaan pasar yang baik	3	0,2	0,6
b. Memiliki prospek untuk dikembangkan	4	0,15	0,6
c. Menciptakan lapangan pekerjaan	4	0,2	0,8
<b>Total skor peluang</b>	<b>11</b>	<b>0,55</b>	<b>2</b>
<b>Ancaman:</b>			
a. Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	3	0,1	0,3
b. Suatu saat bahan baku sulit didapat	2	0,2	0,4
c. Sulit mengetahui kriteria konsumen	4	0,15	0,6
<b>Total skor ancaman</b>	<b>9</b>	<b>0,45</b>	<b>1,3</b>
<b>Selisih peluang – ancaman</b>			<b>0,7</b>

Sumber: Data primer diolah 2018

Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing-masing faktor internal dan eksternal kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi.

Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batu Bara. Berdasarkan tabel maka di peroleh nilai  $X > 0$  yaitu 0,7 dan nilai  $Y > 0$  yaitu 1,3. Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada *Koordinat Cartesius* berikut ini :



**Gambar 3. Matriks Posisi SWOT**

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha keripik pisang gosong di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar adalah untuk internal, bernilai 1,3 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal, bernilai, 0,7 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar daripada ancaman.

Hasil ini menunjukkan bagaimana usaha keripik pisang gosong ini berada pada daerah I (*Strategi Agresif*). Situasi pada daerah I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga

dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Strategi agresif ini lebih fokus kepada SO (*Strenght – Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

### **Tahap Analisis Data**

**Tabel 16 Matriks SWOT**

<b>INTERNAL</b>	<b>STRENGTHS (S)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau</li> <li>2. Memiliki ciri khas dengan rasa manis alami</li> <li>3. Pelanggan setia</li> <li>4. Tenaga kerja mudah diperoleh</li> </ol>	<b>WEAKNESSES (W)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan keripik yang kurang menarik</li> <li>2. Alat pengolahan yang belum maksimal</li> <li>3. Promosi yang dilakukan belum maksimal</li> <li>4. Variasi produk tidak ada</li> </ol>
<b>EKSTERNAL</b>	<b>OPPORTUNITIES (O)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya permintaan pasar yang baik</li> <li>2. Memiliki prospek untuk dikembangkan</li> <li>3. Menciptakan lapangan pekerjaan</li> </ol>	<b>STRATEGI SO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang terjangkau untuk memperluas perkembangan usaha (S1 dan O1)</li> <li>2. Produk memiliki rasa manis yang alami sehingga memiliki prospek untuk dikembangkan (S2 dan O2)</li> <li>3. Pelanggan setia dan tenaga kerja yang mudah di peroleh menciptakan peluang untuk lapangan pekerjaan (S3,4, dan O3).</li> </ol>
	<b>THREATS (T)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya pesaing yang memproduksi keripik dengan cita rasa lain</li> <li>2. Suatu saat bahan</li> </ol>	<b>STRATEGI WO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengoptimalan tampilan keripik untuk mengembangkan prospek keripik pisang gosong(W1 dan O2).</li> <li>2. Pengoptimalan alat pengolahan dan promosi untuk menciptakan lapangan pekerjaan (W2, 3 dan O3).</li> <li>3. Menciptakan variasi produk untuk memenuhi permintaan pasar (W4, dan O1)</li> </ol>
		<b>STRATEGI ST</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan harga yang terjangkau dan memiliki pelanggan yang setia untuk menghindari kurangnya bahan baku (S1, 3 dan T2).</li> </ol>
		<b>STRATEGI WT</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengoptimalan tampilan keripik dan alat pengolahan untuk memenuhi kebutuhan pasar (W1, 2 dan T1).</li> <li>2. Melakukan promosi</li> </ol>

<p>baku sulit didapat</p> <p>3. Sulit mengetahui kriteria konsumen</p>	<p>2. Menjaga ciri khas rasa produk agar berbeda dari pesaing yang ada (S2, dan T1).</p> <p>3. Pengoptimalan tenaga kerja untuk mengetahui kriteria konsumen (S4, dan T3).</p> <p>4. Memahami kriteria konsumen agar mendapatkan pelanggan atau konsumen yang setia (S3, dan T3)</p>	<p>yang gencar untuk meningkatkan produksi dan menciptakan lapangan pekerjaan (W3, dan T3)</p> <p>3. Menciptakan variasi produk untuk mengembangkan prospek keripik pisang gosong (W4 dan T2)</p>
--	--	---

### **Tahap Pengambilan Keputusan**

**Tahap terakhir** yaitu tahap “pengambilan keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matrik SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong di daerah penelitian. Adapun strategi yang dimaksud adalah:

### **Strategi SO**

1. Harga keripik pisang gosong yang terjangkau dan pelanggan yang setia untuk meningkatkan permintaan pasar (S1,3 dan O1).
  - a. Strategi (meningkatkan jumlah produksi serta menjaga kualitas keripik pisang gosong agar keinginan konsumen terpenuhi dan meningkatkan penjualan).
2. Keripik pisang gosong memiliki ciri khas rasa manis yang alami untuk meningkatkan prospek pengembangan usaha keripik pisang gosong (S2 dan O2).
  - a. Strategi (Menciptakan variasi rasa dari keripik pisang gosong seperti rasa balado, dan barbeque, dan original serta pengoptimalan kemasan dengan membuat merk pruduk, usia produksi, label halal dan brand keripik pisang

gosong agar penjualan keripik pisang gosong dapat masuk ke pasar-pasar modern untuk memperluas perkembangan usaha).

3. Tenaga kerja yang mudah diperoleh dapat menciptakan peluang lapangan pekerjaan (S4 dan O3)
  - a. Strategi (Meningkatkan jumlah tenaga kerja dalam proses produksi untuk meningkatkan kuantitas produksi dan menciptakan inovasi keripik pisang gosong dan dalam usaha ini sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan terhadap masyarakat setempat).

### **Strategi WO**

- 1) Pengoptimalan tampilan keripik untuk meningkatkan prospek penjualan keripik pisang gosong (W1 dan O2).
  - a. Strategi (menciptakan tampilan keripik pisang gosong yang lebih bagus dengan cara membuat variasi ukuran kemasan, dan dikemas dalam kemasan yang tertera merk produk, usia produksi, brand produk, dan label halal agar penjualan keripik pisang gosong meningkat).
- 2) Pengoptimalan alat pengolahan dan promosi untuk menciptakan lapangan pekerjaan (W2, 3 dan O3).
  - b. Strategi (memanfaatkan peran pemerintah setempat untuk mendapatkan alat pengolahan keripik pisang gosong yang lebih modern untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas keripik pisang gosong dan melakukan promosi dengan berbagai media, seperti media sosial yang paling mudah diakses dan sampai ke konsumen, sehingga dapat meningkatkan produksi dan menciptakan tenaga kerja yang lebih banyak).
- 3). Menciptakan variasi produk untuk memenuhi permintaan pasar (W4 dan O1).

- c. Strategi (meningkatkan produksi keripik pisang gosong dengan berbagai variasi rasa (balado, barbeque, dan original) dan ukuran kemasan yang berbeda untuk memperluas pangsa pasar dan memenuhi permintaan konsumen).

### **Strategi ST**

1. Harga yang terjangkau dan memiliki pelanggan yang setia untuk pengoptimalan bahan baku (S1, 3 dan T2).
  - a. Strategi (meningkatkan produksi keripik pisang gosong dengan berbagai variasi rasa (balado, barbeque dan original) agar dapat menggunakan jenis pisang lain dan variasi ukuran serta melayani pelanggan atau konsumen dengan baik).
2. Menjaga ciri khas rasa produk agar berbeda dari pesaing yang ada (S2 dan T1).
  - a. Strategi (pengoptimalan kualitas bahan baku yang digunakan dan menciptakan merk serta brand produk keripik pisang gosong yang tidak dimiliki oleh pesaing lain sehingga produksi tetap berjalan dengan baik ).
3. Tenaga kerja yang mudah diperoleh untuk mengetahui kriteria konsumen (S4, dan T3).
  - a. Strategi (meningkatkan kualitas SDM agar terciptanya inovasi produk keripik pisang gosong dan melakukan promosi dengan beberapa media (sosial, cetak) serta menciptakan kualitas keripik pisang gosong dengan beberapa variasi rasa, agar keinginan konsumen dapat diketahui oleh pelaku usaha).

### **Strategi WT**

1. Pengoptimalan tampilan keripik dan alat pengolahan untuk tetap bersaing dengan pengusaha lain (W1, 2 dan T1).
  - a. Strategi (menciptakan produk keripik pisang dengan kemasan yang telah tertera merk produk, usia produksi, label halal dan brand produk serta mencantumkan harga produk dan menciptakan bentuk dan ukuran keripik yang seragam dengan menggunakan alat pengolahan yang lebih modern agar usaha ini tetap berjalan meskipun terdapat banyak pesaing).
2. Melakukan promosi yang gencar untuk mengetahui kriteria konsumen (W3, dan T3).
  - a. Strategi (meningkatkan produksi dengan berbagai variasi (balado, barbeque, dan original), melakukan promosi dengan media sosial seperti instagram, facebook dan media lainnya untuk mengetahui keinginan dari konsumen).
3. Menciptakan variasi produk untuk mengantisipasi kurangnya bahan baku (W4, T2).
  - a. Strategi (menciptakan variasi produk keripik pisang gosong (balado, barbeque, dan original) dengan menggunakan jenis pisang lain untuk mengantisipasi kurangnya bahan baku).

#### Strategi pengembangan usaha keripik pisang gosong

Mendirikan suatu usaha baik usaha kecil maupun besar, harus membuat perencanaan langkah awal, yaitu “strategi”. Strategi sangat di butuhkan karena mampu menghasilkan hasil yang positif dari apa yang telah direncanakan walaupun hasil yang di dapat tidak begitu besar, serta dukungan dari kreatifitas para pelaku bisnis yaitu mampu memanfaatkan SDA dan penggunaan tidak

berlebihan dan juga pemerintah yang meminimalkan sistem birokrasi dalam mendirikan suatu usaha (berbisnis).

Dalam menentukan “strategi pengembangan” suatu usaha atau perusahaan dapat dilakukan dengan cara yang telah dibahas pada halaman sebelumnya yaitu dengan menggunakan “Analisis SWOT” tetapi analisis SWOT kurang sempurna apabila tidak di dukung oleh beberapa teori yang ada pada “strategi bisnis”.

Terdapat tiga macam strategi bisnis yang mampu menunjukkan usaha (perusahaan) :

1. Strategi yang pertama adalah pilihan strategi yang berorientasi pada *product leadership* (keunggulan produk), dimana lebih mengutamakan kualitas produk, keuntungan, pemeliharaan, dan harga produk itu sendiri.
2. Strategi yang kedua adalah pilihan yang berorientasi pada *operational excellence* (keunggulan operasional), dimana satu usaha yang membangun proses bisnis yang super efisien. Harapannya, dengan efisiensi proses ini, mereka mampu menekan ongkos produksi, dan ujung-ujungnya bakal mampu menjual produknya dengan harga yang lebih kompetitif.
3. Strategi yang ketiga adalah strategi yang mengacu pada *customer intimacy* (keintiman dengan pelanggan). Dalam katagori ini, yang paling utama adalah membangun hubungan yang intim dengan para pelanggannya, dengan harapan akan terciptanya relasi yang langgeng dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Dalam usaha keripik pisang gosong produksi rata rata 24,67 Kg, dengan harga Rp 30.000/kg, mendapat penerimaan sebesar Rp 740.000 dengan rata rata biaya produksi sebesar Rp 495.096,9 dan dapat dihitung pendapatannya sebesar Rp. 244.903,1 untuk 1 kali produksi.
2. Didaerah penelitian usaha keripik pisang gosong mendapat R/C sebesar 1,49 sehingga  $R/C 1,49 > 1$  dan B/C sebesar 0,49 sehingga  $B/C 0,49 < 1$  maka usaha keripik pisang gosong di daerah penelitian tidak layak untuk diusahakan.
3. Strategi pengembangan yang harus dilakukan usaha keripik pisang gosong adalah strategi SO (*Strength - Opportunities*), yaitu meningkatkan jumlah produksi serta menjaga kualitas keripik pisang gosong agar keinginan konsumen terpenuhi dan meningkatkan penjualan (S1,3 dan O1). Menciptakan variasi rasa dari keripik pisang gosong seperti rasa balado, dan barbeque, dan original serta pengoptimalan kemasan dengan membuat merk pruduk, usia produksi, label halal dan brand keripik pisang gosong agar penjualan keripik pisang gosong dapat masuk ke pasar-pasar modern untuk memperluas perkembangan usaha (S2, dan O2). Meningkatkan jumlah tenaga kerja dalam proses produksi untuk meningkatkan kuantitas produksi dan menciptakan inovasi keripik pisang gosong dan dalam usaha ini sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan terhadap masyarakat setempat (S4 dan O3).

**Saran**

1. Kepada pengelola usaha keripik pisang gosong agar tetap memproduksi keripik pisang gosong dengan menciptakan produk yang lebih menarik dengan kemasan yang lebih baik dan membuat merk produk serta umur produksi keripik pisang gosong agar harga produk lebih tinggi dan dapat dilakukan promosi serta pemasaran yang lebih luas lagi.
2. Kepada pemerintah agar memberikan bantuan berupa permodalan kepada pelaku usaha keripik pisang gosong agar dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih besar lagi dengan bantuan teknologi dan beberapa teknik pengolahan keripik pisang gosong agar keripik tidak meresap minyak ketika proses penggorengan, salah satunya menggunakan teknologi alat pengolahan keripik pisang gosong, dan dapat mempermudah promosi produk keripik pisang gosong di daerah penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bayu Purnomo Aji, 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang. Jurnal-ISSN 2302-1713.
- BPS, 2016. *Industri Pengolahan*. Badan Pusat Statistik. Sumatera Utara. pdf.
- Kartasapoetra, G. 1988. *Teknologi Budidaya Tanaman Pangan di Daerah Tropik*. Bina Aksara. Jakarta.
- Mas'ud, 2010. <http://lecture.ub.ac.id> > file > 2010/03. Diakses pada Tanggal 17 November 2017.
- Nurmagribah Mira (2006). *Strategi Pengembangan Usaha Diana Bakery*. Skripsi. IPB.
- Onasis Faisal Siregar (2010). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Kondang Jaya*. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Prabawati, 2008. *Teknologi Pasca Panen dan Teknik Pengolahan Buah Pisang*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pasca Panen Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Rangkuti, 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyanti, 2013. [http://riyanti.lecture.ub.ac.id/files/2013/02/MA\\_1\\_Sistem-Agribisnis](http://riyanti.lecture.ub.ac.id/files/2013/02/MA_1_Sistem-Agribisnis). Diakses pada Tanggal 06 Desember 2017.
- Satuhu, S dan Ahmad, S. 1993. *Pisang Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar*. Penebara Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi, 2001. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- , 2006. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung.
- Sukirno, 2006. *Teori Pengantar Ekonomi Makro*. PT Rajawali Grafindo Persada. Jakarta.
- Suratiyah, K. 2015. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Uki, 2012. <Http://eprints.uny.ac.id>. Pdf. Diakses pada Tanggal 21 Oktober 2017.

Weygandt, 2005. *Accounting Principles*. Salemba Empat. Jakarta.

Widi Tri Harti, 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Cabe*. Skripsi. Agribisnis. UMSU.

**Lampiran 1 Karakteristik Sampel**

No. sampel	Nama Sampel	Produksi (Kg)	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Tanggungan
1	Lili Indarti	25	42	Perempuan	SD	3	3
2	Marsi	30	63	Perempuan	SD	2	1
3	Jumiatik	30	57	Perempuan	SD	3	2
4	Anik Aseng	20	47	Perempuan	SD	2	1
5	Tika	30	33	Perempuan	SMA	4	2
6	Ineng	20	50	Perempuan	SD	2	-
7	Anik	30	55	Perempuan	SD	5	1
8	Rika	20	49	Perempuan	SMP	2	1
9	Lis Utami	25	47	Perempuan	SD	3	2
10	Rama Sari	20	33	Perempuan	SMA	2	2
11	Nuriatik	20	47	Perempuan	SMA	2	2
12	Wono	30	60	Laki-laki	SD	4	-
13	Mahmud	30	55	Laki-laki	STM	5	1
14	Nur Poniman	20	42	Laki-laki	SMP	2	2
15	Titin	20	50	Perempuan	SD	2	2
<b>Jumlah</b>		<b>370</b>	<b>730</b>	-	-	<b>43</b>	<b>22</b>
<b>Rataan</b>		<b>24,67</b>	<b>46,6</b>	-	-	<b>2,8</b>	<b>1,4</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

**Biaya ada 2 tahap yaitu :** Tahap 1 (biaya penggunaan bahan baku)

Tahap 2 (biaya penggunaan alat)

**Lampiran 2 Biaya Penggunaan Pisang Awak (Tahap 1)**

<b>Penggunaan Pisang Awak</b>			
<b>No Sampel</b>	<b>Jumlah (Sisir)</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Total (Rp)</b>
1	115	2.000	230.000
2	141	2.000	282.000
3	135	2.000	270.000
4	84	2.000	168.000
5	132	2.000	264.000
6	92	2.000	184.000
7	129	2.000	258.000
8	92	2.000	184.000
9	105	2.000	210.000
10	92	2.000	184.000
11	84	2.000	168.000
12	138	2.000	276.000
13	135	2.000	270.000
14	86	2.000	172.000
15	94	2.000	188.000
<b>Jumlah</b>	1.654	<b>30.000</b>	3.308.000
<b>Rata-rata</b>	110.26	<b>2.000</b>	220.533.3

*Sumber : Data primer diolah 2018.*

**Lampiran 3 Biaya Minyak Goreng (Tahap 1)**

No Sampel	Penggunaan Minyak Goreng		
	Jumlah (Kg)	Harga (Rp)	Total
1	16.25	10.500	170.625
2	19.5	10.500	204.750
3	19.5	10.500	204.750
4	12	10.500	126.000
5	18	10.500	189.000
6	12	10.500	126.000
7	18	10.500	189.000
8	12	10.500	126.000
9	16.25	10.500	170.625
10	12	10.500	126.000
11	12	10.500	126.000
12	19.5	10.500	204.750
13	18	10.500	189.000
14	12	10.500	126.000
15	12	10.500	126.000
<b>Jumlah</b>	229	<b>157.500</b>	2.404.500
<b>Rata-rata</b>	15.26	<b>10.500</b>	160.300

Sumber : Data primer diolah 2018.

**Lampiran 4 Biaya Sarung Tangan (Tahap 1)**

<b>Penggunaan Sarung Tangan</b>			
<b>No Sampel</b>	<b>Jumlah (pasang)</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Total</b>
1	1	1.500	1.500
2	1	1.500	1.500
3	1	1.500	1.500
4	-	-	-
5	-	-	-
6	1	1.500	1.500
7	-	-	-
8	-	-	-
9	1	1.500	1.500
10	-	-	-
11	-	-	-
12	-	-	-
13	-	-	-
14	-	-	-
15	-	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>5</b>	<b>7.500</b>	<b>7.500</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>

*Sumber : Data primer diolah 2018.*

**Lampiran 5 Biaya Plastik Kaca (Tahap 1)**

<b>Penggunaan Plastik Kaca</b>			
<b>No Sampel</b>	<b>Jumlah (ons)</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Total</b>
1	5	3.000	15.000
2	6	3.000	18.000
3	6	3.000	18.000
4	4	3.000	12.000
5	6	3.000	18.000
6	4	3.000	12.000
7	6	3.000	18.000
8	4	3.000	12.000
9	5	3.000	15.000
10	4	3.000	12.000
11	4	3.000	12.000
12	6	3.000	18.000
13	6	3.000	18.000
14	4	3.000	12.000
15	4	3.000	12.000
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>45.000</b>	<b>222.000</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>4.93333333</b>	<b>3.000</b>	<b>14.800</b>

*Sumber : Data primer diolah 2018.*

**Lampiran 6 Penggunaan Gas dan Kayu Bakar**

No Sampel	Jenis Bahan Bakar					
	Gas			Kayu Bakar		
	Jumlah (Tabung)	Harga (Rp)	Total	Jumlah (Tumpuk)	Harga (Rp)	Total
1	-	-	-	2	12.500	25.000
2	-	-	-	2,5	12.500	31.250
3	-	-	-	2,5	12.500	31.250
4	2,5	19.000	47.500	-	-	-
5	3,5	19.000	66.500	-	-	-
6	-	-	-	1,5	12.500	18.750
7	3,5	19.000	66.500	-	-	-
8	2,5	19.000	47.500	-	-	-
9	-	-	-	2	12.500	25.000
10	2,5	19.000	47.500	-	-	-
11	2,5	19.000	47.500	-	-	-
12	-	-	-	2,5	12.500	31.250
13	3,5	19.000	66.500	-	-	-
14	2,5	19.000	47.500	-	-	-
15	2,5	19.000	47.500	-	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>25.5</b>	<b>171.000</b>	<b>484.500</b>	<b>13</b>	<b>75.000</b>	<b>162.500</b>
<b>Rataan</b>	<b>2.8</b>	<b>19.000</b>	<b>53.833.33</b>	<b>2.166667</b>	<b>12.500</b>	<b>27.083.33</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

**Lampiran 7 Biaya Penggunaan Alat Kualii (Tahap 2)**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Nilai Sisa (5 %)	Penyusutan	
						Per hari	per bulan
1	2	800.000	1.600.000	10	80.000	416,43	12.492
2	2	800.000	1.600.000	10	80.000	416,43	12.492
3	1	800.000	800.000	10	40.000	208,21	6.246
4	1	150.000	150.000	5	7.500	78,08	2.342
5	2	800.000	1.600.000	10	80.000	416,43	12.492
6	1	800.000	800.000	10	40.000	208,21	6.246
7	2	800.000	1.600.000	10	80.000	416,43	12.492
8	1	150.000	150.000	5	7.500	78,08	2.342
9	1	800.000	800.000	10	40.000	208,21	6.246
10	1	800.000	800.000	10	40.000	208,21	6.246
11	1	150.000	150.000	5	7.500	78,08	2.342
12	2	800.000	1.600.000	10	80.000	416,43	12.492
13	2	800.000	1.600.000	10	80.000	416,43	12.492
14	1	150.000	150.000	5	7.500	78,08	2.342
15	1	150.000	150.000	5	7.500	78,08	2.342
<b>Jumlah</b>	<b>21</b>	<b>3.550</b>	<b>13.550.000</b>	<b>125</b>	<b>2.117.500</b>	<b>3.721,82</b>	<b>111,646</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1.4</b>	<b>236.6667</b>	<b>903.333,3</b>	<b>8,3</b>	<b>141.166</b>	<b>248,1213</b>	<b>7,443067</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2018.

**Lampiran 8 Biaya Penyusutan Tungku (Tahap 2)**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Nilai Sisa (5 %)	Penyusutan	
						Per hari	per bulan
1	2	100.000	200.000	5	-	109,59	3.287,7
2	2	100.000	200.000	5	-	109,59	3.287,7
3	1	100.000	100.000	5	-	54,79	1.643,7
4	1	350.000	350.000	5	17.500	182,19	5.465,7
5	2	350.000	700.000	5	35.000	364,38	10.931,4
6	1	100.000	100.000	5	-	54,79	1.643,7
7	2	350.000	700.000	5	35.000	364,38	10.931,4
8	1	350.000	350.000	5	17.500	182,19	5.465,7
9	1	100.000	100.000	5	-	54,79	1.643,7
10	1	350.000	350.000	5	17.500	182,19	5.465,7
11	1	350.000	350.000	5	17.500	182,19	5.465,7
12	2	100.000	200.000	5	-	109,59	11.506,8
13	2	350.000	700.000	5	35.000	364,38	10.931,4
14	1	350.000	350.000	5	17.500	182,19	5.465,7
15	1	350.000	350.000	5	17.500	182,19	5.465,7
<b>Jumlah</b>	<b>21</b>	<b>3.880.000</b>	<b>5.100.000</b>	<b>75</b>	<b>210.000</b>	<b>2.698,6</b>	<b>80.382,6</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1,4</b>	<b>236.666,6</b>	<b>323.333,3</b>	<b>5</b>	<b>23.333</b>	<b>179,90</b>	<b>5.358,84</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2018.

**Lampiran 9 Biaya Penyusutan Timbangan (Tahap 2)**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Nilai Sisa (5 %)	Penyusutan	
						Per hari	per bulan
1	1	75.000	75.000	10	3.750	19,52	585,6
2	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
3	1	75.000	75.000	10	3.750	19,52	585,6
4	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
5	1	75.000	75.000	10	3.750	19,52	585,6
6	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
7	1	75.000	75.000	10	3.750	19,52	585,6
8	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
9	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
10	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
11	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
12	1	75.000	75.000	10	3.750	19,52	585,6
13	1	75.000	75.000	10	3.750	19,52	585,6
14	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
15	1	80.000	80.000	10	4.000	20,82	624,6
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>1.170.000</b>	<b>1.170.000</b>	<b>150</b>	<b>60.000</b>	<b>304,5</b>	<b>9.135</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>78.000</b>	<b>78.000</b>	<b>10</b>	<b>4.000</b>	<b>20,3</b>	<b>609</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2018.

**Lampiran 10 Biaya Penyusutan Klip Plastik**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Nilai Sisa (5 %)	Penyusutan	
						Per hari	per bulan
1	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
2	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
3	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
4	1	235.000	235.000	3	11.750	203,88	6116,4
5	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
6	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
7	1	220.000	220.000	3	11.000	190,86	5725,8
8	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
9	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
10	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
11	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
12	1	235.000	235.000	3	11.750	203,88	6116,4
13	1	220.000	220.000	3	12.500	216,89	6506,7
14	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
15	1	250.000	250.000	3	12.500	216,89	6506,7
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>3.660.000</b>	<b>3.660.000</b>	<b>45</b>	<b>184.500</b>	<b>3201.3</b>	<b>96.039</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>244.000</b>	<b>244.000</b>	<b>3</b>	<b>12.300</b>	<b>213.42</b>	<b>6402,6</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

**Lampiran 11 Biaya Penyusutan Sutil**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	per bulan
1	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
2	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
3	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
4	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
5	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
6	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
7	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
8	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
9	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
10	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
11	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
12	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
13	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
14	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
15	1	25.000	25.000	10	6,84	205,47
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>375.000</b>	<b>375.000</b>	<b>150</b>	<b>102,6</b>	<b>3.082,05</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>25.000</b>	<b>25.000</b>	<b>10</b>	<b>6,84</b>	<b>205,47</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

**Lampiran 12 Biaya Penyusutan Erok Besar**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	per bulan
1	1	30.000	30.000	2	41,09	1232,87
2	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
3	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
4	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
5	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
6	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
7	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
8	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
9	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
10	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
11	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
12	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
13	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
14	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
15	1	30.000	30.000	2	41,09	1.232,87
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>450.000</b>	<b>450.000</b>	<b>30</b>	<b>616,35</b>	<b>18.493,05</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>2</b>	<b>41,09</b>	<b>1.232,87</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 13 Biaya Penyusutan Erok Kecil**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	per bulan
1	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
2	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
3	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
4	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
5	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
6	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
7	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
8	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
9	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
10	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
11	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
12	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
13	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
14	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
15	1	15.000	15.000	1	41,09	1.232,87
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>225.000</b>	<b>225.000</b>	<b>15</b>	<b>616,35</b>	<b>18.493,05</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>15.000</b>	<b>15.000</b>	<b>1</b>	<b>41,09</b>	<b>1.232,87</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 14 Biaya Penyusutan Parutan**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	per bulan
1	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
2	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
3	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
4	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
5	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
6	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
7	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
8	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
9	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
10	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
11	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
12	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
13	1	50.000	50.000	7	19,56	587,08
14	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
15	1	25.000	25.000	5	13,69	410,95
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>575.000</b>	<b>575.000</b>	<b>91</b>	<b>252.31</b>	<b>7.573,29</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>38.333,3</b>	<b>38.333,3</b>	<b>6</b>	<b>16.82067</b>	<b>504,886</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 15 Biaya Penyusutan Baskom Besar**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	Per bulan
1	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
2	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
3	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
4	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
5	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
6	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
7	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
8	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
9	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
10	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
11	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
12	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
13	2	30.000	60.000	5	32,87	986,30
14	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
15	1	30.000	30.000	5	16,43	493,15
<b>Jumlah</b>	<b>22</b>	<b>450.000</b>	<b>660.000</b>	<b>75</b>	<b>361,53</b>	<b>10.849,3</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1,4</b>	<b>30.000</b>	<b>44.000</b>	<b>5</b>	<b>24,102</b>	<b>723,2867</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 16 Biaya Penyusutan Baskom Kecil**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	per bulan
1	3	8.000	24.000	1	65,75	1.972,60
2	3	8.000	24.000	1	65,75	1.972,60
3	4	8.000	32.000	1	87,67	2.630,13
4	2	8.000	16.000	1	43,83	1.315,06
5	4	8.000	32.000	1	87,67	2.630,13
6	3	8.000	24.000	1	65,75	1.972,60
7	4	8.000	32.000	1	87,67	2.630,13
8	2	8.000	16.000	1	43,83	1.315,06
9	4	8.000	32.000	1	87,67	2.630,13
10	2	8.000	16.000	1	43,83	1.315,06
11	2	8.000	16.000	1	43,83	1.315,06
12	3	8.000	24.000	1	65,75	1.972,60
13	4	8.000	32.000	1	87,67	2.630,13
14	2	8.000	16.000	1	43,83	1.315,06
15	2	8.000	16.000	1	43,83	1.315,06
<b>Jumlah</b>	<b>44</b>	<b>120.000</b>	<b>352.000</b>	<b>15</b>	<b>964,33</b>	<b>28.931,41</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>2,9</b>	<b>8.000</b>	<b>23.466,6</b>	<b>1</b>	<b>64,28867</b>	<b>1.928,761</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

## Lampiran 17 Biaya Penyusutan Irek

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	Per bulan
1	2	30.000	60.000	2	82,19	2.465,75
2	2	30.000	60.000	2	82,19	2.465,75
3	2	30.000	60.000	2	82,19	2.465,75
4	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
5	2	30.000	60.000	2	82,19	2.465,75
6	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
7	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
8	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
9	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
10	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
11	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
12	2	30.000	60.000	2	82,19	2.465,75
13	2	30.000	60.000	2	82,19	2.465,75
14	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
15	1	30.000	30.000	2	43,83	1.315,06
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>450.000</b>	<b>450.000</b>	<b>30</b>	<b>887,61</b>	<b>26.630,04</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>2</b>	<b>59,174</b>	<b>1.775,336</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 18 Biaya Penyusutan Tong Plastik**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	Per bulan
1	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
2	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
3	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
4	1	40.000	40.000	5	21,91	657,53
5	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
6	1	40.000	40.000	5	21,91	657,53
7	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
8	1	40.000	40.000	5	21,91	657,53
9	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
10	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
11	1	40.000	40.000	5	21,91	657,53
12	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
13	1	60.000	60.000	5	32,87	986,30
14	1	40.000	40.000	5	21,91	657,53
15	1	40.000	40.000	5	21,91	657,53
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>780.000</b>	<b>780.000</b>	<b>75</b>	<b>427,29</b>	<b>12.821,88</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>52.000</b>	<b>52.000</b>	<b>5</b>	<b>28,486</b>	<b>854,792</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 19 Biaya Penyusutan Pisau**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	Per bulan
1	1	15.000	15.000	10	4,10	123
2	1	12.000	12.000	10	3,28	98.4
3	1	12.000	12.000	10	3,28	98.4
4	1	15.000	15.000	10	4,10	123
5	1	15.000	15.000	10	4,10	123
6	1	10.000	10.000	10	2,73	81.9
7	1	15.000	15.000	10	4,10	123
8	1	15.000	15.000	10	4,10	123
9	1	10.000	10.000	10	2,73	81.9
10	1	15.000	15.000	10	4,10	123
11	1	15.000	15.000	10	4,10	123
12	1	12.000	12.000	10	3,28	98.4
13	1	10.000	10.000	10	2,73	81.9
14	1	15.000	15.000	10	4,10	123
15	1	15.000	15.000	10	4,10	123
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>201.000</b>	<b>201.000</b>	<b>150</b>	<b>54,93</b>	<b>1647.9</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>13.400</b>	<b>13.400</b>	<b>10</b>	<b>3,662</b>	<b>109.86</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 20 Biaya Penyusutan Talam**

No Sampel	Unit	harga @	total harga	umur ekonomis (tahun)	Penyusutan	
					Per hari	per bulan
1	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
2	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
3	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
4	1	30.000	30.000	7	11,74	352,2
5	1	30.000	30.000	7	11,74	352,2
6	1	30.000	30.000	7	11,74	352,2
7	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
8	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
9	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
10	1	30.000	30.000	7	11,74	352,2
11	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
12	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
13	1	30.000	30.000	7	11,74	352,2
14	1	25.000	25.000	5	13,69	410,7
15	1	30.000	30.000	7	11,74	352,2
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>405.000</b>	<b>405.000</b>	<b>87</b>	<b>193,65</b>	<b>3907,62</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1</b>	<b>27.000</b>	<b>27.000</b>	<b>5,8</b>	<b>12,91</b>	<b>260,50</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

**Lampiran 21 Biaya Tenaga Kerja**

No Sampel	Penggunaan tenaga kerja (Rp)						Total
	Mengupas dan Memarut	Jumlah T.K	Menggoreng	Jumlah T.K	Mengemas	Jumlah T.K	
1	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
2	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
3	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
4	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
5	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
6	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
7	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
8	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
9	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
10	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
11	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
12	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
13	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
14	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
15	20.000	1	20.000	1	10.000	1	50.000
<b>Jumlah</b>	<b>300.000</b>	<b>15</b>	<b>300.000</b>	<b>15</b>	<b>150.000</b>	<b>15</b>	<b>750.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>20.000</b>	<b>1</b>	<b>20.000</b>	<b>1</b>	<b>10.000</b>	<b>1</b>	<b>50.000</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

## Lampiran 22 Biaya Bahan Baku

No Sampel	Jenis biaya Bahan baku							Total
	Pisang Awak	Minyak Goreng	Gas	Kayu bakar	Plastik kaca	Sarung Tangan	Tenaga kerja	
1	230.000	170.625	-	25.000	15.000	1500	50.000	492.125
2	282.000	204.750	-	31.250	18.000	1500	50.000	587.500
3	270.000	204.750	-	31.250	18.000	1500	50.000	575.500
4	168.000	126.000	47.500	-	12.000	-	50.000	403.500
5	264.000	189.000	66.500	-	18.000	-	50.000	587.500
6	184.000	126.000	-	18.750	12.000	1500	50.000	392.250
7	258.000	189.000	66.500	-	18.000	-	50.000	581.500
8	184.000	126.000	47.500	-	12.000	-	50.000	419.500
9	210.000	170.625	-	25.000	15.000	1500	50.000	472.125
10	184.000	126.000	47.500	-	12.000	-	50.000	419.500
11	168.000	126.000	47.500	-	12.000	-	50.000	403.500
12	276.000	204.500	-	31.250	18.000	-	50.000	579.750
13	270.000	189.000	66.500	-	18.000	-	50.000	593.500
14	172.000	126.000	47.500	-	12.000	-	50.000	407.500
15	188.000	126.000	47.500	-	12.000	-	50.000	423.500
<b>Jumlah</b>	<b>3.308.000</b>	<b>2.404.500</b>	<b>484.500</b>	<b>162.500</b>	<b>222.000</b>	<b>7.500</b>	<b>750.000</b>	<b>7.338.750</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>220.533.3</b>	<b>160.300</b>	<b>53.833.33</b>	<b>27.083,33</b>	<b>14.800</b>	<b>1.500</b>	<b>50.000</b>	<b>489.250</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

**Lampiran 23 Biaya penyusutan peralatan**

No Sampel	Jenis biaya							
	Biaya Penyusutan Peralatan							
	Kuali	Tungku	Timbangn	Klip plastik	Sutil	Erok besar	Erok kecil	Parutan
1	416.43	109,59	19,52	216,89	6,84	41,09	41,09	19,56
2	416.43	109,59	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	13,69
3	208.21	54,79	19,52	216,89	6,84	41,09	41,09	19,56
4	78.08	182,19	20,82	203,88	6,84	41,09	41,09	13,69
5	416.43	364,38	19,52	216,89	6,84	41,09	41,09	19,56
6	208.21	54,79	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	19,56
7	416.43	364,38	19,52	190,86	6,84	41,09	41,09	19,56
8	78.08	182,19	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	13,69
9	208.21	54,79	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	19,56
10	208.21	182,19	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	13,69
11	78.08	182,19	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	13,69
12	416.43	109,59	19,52	203,88	6,84	41,09	41,09	19,56
13	416.43	364,38	19,52	216,89	6,84	41,09	41,09	19,56
14	78.08	182,19	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	13,69
15	78.08	182,19	20,82	216,89	6,84	41,09	41,09	13,69
<b>Jumlah</b>	<b>3.721.82</b>	<b>2.698,6</b>	<b>304.5</b>	<b>3201.3</b>	<b>102,6</b>	<b>616,35</b>	<b>616,35</b>	<b>252,31</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>248.1213</b>	<b>179,90</b>	<b>20,3</b>	<b>213.42</b>	<b>6,84</b>	<b>41,09</b>	<b>41,09</b>	<b>16,82067</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

No Sampel	Jenis biaya						
	Biaya Penyusutan Peralatan						
	Baskom besar	Baskom kecil	Irek	Pisau	Tong plastik	Talam	Total
1	32,87	65,75	82,19	4,10	32,87	13,69	1.102,48
2	32,87	65,75	82,19	3,28	32,87	13,69	1.097,09
3	32,87	87,67	82,19	3,28	32,87	13,69	860,56
4	16,43	43,83	43,83	4,10	21,91	11,74	729,52
5	32,87	87,67	82,19	4,10	32,87	11,74	1.377,24
6	16,43	65,75	43,83	2,73	21,91	11,74	771,68
7	32,87	87,67	43,83	4,10	32,87	13,69	1.123,94
8	16,43	43,83	43,83	4,10	21,91	13,69	744,48
9	16,43	87,67	43,83	2,73	32,87	13,69	806,51
10	16,43	43,83	43,83	4,10	32,87	11,74	883,62
11	16,43	43,83	43,83	4,10	21,91	13,69	744,48
12	32,87	65,75	82,19	3,28	32,87	13,69	1.088,65
13	32,87	87,67	82,19	2,73	32,87	11,74	1.375,87
14	16,43	43,83	43,83	4,10	21,91	13,69	744,48
15	16,43	43,83	43,83	4,10	21,91	11,74	742,53
<b>Jumlah</b>	<b>361,53</b>	<b>964,33</b>	<b>887,61</b>	<b>54,93</b>	<b>427,29</b>	<b>193,65</b>	<b>14.193,13</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>24,102</b>	<b>64,28867</b>	<b>59,174</b>	<b>3,662</b>	<b>28,486</b>	<b>12,91</b>	<b>946</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

**Lampiran 24 Total Biaya Bahan Baku Dan Biaya Peralatan**

<b>No sampel</b>	<b>Biaya Tetap</b>	<b>Biaya Variabel</b>	<b>Total</b>
1	1.102,48	492.125	493.227,5
2	1.097,09	587.500	588.597,1
3	860,56	575.500	576.360,6
4	729,52	403.500	404.229,5
5	1.377,24	587.500	588.877,2
6	771,68	392.250	393.021,7
7	1.123,94	581.500	582.623,9
8	744,48	419.500	420.244,5
9	806,51	472.125	472.931,5
10	883,62	419.500	420.383,6
11	744,48	403.500	404.244,5
12	1.088,65	579.750	580.838,7
13	1.375,87	593.500	594.875,9
14	744,48	407.500	408.244,5
15	742,53	423.500	497.753
<b>Jumlah</b>	<b>14.193,13</b>	<b>7.338.750</b>	<b>7.426.454</b>
<b>Rataan</b>	<b>946</b>	<b>489.250</b>	<b>495.096,9</b>

*Sumber : Data primer diolah 2018.*

## Lampiran 25 Pengujian R/C dan B/C

No Sampel	Produksi (Kg)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)	r/c	b/c
1	25	30.000	750.000	493.227,5	256.772,5	1.520597	0.520597
2	30	30.000	900.000	588.597,1	311.402,9	1.52906	0.52906
3	30	30.000	900.000	576.360,6	323.639,4	1.561523	0.561523
4	20	30.000	600.000	404.229,5	195.770,5	1.484305	0.484305
5	30	30.000	900.000	588.877,2	311.122,8	1.528332	0.528332
6	20	30.000	600.000	393.021,7	206.978,3	1.526633	0.526633
7	30	30.000	900.000	582.623,9	317.376,1	1.544736	0.544736
8	20	30.000	600.000	420.244,5	179.755,5	1.42774	0.42774
9	25	30.000	750.000	472.931,5	277.068,5	1.585853	0.585853
10	20	30.000	600.000	420.383,6	179.616,4	1.427268	0.427268
11	20	30.000	600.000	404.244,5	195.755,5	1.48425	0.48425
12	30	30.000	900.000	580.838,7	319.161,4	1.549484	0.549484
13	30	30.000	900.000	594.875,9	305.124,1	1.512921	0.512921
14	20	30.000	600.000	408.244,5	191.755,5	1.469708	0.469708
15	20	30.000	600.000	497.753	102.247	1.205417	0.205417
<b>Jumlah</b>	<b>370</b>	<b>450.000</b>	<b>11.100.000</b>	<b>7.426.454</b>	<b>3.673.546</b>	<b>22.35783</b>	<b>7.357826</b>
<b>Rataan</b>	<b>24,67</b>	<b>30.000</b>	<b>740.000</b>	<b>495.096,9</b>	<b>244.903,1</b>	<b>1.490522</b>	<b>0.490522</b>

Sumber : Data primer diolah 2018.

**Lampiran 26 Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Di Daerah Penelitian**

<b>SWOT</b>	
<p><i>Internal Strengths (Kekuatan)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga keripik pisang gosong yang terjangkau</li> <li>2. Memiliki ciri khas rasa dengan rasa manis yang alami</li> <li>3. Pelanggan setia</li> <li>4. Tenaga kerja yang mudah didapat</li> </ol>	<p><i>Eksternal Opportunies (Peluang)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya permintaan pasar yang baik</li> <li>2. Memiliki prospek untuk dikembangkan</li> <li>3. Menciptakan lapangan pekerjaan</li> </ol>
<p><i>Internal Weaknesses (Kelemahan)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan keripik kurang menarik</li> <li>2. Alat pengolahan yang belum maksimal</li> <li>3. Promosi yang dilakukan belum maksimal</li> <li>4. Variasi produk tidak ada</li> </ol>	<p><i>Eksternal Treaths (Ancaman)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain</li> <li>2. Suatu saat bahan baku sulit didapat.</li> <li>3. Sulit mengetahui kriteria konsumen</li> </ol>

### Lampiran 27 Penilaian Rating Internal dan Eksternal Pada SWOT

Menurut Anda, Bagaimana nilai rating dari (pertanyaan) kondisi/kualitas Usahatani Keripik Pisang Gosong ?

1. KEKUATAN				
	4	3	2	1
Harga terjangkau	<b>Sangat Setuju</b> harga keripik pisang gosong yang sangat terjangkau	<b>Besar</b> Harga keripik pisang gosong terjangkau	<b>Kecil</b> Harga keripik pisang gosong yang tidak terjangkau	<b>Sangat Kecil</b> Harga keripik pisang gosong yang sangat tidak terjangkau
Memiliki ciri khas rasa manis yang alami	<b>Sangat Besar</b> Ciri khas rasa yang sangat besar dari yang lain	<b>Besar</b> Adanya ciri khas rasa dari yang lain	<b>Kecil</b> Memiliki sedikit ciri khas rasa dari yang lain	<b>Sangat kecil</b> Tidak memiliki ciri khas rasa dari yang lain
Pelanggan setia	<b>Sangat Besar</b> Memiliki pelanggan yang sangat setia	<b>Besar</b> Pelanggan yang setia	<b>Kecil</b> Pelanggan yang tidak setia	<b>Sangat Kecil</b> Pelanggan yang sangat tidak setia
Tenaga kerja yang mudah didapat	<b>Sangat Besar</b> Tenaga kerja yang sangat mudah didapat	<b>Besar</b> Tenaga kerja yang mudah didapat	<b>Kecil</b> Tenaga kerja sulit didapat	<b>Sangat Kecil</b> Tenaga kerja sangat sulit didapat

2. KELEMAHAN				
	1	2	3	4
Tampilan keripik kurang menarik	<b>Sangat Besar</b> Tampilan keripik yang tidak menarik	<b>Besar</b> Tampilan keripik yang kurang menarik	<b>Kecil</b> Tampilan keripik menarik	<b>Sangat kecil</b> Tampilan keripik yang sangat menarik
Alat pengolahan yang tidak maksimal	<b>Sangat Besar</b> Alat pengolahan yang sangat tidak maksimal	<b>Besar</b> Alat pengolahan yang cukup maksimal	<b>Kecil</b> Alat pengolahan yang maksimal	<b>Sangat Kecil</b> Alat pengolahan yang sudah sangat maksimal
Promosi yang dilakukan belum maksimal	<b>Sangat Besar</b> Promosi yang dilakukan sangat tidak maksimal	<b>Besar</b> Promosi yang dilakukan belum maksimal	<b>Besar</b> Promosi yang dilakukan sudah maksimal	<b>Besar</b> Promosi yang dilakukan sudah sangat maksimal
Variasi	<b>Sangat Besar</b>	<b>Besar</b>	<b>Kecil</b>	<b>Sangat kecil</b>

produk tidak ada	Tidak memiliki variasi produk	memiliki variasi produk yang sedikit	Memiliki variasi produk	Memiliki variasi produk yang sangat banyak
<b>Eksternal</b>				
<b>3. PELUANG</b>				
	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Permintaan pasar yang baik	<b>Sangat Besar</b> Sangat banyak permintaan pasar	<b>Besar</b> banyak permintaan pasar	<b>Kecil</b> Cukup banyak permintaan pasar	<b>Sangat Kecil</b> Tidak ada permintaan pasar
Memiliki prospek untuk dikembangkan	<b>Sangat Besar</b> Memiliki prospek yang sangat besar untuk dikembangkan	<b>Besar</b> Memiliki prospek yang besar untuk dikembangkan	<b>Kecil</b> Memiliki prospek yang kecil untuk dikembangkan	<b>Sangat kecil</b> Usaha keripik pisang gosong yang sulit untuk dikembangkan
Menciptakan lapangan pekerjaan	<b>Sangat Besar</b> Peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang sangat besar	<b>Besar</b> Peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang besar	<b>Kecil</b> Peluang untuk menciptakan tenaga kerja yang kecil	<b>Sangat Kecil</b> Peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang sangat kecil

<b>4. ANCAMAN</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	<b>Sangat Besar</b> Adanya jumlah pesaing yang sangat besar memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	<b>Besar</b> Adanya jumlah pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	<b>Kecil</b> Sedikit jumlah pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	<b>Sangat Kecil</b> Sangat sedikit jumlah pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain
Suatu saat bahan baku sulit didapat	<b>Sangat Besar</b> Ketersediaan bahan baku yang sulit	<b>Besar</b> Ketersediaan bahan baku yang cukup	<b>Kecil</b> Ketersediaan bahan baku yang banyak	<b>Sangat kecil</b> Ketersediaan bahan baku yang sangat

	didapat	mudah didapat		banyak
Sulit mengetahui kriteria konsumen	<b>Sangat Besar</b> Kriteria konsumen yang sangat sulit diketahui	<b>Besar</b> Kriteria konsumen yang cukup sulit diketahui	<b>Kecil</b> Kriteria konsumen sulit diketahui	<b>Sangat Kecil</b> Kriteria konsumen yang mudah diketahui

**Lampiran 28 Rating Dari Setiap Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal Yang Dipilih**

S W O T	<b>Internal</b>	<b>Strengths (Kekuatan)</b>					
		1.	Harga keripik pisang gosong yang terjangkau	SB	(B)	K	SK
		2.	Memiliki ciri khas dengan rasa manis yang alami	(SB)	B	K	SK
		3.	Pelanggan setia	SB	(B)	K	SK
		4.	Tenaga kerja yang mudah diperoleh	(SB)	B	K	SK
		<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>					
		1.	Tampilan keripik yang kurang menarik	(SB)	B	K	SK
		2.	Alat pengolahan yang belum maksimal	SB	B	(K)	SK
		3.	Promosi yang dilakukan belum maksimal	SB	(B)	K	SK
		4.	Variasi produk tidak ada	(SB)	B	K	SK
	<b>Opportunities (Peluang)</b>						
	<b>Eksternal</b>	1.	Adanya permintaan pasar yang baik	SB	(B)	K	SK
		2.	Memiliki prospek untuk dikembangkan	(SB)	B	K	SK
		3.	Menciptakan lapangan pekerjaan	(SB)	B	K	SK
		1.	Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain	SB	B	(K)	SK
		2.	Suatu saat bahan baku sulit didapat	SB	(B)	K	SK
		3.	Sulit mengetahui kriteria konsumen	SB	B	K	(SK)

Keterangan

SWOT	Rating			
	Sangat Besar (SB)	Besar (B)	Kecil (K)	Sangat Kecil (SK)
Kekuatan dan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan dan Ancaman	1	2	3	4

### Lampiran 29 Nilai Pembobotan

Untuk menentukan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan usaha keripik pisang gosong

1. Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan dengan indikator vertikal.
2. Jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal.
3. Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan dengan indikator vertikal.

Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan usaha keripik pisang gosong

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	21	0.2
(B)	1		1	2	3	2	1	1	11	0.1
(C)	1	3		3	3	3	3	3	19	0.2
(D)	1	2	1		3	2	1	2	12	0.1
(E)	1	1	1	1		1	1	1	7	0.1
(F)	1	2	1	2	3		1	1	11	0.1
(G)	1	3	1	3	3	3		3	17	0.1
(H)	1	2	2	2	3	2	2		14	0.1
Jumlah									112	1

**Keterangan:**

#### Kekuatan

1. (A). Harga keripik pisang gosong yang terjangkau

2. (B). Memiliki ciri khas dengan rasa manis yang alami
3. (C). Pelanggan setia
4. (D). Tenaga kerja yang mudah diperoleh

#### **Kelemahan**

1. (E). Tampilan keripik kurang menarik
2. (F). Alat pengolahan yang belum maksimal
3. (G). promosi yang dilakukan belum maksimal
4. (H). variasi produk tidak ada

Pembobotan terhadap peluang dan ancaman usaha keripik pisang gosong

<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
<b>(A)</b>		2	1	3	3	3	<b>12</b>	<b>0.2</b>
<b>(B)</b>	2		1	1	2	3	<b>9</b>	<b>0.15</b>
<b>(C)</b>	3	3		2	2	2	<b>12</b>	<b>0.2</b>
<b>(D)</b>	1	1	1		2	1	<b>6</b>	<b>0.1</b>
<b>(E)</b>	3	1	2	3		3	<b>12</b>	<b>0.2</b>
<b>(F)</b>	1	2	1	2	3		<b>9</b>	<b>0.15</b>
<b>Jumlah</b>							<b>60</b>	<b>1</b>

**Keterangan :**

#### **Peluang**

1. (A). Adanya permintaan pasar yang baik
2. (B). Memiliki prospek untuk dikembangkan
3. (C). Menciptakan lapangan pekerjaan

#### **Ancaman**

1. (D). Adanya pesaing yang memproduksi keripik pisang dengan cita rasa lain
2. (E). Suatu saat bahan baku sulit didapat
3. (F). Sulit mengetahui kriteria konsumen

## DOKUMENTASI



**Gambar 1. Pengisian Kuisoner Kepada Salah Satu Sampel**



**Gambar 2. Proses Pengupasan Pisang Awak**



**Gambar 3. Proses pamarutan pisang awak**



**Gambar 4. Proses Penggorengan Keripik Pisang Gosong**



**Gambar 5. Penimbangan Keripik Pisang Gosong**



**Gambar 6. Proses Pengemasan Dengan Klip Plastik**



**Gambar 7. Produk Keripik Pisang Gosong**