

**ANALISIS USAHA PENGOLAHAN KURMA SALAK DAN  
STRATEGI PENGEMBANGANNYA  
(Studi kasus : Koperasi Agrina, Desa Parsalakan, Kec. Angkola  
Barat, Kab. Tapsel)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ZUL PANDI POHAN  
NPM : 1304300195  
Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**ANALISIS USAHA PENGOLAHAN KURMA SALAK DAN  
STRATEGI PENGEMBANGANNYA**  
(Studi kasus : Koperasi Agrina, Desa Parsalakan, Kec. Angkola  
Barat, Kab. tapsel)

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ZUL PANDI POHAN  
1304300198  
AGRIBISNIS**

**Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah  
Sumatera Utara**

**Komisi Pembimbing**

**Khairunnisa Rangkuti, S.P, M.Si.    Ainul Mardhiyah, S.P, M.Si.**  
**Ketua    Anggota**

**Disahkan Oleh :  
Dekan**

**Ir. Asritanarni Munar, M.P.**

**PENYATAAN**

Dengan ini saya :

Nama : ZUL PANDI POHAN

NPM : 1304300198

Judul Skripsi : “ANALISIS USAHA PENGOLAHAN KURMA SALAK DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA” (STUDI KASUS : KOPERASI AGRINA, DESA PARSALAKAN, KEC. ANGKOLA BARAT, KAB. TAPSEL)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Medan,.....

Yang menyatakan

ZUL PANDI POHAN

## RINGKASAN

**Zul Pandi Pohan** (1304300198 / AGRIBISNIS) dengan judul “**Analisis Usaha Pengolahan Kurma Salak Dan Strategi Pengembangannya**”. Penelitian ini dilakukan pada koperasi Agrina yang terdapat di Desa Parsalakan, kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini dibimbing oleh Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P, M.Si sebagai ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Ainul Mardiyah, S.P, M.Si sebagai Anggota Komisi Pembimbing.

Penerimaan usaha pembuatan kurma salak per bulan sebesar Rp. 9.350.000 dan total biaya usaha sebesar Rp. 6.355.833. Maka pendapatan usaha perbulan di daerah penelitian yaitu Rp. 2.994.167

Nilai R/C usaha pengolahan kurma salak sebesar 1,27. Nilai  $1,27 > 1$ , sehingga usaha pembuatan kurma salak di lokasi penelitian layak untuk diusahakan,

Skor IFE usaha pembuatan kurma salak adalah 0,91 yang terletak pada kuadran kekuatan sedangkan untuk skor EFE adalah 0,54. Nilai skor EFE dan IFE terletak pada kuadrat I pertumbuhan (Growth), Posisi ini memiliki arti bahwa UKM AGRINA memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dengan demikian strategi yang sesuai untuk perusahaan yang menempati posisi Kuadrat I adalah strategi Agresif. Jadi rekomendasi strategi untuk pengembangan usaha pengolahan kurma salak di UKM AGRINA adalah Strategi SO

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Zul Pandi Pohan dilahirkan di Desa Tobotan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan pada tanggal 12 April 1995 merupakan anak ke 4 dari empat bersaudara, putra dari Ayahanda Mara Iko Pohan dan Ibu Derli Hasibuan.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh hingga saat ini adalah sebagai berikut :

1. Pada tahun 2001-2007 menjalani pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri AEK NABARA TOBOTAN.
2. Pada tahun 2007-2010 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTSN MODEL Padangsidempuan.
3. Pada tahun 2010-2013 menjalani pendidikan Sekolah Menengah atas (SMA) di SMA Negeri 4 Padangsidempuan.
4. Pada tahun 2013 diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Tahun 2013 mengikuti Masa Orientasi Program Studi dan Pengenalan Kampus (OSPEK) Dan Masa Ta aruf (MASTA) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Tahun 2016 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Asam jawa pada bulan Januari sampai bulan Pebruari.
7. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul skripsi “ **Analisis Usaha Pengolahan Kurma Salak Dan Strategi Pengembangannya**”. Dengan

studi kasus : Koperasi Agrina, Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat, Kab.  
Tapsel.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini, perlu banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir.
2. Ayahanda dan Ibunda penulis yang sangat mendukung dan membimbing penulis baik secara moral dan material.
3. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan di Fakultas Pertanian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu khairunnisa rangkuti, S.P, M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing.
5. Ibu Ainul Mardhiyah, S.P, M.Si. selaku anggota Komisi Pembimbing.
6. Seluruh staf Dosen dan Karyawan biro Fakultas Pertanian yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.
7. Kepada kakak saya yang saya sayangi Lita Elide Pohan dan Dewi Purnama pohan terima kasih atas segala doa ataupun dukungan kepada penulis.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan saya Agribisnis 5 Stambuk 2013 yang telah memberikan bantuan motivasi serta dukungan kalian selama menyusun skripsi ini.
9. Terimakasih kepada koperasi Agrina yang telah banyak membantu dalam mendapatkan data, untuk melengkapi data penelitian saya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad Salallahu 'Alaihi Wasallam. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan Strata Satu ( S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul Skripsi yang akan dibahas oleh penulis adalah Analisis Usaha Pengolahan Kurma Salak Dan Strategi Pengembangannya (Studi kasus : Koperasi Agrina, Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapsel)

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan Skripsi ini kearah yang lebih baik. Semoga kita semua dalam lindungan Allah subhana Walata'ala.

Medan, 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	4
Tujuan Penelitian .....	4
Kegunaan Penelitian .....	4
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
Pengolaan Kurma Salak.....	5
Kelayakan Usaha.....	12
Strategi.....	13
Analisis SWOT .....	15
Kerangka Pemikiran .....	21
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
Metode Penelitian.....	24
Metode Penentuan Lokasi .....	24
Metode Penarikan Sampel .....	24
Metode Pengumpulan Data.....	25
Metode Analisis Data .....	25
Definisi Dan Batasan Operasional .....	29
<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
Letak dan Luas Daerah.....	31
Keadaan Penduduk .....	31
Sarana dan Prasarana Umum .....	35

Karakteristik Sampel .....	36
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
Analisis Usaha.....	39
Kelayakan Usaha.....	43
Strategi Pengembangan Usaha Kurma Salak.....	44
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
Kesimpulan .....	58
Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Distribusi Penduduk Berdasarkan JenisKelamin .....	32
2.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Usia .....	32
3.	Distribusi Penduduk Menurut Agama Atau Keyakinan.....	33
4.	Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan .....	34
5.	Distribusi penduduk berdasarkan jenis pekerjaan.....	34
6.	Sarana dan Prasarana Desa .....	35
7.	Komponen biaya penyusutan peralatan perbulan .....	40
8.	Rincian Biaya Pembelian Bahan Baku.....	41
9.	Total Biaya Usaha Pengolahan Kurma Salak Perbulan .....	41
10.	Penerimaan Usaha Perbulan.....	42
11.	Pendapatan Usaha Perbulan.....	43
12.	Matriks Evaluasi Internal (IFAS) .....	50
13.	Matriks Evaluasi Eksternal (EFAS) .....	51
14.	Matrik SWOT Strategi Pengembangan Usaha .....	55

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Skema Kerangka Pemikiran .....	23
2.	Diagram Delphi.....	52

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Struktur Organisasi.....	62
2.	Penggunaan Tenaga Kerja .....	63
3.	Penyusutan Peralatan .....	64
4.	Total Biaya Usaha Pengolahan Kurma Salak Perbulan.....	65
5.	Penerimaan Usaha Perbulan.....	66
6.	Pendapatan Pelaku Usaha Perbulan .....	67
7.	Matriks Evaluasi Internal (IFAS) .....	68
8.	Matriks Evaluasi Eskternal (EFAS) .....	69

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Salak (*Salacca edulis*L.) merupakan salah satu tanaman buah yang disukai dan mempunyai prospek yang baik untuk diusahakan. Salak merupakan salah satu buah tropis yang saat ini banyak diminati oleh orang. Keunggulan buah salak yakni memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi.

Tanaman salak berbuah sepanjang tahun, apabila dalam satu satahun dapat memberikan hasil panen baik dan serentak di beberapa daerah, sedangkan permintaan akan buah salak menurun maka banyak buah salak yang tidak laku terjual dan harganya pun menurun. Untuk menghadapi masalah seperti ini maka harus dilakukan prospek pengolahan agar dapat tetap memberikan atau bahkan menambah nilai ekonomis. Misalnya dengan mengolahnya menjadi kurma salak (Tim Karya Mandiri, 2010).

Kabupaten Tapanuli Selatan sendiri sudah sejak lama dikenal sebagai penghasil buah salak di Sumatera Utara dengan tingkat produk 426.758 ton/tahun. Dari data Dinas Perindustrian Perdagangan dan koperasi/UKM kab.tapsel Sumatera Utara (2008), Menteri Pertanian RI telah menetapkan varietas lokal salak Kabupaten Tapanuli Selatan menjadi “Salak Merah” dan “Salak Putih”, sebagai dua varietas salak nasional, melengkapi 6 varietas salak unggulan yang telah ditetapkan di Indonesia.

Permasalahan dalam pengolahan salak adalah kadar air cukup tinggi, sehingga buah salak harus melewati salah satu tahap pengolahan, yakni pengeringan agar dapat mengurangi kadar air yang terkandung didalam buah salak

agar lebih tahan lama dan tidak cepat rusak. Perusahaan mutu selama proses pengolahan misalnya warna, kekerasan, aroma dan citra rasa sangat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Salah satu cara mempertahankan kualitas adalah tanpa mengubah warna, aroma, khas dan rasa dari buah salak itu sendiri. Dengan demikian, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui perubahan warna salak selama proses pengeringan (kamsiati, 2010).

Jenis buah salak yang terdapat di daerah Tapanuli Selatan ini sangat variatif. Ditinjau dari produktivitasnya, daerah sentra penghasil buah salak terdapat di beberapa kecamatan yaitu Kecamatan Angkola Barat, Marancar, dan Sayur Matinggi. Kecamatan Angkola Barat merupakan daerah yang memiliki luas area tanaman salak terbesar dan jumlah produksi salak terbanyak dibandingkan kecamatan lain di Kabupaten Tapanuli Selatan.

Dikabupaten Tapanuli Selatan sendiri sudah ada industri kecil pengolahan buah salak menjadi berbagai produk turunan seperti kurma salak dan berbagai produk turunan lainnya. Industri kecil pengolahan buah salak ini sangat menarik untuk diteliti berdasarkan fakta pada yang ada dilapangan bahwa buah salak dapat menjadi makanan diet pengganti nasi karena zat yang terkandung dalam 100 mg buah salak dapat mengganti fungsi nasi dalam tubuh manusia karena kandungan gizinya yang cukup lengkap. Selain itu buah salak segar dan salak olahan bermanfaat untuk menurunkan kolestrol, kadar gula dalam darah mempertahankan kelembaban kulit, memperkuat struktur tulang dan meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit (antibody).



Pengolahan buah salak ini bertujuan agar daya tahannya lebih lama dan awet. Selama ini untuk buah salak segar biasanya hanya bisa bertahan dan dapat disimpan selama kira-kira 1-7 hari saja. Tim Ahli Industri Kecil Pengolahan Buah Salak Agrina membuktikan salak olahannya bisa bertahan sampai 12 bulan. Menurut mereka, pada saat musim panen raya/panen besar di Tapanuli Selatan, biasanya harga salak dipasaran akan lebih murah, hingga para petani banyak yang rugi. Karena itulah maka timbul ide untuk mengolah salak ini agar punya nilai jual dan bisa bertahan dipasaran.

Memulai penelitian oleh Tim Ahli Industri Kecil Pengolahan Buah Salak Agrina, telah ditemukan beberapa produk unggulan yang terbuat dari buah salak yaitu nagogo drink, sirup salak, madu salak, kurma salak, dodol salak dan keripik salak. Produk unggulan prioritas peringkat pertama adalah kurma salak dan kurma salak dengan jumlah produksi/bulan sebesar 29.344 kotak. Selain itu terpilihnya kurma salak sebagai produk unggulan diantara ke enam produk unggulan industri Kecil pengolah Buah Salak Agrina karena memiliki keunggulan seperti kurma salak merupakan makanan yang cukup populer di daerah Indonesia dan memiliki rasa yang khas dan enak. Rasa dan aroma kurma salak yang dihasilkan akan sama dengan buah aslinya yaitu tergantung pada varietas salak yang digunakan (Satuhu dan Sunarmani, 2014).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang Analisis Usaha Kurma Salak Dan Strategi Pengembangan Usaha.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas,maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah usaha industri pengolahan kurma salak di daerah penelitian layak diusahakan secara R/C?
2. Bagaimana Strategi pengembangan industri pengolahan kurma salak di daerah penelitian?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kelayakan usaha industri pengolahan kurma salak di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan industri pengolahan kurma salak di daerah penelitian.

### **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi pengusaha pengolahan kurma salak untuk meningkatkan usahanya supaya lebih efisien.
2. Sebagai bahan informasi bagi para pengambil keputusan untuk perbaikan usaha pengolahan kurma salak.
3. Sebagai bahan dan referensi bagi pihak yang membutuhkan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengolahan Kurma Salak

Adapun tahapan dari pengolahan kurma salak adalah sebagai berikut:

1. Pengupasan kulit luar salak
2. Pencucian atau pembersihan biasanya dilakukan menggunakan air bersih
3. Perebusan salak, salak direbus hingga warnanya berubah menjadi kecoklatan
4. Penjemuran salak menggunakan cahaya matahari lebih kurang selama dua hari
5. Pengeringan dilakukan menggunakan oven

Tanaman salak memiliki nama ilmiah *salacca edulis*, salak merupakan tanaman asli indonesia. Oleh karena itu, bila kita bertanam salak berarti kita melestarikan dan meningkatkan produksi negeri sendiri. Tanaman salak termasuk golongan tanaman berumah dua (dioecus), artinya jenis tanaman yang membentuk bunga jantan pada tanaman terpisah dari bunga betinanya. Dengan kata lain, setiap tanaman memilik satu jenis bunga atau disebut tanaman berkelamin satu (soetomo, 2011).

Berdasarkan sistematisnya tanaman salak dapat diklasifikasi sebagai berikut :

Kingdom : Plantae  
Subkingdom : Trachebionta  
Super Divisi : Spermatophyta  
Divisi : Magnoliophyta  
Kelas : Liliopsida  
Ordo : Arecales  
Famalia : Areacaceae  
Genus : Salacca  
Spesies : Salacca edulis

Nama dagang Internasional untuk buah salak asli Indonesia ini tergolong unik, *snake fruit*. Julukan ini diberikan pada buah salak mungkin karena buahnya yang tersusun seperti sisik ular (Redaksi Agromedia, 2007). Tanaman salak dapat ditanam di daerah dataran rendah mulai dari tanah garai, daerah pesisir dan tepi pantai sampai kedataran tinggi dilereng-lereng bukit atau pegunungan sampai pada ketinggian 750 meter di atas permukaan laut.

Salak akan tumbuh dengan baik di daerah dengan curah hujan rata – rata per tahun 200-400 mm/bulan. Curah hujan rata bulanan lebih dari 100 mm sudah tergolong dalam bulan basah. Berarti salak membutuhkan tingkat kebasahan atau kelembapan yang tinggi. Tanaman salak tidak tahan terhadap sinar matahari penuh (100%). tetapi cukup 50-70%, karena itu diperlukan adanya tanaman peneduh. Salak membutuhkan kelembapan tinggi, tetapi tidak tahan genangan air.

Tanaman salak menyukai tanah yang subur, gembur dan lembab. Derajat keasaman tanah (ph) yang cocok untuk budidaya salak adalah 4,5 – 7,5. Jenis salak bermacam – macam, umumnya orang menyebut jenis salak dengan mengambil nama daerah asal salak atau nama tempat dimana salak itu tumbuh. Misalnya Salak Condet, Salak Madura, Salak Bali, Salak Pondok, Salak Manonjaya, Salak Ambarawa, Salak Padangsidimpuan, Salak Merak, Salak Bango, Salak Hutan. Namun ada juga yang menyebutnya jenis salak berdasarkan rasanya seperti salak salak gula pasir, salak nangka, salak nenas, salak madu.

Secara umum di Indonesia ada tiga jenis salak yang termasuk dalam kelompok *salacca edulis*. Pembagiannya didasarkan pada bentuk tanaman, bentuk buah dan rasanya. Ketiga jenis salak ini adalah jenis Salak Padangsidimpuan, Salak Bali, Salak Madura. Sedangkan untuk jenis – jenis lain yang dikemukakan belakangan ini sebagai salak unggulan adalah hasil persilangan dari ketiga jenis salak tersebut. Dalam penelitian ini salak yang akan diolah menjadi Kurma Salak adalah Salak Padangsidimpuan.

Secara umum penampakan salak Padangsidimpuan lebih kekar dan lebih besar dari salak jenis lainnya. Bauhnya besar – besar, kulitnya cokelat kekuning-kuningan tergantung pada jenis dan varietasnya. Sisik kulit buah besar – besar, duri pada kulit buah pendek – pendek, berwarna cokelat abu-abu dan sangat mudah patah. Daging buah berwarna putih, putih krem atau putih kemerah-merahan, bila buah belum tua betul warna merahnya yang dominan. Rasa buah yang sudah tua akan terasa manis, kadang-kadang masir yang ditandai dengan adanya bagian dari daging buah yang melekat pada biji. Rasa salak ini jarang yang masam, bila masih mudah rasa pahitnya yang dominan.

## **Koperasi**

Kata koperasi berasal dari bahasa latin yaitu *coopere* yang dalam bahasa Inggris disebut *cooperation* dan *cooperative*. Koperasi berasal dari kata *co* dan *operation* yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Berdasarkan UU No.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, Pasal I, Ayat I dinyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya. Sedangkan menurut “Bapak Koperasi Indonesia” Moh.Hatta adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong-menolong.

Pengertian koperasi menurut Rudianto (2006) menyatakan bahwa “Koperasi adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah pada umumnya, dengan demikian koperasi merupakan ekonomi rakyat dan sokoguru perekonomian nasional.”

Menurut ketentuan Pasal 16 UU No.25 Tahun 1992 koperasi secara umum dapat dikelompokkan menjadi koperasi konsumen, koperasi produsen dan koperasi kredit (jasa keuangan). Secara garis besar jenis koperasi yang ada dapat kita bagi menjadi 5 golongan (Anoraga, 2007), yaitu :

- 1) Koperasi Konsumsi

Koperasi konsumsi ialah Koperasi yang anggota-anggotanya terdiri dari tiap-tiap orang yang mempunyai kepentingan langsung dalam lapangan konsumsi.

#### 2) Koperasi Kredit atau Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi Kredit atau Koperasi Simpan Pinjam ialah Koperasi yang bergerak dalam lapangan usaha pembentukan modal melalui tabung tabungan para anggota secara teratur dan terus-menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada para anggota dengan cara mudah, murah, cepat, dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan.

#### 3) Koperasi Produksi

Koperasi Produksi adalah Koperasi yang bergerak dalam bidang kegiatan ekonomi pembuatan dan penjualan barang, baik yang dilakukan oleh Koperasi sebagai organisasi maupun orang-orang anggota Koperasi.

#### 4) Koperasi Jasa

Koperasi Jasa adalah Koperasi yang berusaha di bidang penyediaan jasa tertentu bagi para anggota maupun masyarakat umum.

#### 5) Koperasi Serba Usaha

Koperasi Serba Usaha adalah Koperasi yang berusaha dalam beberapa macam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan kepentingan para anggota

### **Biaya**

Menurut Supardi (2000) biaya adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha untuk membiayai kegiatan produksi. Biaya diklasifikasikan menjadi dua biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel

(*variabel cost*). Klasifikasi biaya dalam perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara tepat yang dibayar atau dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha dan besarnya tidak dipengaruhi oleh tingkat output, yang termaksud biaya tetap adalah sewa tanah atau sewa lahan, biaya penyusutan dan gaji pegawai atau kariawan (Supardi, 2010).

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha sebagai akibat penggunaan faktor produksiyang bersifat variabel, sehingga biaya ini besarnya berubah-ubah dengan berubahnya jumlah produksi yang ingin dihasilkan dalam jangka pendek, yang termaksud biaya variabel adalah biaya tenaga kerja, biaya bahan baku.

Biaya produksi adalah sebagai semua pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang digunakan untuk menciptakan barang-barang yang akan diproduksi (Agus, 2012). Biaya tetap adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah tergantung dengan besarnya jumlah produksi yang akan dicapai.

Biaya total adalah total dari keseluruhan biaya produksi yaitu penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$



Dimana :           TC = Total Biaya  
                  TFC = Biaya Tetap  
                  TVC = Biaya Variabel

### **Penerimaan**

Pendapatan kotor atau penerimaan usahatani didefinisikan sebagai nilai produk total usahatani dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun tidak dijual. Pengeluaran total usahatani didefinisikan sebagai nilai semua masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan di dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga petani. Pengeluaran usahatani mencakup pengeluaran tunai dan tidak tunai. Jadi nilai barang dan jasa untuk keperluan usahatani yang dibayar dengan benda atau berdasarkan dengan kredit harus dimasukkan sebagai pengeluaran. Selisih antara pendapatan kotor usahatani dan pengeluaran total usahatani disebut pendapatan bersih. Ini merupakan keuntungan usahatani yang dapat dipakai untuk membandingkan penampilan beberapa usahatani (Sukirno S, 2012).

### **Pendapatan**

Pendapatan adalah hasil berupa uang atau hasil materi lainnya yang diperoleh dari pemakaian kekayaan yang bebas. Pendapatan umumnya adalah penerimaan- penerimaan individu atau perusahaan. Ada dua jenis pendapatan, yaitu:

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

### **Kelayakan Usaha**

Tujuan utama studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran investasi yang memakan dana besar yang ternyata justru tidak mampu memberikan keuntungan secara ekonomi. Studi kelayakan merupakan faktor yang menentukan. Aliran kas penilaian investasi harus mempertimbangkan konsep nilai waktu uang (*time value of money*). Kelayakan usaha dapat melihat kelayakan dari suatu gagasan yang berasal dari pengusaha secara individu. Kegiatan usaha pada umumnya mengutamakan *financial benefit* daripada *social benefit*. Terdapat berbagai teknik analisis kelayakan usaha yang dapat digunakan, antara lain : *R/C*.

Usahatani dikatakan berhasil apabila usahatani tersebut dapat memenuhi kewajiban membayar bunga modal, alat-alat, upah tenaga kerja, serta sarana produksi yang lain dan termasuk kewajiban kepada pihak ketiga. Dalam mengevaluasi semua faktor produksi diperhitungkan sebagai biaya demikian pula pendapatan. Sementara evaluasi kelayakan usahatani dikatakan layak jika memenuhi persyaratan 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 : Total Biaya (Rp)

Dengan kriteria :

Nilai R/C = 1, maka usahatani impas

Nilai R/C > 1. Maka usahatani layak

Nilai R/C < 1, maka usahatani tidak layak (Suratiyah,2011).

### **Strategi**

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Menurut David (2008) strategi merepresentasikan tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan jangka panjang. Terdapat elemen strategi yang harus dipenuhi untuk menjamin keberhasilan kegiatan (David, 2008). Pertama, tujuan yang diformulasikan secara sederhana, konsisten dan berjangka panjang. Kedua, pengertian mendalam terhadap lingkungan persaingan. Ketiga, penilaian objektif terhadap sumberdaya dan imlementasi yang efektif.

1. Strategi Integrasi. Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok atau pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri. Tipe strategi integrasi terdiri dari :
  - a) Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration Strategy*) yaitu memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.
  - b) Strategi Integrasi ke Belakang (*Backward Integration Strategy*) yaitu memiliki atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok.

- c) Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*) yaitu mencoba memiliki atau meningkatkan kendali atas para pesaing.
2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*). Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada. Tipe strategi intensif terdiri dari :
- a) Strategi Penetrasi Pasar (*Market Development Strategy*) yaitu mencari pasar yang lebih besar dari produk atau jasa yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran yang lebih gencar.
  - b) Strategi Pengembangan Pasar (*Market Development Strategy*) yaitu memperkenalkan produk atau jasa yang sudah ada di wilayah geografi baru.
  - c) Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*) yaitu mencoba meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada mengembangkan yang baru.
3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*). Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini dilakukan dengan cara mendiversifikasikan aktivitas bisnis. Tipe strategi diversifikasi terdiri dari:
- a) Strategi Diversifikasi Konsentrik (*Concentric Deversification Strategy*) yaitu menambah produk atau jasa baru, tetapi masih terkait.
  - b) Strategi Diversifikasi Konglomerat (*Conglomerate Deversification Strategy*) yaitu menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk para pelanggan baru.

- c) Strategi Diversifikasi Horisontal (*Horizontal Deversification Strategy*) yaitu menambah produk atau jasa baru, tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada.
4. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*). Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar yang dapat mengakibatkan kebangkrutan.
- a) Strategi Penciutan Biaya (*Retrachment Strategy*) yaitu merestrukturisasi dengan cara mengurangi biaya dan asset agar bisa meningkatkan penjualan dan keuntungan.
  - b) Strategi Penciutan Usaha (*Divestiture Strategy*) yaitu menjual suatu divisi atau bagian dari suatu organisasi.
  - c) Strategi Likuidasi (*Liquidation Strategy*) yaitu menjual asset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai dengan nilainya yang terlihat.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

SWOT menurut Sutojo dan F. Kleinsteuber (2002) adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. SWOT adalah singkatan dari kata-kata *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weaknesses* (kelemahan perusahaan), *Opportunities* (peluang bisnis), dan *Threats* (hambatan untuk mencapai tujuan). Apabila teknik SWOT analisis tersebut diterapkan dalam kasus menentukan tujuan strategi manajemen pemasaran dapat diutarakan sebelum menentukan tujuan-tujuan pemasaran yang ingin dicapai hendaknya perusahaan menganalisis: kekuatan dan kelemahan, peluang bisnis yang ada, berbagai macam hambatan yang mungkin timbul. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Thearts* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Sedangkan Kotler (2008:88) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. Teknis analisis SWOT yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Internal

- a. Analisis kekuatan (*Strenght*)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan

pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. *Strength* (kekuatan) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

b. Analisis kelemahan (*Weaknesses*)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian.

2. Analisis Eksternal

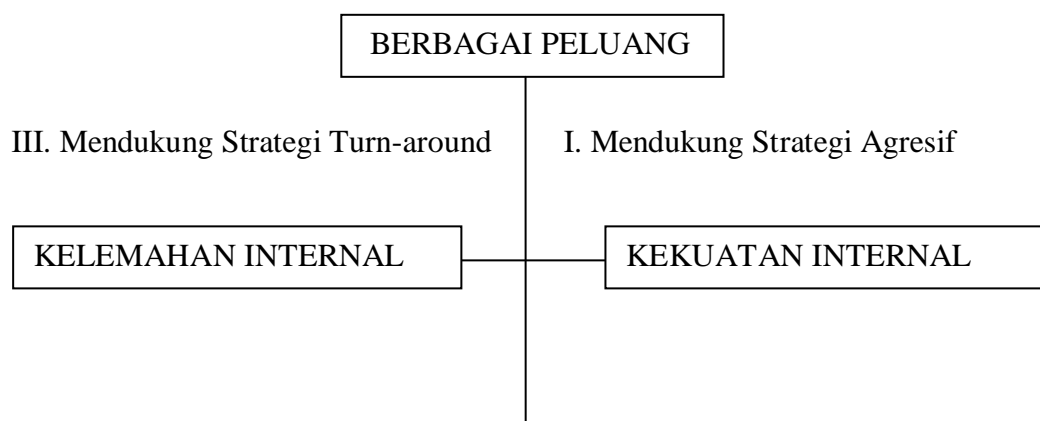
a. Analisis Peluang (*Opportunity*)

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan dirinya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Di pihak lain, perusahaan bermunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

b. Analisis Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah tantangan yang diperhatikan atau diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan.

Berikut gambar 1 kuadran SWOT



IV. Mendukung Strategi Defensif

II. Mendukung Strategi Diversifikasi

BERBAGAI ANCAMAN
------------------

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Diagram dari analisis SWOT dikemukakan oleh Rangkuti (2008:19) dapat dilihat dibawah ini:

**KUADRAN I :** Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

**KUADRANII :** 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 III:** Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran III ini hampir sama dengan question Mark pada BCG matrik. Strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.



**KUADRAN IV:** Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### **Matriks SWOT**

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang di milikinya, matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis, namun untuk memproses hasil dari kuadran SWOT hanya menggunakan matriks dari 2 faktor strategi SWOT yang masuk didalam kuadran yang dihasilkan,

### **Penelitian Terdahulu**

ACHMAD FEBRIYAN ESA PUTRA (2017). Strategi Pengembangan Usaha pengolahan Salak Pada UMKM Azizah Di Kabupaten Banjarnegara. Hasil penelitian diperoleh sebagai berikut: Berdasarkan hasil analisis faktor internal yang telah diteliti pada UMKM Azizah, diketahui perusahaan memiliki 7 kekuatan yaitu (1) Adanya Job Description yang jelas, (2) Kemudahan dalam memperoleh karyawan, (3) Koordinasi yang kuat antar divisi, (4) Pengadaan bahan baku yang memadai, (5) Produk sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Banjarnegara, (6) ketersediaan modal yang mencukupi, dan (7) Mutu produk yang stabil. Terdapat 5 kelemahan pada perusahaan yaitu (1) Pencatatan data keuangan dan administrasi yang belum terkomputerisasi, (2) Kurang gencarnya promosi, (3) Pendistribusian produk masih minim, (4) Teknologi pengolahan salak masih tradisional, dan (5) sistem informasi dan komunikasi kurang memadai. Berdasarkan hasil analisis

faktor eksternal yang telah diteliti, UMKM Azizah memiliki 5 peluang yaitu (1) Pasar yang masih terbuka, (2) Perkembangan teknologi pengolahan salak, (3) Loyalitas konsumen, (4) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dan (5) Kesempatan bekerjasama dengan petani lokal terbuka luas. Perusahaan juga memiliki 5 ancaman yaitu (1) Kerusakan bahan baku akibat perubahan iklim, (2) Kurangnya peran pemerintah, (3) Potensi munculnya pesaing baru, (4) Keberadaan pesaing saat ini, dan (5) Harga bahan baku yang berfluktuatif. Terdapat beberapa alternatif strategi pengembangan bisnis yang dihasilkan berdasarkan analisis formulasi strategi menggunakan SWOT adalah (SO1) Meningkatkan kapasitas produksi, (SO2) Melakukan penetrasi pasar, (WO) Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, (ST1) Meningkatkan mutu produk untuk mengungguli pesaing yang sudah ada, (ST2) Memantapkan produk agar tidak mudah ditiru oleh pesaing baru, dan (WT) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing. Urutan prioritas strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh UMKM Azizah berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan matriks QSP, yaitu :1. Meningkatkan promosi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan STAS sebesar 5.931. 2. Meningkatkan kapasitas produksi dengan STAS sebesar 5.926. 3. Melakukan penetrasi pasar dengan STAS sebesar 5.893. 4. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing dengan STAS sebesar 5.447. 5. Meningkatkan mutu produk dengan STAS sebesar 5.287.6. Memantapkan hak cipta produk dengan STAS sebesar 4.940

Menurut Resmiwati Isnain (2011) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren di Kabupaten Aceh Tenggara “ Studi Kasus Kabupaten Aceh Tenggara bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor strategis eksternal dan internal yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan bisnis gula aren, dan merumuskan dan merekomendasikan prioritas pada strategi pengembangan bisnis gula aren. Penelitian dilakukan melalui survei dengan metode deskriptif. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling menggunakan matriks TOWS (Threats, Opportunities, Weakness, Strength) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) analisis. Dari analisis Eksternal faktor evaluasi (EFE) dan Evaluasi Faktor Internal (IFE), menunjukkan bahwa pengembangan gula aren dipengaruhi oleh 8 faktor eksternal, yaitu kontribusi komoditas gula aren pada PAD, substitusi produksi, kurangnya dukungan dari bank, jaminan sosial, politik dan keamanan, harga gula aren, kebijakan pemerintah, standar kualitas, dan permintaan pasar. Formulasi menggunakan matriks TOWS dan analisis QSPM, merekomendasikan 4 strategi pengembangan usaha gula aren prioritas dan jangka menengah untuk dilaksanakan dengan kebijakan sebagai berikut: 1) strategi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas gula aren, 2) strategi pengembangan sumber daya manusia dan penelitian lembaga, 3) strategi pengembangan produk, 4) penetrasi dan strategi pengembangan pasar. Prioritas strategis jangka panjang direkomendasikan: 1) strategi fasilitasi yang menyediakan fasilitas dan infrastruktur produksi, 2) pemanfaatan strategis kondisi alam, ketersediaan lahan dan tenaga kerja, 3) kemitraan dan strategis kolaborasi, 4) penyediaan modal usaha strategis.

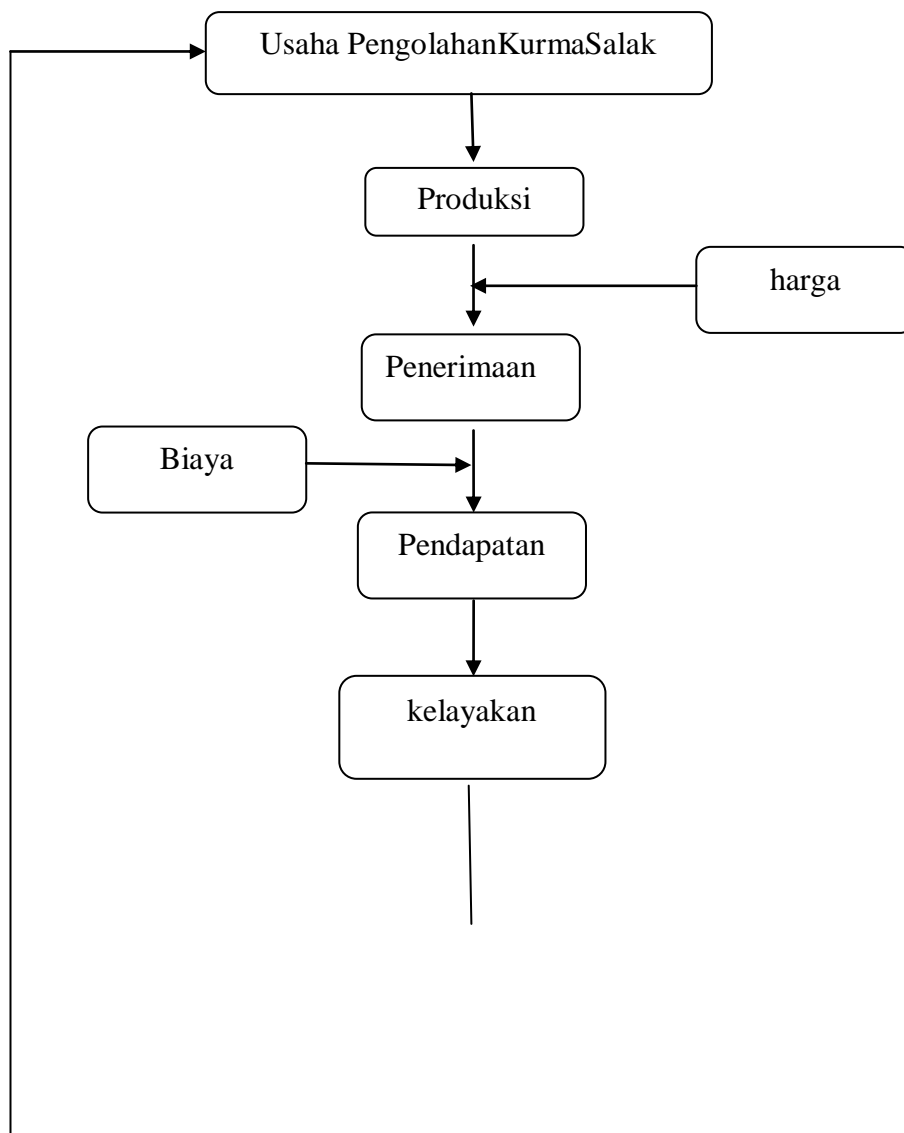
### **Kerangka Pemikiran**

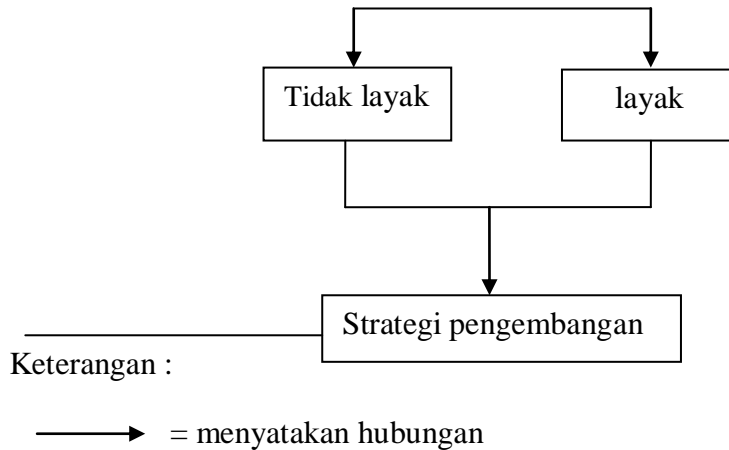
Industri pengolahan kurma salak merupakan salah satu jenis industri dengan memanfaatkan salak sebagai bahan baku utamanya, dimana salak tersebut akan diolah sesuai dengan kebutuhan untuk di jual secara komersial.

Komoditi salak ialah komoditi yang dapat di nikmati dalam bentuk segar, namun dengan harga kecil dan mudah rusak sehingga kurang menguntungkan bagi petaninya. Oleh karena itu perlu dilakukan proses pengolahan lebih lanjut untuk menolong para petaninya karena produk olahan salak ini dapat menerobos pasar baik pasar domestik maupun luar negeri. Dalam proses produksi industri pengolahan salak tidak lepas dari biaya produksi. Biaya produksi yang dikeluarkan pengusaha antara lain biaya bahan baku, bahan penunjang, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan dari peralatan yang digunakan, dan biaya pengemasan. Proses produksi ini menghasilkan output yaitu salak olahan. Hasil penjualan output tersebut merupakan penerimaan yang di peroleh oleh industri pengolahan salak tersebut. dengan diketahuinya biaya dan penerimaan yang diperoleh maka dapat diketahui keuntungan dengan menghitung selisih antara penerimaan dan pengeluaran (biaya) dari industri pengolahan salak tersebut.

Untuk menilai kelayakan suatu usaha dapat digunakan analisis R/C. Dengan analisis R/C ini pengusaha dalam hal ini pengusaha industri pengolahan salak dapat membuat perhitungan dan menentukan tindakan untuk memperbaiki dan meningkatkan keuntungan usahanya. dengan mengetahui keuntungan yang diperoleh maka dapat di simpulkan industri pengolahan salak ini layakatau tidak layak di kembangkan secara finansial.

Setelah diketahui industri pengolahan salak tersebut layak untuk dikembangkan secara finansial maka dapat dilakukan tindakan selanjutnya untuk mengembangkan usaha tersebut. Tetapi jika ternyata usaha pengolahan salak tersebut tidak layak dikembangkan secara finansial maka pengusaha industri pengolah salak juga dapat mengambil tindakan yang tepat untuk membuat menjadi layak dan mengembangkannya. Setelah diketahui kelayakannya dapat juga dilihat posisi industri pengolahan salak berada dimana sehingga dapat dilihat prospek pengembangan kedepannya. Secarasistematis kerangka pemikir dapat digambarkan sebagai berikut:





**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran**

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case study*), yaitu penelitian dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

### Metode Penentuan Lokasi

Penentuan daerah penelitian ditentukan sengaja (*Purposive*) yaitu di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan. Dengan alasan sesuai dengan karakteristik penelitian, karena di Desa Parsalakan

Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan terdapat industri pengolahan kurmasalak.

### **Metode Penarikan Sampel**

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *sampling jenuh* yaitu jumlah populasi dijadikan sebagai sampel dalam penelitian berdasarkan kriteria dan karakteristik yang diinginkan oleh peneliti (Sugiarto, 2003). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1 orang pelaku usaha pengolahan kurma salak yaitu Koperasi Agrina. Jadi sampel penelitian ini adalah sebanyak 1 orang pelaku usaha yaitu Koperasi Agrina.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung terhadap pemilik usaha pengolahan kurmasalak menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi-instansi terkait seperti: Badan Pusat Statistik, Lembaga Pemerintahan Daerah, dan Literatur atau Buku-buku pendukung lainnya.

### **Metode Analisis Data**

Perumusan masalah yang pertama yaitu menganalisis kelayakan usaha pengolahan kurmasalak. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) dalam 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 usahaimpas

Nilai R/C > 1. Maka usaha layak

Nilai R/C < 1, maka usaha tidak layak

Identifikasi masalah (2) dianalisis dengan menggunakan matrik SWOT.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman.(Threats) (Rangkuti, 1997).

Menurut Situmorang dan Dilham (2007) dalam membuat analisis SWOT dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Persiapan : Menyamakan Pemahaman (Persepsi)
  - a. Perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang di hadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi melalui penilaian terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya alam organisasi dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realitas dalam mewujudkan visi dan misinya.
  - b. Mengumpulkan jenis dan kualitas data dan informai yang internal dan eksternal yang diperlukan.



- c. Menyamakan langkah-langkah (prosedur) dalam melakukan analisis eksternal dan internal.
- 2) Mengidentifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal
    - a. Internal Faktor (Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan)
    - b. Eksternal Faktor (Identifikasi Peluang dan Ancaman)
    - c. Melakukan Pembobotan
  - 3) Membuat Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).

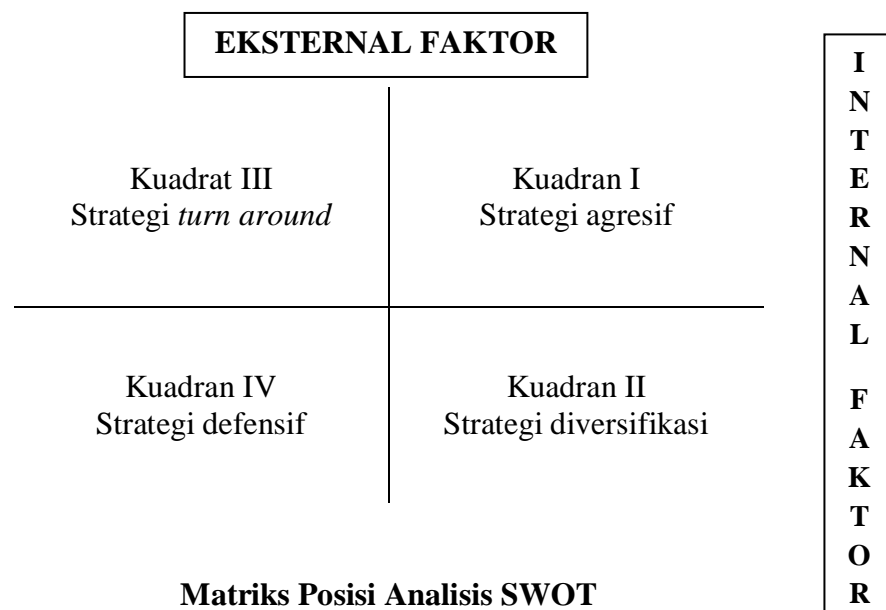
Hasil identifikasi faktor – faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan *rating* dipindahkan ke tabel Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) untuk diberi skor : bobot dikali *rating*. Skor faktor faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan masing – masing dijumlah dan kemudian diperbandingkan. Sedangkan hasil identifikasi faktor – faktor kunci eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, pembobotan dan *rating* dipindahkan ke tabel Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) untuk diberi skor : bobot dikali *rating*. Skor faktor – faktor kunci eksternal yang merupakan peluang dan ancaman masing – masing dijumlah dan kemudian diperbandingkan.

- 4) Membuat Matriks Posisi Perusahaan

Hasil analisis pada tabel Matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan Faktor Internal dipetakan pada Matriks Posisi Organisasi dengan cara berikut :

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil analisis sebagai berikut :

- Kalau peluang lebih besar dari ancaman maka nilai  $y > 0$  dan sebaliknya ancaman lebih besar dari peluang maka nilai  $y < 0$ .
- Kalau kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai  $x > 0$  dan sebaliknya kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilai  $x < 0$ .



### **Kuadran I**

- Posisi yang sangat menguntungkan untuk dikembangkan
- Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal
- Seyogianya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif

### **Kuadran II**

- Posisi dapat dikembangkan
- meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan mempunyai keunggulan sumber daya
- Perusahaan – perusahaan pada posisi ini dapat menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang

d. Dilakukan melalui penggunaan strategi diversifikasi produk atau pasar

### **Kuadran III**

- a. Posisi dapat dikembangkan
- b. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar tetapi sumber dayanya lemah, karena itu tidak dapat memanfaatkan peluang tersebut secara optimal  
focus strategi perusahaan pada posisi seperti ini ialah meminimalkan kendala – kendala internal perusahaan.

### **Kuadran IV**

- a. Merupakan kondisi yang serba tidak menguntungkan dan tidak dapat dikembangkan
- b. Perusahaan menghadapi berbagai ancaman eksternal sementara sumber daya yang dimiliki mempunyai banyak kelemahan
- c. Strategi yang diambil defensif, pencairan atau likuidasi

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman mengenai pengertian tentang istilah – istilah dalam penelitian ini, maka dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

#### **Definisi**

1. Produksi adalah nilai produk yang benar – benar dihasilkan dan yang diperoleh dari kegiatan lain yang berkaitan dengan usaha.
2. Total biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi seperti biaya bahan baku, biaya bahan penunjang, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan dan biaya pengemasan yang dikeluarkan pengusaha sampai produk siap dipasarkan.

3. Bahan baku adalah segala sesuatu atau bahan – bahan dasar yang dipakai untuk memulai suatu produksi yang akan menghasilkan suatu produk yang baru.
4. Bahan penunjang adalah segala sesuatu atau bahan – bahan tambahan yang dipakai bersamaan dengan bahan baku untuk menghasilkan produk.
5. Tenaga kerja adalah orang – orang yang bekerja dalam suatu industri.
6. Penyusutan adalah biaya yang dibebankan pada konsumen melalui perhitungan harga pokok produksi.
7. Pengemasan adalah perlakuan terakhir yang dilakukan setelah selesai proses produksi.
8. Layak adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat, baik manfaat finansial maupun manfaat sosial.
9. Tidak layak adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan tidak memberikan manfaat, baik manfaat finansial maupun manfaat sosial.
10. Strategi pengembangan adalah suatu cara yang dilakukan untuk mengembangkan usaha dan memperkenalkan produk pertanian ke masyarakat luas, baik didalam negeri maupun luar negeri.
11. Industri pengolahan kurma salak adalah suatu industri yang mengolah buah salak segar dengan semi teknologi tertentu sehingga menjadi produk olahan yang dinamakan kurma salak.

12. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, opportunities, Threats*) adalah strategi pengembangan dengan menganalisis faktor – faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

### **Batasan Operasional**

1. Sampel adalah pemilik dari industri pengolahan yang terletak di daerah penelitian.
2. Salak olahan yang diteliti adalah kurma salak.
3. Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2019
4. Tempat penelitian di Industri pengolahan Buah Salak Agrina di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak dan Luas Daerah**

Desa Parsalakan berada di kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan, Propinsi Sumatera Utara dengan Luas Wilayah sebesar 3200 Ha. Jarak desa Parsalakan Dengan Kecamatan Angkola Barat (Ibu kota Kecamatan) adalah 9 km, dan jarak ke Kota Padang Sidempuan adalah 8 km dan jarak ke ibu kota provinsi Sumatera Utara ( Medan) adalah 460 km. Secara administrasi Desa Parsalakan mempunyai batas- batas sebagai berikut:

Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Paya Parsalakan

Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Aek latong Siamporik

Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Paya Pusat Aek nabara

Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sawah Sialogo

## Keadaan penduduk

Penduduk di Desa Parsalakan pada tahun 2018 berjumlah 2524 jiwa atau 540 kepala keluarga. Terdiri dari berbagai suku yaitu suku Batak, Jawa, Minang, Nias dan melayu. Sementara jumlah suku terbanyak adalah suku Batak. Berdasarkan jenis kelamin jumlah penduduk perempuan sebanyak 1264 jiwa (50,07%) dari total penduduk sebesar 2524 jiwa dan penduduk laki- laki berjumlah 1260 jiwa (49,92%). Data ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak dari pada jumlah penduduk laki- laki. Jumlah penduduk laki- laki dan perempuan ini dibedakan menjadi dua bagian berdasarkan kelompok umurnya yaitu dewasa dan anak- anak. Jumlah penduduk perempuan dewasa sebanyak 916 jiwa (36,13%) dan jumlah penduduk perempuan anak- anak sebanyak 352 jiwa (13,94%). Sedangkan jumlah penduduk laki- laki dewasa berjumlah 540 jiwa (21,39%) dan jumlah penduduk laki- laki anak- anak berjumlah 720 jiwa (28,52%) berikut distribusi penduduk berdasarkan jenis kelamin Desa Parsalakan :

Tabell. Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	1260	49,91
2	Perempuan	1264	50,19
	Jumlah	2525	100

*Sumber: Data Kantor Kepala Desa Parsalakan 2018*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dibanding dengan jenis kelamin perempuan, dengan selisih persentase jumlah penduduk sebesar 0,38%.

### a. Distribusi penduduk berdasarkan Usia

Berikut adalah distribusi penduduk di Desa Parsalakan berdasarkan golongan usia:

Tabel2. Distribusi Penduduk Berdasarkan Usia

<b>Kelompok Umur (Tahun)</b>	<b>Jumlah (Jiwa)</b>	<b>Persentase (%)</b>
>25 tahun	1158	45,87
17- 25 tahun	474	18,77
5-17 tahun	851	33,71
1-5 tahun	41	1,62
<b>Total</b>	<b>2524</b>	<b>100.00</b>

*Sumber: Data Kantor Kepala Desa Parsalakan 2018*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kelompok umur yang mempunyai jumlah paling besar adalah kelompok umur 25 tahun keatas yaitu 1158 (45,87%) dari total 2524 jiwa penduduk. Dan jumlah yang paling sedikit berada pada kelompok umur 1-5 tahun yaitu sebesar 41 jiwa (1,62%) sedangkan umur 17-25 tahun berjumlah 474 jiwa (18,77%), umur 5-17 tahun berjumlah 851 jiwa (33,71%).

### b. Jumlah Penduduk Berdasarkan Keyakinan

Berdasarkan jumlah penduduk menurut agama, penduduk di desa Parsalakan seluruhnya memeluk agama Islam yaitu sebanyak 2524 jiwa.

Tabel 2. Distribusi Penduduk Menurut Agama Atau Keyakinan

No	Agama	Jumlah	Persentase (%)
1	Islam	2524	100
2	Kristen	0	0
3	Hindu/Budha	0	0

*Sumber: Kantor Kepala Desa Parsalakan , 2018*

### c. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan rata-rata penduduk di Desa Parsalakan ini hanya mampu menyelesaikan pendidikan hingga jenjang Sekolah Dasar (SD). Namun demikian, tidak sedikit pula penduduk yang dapat menyelesaikan pendidikannya hingga SLTA bahkan sarjana. Secara keseluruhan perhatian penduduk setempat terhadap tingkat pendidikan sudah cukup baik dilihat dari telah banyaknya penduduk yang menyelesaikan pendidikan dasar 9 tahun dan telah ada penduduk yang menempuh jenjang pendidikan hingga sarjana. Berikut distribusi penduduk menurut tingkat pendidikan di Desa Parsalakan :

Tabel 3. Distribusi Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak tamat SD	397	15,98
2	SD	1067	42,95
3	SMP	571	22,98
4	SMA	428	17,23
5	Akademi/D1-D3-S1	21	0,84
Total		1853	100

*Sumber: Kantor Kepala Desa Parsalakan , 2018*

Tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat penduduk paling banyak adalah SD yaitu sebesar 1067 jiwa (42,95%) dan tingkat pendidikan yang paling sedikit jumlahnya adalah diploma yang berjumlah 8 jiwa (0,32%). Sedangkan penduduk yang tidak tamat SD sebesar 397 jiwa (15,98%) tamat SLTP 571 jiwa (22,98%) dan sarjana sebanyak 13 jiwa (0,52%).



#### d. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Untuk mata pencaharian, pada tahun 2009 penduduk di Desa Parsalakan banyak yang berprofesi sebagai buruh, pedagang, wiraswasta dan petani. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel distribusi penduduk menurut mata pencaharian berikut ini:

Tabel 4. Distribusi Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan

<b>Mata Pencaharian</b>	<b>Jumlah (jiwa)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Petani	824	67.32
Pegawai Negeri	164	13.39
Pedagang	137	11.19
Karyawan	30	2.45
Buruh	33	2.69
Wiraswasta	18	1.47
Jasa	18	1.47
<b>Total</b>	<b>1224</b>	<b>100</b>

*Sumber: Kantor Kepala Desa Parsalakan, 2018*

#### Sarana dan Prasarana Umum

Setiap desa memiliki sarana dan prasarana yang berbeda-beda antara satu sama lain. Sarana yang ada disesuaikan dengan kebutuhan topografi setiap desa. Tingkat perkembangan sebuah desa dapat diukur dengan kondisi sarana dan prasarana yang ada. Karena keberadaan sarana dan prasarana tersebut laju pertumbuhan sebuah desa, baik dari sektor perekonomian maupun sektor-sektor lainnya.

Desa Parsalakan memiliki beberapa sarana dan prasarana. Keadaan sarana dan prasarana akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana pendukung maka akan mempercepat laju pembangunan baik di tingkat lokal maupun regional. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Parsalakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Sarana dan Prasarana Desa

No	Jenis Saran dan Prasarana Desa	Jumlah (Unit)
1	Perumahan penduduk	401
	Tempat Ibadah	
	Mesjid	5
	Musollah	3
	Greja	0
3	Sarana Pendidikan	
	PAUD	2
	TK	2
	SD/ sederajat	1
	SMP/ sederajat	0
	SMA/ sederajat	0
4	Sarana Kesehatan	
	Puskesmas Pembantu dan Posyandu	5
5	Sarana Umum	
	Kantor Kepala Desa	1
	TPU	1
8	Sarana Komunikasi	
	Sinyal Telepon Seluler	

*Sumber: Kantor Kepala Desa Parsalakan , 2018*

### **Karakteristik Sampel**

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah UKM Agrina.

### **Sejarah Industri Salak Agrina**

Kecamatan Angkola Barat terdiri dari 14 Desa dan 2 Kelurahan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 7.372 kk. Pada mulanya Bapak Gulma adalah seorang anak petani buah salak, yang kemudian sebidangtanah milik orang tuanya dulu di wariskan kepada beliau. Setelah berkeluarga Pak Gulma kemudian membeli kembali perkebunan salak yang sekarang berada di dekat rumahnya. Menurut data tahun 2011 luas area perkebunan salak daerah Kab. Tapanuli Selatan kini mencapai 18.967Ha dengan jumlah produksi 426.758 ton/ tahun. Pada tahun

2006 harga buah salak pernah terpuruk ketika musimpanen raya akibat salak yang melimpah ruah sampai salak segar tersebut tidak ada harganya di pasaran bahkan sama sekali tidak laku di pasaran. Dengan kondisi tersebut muncul ide Pak Gulma untuk membentuk Koperasi di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat untuk mengolah buah salak segar menjadi makanan ringan dan minuman yang memiliki nilai tambah.

Kemudian Pak Gulma mengumpulkan teman-temannya di Angkola Barat dan menjelaskan ide-ide pengembangan pengolahan buah salak. Setelah tercapai kesepakatan, akhirnya mereka membentuk Koperasi yang disebut dengan Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) dengan jumlah anggota sebanyak 154 orang sebagai anggota pasif yang merupakan petani salak. Melihat potensi salak tersebut di Kabupaten Tapanuli Selatan perlu adanya pengolahan lebih lanjut yang siap saji. Di antara produk-produk yang sudah diproduksi oleh Koperasi AGRINA yaitu; Dodol Salak Namora, Keripik Salak Naduma, Kurma Salak Narobi, Madu Salak Najago, Sirup Salak Natabo, Nagogo Drink, Agar-agar Salak Azizah, Bakso Salak, dan Bakwan Salak. Sejak tahun 1999, Menteri Pertanian RI telah menetapkan varietas lokal salak Kabupaten Tapanuli Selatan menjadi “Salak Merah” dan “Salak Putih”, sebagai dua varietas salak nasional, melengkapi 6 varietas salak unggulan yang ditetapkan di Indonesia. Beranjak dari latar belakang yang digambarkan di atas, maka Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi/UKM Kab. Tapanuli Selatan, sejak tahun 2006 sampai saat ini terus berupaya meningkatkan pengolahan buah salak ini menjadi produk yang dapat meningkatkan nilai tambah, baik dalam membuka lapangan kerja baru, diversifikasi buah

salak,maupun membangun sentra produksi yang disesuaikan dengan potensidaerah masing-masing.

### **Visi dan Misi**

#### Visi

Menjadikan sentra industri salak Agrina menjadi pusat pengolahan salak di Tapanuli Selatan dan sebagai tempat belajar bagi siswa, mahasiswa, dan masyarakat terhadap pengolahan buah salak.

#### Misi

- Menaikkan harga jual salak
- Menambah lapangan pekerjaan
- Menumbuhkan jiwa kewirausahaan
- Memotivasi masyarakat untuk lebih kreatif

### **Struktur Organisasi**

Dalam suatu perusahaan, organisasi merupakan alat yang penting yang harus dimiliki. Dimana organisasi tersebut merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dengan lebih efektif. Hal ini dikarenakan organisasi dalam perusahaan dapat membagi tugas dan wewenang secara jelas dan tegas, yang dituangkan dalam struktur. Struktur merupakan hubungan antara bermacam-macam fungsi atau aktivitas organisasi. Adapun yang dimaksud dengan organisasi adalah merupakan suatu sistem yang saling mempengaruhi antara orang-orang dalam bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, sehingga orang itu merupakan wadah kerja yang terdiri dari suatu aktivitas kerja yang berdasarkan kepada pembagian tugas masing-masing sesuai dengan kedudukan jabatannya. Untuk lebih

memperjelas struktur organisasi yang teradapa di koperasi Agrina dapat dilihat pada lampiran 2.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Usaha**

Analisis usaha atau disebut juga feasibility study 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.

Ilmu usaha tani biasanya diartikan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif untuk tujuan keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu. Dikatakan efektif bila petani atau produsen dapat mengalokasikan sumberdaya yang mereka miliki (yang

dikuasai) sebaik-baiknya; dan dikatakan efisien bila pemanfaatan sumberdaya tersebut menghasilkan keluaran (output) yang melebihi masukan (input). Efisiensi usaha tani dapat diukur dengan cara menghitung efisiensi teknis, efisiensi harga dan efisiensi ekonomis.

### **Biaya Produksi**

Biaya produksi dari usaha kurma salak adalah biaya yang dikeluarkan pada saat pelaksanaan usaha. Biaya produksi usaha kurma salak di bagi dua yaitu, biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan pelaku usaha yang tidak di pengaruhi oleh besar kecilnya produksi usaha nuget ikan nila. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha yang dipengaruhi oleh besar kecilnya jumlah produksi. Berikut Komponen biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengola kurma salak di daerah penelitian.

#### 1. biaya penyusutan peralatan

Berikut adalah komponen biaya penyusutan peralatan yang dikeluarkan oleh UKM agrina dalam proses pembuatan kurma salak perbulan:

Tabel 6. Komponen biaya penyusutan peralatan perbulan

No	Jeni Peralatan	Unit	Harga	Umur Ekonomis (Thn)	Biaya Penyusutan (Rp/Bln)
1	Dandang	3	360.000	4	22500
2	Oven	4	1.250.000	5	83333
3	Ember	6	35.000	1	17500
4	Pisau	10	15.000	1	12500
<b>Total Biaya</b>					<b>135.833</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat total biaya penyusutan peralatan yang dikeluarkan oleh pelaku usaha perbulan adala sebesar Rp.135.833. biaya ini terdiri dari penyusutan dandang sebesar Rp. 22.500, biaya penyusutan oven sebesar Rp. 83.333, biaya penyusutan ember Rp 17.500 dan biaya penyusutan pisau 12.500

## 2. Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah komponen utama dalam proses produksi, dalam proses pembuatan kurma salak bahan baku utamanya adala salak, gula pasir, kayu bakar, dan garam Berikut adala rincian biaya pengeluaran untuk bahan baku dalam prosespengolaan kurma salak perbulan nya

Tabel 7. Rincian Biaya Pembelian Bahan Baku

No	Jeni Bahan Baku	Kebutuhan (Kg/Bks/kubik)	Harga (Rp/Kg/Bks/kubik)	Biaya
1	Salak	550	4.500	2.475.000
2	Gula Pasir	150	11.000	1.650.000
3	Garam	30	1500	45.000
4	Kayu Bakar	1	250.000	250.000
Total Biaya				4.420.000

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat total biaya bahan baku perbulannya adalah sebesar Rp. 4.420.000 biaya ini terdiri dari biaya salak sebesar Rp. 2.475.000, gula pasir sebesar Rp. 1.650.000 garam sebesar Rp. 45.000 dan biaya pembelian kayu bakar sebesar Rp. 250.000.

Berikut ini adalah rincian total biaya yang dikeluarkan dalam proses pengolahan kurma salak perbulannya.

Tabel 8. Total Biaya Usaha Pengolahan Kurma Salak Perbulan

No	Rincian	Biaya (Rp/Bln)
1	Penyusutan Peralatan	135.833
2	Bahan Baku	4.420.000
3	Tenaga Kerja	1.400.000
4	Listrik	250.000
5	Pengemasan	150.000
<b>Total Biaya</b>		<b>6.355.833</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat total biaya usaha pengolahan kurma salak perbulannya sebesar Rp. 7.355.833. biaya ini terdiri dari biaya penyusutan peralatan sebesar Rp. 135.833, biaya bahan baku sebesar Rp. 4.420.000, biaya tenaga kerja sebesar Rp. 2.400.000, biaya untuk pengeluaran listrik sebesar Rp. 250.000. biaya pengemasan sebesar Rp. 150.000.

### **Penerimaan Usaha**

Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Penerimaan juga sangat ditentukan oleh besar kecilnya hasil tproduksi yang dihasilkan dan harga dari produksi tersebut. Untuk lebih memperjelas penerimaan yang diperoleh dalam usaha pembuatan kurma salak per bulan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Penerimaan Usaha Perbulan

No	Uraian	Total
1	Produksi	850 Bks
2	Harga	11.000
<b>Total Penerimaan</b>		<b>9.350.000</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2019



Dari tabel di atas total penerimaan dari usaha pembuatan kurma salak per bulan adalah sebesar Rp. 9.350.000.jumlah produksi usaha pembuatan kurma salakperbulan sebanyak 850 bungkus, harga jual perbungkusnya adalah sebesar Rp. 11.000. dalam proses pemasaran hasil produksi biasanya pelaku usaha melakukan kerja sama dengan pihak grosir dan swalayan.

### **Pendapatan Usaha**

Setelah mengetahui besarnya penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan, selanjutnya diketahui besar pendapatan yang diperoleh pelaku usaha Kurma Salak. Pendapatan diperoleh dengan mengurangi total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Besar pendapatan pelaku usaha kurma salakdi daerah penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Pendapatan Pelaku Usaha Per Bulan

Uraian	Jumlah (Rp)
Penerimaan	9.350.000
Total Biaya	6.355.833
<b>Pendapatan</b>	<b>2.994.167</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel di atas penerimaan usaha pembuatan kurma salak per bulan sebesar Rp. 9.350.000 dan total biaya usaha sebesar Rp. 6.355.833. Maka pendapatan usaha perbulan di daerah penelitian yaitu Rp. 2.994.167 per bulan.

### **Kelayakan Usaha**

#### *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 pengolahan kurma salak di daerah penelitian sangat dibutuhkan manajemen yang baik untuk melaksanakan pengelolaan usahanya, untuk mengetahui apakah usaha pembuatan kurma salak yang dilakukan petani di daerah penelitian sudah layak atau tidak, maka dapat dianalisis dengan menggunakan analisis Cost Ratio (R/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 usahatani layak untuk diusahakan

$R/C = 1$ , maka usahatani impas

$R/C < 1$ , maka usahatani tidak layak untuk diusahakan

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

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Rp.9.350.000}}{\text{Rp.6.355.833}} \\ &= 1,27 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas didapat nilai R/C sebesar 1,27. Nilai 1,27 > 1, sehingga usaha pembuatan kurma salak di lokasi penelitian layak untuk diusahakan, nilai 1,27 dapat diartikan jika setiap biaya yang dikorbankan oleh pelaku usaha sebesar Rp 1 maka akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1,27

### **Strategi Pengembangan Koperasi Kurma Salak**

Strategi ialah perencanaan, arah dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengkaitkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan. Strategi dirancang untuk mengetahui apakah tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Analisis SWOT Sebagai Dasar Penentuan Strategi Pengembangan Koperasi Kurma Salak . Standar Analisis SWOT Penentuan Strategi Pengembangan Koperasi Kurma Salak :

#### 1. Pembobotan (Weighting) dan Penilaian (Raiting)

Dalam analisis SWOT setiap factor/variabel strategidiukur denganmelakukan pembobotan dan penilaian untuk menghitung jumlah nilaibobot dari kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman. Pembobotan dan penilaian dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Pembobotan (weighting) dilakukan berdasarkan pertimbangan pengaruh faktor atau variabel tersebut terhadap pencapaian tujuan perusahaan dibandingkan dengan faktor-faktor atau variabel-variabel lainnya dalam kelompoknya. Faktor yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan diberi bobot terbesar.
- b. Penilaian (rating) untuk setiap faktor atau variabel dilakukan dengan Skala Likert menggunakan nilai 1 sampai dengan 4. Penilaian dilakukan dengan membandingkan antara kondisi faktor yang dinilai saat ini.

- c. Skor (scoring) dilakukan dengan mengalikan bobot dengan nilai, sehingga akan diperoleh jumlah skor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Jumlah skor kekuatan dikurangi dengan jumlah skor kelemahan diperoleh skor IFE (*Internal Factors Evaluation*). Jumlah skor peluang dikurangkan dengan jumlah skor ancaman diperoleh skor EFE (*External Factors Evaluation*)

Perumusan strategi Pengembangan Usaha didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh factor internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal setiap saat dapat berubah dengan cepat sehingga melahirkan peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan factor eksternal juga mengakibatkan perubahan terhadap factor internal. Adapun jenis-jenis strategi dalam pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara dan pengolahan data yang diperoleh dari usahatani di daerah penelitian, dapat dilihat faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi sebagai berikut :

### **Faktor internal**

Analisis Lingkungan Internal bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada usahatani jamur tiram putih. Lingkungan Internal ini didapat dari hasil wawancara. Berikut penjelasan Lingkungan Internal yang terdapat pada Koperasi Agrina di daerah penelitian:

Kekuatan

Analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Lokasi berada di daerah sentra penghasil bahan baku
2. Tenaga kerja muda didapat
3. Pangsa pasar yang luas

#### Kelemahan

Kelemahan adalah situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Berikut adalah factor internal kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan di daerah penelitian.

1. Modal yang terbatas
2. SDM yang belum terlatih
3. Belum ada standar mutu

#### **Faktor Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal perusahaan berkaitan dengan keadaan luar perusahaan yang berpengaruh terhadap kegiatan di perusahaan. Identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal sangat dibutuhkan karena merupakan keadaan yang tidak dapat dikendalikan secara langsung. Faktor-faktor eksternal teridentifikasi menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Berikut penjelasan Lingkungan Internal yang terdapat pada Koperasi Agrina di daerah penelitian:

#### Peluang

Peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang. Berikut adalah factor eksternal Peluang yang dimiliki oleh pelaku usaha di daerah penelitian:

1. Dukungan kebijakan pemerintah daerah
2. Budaya masyarakat
3. Perkembangan teknologi

#### Ancaman

Ancaman adalah cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang. Berikut adalah factor eksternal ancaman yang dimiliki pelaku usaha kurma salak di daerah penelitian:

1. Masyarakat yang masih kurang percaya dengan produk yang belum bersertifikasi
2. Pesaing yang mulai bermunculan

#### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT sebagai dasar penentuan prospek pengembangan Kurma Salak. Standar Analisis SWOT Pada strategi pengembangan usaha:

## 2. Pembobotan (Weighting) dan Penilaian (Rating)

Dalam analisis SWOT setiap factor/variabel strategidiukur denganmelakukan pembobotan dan penilaian untuk menghitung jumlah nilaibobot dari kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman.Pembobotan dan penilaian dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- d. Pembobotan (weighting) dilakukan berdasarkan pertimbangan pengaruh faktor atau variabel tersebut terhadap pencapaian tujuan perusahaan dibandingkan dengan faktor-faktor atau variabel-variabel lainnya dalam kelompoknya. Faktor yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan diberi bobot terbesar, demikian seharusnya hingga faktor yang mempunyaipengaruh paling kecil diberi bobot terkecil. Total bobot untuk setiap faktor, peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan adalah 100%.
- e. Penilaian (rating) untuk setiap faktor atau variabel dilakukan dengan Skala Likert menggunakan nilai 1 sampai dengan 4. Penilaian dilakukan dengan membandingkan antara kondisi faktor yang dinilai saat ini.
- f. Skor (scoring) dilakukan dengan mengalikan bobot dengan nilai, sehingga akan diperoleh jumlah skor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Jumlah skor kekuatan dikurangi dengan jumlah skor kelemahan diperoleh skor IFE (*Internal Factors Evaluation*). Jumlah skor peluang dikurangi dengan jumlah skor ancaman diperoleh skor EFE (*External Factors Evaluation*)
- g. Berdasarkan skor IFE dan EFE digambarkan diagram Delphi untuk menentukan posisi perusahaan.

3. Penilaian analisis SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada kurma salak di daerah penelitian, tahap selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Strategi Eksternal (EFAS).

Tabel 11. Matriks Evaluasi Internal (IFAS)

FAKTOR - FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
<b>KEKUATAN</b>			
Lokasi berada di daerah sentra penghasil bahan baku	0.21	4	0.84
Tenaga kerja muda didapat	0.16	3	0.48
Pangsa pasar yang luas	0.16	4	0.64
Jumlah	0.53		1.96
<b>Kelemahan</b>			
Modal yang terbatas	0.21	3	0.63
SDM yang belum terlatih	0.16	2	0.32
Belum ada standar mutu	0.10	1	0.1
Jumlah	0.47		1.05
<b>KEKUATAN – KELEMAHAN</b>			<b>0.91</b>

*Sumber Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat skor kekuatan lebih besar daripada skor kelemahan dengan selisih sebesar 0.91. Nilai 0,91 diperoleh dari faktor kekuatan dikurang faktor kelemahan ( $1,96 - 1,05 = 0,91$ ). Factor kekuatan yang memiliki peran terbesar adalah Lokasi berada di daerah sentra penghasil bahan baku dengan skor 0,84 dan pangsa pasar yang sangat luas dengan skor 0,64. Factor kekuatan



yang memiliki peran positif tersebut harus dimanfaatkan oleh perusahaan. Dari matriks IFAS diatas juga dapat dilihat kelemahan yang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan adalah Belum ada standar mutu sekitarnya dengan skor 0,10. Faktor kelemahan yang berperan negative terhadap perusahaan harus segera diatasi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan guna mengembangkan usaha.

Tabel 12. Matriks Evaluasi Eksternal (EFAS)

FAKTOR - FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
<b>PELUANG</b>			
Dukungan kebijakan pemerintah daerah	0.29	2	0.58
Budaya masyarakat	0.21	2	0.42
Perkembangan teknologi	0.15	3	0.45
Jumlah	0.65		1.45
<b>ANCAMAN</b>			
Masyarakat yang masih kurang percaya dengan produk yang belum bersertifikasi	0.21	3	0.63
Pesaing yang mulai bermunculan	0.14	2	0.28
Jumlah	0.35		0.91
<b>PELUANG – ANCAMAN</b>			<b>0.54</b>

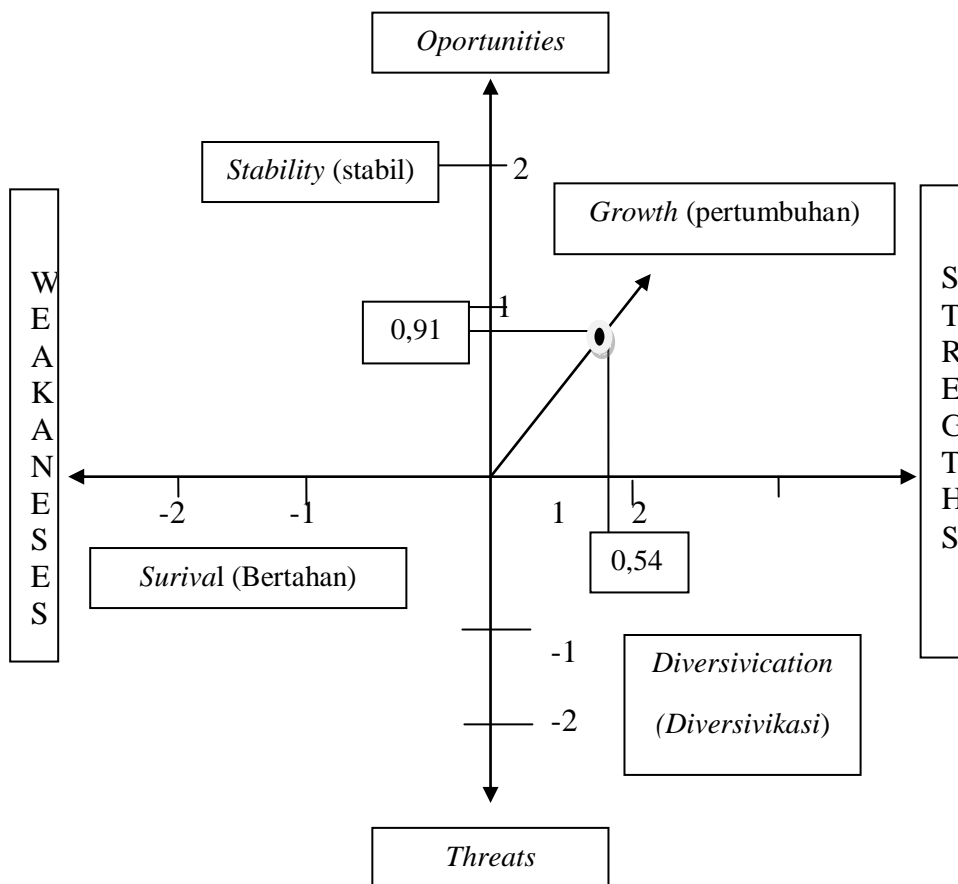
*Sumber Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat skor peluang lebih besar daripada skor ancaman dengan selisih sebesar 0.54. nilai 0,54 diperoleh dari  $(1.45 - 0.91 = 0.54)$ , 1,45 adalah jumlah dari bobot X Rating dari faktor peluang sedangkan nilai 0,91 adalah jumlah dari Bobot X Rating Dari faktor ancaman. Matriks EFAS diatas juga dapat dilihat ancaman yang terbesar yang dimiliki oleh perusahaan

adalah pesaing yang mulai bermunculan dengan skor 0,28. Faktor ancaman yang berperan negative terhadap perusahaan harus segera diatasi dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan guna mengembangkan usaha.

### Matriks Posisi Perusahaan

Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS dapat dibuat matriks perusahaan untuk melihat posisi pengembangan usaha kurma salak. Berdasarkan tabel ifas dan efas diperoleh nilai Y (0,91) dan nilai X 0,54) maka dapat digambarkan posisi usaha pengolahan kurma salak melalui diagram delphi. Selengkapnya terlihat pada Gambar 2 Berikut



Gambar 2. Diagram Delphi

Berdasarkan gambar diatas, skor IFE adalah 0,91 yang terletak pada kuadran kekuatan dan EFE adalah 0,54 yang terletak pada **kuadran I (growth)**,

pertumbuhan, merupakan situasi yang menguntungkan. Dimana usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Posisi ini memiliki arti bahwa Koperasi Agrina memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dengan demikian strategi yang sesuai untuk perusahaan yang menempati posisi Kuadran I adalah **strategi Agresif**.

#### 4. Pengertian Strategi

##### a Strategi Bersaing

Oxford Pocket Dictionary : “Merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal dan sebagainya menuju posisi yang layak, rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis atau politik dan sebagainya”.

Alfred Chandler (1962) Strategi and structure : “Merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

Robert D Buzzell & Bradley T Gale (1987) : “Strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang mempunyai dampak yang besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah”.

Kenneth Andrew (1971) Konsep Strategi Kooperatif :

“Strategy adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang di anut atau yang akan di anut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi apa perusahaan ini”. Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu:

#### 1 Strategi adalah Perencanaan (Plan)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya.

#### 2 Strategi adalah Pola (Patern)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (strategy is patern), yang selanjutnya disebut sebagai intended strategy, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai realized strategy karena telah dilakukan oleh perusahaan.

#### 3 Strategi adalah Posisi (Position)

Yaitu memposisikan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat kebawah, yaitu ke suatu titik bidik di mana produk tertentu bertemudengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

#### 4 Strategi adalah Perspektif (Perspektif)

Jika dalam arti Pola dan Posisi cenderung melihat ke bawah dan keluar, maka sebaliknya dalam Perspektif cenderung lebih melihat kedalam yaitu ke dalam organisasi, dan ke atas yaitu melihat grandvision dari perusahaan.

#### 5 Strategi adalah Permainan (Play)

Dalam arti ini, strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua.

#### Penyusunan Strategi

Penyusunan strategi pengembangan usaha kurma salak Koperasi Agrina dilakukan dengan menggunakan beberapa alternatif strategi. Penentuan alternatif strategi pengembangan disusun dengan menggunakan SWOT matriks. SWOT matriks disusun berdasarkan faktor eksternal dan internal. Berdasarkan posisi matriks SWOT dapat disusun 4 strategi yaitu: strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT. sesuai dengan posisi matriks SWOT pada diagram delpi yang berada pada kuadrat Growt, maka strategi yang digunakan adalah strategi SO. Adapun Strategi SO yang dapat dilakukan pada tabel matrik SWOT berikut:

**Tabel 13. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kurma Salak**

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi berada di daerah sentra penghasil bahan baku</li> <li>2. Tenaga kerjamuda didapat</li> <li>3. Pangsa pasar yang luas</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Kelemahan (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal yang terbatas</li> <li>2. SDM yang belum terlatih</li> <li>3. Belum ada standar mutu</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan kebijakan pemerintah daerah</li> <li>2. Budaya masyarakat</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan adanya pangsa pasar yang luas dan dukungan keijakan</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal yang terbatas dapat diatasi dengan melakukan melalui</li> </ol>

3. Perkembangan teknologi	<p>pemerintah maka pelaku usaha dapat meningkatkan produksinya untuk meningkatkan keuntungan (S3, O1).</p> <p>2. Dengan adanya perkembangan teknologi dan lokasi yang berada disentra produksi bahan baku maka pelaku usaha dapat meningkatkan hasil produksinya untuk memperluas jaringan pasar (O3,S1, S3)</p>	<p>pemijaman di program KUR sesuai dengan kebijakan pemerintah (W1, O1)</p> <p>2. SDM yang belum terlatih dan belum adanya standar mutu dapat diatasi dengan mengikuti seminar tentang kewirausahaan yang diadakan oleh pemerintah maupun pihak swasta.</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Masyarakat yang masih kurang percaya dengan produk yang belum bersertifikasi</p> <p>2. Pesaing yang mulai bermunculan</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Mempercepat keluarnya izin dari BPOM, untuk memperluas pangsa pasar</p> <p>2. Pesaing yang mulai bermunculan dapat diatasi dengan memperluas pangsa pasar dan menguasai pasar yang telah ada</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Mempercepat keluarnya izin dari BPOM, untuk menarik minat konsumen yang masih ragu akan kualitas atau mutu dari produk</p> <p>2. Pesaing yang mulai bermunculan dan SDM yang belum terlatih harus segera diatasi dengan melakukan pelatihan pengembangan SDM dan penguasaan pasar.</p>

*Sumber Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan matrik SWOT diatas dapat dirumuskan beberapa strategi sebagai berikut:

### 1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal, dimana kekuatan internal dapat memanfaatkan tren dan kejadian eksternal.

- a. Dengan adanya pangsa pasar yang luas dan dukungan kebijakan pemerintah maka pelaku usaha dapat meningkatkan produksinya untuk meningkatkan keuntungan (S3, O1).
- b. Dengan adanya perkembangan teknologi dan lokasi yang berada disentra produksi bahan baku maka pelaku usaha dapat meningkatkan hasil produksinya untuk memperluas jaringan pasar (O3,S1, S3)
- c. Pangsa pasar yang luas dan dengan adanya perkembangan teknologi akan mempermudah dalam proses pemasaran hasil produksi.

## **2) Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)**

Strategi W-O bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah :

- a. Modal yang terbatas dapat diatasi dengan melakukan melalui pemijaman di program KUR sesuai dengan kebijakan pemerintah (W1, O1)
- b. SDM yang belum terlatih dan belum adanya standar mutu dapat diatasi dengan mengikuti seminar tentang kewirausahaan yang diadakan oleh pemerinta maupun pihak swasta.

## **3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*)**

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha pengolahan kurma salak untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal.

Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu :

- a. Mempercepat keluarnya izin dari BPOM, untuk memperluas pangsa pasar

- b. Pesaing yang mulai bermunculan dapat diatasi dengan dengan memperluas pangsa pasar dan menguasai pasar yang telah ada

#### **4) Strategi W-T (*Weakness-Threats*)**

Strategi W-T adalah taktik bertahan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

- a. Mempercepat keluarnya izin dari BPOM , untuk menarik minat konsumen yang masih ragu akan kualitas atau mutu dari produk
- b. Pesaing yang mulai bermunculan dan SDM yang belum terlati harus segera diatas dengan melakukan pelatihan pengembangan SDM dan penguasaan pasar.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat di peroleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerimaan usaha pembuatan kurma salak per bulan sebesar Rp. 9.350.000 dan total biaya usaha sebesar Rp. 6.355.833. Maka pendapatan usaha perbulan di daerah penelitian yaitu Rp. 2.994.167



2. Nilai R/C usaha pengolahan kurma salak sebesar 1,27. Nilai  $1,27 > 1$ , sehingga usaha pembuatan kurma salak di lokasi penelitian layak untuk diusahakan,
3. Skor IFE usaha pembuatan kurma salak adalah 0,91 yang terletak pada kuadran kekuatan sedangkan untuk skor EFE adalah 0,54. Nilai skor EFE dan IFE terletak pada kuadrat I pertumbuhan (Growth), Posisi ini memiliki arti bahwa UKM AGRINA memiliki kekuatan untuk melakukan pengembangan usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dengan demikian strategi yang sesuai untuk perusahaan yang menempati posisi Kuadrat I adalah strategi Agresif. Jadi rekomendasi strategi untuk pengembangan usaha pengolahan kurma salak di UKM AGRINA adalah Strategi SO

### **Saran**

1. Diharapkan kepada PEMKAB Tapsel agar mempromosikan hasil olahan salak yaitu kurma salak sebagai bagian dari promosi pariwisata.
2. Disarankan kepada pemilik UKM Agrina agar melakukan proses pengembangan SDM agar memperoleh SDM yang berkualitas.
3. Disarankan kepada UKM Agrina agar lebih meningkatkan kegiatan promosi untuk menarik minat konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (a), 2009. Kabupaten Tapanuli Selatan. Dikutip dari [www.sumutprov.go.id/ongkam.php?me=potensi\\_tapsel – 32k-](http://www.sumutprov.go.id/ongkam.php?me=potensi_tapsel-32k-).
- (b), 2009. Pemerintah Kabupaten Banjarnegara. Dikutip dari <http://www.banjarnegarakab.gp.id/>
- Arikunto, 2009. Teknik Penentuan Sampel Dengan Pertimbangan Tertentu.
- David, F. R. 2008. *Manajemen Strategi, Edisi Kesepuluh*. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta
- Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi/UKM Kab. Tapsel Sumatera Utara, 2008. *Standarisasi dan Proses Produksi Bauh Salak*. Kab. Tapanuli Selatan.

- Gray, C., P. Simanjuntak, L.K. Sabar dan P.F.L. Maspeitella. 2002. Pengantar Evaluasi Proyek, PT. Gramedia, Jakarta.
- Gumbira Said, E. Rahmayanti dan M.Z. Muttaqim. 2001." Menejemen Teknologi Agribisnis, Kunci Daya Saing Global Produk Agribisnis". Penebar Swadaya, Jakarta.
- Kamsiati, 2010. Permasalahan dalam pengolagahan buah salak.
- Karmadi, 2003. *Analisis Efisiensi dan Produktifitas Home Industri Ledre (Studi kasus di Desa Padangan Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Kasmir dan Jakfar, 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Kencana Prenada Group. Jakarta
- Kotler, Philip : Amstrong, Garry, 2008. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga Jakarta.
- Mangunwidjaja, Djumali dan Illah Sails. 2005. Pengantar Teknologi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Mushar, 1994. Pengembangan Agroindustri dan Berbagai Permasalahannya. Berita Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Tahun ke 38 No. 1.
- Naibaho (a), 2009. Gulma Mendrofa Sang Pencetus Olahan Salak Dari Tapsel. Dikutip dari [www.medanbisnisonline.com/2009/02/09/gulma-mendrofasang-pencetus-olahan-salak-dari-tapsel/](http://www.medanbisnisonline.com/2009/02/09/gulma-mendrofasang-pencetus-olahan-salak-dari-tapsel/).
- (b), 2009. Omset Hingga Rp 30 Juta Per Bulan. Dikutip dari [www.medanbisnisonline.com/2009/02/09/omset-hingga-rp-30-juta-per-bulan/-20k](http://www.medanbisnisonline.com/2009/02/09/omset-hingga-rp-30-juta-per-bulan/-20k).
- Rangkuti, F. 1997. Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Putaka Utama, Jakarta.
- Redaksi Agromedia, 2007. Kiat Mengatasi Permasalahan Praktis Budi Daya Salak. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Satuhu dan Sunarmani, 2004. Membuat Aneka Kurma Buah, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Situmorang dan Dilham, A. 2007. Studi Kelayakan Bisnis. USU Pres, Medan.
- Soekartawi. 2001. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. RajaGrafindo Parsada, Jakarta.

Soetomo, M. 2001. Teknik Bertanam Salak. Sinar Baru Algensindo. Bandung.

Sofyan, 2004. Studi Kelayakan Bisnis. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Suratiah, Ken., 2011. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya, Jakarta.

Sutojo dan f. Kleinsteuber, 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

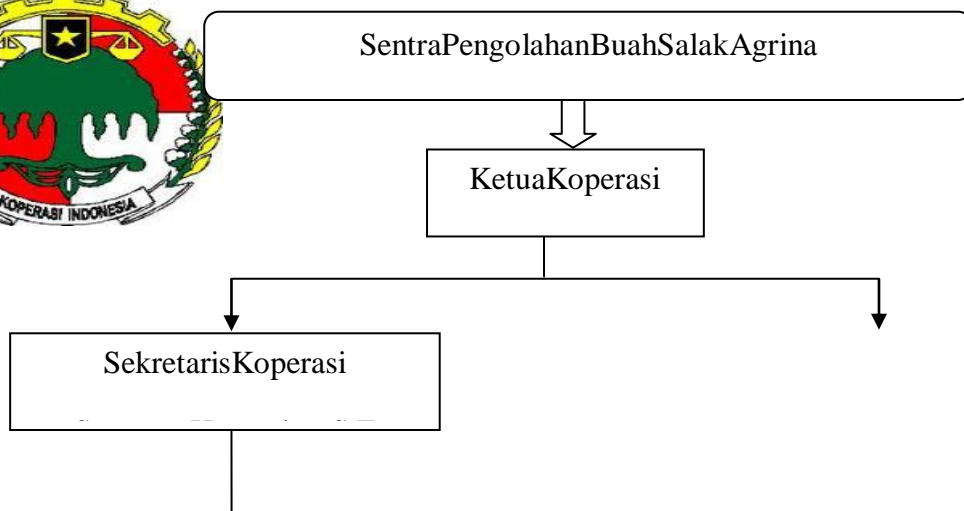
Tim Karya Mandiri, 2010. Keunggulan Buah Salak Yang Memiliki Kandungan Gizi Yang Cukup Tinggi.

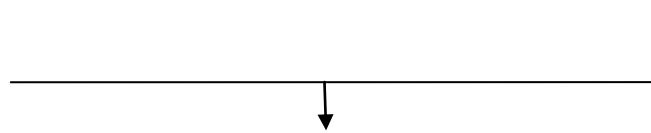
Bendahara Koperasi

Lampiran 1. Struktur Organisasi

**Struktur Organisasi Sentra Pengolahan Buah Salak AGRINA**

Unit Usaha:





Lamprian 2. Penggunaan Tenaga		Karyawankoperasiagrina		
Jenis Kegiatan	Jumlah Tenaga			Biaya (Rp)
Pengupasan				320000
Pembersiahan				160000
Perubasan	8	45000		360000
Pengeringan	8	50000		400000

Pengemasan	4	40000	160000
<b>Total Biaya</b>			<b>1400000</b>

*Sumber Data Primer Diolah 2019*

### Lampiran 3. Penyusutan Perlatan

No	Jeni Peralatan	Unit	Harga	Umur Ekonomis (Thn)	Biaya Penyusutan (Rp/Bln)
1	Dandang	3	360.000	4	22500
2	Oven	4	1.250.000	5	83333
3	Ember	6	35.000	1	17500

4	Pisau	10	15.000	1	12500
<b>Total Biaya</b>					<b>135.833</b>

*Sumber Data Primer Diolah 2019*

**Lampiran 4. Total Biaya Usaha Pengolahan Kurma Salak Perbulan**

No	Rincian	Biaya (Rp/Bln)
1	Penyusutan Peralatan	135.833
2	Bahan Baku	4.420.000
3	Tenaga Kerja	1.400.000
4	Listrik	250.000

5	Pengemasan	150.000
<hr/>		
	Total Biaya	6.355.833

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Lampiran 5. Penerimaan Usaha Perbulan

No	Uraian	Total
1	Produksi	850 Bks
2	Harga	11.000
<hr/>		
	<b>Total Penerimaan</b>	9.350.000

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*



## Lampiran 6. Pendapatan Pelaku Usaha Per Bulan

Uraian	Jumlah (Rp)
Penerimaan	9.350.000
Total Biaya	6.355.833
<b>Pendapatan</b>	2.994.167

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

## Lampiran 7. Matriks Evaluasi Internal (IFAS)

FAKTOR - FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
<b>KEKUATAN</b>			
Lokasi berada di daerah sentra penghasil bahan baku	0.21	4	0.84
Tenaga kerja muda didapat	0.16	3	0.48
Pangsa pasar yang luas	0.16	4	0.64

Jumlah	0.53		1.96
Kelemahan			
Modal yang terbatas	0.21	3	0.63
SDM yang belum terlatih	0.16	2	0.32
Belum ada standar mutu	0.10	1	0.1
Jumlah	0.47		1.05
<b>KEKUATAN – KELEMAHAN</b>			<b>0.91</b>

*Sumber Data Primer Diolah 2019*

#### Lampiran 8. Matriks Evaluasi Eksternal (EFAS)

FAKTOR - FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT x RATING
PELUANG			
Dukungan kebijakan pemerintah daerah	0.29	2	0.58
Budaya masyarakat	0.21	2	0.42

Perkembangan teknologi	0.15	3	0.45
Jumlah	0.65		1.45
ANCAMAN			
Masyarakat yang masih kurang percaya dengan produk yang belum bersertifikasi	0.21	3	0.63
Pesaing yang mulai bermunculan	0.14	2	0.28
Jumlah	0.35		0.91
PELUANG – ANCAMAN			0.54

---

*Sumber Data Primer Diolah 2019*

## **DOKUMENTASI**



Gambar pembersihan salak



Gambar Pengerebusan Salak



Gambar Perendaman Salak Dengan Air Gula



Proses Pengeringan Kurma



Proses Pengemasan Kurma Salak