

JURNAL

ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI MANISAN PALA DI KELURAHAN AERMADIDI KABUPATEN MINAHASA UTARA (STUDI KASUS DI UD. MURNI)

CHELSY MEA

090 314 030

Dosen Pembimbing :

- 1. Dr.Ir. Tommy F. Lolowang, Msi**
- 2. Dr.Ir. Benu L.S. Olfie, MS**
- 3. Ir. Ribka M. Kumaat, MS**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SAM RATULANGI

FAKULTAS PERTANIAN

MANADO

2014

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur biaya, penerimaan dan keuntungan serta mengetahui strategi pengembangan agroindustri manisan pala dari UD Murni. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei-September 2013, sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer yang diambil melalui observasi dan wawancara langsung pada pemilik usaha dan kepala bidang industri Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Minahasa Utara. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis secara deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya tetap UD Murni adalah sebesar Rp. 26.043 sedangkan untuk biaya variabel sebesar Rp. 2.567.650 dan untuk penerimaan UD Murni adalah sebesar Rp. 11.975.000. sehingga keuntungan yang diperoleh produsen manisan pala adalah sebesar Rp. 9.631.307 per minggu. Strategi pengembangan usaha manisan pala melalui matriks SWOT antara lain: mempertahankan dan memperluas strategi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, melakukan kerjasama dengan kemitraan usaha, meningkatkan kualitas produk sesuai selera konsumen, melakukan promosi yang menggunakan teknologi sebagai media, menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi, dan membuat kemasan produk yang lebih menarik dari produk sejenisnya.

Untuk mengembangkan usaha perlu adanya peningkatan kualitas baik dalam kualitas produk maupun pelayanan agar konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan, menjalin kerjasama kemitraan dengan para supplier buah pala selain itu perlu adanya bantuan modal dari pemerintah sebagai tambahan modal untuk para pengusaha agar dapat lebih mengembangkan usahanya.

Abstract

The objective of this research is to calculate cost, revenue and profit and to know the development strategy of UD Murni candied nutmeg agroindustry. This study is conducted from May-September 2013, the source of the data in this study were obtained from primary data through observation and interviews taken directly to the business owner and head of the Department of Industry and Trade Industrial North Minahasa Regency. Methods of data analysis in this study is a descriptive analysis using SWOT analysis.

The research result showed that UD Murni Fixed Cost was Rp. 26 043 while the variable cost of Rp. 2.31765. UD Murni revenue was Rp. 11.975.000. Therefore profits for producers of candied nutmeg was Rp. 9,631,307 week or one-time production. The candied nutmeg development strategies through SWOT matrix were: maintaining and expanding marketing strategies by using technological developments, cooperating with business partnerships, improve the quality of products according to consumer tastes, promoting the use of technology as a medium, using technology to get information, and packaging products that more attractive than similar products.

To develop the business it was needed a quality improvement both in quality products and services so that consumers are satisfied with the products offered, establish cooperative partnerships with suppliers nutmeg and the need for financial aid from the government as the additional capital for the business men to develop their business

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia masih memiliki banyak peluang dan mempunyai prospek yang cerah serta belum digali. Meskipun pada masa sekarang sektor industri lebih diutamakan, perkembangan sektor pertanian tidak lepas sebagai pendukung

yang kokoh, maka harus ada kerjasama antar bidang-bidang yang berkaitan. Salah satu sektor industri yang banyak dikembangkan: yang bergerak di sektor industri pengolahan pangan atau sekarang yang lebih dikenal agroindustri, Menurut Soekartawi (2001), agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu

meningkatkan perolehan devisa, dan mampu mendorong munculnya industri yang lain.

Pengembangan agroindustri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk primer komoditas pertanian yang sekaligus dapat mengubah sistem pertanian tradisional menjadi lebih maju (BPTP, 2003). Agar bisa berkembang setiap usaha bahkan usaha Agroindustri perlu dilakukan Analisis usaha dan Strategi pengembangan usaha yang nantinya sebagai bahan pertimbangan agar setiap usaha dapat memperbaiki dan mengatur manajemen usahanya dengan lebih baik untuk mendapatkan keuntungan yang memuaskan. Komponen pengolahan hasil pertanian menjadi penting karena dapat meningkatkan nilai tambah, meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan produsen, dan meningkatkan pendapatan produsen (Soekartawi, 2005). Adanya hal tersebut mendorong timbulnya industri pengolahan hasil pertanian (Agroindustri Hilir) yang merupakan salah satu sub sistem Agribisnis.

Usaha agroindustri menjadi penting untuk dikembangkan karena sumber daya alam yang melimpah dan perlu dikelola dengan baik agar dapat menghasilkan nilai ekonomis, pengelolaan sumber daya alam

melalui usaha agroindustri ini dilakukan oleh UD Murni yang terletak di Kelurahan Airmadidi Atas Kecamatan Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara dengan mengelola daging buah pala menjadi manisan pala Industri makanan ringan atau cemilan. Fungsi utama suatu industri makanan adalah untuk menambah, menyebarluaskan, dan meningkatkan nilai tambah produk-produk hasil pertanian secara efektif dan efisien. Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia sehingga keberadaan industri ini dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Selain itu setiap usaha yang dilakukan harus dapat menganalisis usahanya baik dengan melihat biaya, penerimaan dan keuntungannya dan juga harus dapat menentukan strategi apa yang digunakan untuk memperluas dan mengembangkan usahanya. Kondisi lingkungan usaha sangat dinamis dan intensitas persaingan usaha yang semakin ketat membuat seorang pengusaha tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi saja dalam menjalankan usahanya. Seorang pengusaha dituntut untuk melakukan Analisis Usaha agar tidak terjadi kebangkrutan atau gulung tikar di kemudian hari karena tidak adanya analisis yang benar terhadap usaha yang dijalankan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka masalah yang ingin di telaah :

1. Berapa besar biaya, penerimaan dan keuntungan dari agroindustri manisan pala di U.D Murni
2. Bagaimana strategi pengembangan agroindustri manisan pala di U.D Murni

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan dan keuntungan dan strategi pengembangan agroindustri manisan pala di U.D Murni

1.4. Manfaat Penelitian

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan yang dapat digunakan sebagai dasar membuat kebijaksanaan mengenai pengembangan usaha berbasis bahan baku daging buah pala serta sebagai acuan untuk lebih memperbaiki lagi usaha yang di jalankan agar mendapat keuntungan yang lebih baik lagi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Agroindustri Manisan Pala

Bahan baku untuk pembuatan manisan pala adalah buah pala yang segar, oleh karena itu buah pala yang hendak dipanen sebaiknya berumur (6-7) bulan sejak berbunga. Buah pala yang digunakan dalam industri ini adalah jenis pala Banda yang

rasanya manis dan gurih. Mengapa dipilih jenis pala banda selain rasanya manis pala banda ini semakin lama disimpan maka semakin gurih rasanya. Buah pala yang berukuran kecil tidak baik untuk pembuatan pala kering, namun masih dapat digunakan untuk diolah menjadi pala basah. Bahan penolong yang digunakan antara lain gula pasir, garam, merica.

2.2 Konsep Industri

Industri adalah usaha-usaha masyarakat untuk memproduksi secara terus-menerus akan sesuatu barang keperluan sehari-hari dari bahan mentah menjadi barang jadi dalam jumlah yang cukup besar dengan menggunakan tenaga manusia, alat-alat produksi, dan modal.

2.3 Definisi Agroindustri

Agroindustri adalah industri yang menggunakan bahan baku utama dari produk pertanian. Sebagai motor utama pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam kegiatan pembangunan daerah, pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional (Soekartawi, 2001).

Soekartawi (2001) mengemukakan agroindustri diartikan dalam dua hal : pertama agroindustri adalah industri yang berbahan baku dari pertanian. Kedua, agroindustri diartikan sebagai suatu tahapan

pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan industri.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan suatu wawasan yang lebih baik didalam potensi suatu industri. Keempat aspek yang dianalisis yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan Ancaman merupakan faktor-faktor dari dalam yang dinyatakan dalam suatu perbandingan dengan industri sejenis. Peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor dari luar yang lebih ditujukan untuk masa depan industri.

Tabel 1. Analisis SWOT dan Matriks SWOT

2.5 Analisis Faktor Strategi Internal

| Internal | <i>Strenght (S)</i> | <i>Weakness (W)</i> |
|--------------------------|--|--|
| Eksternal | Strategi S-O | Strategi W-O |
| <i>Opportunities (O)</i> | Kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada | Memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan peluang |
| <i>Threats (T)</i> | Strategi S-T Kekuatan menghindari ancaman | Strategi W-T Memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman |

Analisis faktor startegis internal adalah analisis yang menilai prestasi /kinerja yang merupakan faktor kekuatan-kelemahan yang ada untuk mencapai tujuan organisasi. selanjutnya susun tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Faktor–faktor startegis Internal (*Internal Strategic Factor Analysis Summary/IFAS*)

| Faktor-faktor Staregis Internal | Bobot | Rating | Skor |
|---------------------------------|--------|--------------|--------|
| | 1 | 2 | 1x2 |
| Kekuatan | | | Bobot |
| Kekuatan 1 | Bobot1 | Rating1 | x |
| Kekuatan 2 | Bobot2 | Rating2 | Rating |
| Jumlah S1 | | S2 | |
| Kelemahan | | | Bobot |
| Kekuatan 1 | Bobot1 | Rating1 | x |
| Kekuatan 2 | Bobot2 | Rating2 | Rating |
| Jumlah W1 | | W2 | |
| Total S1+W1 | | S2+W2 | |

2.6 Analisis Faktor Strategis Eksternal

Analisis faktor strategis eksternal difokuskan pada kondisi yang ada kecenderungan yang muncul dari luar, tetapi dapat memberi pengaruh kinerja organisasi. Seperti halnya pada analisis faktor internal, maka dengan cara yang sama menyusun tabel faktor-faktor strategis eksternal dengan langkash sebagai berikut :

Tabel 3. Faktor –faktor startegis Eksternal
(*External Strategic Factors Analysis Summary / EFAS*)

| Faktor-faktor Staregis Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|----------------------------------|--------------------|--------------|--------|
| | 1 | 2 | 1x2 |
| Peluang | | | Bobot |
| Kekuatan1 | Bobot 1 | Rating1 | x |
| Kekuatan2 | Bobot 2 | Rating2 | Rating |
| | Jumlah S1 | S2 | |
| Ancaman | | | Bobot |
| Kekuatan | Bobot1 | Rating1 | x |
| Kekuatan | Bobot 2 | Rating2 | Rating |
| | Jumlah T1 | T2 | |
| | Total O1+T1 | O2+T2 | |

2.7 Matriks SPACE

Matriks SPACE dipakai memetakan kondisi perusahaan dengan menggunakan diagram cartesius yang sterdiri dari empat kuadran dengan skala ukuran yang sama. Masing-masing sumbu dari matriks SPACE menyatakan dua dimensi, yaitu dimensi internal pada sumbu X dan dan dimensi eksternal pada sumbu Y.



2.8 Matriks Internal – Eksternal (IE Matriks)

Makstriks internal-eksternal bermanfaat untuk memposisikan suatu strategi bisnis suatu perusahaan yang terdiri dari 9 sel. IE Matriks terdiri dari dua dimensi, yaitu skor total dari faktor eksternal (EFE) pada sumbu X dan skor total dari faktor internal (IFE) pada sumbu Y.

Tabel 4. Matriks Internal - Ekternal IE Matriks

| Internal Eksternal | Kuat (3,0 -4,0) | Rata-rata (2,0 – 2,9) | Lemah (1,0-1,9) |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Tinggi (3,4 – 2,9) | I (Grow and Build) | II (Grow and Build) | III (Hold and Maintain) |
| Sedang (2,0 -2,9) | IV (Grow and Build) | V (Hold and Maintain) | VI (Harvest and Divestiture) |
| Rendah (1,0 – 1,9) | VII (Hold and Maintain) | VII (Harvest and Divestiture) | IX (Harvest and Divestiture) |

2.9 Gambaran Umum Tanaman Pala di Indonesia

Tanaman pala (*Myristica fragrans houtt*) adalah tanaman asli Indonesia yang berasal dari kepulauan Banda dan Maluku. Hasil tanaman pala yang biasa dimanfaatkan adalah buah pala. Buah pala terdiri dari daging buah (77,8%), fuli (4 %), tempurung (5,1%) dan biji (13,1%). Bagian buah yang bernilai ekonomi cukup tinggi adalah biji

pala dan fuli (*mace*) yang dapat dijadikan minyak pala. Daging buah pala dapat dimanfaatkan untuk diolah menjadi manisan pala, asinan pala, dodol pala, selai pala dan sirup pala.

Indonesia merupakan negara pengekspor biji pala dan fuli terbesar di pasaran dunia (sekitar 60%), dan sisanya dipenuhi dari negara lainnya seperti Grenada, India, Srilangka dan Papua New Guinea.

2.10 Jenis-jenis tanaman pala

Ada beberapa jenis pala yang tumbuh di Indonesia, yaitu :

1. *Myristica fragrans*, yang merupakan jenis utama dan mendominasi jenis lain dalam segi mutu maupun produktivitas. Tanaman ini merupakan tanaman asli pulau Banda dan banyak dibudidayakan di Kabupaten Minahasa Utara.
2. *Myristica argenta* Warb, lebih dikenal dengan nama Papuanoot asli dari Papua, khususnya di daerah kepala burung. Tumbuh di hutan-hutan, mutunya dibawah pala Banda.
3. *Myristica scheffert* Warb. terdapat di hutan-hutan Papua.
4. *Myristica speciosa*, Terdapat di pulau Bacan. Jenis ini tidak mempunyai nilai ekonomi
5. *Myristica succeanea*, terdapat di pulau Halmahera. Jenis ini tidak mempunyai nilai ekonomi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 6(enam) bulan sejak persiapan sampai penyusunan laporan yaitu mulai bulan Mei – September 2013. Tempat penelitian berlokasi di U.D Murni Kelurahan Airmadidi Atas Kecamatan Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara

3.2 Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan adalah data primer yaitu proses produksi, penerimaan, alat dan bahan yang digunakan, biaya-biaya (tetap dan variabel) yang dikeluarkan selama proses produksi, penerimaan serta data Kekuatan - Kelemahan - Peluang dan Ancaman Agroindustri Manisan Pala U.D Murni yang diambil dari hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha dan Disperindag Minahasa Utara.

3.3 Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang di ukur dalam penelitian ini ialah :

3.3.1 Penerimaan, Pendapatan, Biaya produksi, Harga Jual, Bahan baku.

1. Volume Produksi, adalah jumlah produksi manisan pala yang dinyatakan dalam jumlah kemasan (Bks/Gram)

2. Penerimaan, adalah jumlah produksi manisan pala yang dikalikan dengan harga jual (Rp)
3. Keuntungan, yaitu nilai yang di peroleh dari hasil penerimaan total dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan (Rp).
4. Biaya produksi, yaitu besarnya biaya yang dikeluarkan pada saat pengolahan manisan pala yang dibagi atas :
 - a) Biaya tetap
 1. Biaya Pajak (Rp)
 2. Biaya Penyusutan (Rp)
 - b) Biaya Variabel
1. Biaya tenaga kerja (Rp)
Tenaga kerja langsung/ Tetap adalah orang yang bekerja tetap atau yang bekerja sudah cukup lama dan pemberian upah dihitung per bulan
5. Harga Jual, adalah harga manisan pala yang ditetapkan oleh industri (Rp/Bks)
6. Bahan baku, adalah jumlah bahan baku daging buah pala yang dipakai dalam produksi manisan pala (Kg)
7. Biaya Penyusutan

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Nilai awal} - \text{Nilai akhir}}{\text{Umur ekonomis}}$$

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah Analisis Usaha yang terdiri dari Biaya, Penerimaan dan Keuntungan

3.4.1 Biaya

Dalam artian luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2000). Menurut bambang dan Kartasapoetra, (1992) biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

1- Biaya Tetap (*fixed cost*)

Yaitu biaya yang tidak akan berubah dari proses produksi ke proses produksi yang berikutnya walaupun volume produksi atau komposisi barang yang dihasilkan berubah-ubah.

2-Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Yaitu biaya yang berubah sesuai dengan keinginan produsen, jumlah nilai dan komposisinya ditentukan untuk satu proses produksi, misalnya biaya sarana produksi. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, bahan penolong, biaya tenaga kerja, transportasi, kemasan dan lebel.

3.4.2 Penerimaan

Menurut Soekartawi (1995) penerimaan adalah hasil perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Pernyataan tersebut dapat dituliskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut

$$TR = Q \times P$$

Dimana: TR = Penerimaan Total (Rp)

Q = Jumlah manisan Pala (Kg)

P = Harga per (Kg)

3.4.3 Keuntungan

Menurut Soekartawi (2005), keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Penerimaan total merupakan semua hasil penjualan yang diperoleh dari penjualan produk yang ada. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana : π = Keuntungan (Rp)

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Biaya Total (Rp)

3.5 Analisis SWOT

Untuk menentukan strategi pengembangan usaha U.D Murni adalah dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari :

a. Analisis Kekuatan (*Strength*)

Analisa yang memfokuskan pada kemampuan internal yang menonjol dari industri lainnya.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Analisa yang memfokuskan pada hal-hal yang cenderung mengurangi kemampuan industri dalam rangka kelangsungan.

c. Analisa Peluang (*Opportunity*)

Analisa yang memfokuskan pada hal-hal yang cenderung memberikan kesempatan industri dalam rangka menjaga usahanya.

d. Analisa Ancaman (*Threats*)

Analisa yang memfokuskan pada kejadian-kejadian yang sangat

memungkinkan terjadi, yang dapat mengakibatkan kerugian tertentu bagi industri.

Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah startegi yaitu sebagai berikut:

1. **Strategi S-O** : Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan
2. **Strategi S-T** : Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal
3. **Strategi W-O** : Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal
4. **Strategi W-T** : Strategi ini merupakan cara untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. (Umar, 2001).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

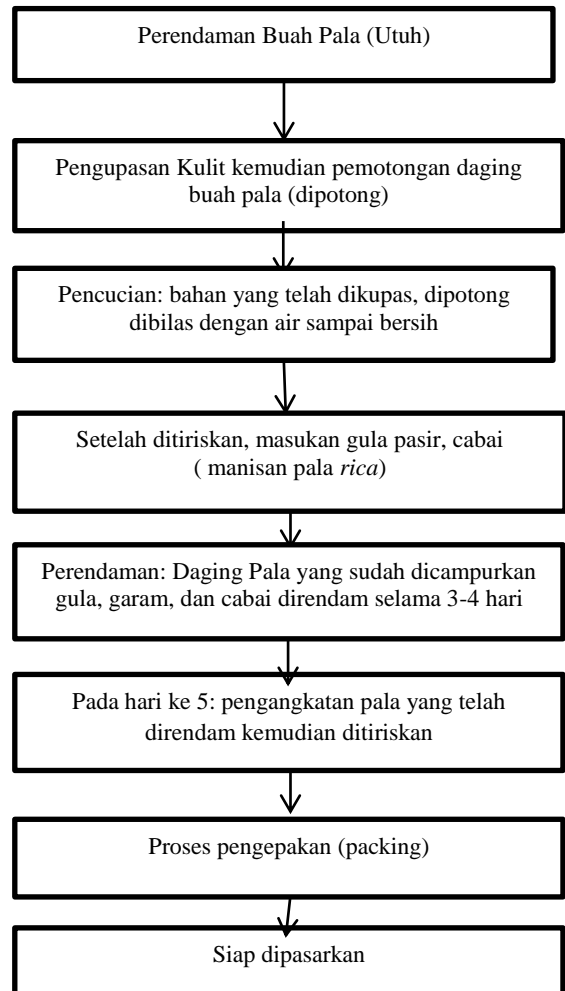
4.1 Deskripsi Umum Industri Manisan Pala U.D Murni

Industri U.D Murni Kelurahan Airmadidi Atas merupakan industri yang mengolah daging buah pala menjadi manisan pala. Industri ini mulai memproduksi sejak

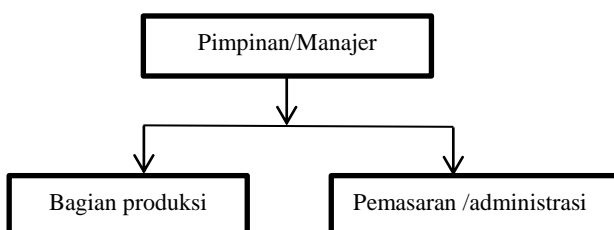
tahun 1963 sampai sekarang yang hingga kini berusia 50 tahun. Industri ini telah terdaftar pada Departemen Kesehatan RI No. 232/04/1993 dengan retribusi sebesar Rp. 300.000. pertama-tama yang mengelola industri ini adalah Ibu Maidangkay, cara pengolahan manisan pala diketahui dari teman-teman beliau yang berada di Jepang. Kemudian pada tahun 1996 beliau bekerja di Jepang sebagai TKW dan sekaligus memperkenalkan oleh-oleh khas dari Sulawesi Utara terlebih khusus Manisan pala dan pada tahun 2008 beliau kembali ke Indonesia untuk menjalankan usaha bersama dengan anak-anaknya.

Produksi manisan pala akan semakin banyak apabila ada event internasional yang diadakan di Kota Manado. Lokasi industri manisan pala U.D Murni terletak di Jalan A. Mononutu, Kelurahan Airmadidi Atas Kecamatan Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara.

Langkah atau proses pembuatan manisan pala dapat di lihat dalam dkema gambar di bawah ini



Gambar 3. Proses pembuatan manisan pa



Gambar 2 Struktur Organisasi UD Murni

4.2 Biaya Produksi Manisan Pala

4.2.1 Biaya Tetap

Jumlah penyusutan tahunan pada UD Murni adalah sebesar Rp. 239.666, jumlah penyusutan tahunan ini kemudian dibagi dengan 12 bulan sehingga diperoleh penyusutan perbulan sebesar Rp. 19.972, dan untuk penyusutan perminggunya dibagi dengan 4 minggu dalam seminggu maka diperoleh penyusutan perminggunya adalah sebesar Rp. 4.993.

a) Biaya Pajak

Pajak di UD Murni terdiri dari Pajak Bumi dan Bangunan, Pajak Pertambahan Nilai dan Retribusi. Pajak bumi dan bangunan untuk tempat usaha adalah sebesar RP 8.333 dengan ukuran bangunan usaha 16 x 15 meter. Untuk pajak pertambahan nilai adalah sebesar Rp 6.458 perminggunya. sedangkan untuk retribusinya sebesar Rp 6.250 per minggu.

Tabel 5. Biaya variabel

| No | Jenis Pengeluaran | Satuan | Jumlah | Harga Satuan (Rp) | Jumlah Biaya (Rp) |
|--------------|-------------------|--------|---------|-------------------|-------------------|
| 1 | Bahan Baku | Kg | 100 | 5500 | 550.000 |
| 2 | Bahan penolong | | | | |
| | - Gula Pasir | Kg | 15 | 12.000 | 180.000 |
| | -Garam | Bks | 20 | 1000 | 20.000 |
| | -Cabe | Kg | 1,5 | 20.000 | 30.000 |
| 3 | Kemasan Plastik | | | | |
| | -250 | Pak | 3,5 Pak | 8.500 | 29.750 |
| | -500 | Pak | 2 pak | 10.500 | 21.000 |
| | -1 | Lembar | 80 lbr | 150 | 12.000 |
| | -Cat | Kaleng | 3 | 55.000 | 165.000 |
| 5 | Tenaga Kerja | Orang | 3 | 375.000 | 1.125.000 |
| 6 | Transportasi | Minggu | | | 182.000 |
| 7 | Iuran Listrik | Watt | 63 | 300 | 18.900 |
| 8 | Iuran Air | Kubik | 2 | 7.000 | 14.000 |
| 9 | Promosi | | | | 250.000 |
| Total | | | | | 2.567.650 |

Strategi Pengembangan Usaha

Salah satu alat yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan usaha adalah dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal secara sistematis. Aspek-aspek internal dan eksternal di analisis untuk mendapatkan informasi yang akurat, untuk dievaluasi sehingga dapat dirumuskan strategi suatu perusahaan yakni dalam penelitian ini adalah usaha manisan pala UD

Murni. Dan dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh elemen-elemen yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha manisan pala, faktor-faktor tersebut adalah

| Faktor | Strengths (S) | Weakness (W) |
|---|---|--|
| Internal | 1-Produk yang berkualitas 2-Ketersediaan tenaga kerja 3-Harga yang terjangkau 4-Ketersediaan bahan baku | 1-kemasan produk kurang menarik 2-kurangnya promosi 3-Minimnya informasi |
| Faktor Eksternal | 5-Tempat usaha yang strategis | |
| Opportunity (O) | Strategi S-O | Strategi W-O |
| 1-Teknologi yang berkembang 2-Kerjasama dengan supplier dan tempat distributor pasar swalayan 3-perubahan jumlah penduduk | 1- Mempertahankan dan memperluas strategi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangna teknologi 2- Melakukan kerjasama dengan kemitraan usaha | 3-Melakukan promosi yang menggunakan teknologi sebagai media 4- Menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi |
| Threats (T) | Strategi S-T | Strategi W-T |
| 1-Perubahan selera konsumen 2Munculnya produk yang sejenis dari daerah yang sama | 5-Meningkatkan kualitas produk sesuai selera konsumen | 6-Membuat kemasan produk yang lebih menarik dari produk sejenisnya |

4.7 Analisis faktor Internal dan Eksternal

Analisis Faktor Internal

Tabel 9. Faktor–faktor startegis Internal (Internal Strategic Factor Analysis Summary/IFAS)

| Faktor – faktor | Bobot | Rating | Skor |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Strategis Internal Kekuatan (Strengths/S) | 1 | 2 | 3 |
| 1- Kualitas Produk | 0.151 | 4 | 0.660 |
| 2-Tenaga Kerja | 0.141 | 4 | 0.564 |
| 3-Harga | 0.129 | 3 | 0.387 |
| 4- Bahan Baku | 0.138 | 4 | 0.552 |
| 5-Tempat | 0.130 | 3 | 0.390 |
| Jumlah Rata – rata | 0.688 | 18 | 1.953 |
| Jumlah Rata – rata | 0.1376 | 3.6 | 0.3255 |
| Kelemahan (Weaknesses/W) | | | |
| 1-Kemasan Produk | 0.110 | 2 | 0.220 |
| 2-Promosi | 0.096 | 1 | 0.096 |
| 3-Sumber Informasi | 0.097 | 1 | 0.097 |
| Jumlah Rata – rata | 0.303 | 18 | 0.413 |
| Jumlah Rata – rata | 0.106 | 3.6 | 0.138 |
| Total | 1.00 | | 2.366 |

Bobot dan rating pada matriks diatas, ditentukan berdasarkan hasil observasi, dan wawancara dengan menggunakan instrumen pertanyaan/kuisisioner. Dari matriks eksternal diatas, diperoleh jumlah skor untuk Kekuatan = 1.953 dan jumlah skor untuk kelemahan = 0.413 dengan total skor untuk faktor internal yaitu $1.953 + 0.413 = 2.366$

4.8 Analisis Faktor Eksternal

Penilaian faktor eksternal disini responden memberikan preferensi opini terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dari institusi pada saat ini dan perkiraan dimasa mendatang

Tabel 10. Faktor –faktor startegis Eksternal(External Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

| Faktor-faktor | Bobot | Rating | Skor |
|--------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Strategis Eksternal | 1 | 2 | 3 |
| Peluang | | | |
| 1-Teknologi | 0.203 | 3 | 0.812 |
| 2-Menjalin Kerjasama/Kemitraan | 0.195 | 2 | 0.390 |
| 3-Pertambahan Jumlah Penduduk | 0.183 | 2 | 0.366 |
| Jumlah Rata-rata | 0.581 | 7 | 0.938 |
| Jumlah Rata-rata | 0.194 | 3.3 | 0.313 |
| Ancaman | | | |
| 1-Selera Konsumen | 0.175 | 3 | 0.525 |
| 2-Munculnya Produk Sejenis | 0.244 | 4 | 0.372 |
| Jumlah Rata-rata | 0.419 | 7 | 1.257 |
| Jumlah Rata-rata | 0.205 | 3.5 | 0.6285 |
| Total | 1.00 | | 2.195 |

Bobot dan rating pada matriks diatas, ditentukan berdasarkan hasil observasi, dan wawancara dengan menggunakan instrumen pertanyaan/kuisisioner dari matriks eksternal diatas, dengan jumlah skor untuk peluang = 0.938 dan jumlah skor untuk ancaman = 1.257 dengan total skor untuk faktor eksternal sebesar $0.938 + 1.257 = 2.195$.

4.8 Matriks Internal-Eksternal

Berdasarkan analisis faktor Internal dan faktor Eksternal, dengan nilai total IFAS = 2.366 dan nilai total EFAS = 2.195. Untuk melihat posisi usaha Manisan Pala UD Murni dapat dilihat dalam tabel 11 dibawah ini

Tabel 11. Posisi Usaha Manisan Pala UD Murni

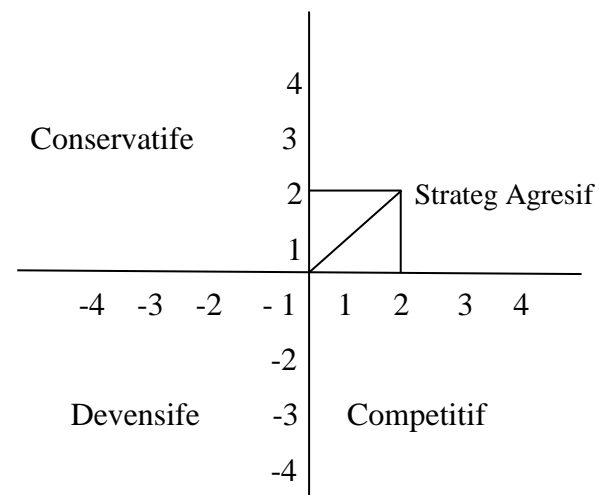
| Internal Eksternal | Kuat (3.0 – 4.0) | Rata-rata (2.0 -2.9) | Lemah (1.0 – 1.9) |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Tinggi (3.0 – 4.0) | I (Grow and Build) | II (Grow and Build) | III (Hold and Maintain) |
| Sedang (2.0 -2.9) | IV (Grow and Build) | V (Hold and Maintain) | VI (Harvest and Divestiture) |
| Rendah (1.0 – 1.9) | VII (Hold and Maintain) | VII (Harvest and Divestiture) | IX (Harvest and Divestiture) |

Berdasarkan hasil analisis matriks Internal Eksternal diatas bahwa manisan pala UD Murni berada pada posisi sel V. Dimana terlihat bahwa UD Murni berada pada posisi internal yang sedang dan eksternal yang sedang juga. Sel V berada satu kelompok

dengan sel III dan sel VII. UD Murni dapat digambarkan pada posisi bertahan dan pencapaian (*Hold and Maintain*) strategi yang diterapkan antara lain strategi yang intensif (Penetrasi pasar dan pengembangan produk).

4.9 Matriks SPACE

Pada faktor internal menunjukkan nilai skor untuk kekuatan = 1.953, dan nilai skor untuk kelemahan = 0.413 maka didapatkan total nilai skor untuk sumbu horizontal (sumbu x) = 2.366 sedangkan faktor eksternal menunjukkan nilai skor untuk peluang = 0.938 dan untuk ancaman = 1.257. maka didapatkan total nilai skor untuk sumbu vertikal (sumbu y) = 2.195. untuk dapat melihat posisi usaha manisan pala UD Murni dapat dilihat pada diagram dibawah ini



Gambar 4. Gambar Matriks SPACE

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan analisis yang telah diuraikan maka untuk keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan oleh UD Murni dalam sekali produksi untuk manisan pala adalah sebesar Rp. 2.593.684 dan keuntungan yang di peroleh dalam sekali produksi adalah sebesar Rp. 9.407.350, dan untuk sttrategi pengembangan usaha manisan pala, Mempertahankan dan memperluas strategi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melakukan kerjasama dengan kemitraan usaha, meningkatkan kualitas produk sesuai selera konsumen,, menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi, membuat kemasan produk yang lebih menarik dari produk sejenisnya.

1.2 Saran

Bagi para pengusaha agar dapat lebih meningkatkan kualitas produk agar lebih di minati oleh konsumen, menciptakan produk manisan pala yang lebih kreatif, dan pengusaha juga disarankan juga untuk membuka cabang usaha di tempat lain sehingga para konsumen dengan mudah untuk mendapatkan produk manisan pala UD Murni selain itu juga lebih banyak lagi

memasang iklan agar supaya lebih banyak masyarakat yang mengetahui dan membeli manisan pala.

Daftar Pustaka

- Ariadi-Relawati. 2010. *Sistem Agribisnis Terintegrasi Hulu-Hilir*. Muara Indah, Bandung.
- Assauri S. 2007. *Manajemen Pemasaran ; Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajagrafindo. Jakarta
- Bank Indonesia. 2004. Sipuk Bank sentral Republik Indonesia. *Aspek keuangan manisan pala*. <http://www.bi.go.id/sipuk/id/lm/pala/keuangan.asp>
- Boediono. 2002. *Ekonomi Mikro*. BPFU UII . Yogyakarta
- David S. W. 2008. Skripsi *Strategi Pengembangan Agri Industry Kacang Sangrai Dikelurahan Kinali Satu Kecamatan Kawangkoan*. Fakultas Pertanian UNSRAT. Manado
- Hunger J.D dan T.L Wheleem. 2003. *Manajemen Strategis*. Andi Offset Yogyakarta
- Ibrahim, Yakob. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Misbach Muzamil, 2008. *Pengertian Industri Kecil*
economicsjurnal.blogspot.com/2011/12/pengertian-industri-kecil.html.
Diakses tanggal 13 November 2012 Pukul 18:17
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3S. Jakarta
- Muhamadjen,E. 2008. *Analisis Kelayakan Usaha Kapsul Ekstrak Di Taman Sringanis Bogor*. Skripsi pada Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Insitut Pertanian Bogor, Bogor .
- Oryzanti, P. 2003. *Sistem penunjang keputusan kelayakan investasi agroindustri minyak pala (Myristica fragrans) di Bogor*, Jawa Barat. Skripsi Fateta. IPB.
- Rangkuti F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Utama. Jakarta.
- Riyanto, 2002. *Prospek Pengembangan Usaha*, Gramedia. Jakarta.
- Said. E, Intan.A, 2001. *Manajemen Agribisnis*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Soekartawi, 2005. *Agribisnis (Teori dan Aplikasinya)*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Suliyanto, 2010. *Studi Kelayakan Bisnis (Pendekatan Praktis)*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Lahallo Yane S. 2011. *Analisis Keuntungan Industri Manisan Pala UD. Ilomata Di Kecamatan Girian Weru II Kota Bitung*. Skripsi Sarjana Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sam Ratulangi. Manado.

