

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salak (*Salacca edulis* L.) merupakan salah satu tanaman buah yang disukai dan mempunyai prospek yang baik untuk di usahakan. 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 tahun 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 di dalam buah salak 16 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, Angkola Timur, Batang Angkola, Batangtoru, Marancar. Kecamatan Angkola Barat merupakan daerah yang memiliki luas area tanaman salak terbesar dan jumlah produksi salak terbanyak dibandingkan kecamatan lain di Kabupaten Tapanuli Selatan.

Di kabupaten 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 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.

Tabel 1. Daerah Penghasil Salak Di Tapanuli Selatan

NO	Kecamatan	Luas Area (Ha)	Jumlah Produksi (Ton)
1	Angkola Barat	11.767,25	250.230,60
2	Angkola Timur	75,00	97,50
3	Batang Angkola	20,84	760,14
4	Batang Toru	27,90	970,92
5	Marancar	353,30	4.581,18
JUMLAH		12.244,29	256.640,34

(Sumber : Dinas Pertanian, Kab. Tapanuli Selatan, 2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa beberapa daerah di Tapanuli Selatan mempunyai luas perkebunan yang cukup potensial, salah satunya adalah Kecamatan Angkola Barat. Dengan luas sekita 11.767,25 Ha dan jumlah produksi 250.230,60 Ton dengan persentase tertinggi dari semua Kecamatan yakni 98 %.

Di Parsalakan sejak tahun 2010 telah berdiri sebuah industri pengolahan salak. Industri ini termasuk usaha daerah yang didirikan UKM SALACCA yang dipimpin oleh Gulma Mendrofa. Pendirian industri ini sangat didukung oleh bupati

Tapanuli Selatan. Sesuai dengan visi beliau yaitu mengembangkan dan memajukan sentra industri ekonomi kerakyatan Tapanuli Selatan. Pembangunan industri salak memberi harapan bagi para petani salak dan penduduk lokal untuk memperbaiki taraf kehidupan dan kesempatan kerja di industri tersebut. Industri dapat meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja dan mampu mendorong munculnya industri lain.

Faktanya, sebelum adanya industri pengolahan salak ini masyarakat petani di daerah Parsalakan Tapanuli Selatan belum merasakan kesejahteraan. Namun dengan adanya industri pengolahan salak ini memberikan harapan bagi petani dan masyarakat sekitar untuk memperbaiki taraf kehidupan. Industri pengolahan salak ini merupakan salah satu andalan di Kabupaten Tapanuli Selatan, dimana mempunyai peran penting dalam menggerakkan pembangunan perekonomian wilayah. Industri pengolahan salak ini dapat dijadikan sebagai salah satu sektor disamping sektor lainnya dalam membuka kesempatan kerja dan mengurangi perbedaan pendapatan antar daerah karena umumnya industri ini berada di wilayah pedesaan sehingga diharapkan hadirnya industri ini dapat meningkatkan perekonomian.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian tentang **”ANALISIS INDUSTRI USAHA PENGOLAHAN SALAK DAN PENGEMBANGANNYA DI DESA PARSALAKAN”** menarik untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah usaha industri pengolahan salak di daerah penelitian layak diusahakan secara R/C ?
2. Bagaimana Strategi Analisis Pengolahan salak dan Pengembangannya di daerah penelitian ?
3. Bagaimana dampak keberadaan industri pengolahan salak terhadap peningkatan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat petani salak didesa parsalakan kabupaten tapanuli selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kelayakan usaha industri pengolahan usaha salak di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan pengolahan salak industri pengusaha salak di daerah penelitian.
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan industri pengolahan salak terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat petani didesa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan perbandingan bagi pembaca dan instansi pemerintah atau swasta sehubungan dengan usaha pengolahan buah salak.
2. Sebagai bahan dan referensi bagi pihak yang membutuhkan.

3. Bagi Akademisi atau Mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan literature dalam melakukan penelitian selanjutnya.
4. Bagi pemerintah dan pengelola, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa idea tau gagasan untuk pengembangan industri pengolahan salak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis Industri Usaha Pengolahan Salak

Analisis usaha menurut Rahardi dkk (2010), setiap pengusaha yang menjalankan kegiatan usahanya tentu mengharapkan agar usahanya dapat memperoleh keuntungan yang besar serta adanya keberlanjutan usaha. Untuk itu, dibutuhkan analisis usaha agar usaha tersebut dapat mengetahui tingkat keuntungan yang dapat diperolehnya serta memberikan gambaran untuk melakukan perencanaan jangka panjang. Analisis usaha juga dapat membantu mengetahui dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh sebuah usaha, sehingga usaha dapat berjalan dengan baik dan adanya kemungkinan untuk melakukan pengembangan usaha. Oleh karena itu penting dilakukan penelitian tentang analisis usaha agar usaha tersebut dapat mengetahui tingkat keuntungan yang dapat diperolehnya serta memberikan gambaran untuk melakukan perencanaan jangka panjang.

Ketika suatu daerah telah mencapai tahapan dimana sektor industri pengolahan sudah menjadi sektor andalan, maka dapat dikatakan daerah tersebut mengalami industrialisasi. Industrialisasi merupakan salah satu strategi jangka panjang untuk menjamin pertumbuhan ekonomi. Artinya industrialisasi bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah seluruh sektor ekonomi dengan sektor industri pengolahan sebagai sektor andalan.

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 memiliki 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,2010). 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 diatas permukaan laut.

Berbagai lembaga mengemukakan defenisi tentang industri pengolahan, dari sudut pandang teori ekonomi mikro, industri merupakan kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat. Namun demikian dari sisi pembentukan pendapatan secara makro industri diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang

menciptakan nilai tambah. Jadi, pengertian industri adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang yang sejenis yang mempunyai nilai tambah seperti mengelola bahan mentah menjadi barang jadi yang siap konsumsi yang lebih bernilai dengan tujuan pembentukan pendapatan.

Menurut Soekartawi (2012) mendefinisikan agroindustri adalah sebagai pengolahan sumber bahan baku yang bersumber dari tanaman ataupun hewan. Dengan demikian bahwa kegiatan atau proses agroindustri merupakan upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk, menghasilkan produk yang dapat dipasarkan, dapat digunakan atau dapat dimakan, meningkatkan daya simpan, atau menambah pendapatan dan keuntungan bagi produsen (Petani).

Sektor Pengembangan salak dianggap sebagai sektor pemimpin (the leading sector) dalam kaitannya dengan keberhasilan sebuah pembangunan yaitu dengan adanya pembangunan industri maka diharapkan dapat memacu dan mendorong pembangunan sektor-sektor lainnya, misalnya sektor pertanian dan sektor jasa. Pertumbuhan industri yang cukup pesat akan merangsang pertumbuhan sektor pertanian guna menyediakan bahan-bahan baku bagi kegiatan industri.

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.

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.

2.2 Pengembangan Pengolahan Salak

Sektor Pengembangan pengolahan meliputi semua kegiatan produksi yang bertujuan meningkatkan mutu barang dan jasa. Industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi, yaitu sesudah pertanian, perkebunan dan pertambangan yang berhubungan erat dengan tanah. Kedudukan industri semakin jauh dari tanah, yang merupakan basis ekonomi budaya dan politik.

Bidang industri dibedakan menjadi dua, yaitu industri barang dan industri jasa. 1) Industri Barang Industri barang merupakan usaha mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Kegiatan industri ini menghasilkan berbagai jenis barang, seperti makanan, pakaian, sepatu, mobil, pupuk, dan obat-obatan. 2) Industri Jasa Industri jasa merupakan kegiatan ekonomi yang dengan cara memberikan pelayanan jasa. Contohnya, jasa transportasi seperti angkutan bus, kereta api, penerbangan, dan pelayaran. Perusahaan jasa ada juga yang membantu proses produksi. Contohnya jasa bank dan pergudangan. Pelayanan jasa ada yang langsung ditujukan kepada para konsumen. Contohnya asuransi, kesehatan, penjahit, pengacara, salon kecantikan, dan tukang cukur.

Tanaman salak (*Salacca Edulis*) termasuk kelompok tanaman palmae yang tumbuh berumpun, umumnya tumbuh berkelompok. Tanaman salak dapat ditanam di daerah dataran rendah mulai dari tanah ngarai, daerah pesisir dan tepi pantai sampai ke dataran tinggi di lereng-lereng bukit atau pegunungan sampai pada ketinggian 750

meter di atas permukaan laut. Untuk tumbuh, idealnya tanaman salak menghendaki tanah yang gembur, subur dan banyak mengandung humus. Salak juga akan tumbuh baik pada tanah berlempung dan banyak mengandung pasir. Tanaman salak memerlukan air yang cukup, tetapi tidak tahan air yang terhenang dalam waktu lama.

Di Indonesia terdapat banyak sekali jenis salak. Akan tetapi, yang banyak dikenal masyarakat diantaranya adalah :

1. Salak Pondoh
2. Salak Condet
3. Salak Padangsidempuan
4. Salak Gading
5. Salak Gula Pasir
6. Salak Manonjaya

Adapun tahapan dari pengolahan 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

2.3 Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2010). Pemasaran pertanian mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang-barang hasil

pertanian dari tangan produsen ke tangan konsumen, termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang ditujukan untuk lebih mempermudah penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya (Limbong dan Sitorus, 2011).

Lembaga pemasaran adalah lembaga-lembaga yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran dalam rangka menggerakkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi. Lembaga-lembaga ini melakukan pengangkutan barang dari produsen ke konsumen, menghubungkan informasi mengenai suatu barang atau jasa, dan bisa juga berusaha meningkatkan nilai guna dari suatu barang atau jasa baik nilai guna bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan (Limbong dan Sitorus, 2012).

Berikut daftar harga produk industri salak/unit dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Harga Produk Industri Usaha Salak

No	Jenis Produk	Harga (per-unit)
1	Dodol salak besar	Rp 15000
2	Dodol salak kecil	Rp 10000
3	Kurma salak	Rp 13000
4	Keripik salak	Rp 15000
5	Nagogo Drink	Rp 5000
6	Sirup salak	Rp 25000

2.4 Biaya

Menurut Supardi (2011) 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 24 (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 produksi yang 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 :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = Total Biaya

TFC = Biaya Tetap

TVC = Biaya Variabel

2.5 Penerimaan

Pendapatan kotor atau penerimaan usahatani di definisikan sebagai nilai produk total usahatani dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun tidak dijual. Pengeluaran total usaha tani di definisikan sebagai nilai semua masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan di dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga petani. Pengeluaran usaha tani 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).

2.6 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.

2.7 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)

2.8 Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Menurut David (2008) strategi membuat suatu 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 implementasi yang efektif.

2.8.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat. Tentu saja dengan menggunakan rencana dan taktik matang, dengan begitu, jumlah penjualan dapat meningkat. Strategi pemasaran juga dapat dimaknai dengan rentetan usaha yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan. Di dalam suatu bisnis, ada tiga faktor yang merupakan penentu harga jual barang dan jasa yang meliputi produksi, pemasaran, serta konsumsi. Sehingga, pemasaran dapat dikatakan sebagai penghubung produsen dan konsumen (Assauri 2013).

2.9 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. 30 SWOT menurut Sutojo dan F. Kleinstauber (2012) 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 *Strength* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

2.10 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah 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.

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. *Strenght* (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. Dipihak 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 menurunnya kedudukan perusahaan.

Berikut Gambar 1 Kuadran SWOT

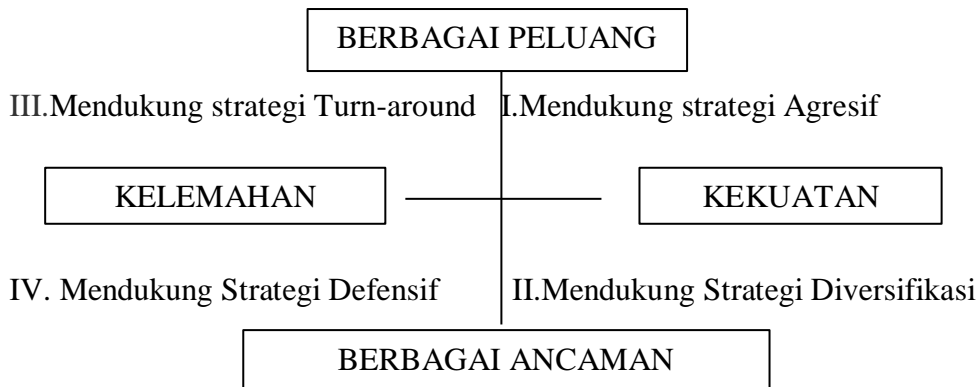


Diagram dari analisis SWOT dikemukakan oleh Rangkuti (2011:19) dapat dilihat dibawah ini:

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).

KUADRAN II : 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.

2.11 Penelitian Terdahulu

Achmad F., (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 34 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.

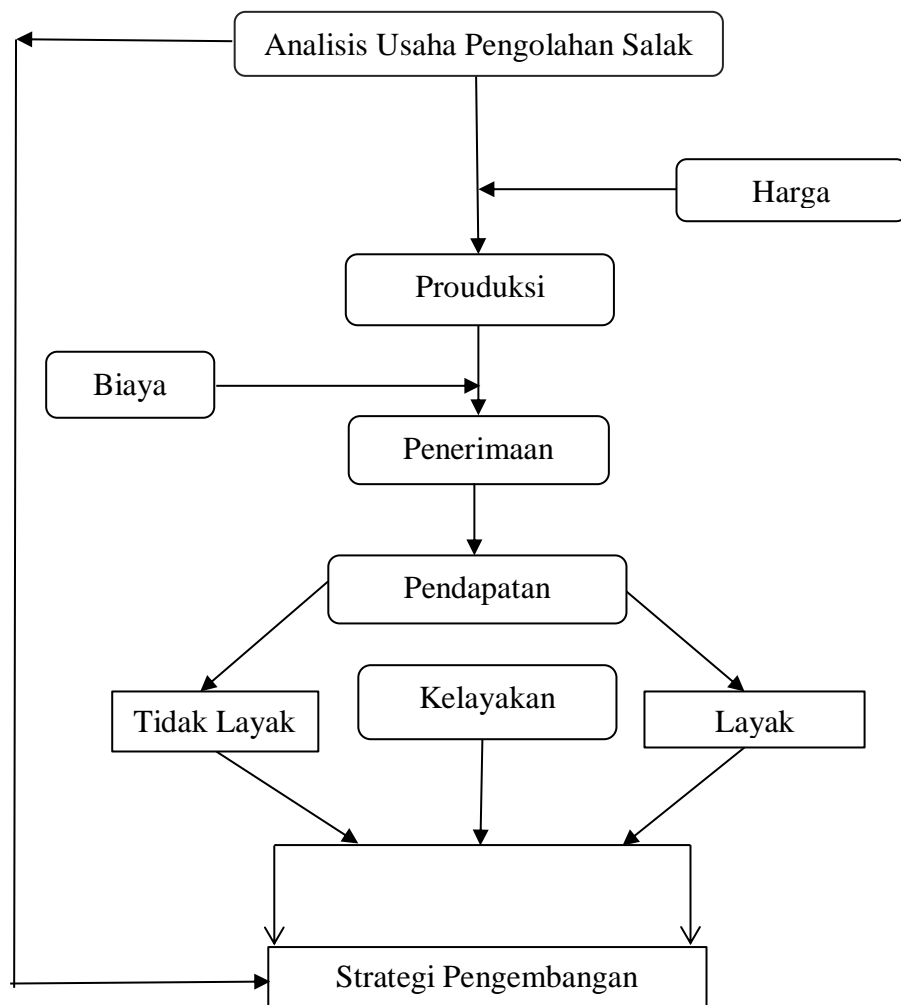
2.12 Kerangka Pemikiran

Usaha pengolahan salak menjadi pia salak saat ini mulai dikembangkan para wanitatani sebagai upaya dalam peningkatan pendapatan. Kegiatan pengolahan salak memiliki variasi hasil produk olahan salah satu diantaranya adalah pia salak. Proses pengolahan salak menjadi pia salak ini juga membutuhkan biaya-biaya input produksi yakni biaya tetap dan biaya tidak tetap (biaya variabel). Pelaku usaha pengolahan salak menjadi pia salak akan memperoleh penerimaan dari hasil pengolahan salak tersebut, setelah penerimaan dikurangi dengan biaya pengolahan salak maka diperoleh pendapatan usaha pengolahan salak. Untuk mengetahui layak tidaknya usaha pengolahan salak, maka diperlukan analisis T/R. T/R dihitung dengan membagi penerimaan (revenue) dengan biaya (cost).

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.

Usaha Industri pengolahan salak adalah suatu kegiatan mengelola buah salak agar dapat memiliki daya simpan yang lebih lama dan untuk meningkatkan nilai jual dari buah salak. Industri pengolahan salak dapat menciptakan kesempatan kerja bagi angkatan kerja dengan adanya luas lahan yang bertambah sebab permintaan akan produk olahan salak yang semakin meningkat, maka petani menambah penggunaan tenaga kerja untuk mengelola usaha tani nya.

Ketersediaan tenaga kerja khususnya tenaga kerja lokal yang hidup disekitar lokasi pengolahan salak, dapat memperoleh mata pencaharian baru yang lebih menjamin kelangsungan hidupnya. Terdapat berbagai faktor pendukung dalam perkembangan pengolahan salak tersebut diantaranya adalah faktor kontribusi yang diberikan oleh pemerintah. Perbandingan antara sebelum dan sesudah ada industri pengolahan salak mengakibatkan suatu dampak terhadap pendapatan petani dan kesempatan kerja bagi kesejahteraan masyarakat para petani salak.



Keterangan : Gambar 2. Skema kerangka Pemikiran