

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI
SALE PISANG DI DESA TANAH DATAR KECAMATAN
RENGAT BARAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU
PROVINSI RIAU**

Oleh:

NOVITA INDRAYANI
184210215

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



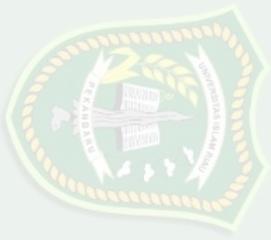
**UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2023
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
TANGGAL 29 MARET 2023**

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Khairizal, SP, M.MA	Ketua	
2	Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr	Anggota	
3	Ilma Satriana Dewi, SP., M. Si	Anggota	
4	Hajry Arief Wahyudy, SP., M.MA	Notulen	

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Kata Persembahan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"...Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya..."
(QS. Al-Baqarah: 286)

Alhamdulillahirabbil'amin...

Sujud serta syukur ku ucapkan kepada ALLAH SWT yang Maha agung, Maha pengasih dan Maha penyayang, atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan hingga pada akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan alam, Nabi besar Muhammad SAW. Dengan setulus hati ku persembahkan karya ini kepada orang tuaku tercinta, keluarga, orang tersayang dan teman-teman yang bersama berjuang.

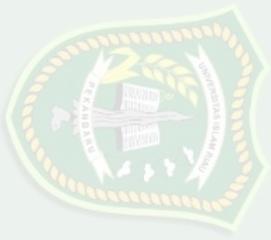
Ku persembahkan karya kecil ini kepada yang teristimewa, yang tak pernah mengeluh soal rasa sakit, penyebab dikabulkannya doa-doa ku, yang paling tersayang dan terkasih orang tuaku Bapak Ali dan Ibu Indah. Tak ada kata yang mampu menjelaskan betapa bersyukur nya aku memiliki laki-laki dan wanita hebat seperti kalian didunia ini. Tak ada balasan yang setimpal atas perjuangan dan pengorbanan yang telah kalian lakukan untukku selama ini. Ucapan terimakasih pun takkan pernah cukup untuk menggantikannya, terimakasih telah mampu membuat anak mu betahan dan hanya doa yang bisa ku panjatkan kepada sang khaliq untuk kalian.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

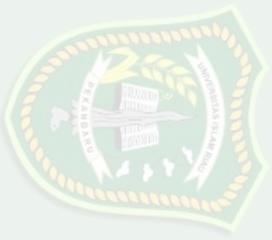


Terima kasih kepada bapak Khairizal, SP., M.MA selaku dosen pembimbing yang bersedia menggantikan ibu Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si dalam membantu saya menyelesaikan skripsi dan memberikan bimbingan untuk dapat menyelesaikan karya ini dengan baik. Segala ilmu yang telah diberikan kepada saya dan anak bimbingan bapak yang lain, insya Allah akan menjadi ladang pahala dan amal jariyah untuk bapak. Terima kasih juga kepada bapak Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr dan ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan saran dan kritikan.

Teruntuk adikku tersayang, Muhammad Ali Mustova yang selalu menampung segala curhatan, support dan selalu menenangkan dalam keadaan apapun, terimakasih atas segala perhatiannya dan menyemangati kakak. Teruntuk teman teristimewaku, Doni Cahyo Utomo yang selalu mensupport diriku, memberikan perhatian, semangat dan selalu mengingatkan diriku terhadap Allah SWT. Tetaplah menjadi teman teristimewa yang selalu ada untukku dan terimakasih banyak telah membantu dalam menyelesaikan karya kecilku ini.

Teruntuk teman-teman seperjuangan yang menemaniku dalam mendapatkan gelar seorang sarjanah pertanian, ku ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian atas segala kebaikan, ketulusan dan juga pertolongan yang kalian berikan kepadaku. Special thanks to Ade Irma, S.P dan Landa S.P , Merli Sri S.P , Eka S.P , Denita Anastasya Utami S.P, Cantika Dwi S.P , Kepin Napitupulu S.P, Ahmad Aris S.P , Andiano S.P dan Parulian S.P.

Novita Indrayani S.P ☺



BIOGRAFI PENULIS

Penulis dilahirkan pada tanggal 11 November 1999 di Desa Titian Resak Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, merupakan anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Ali dan Ibu Indah. Penulis menyelesaikan sekolah dasar pada tahun 2012 di SDN 005 Titian Resak, Kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 1 Seberida dan selesai pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 1 Seberida dan selesai pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan strata satu (S1) di Universitas Islam Riau Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Penulis telah melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indagiri Hulu Provinsi Riau**”. Alhamdulillah dengan izin Allah Subhanahu Wa Ta’ala pada tanggal 29 Maret 2023 Penulis telah menyelesaikan Ujian Komprehensif dan dinyatakan lulus ujian sarjanah di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

UNIVERSITAS
Novita Indrayani, S.P
ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ABSTRAK

Novita Indrayani (184210215) Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Riau, Dibawah Bimbingan Bapak Khairizal, SP, M.MA

Sale pisang merupakan makanan ringan yang terbuat dari buah pisang segar yang dipotong tipis, kemudian dijemur untuk mengurangi kadar air nya. Sale pisang umumnya diproduksi oleh industri rumahan atau skala rumah tangga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha. (2) Penggunaan teknologi produksi, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha sale pisang. (3) Identifikasi faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pengembangan usaha sale pisang. (4) Menetapkan alternatif strategi pengembangan usaha untuk diterapkan dalam usaha agroindustri sale pisang. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dimulai dari Oktober 2022 sampai Maret 2023. Penelitian ini menggunakan metode survey pada usaha sale pisang Lizajaya. Data yang dikumpulkan terdiri dari data skunder dan data primer. Karakteristik pengusaha dan profil usaha di analisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, teknologi produksi, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, faktor internal dan eksternal menggunakan analisis kualitatif dan strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja tergolong usia produktif dengan rata-rata umur 35,2 tahun, tingkat pendidikan rata-rata 10 tahun, pengalaman pengusaha selama 3 tahun dengan jumlah tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 2 jiwa. Pengusaha sudah 3 tahun menjalankan usaha sale pisang dari tahun 2018 dengan sumber modal sendiri dan usaha ini sudah memiliki merek dagang "Lizajaya". Total biaya produksi sebesar Rp. 794.700/proses produksi. Produksi yang dihasilkan sebanyak 13 Kg, dengan pendapatan kotor sebesar Rp. 1.290.000/proses produksi dan pendapatan bersih sebesar Rp. 495.300/proses produksi dengan efisiensi usaha sebesar 1,62, dengan hasil nilai tambah yakni Rp. 6.001,15/Kg. Hasil analisis metriks SWOT diperoleh koordinat (0,45 : 0,79) yang mana koordinat tersebut terletak di kuadran I (satu) strategi SO yakni: Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen dan peningkatan kualitas produk. Strategi prioritas yang dapat dilakukan adalah meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha dengan nilai STAS yaitu 6,940.

Kata Kunci: Sale Pisang, Analisis Biaya, Strategi pengembangan, QSPM

ISLAM RIAU



ABSTRACT

Novita Indrayani (184210215) Strategy for Banana Sale Agroindustry Business Development in Tanah Datar Village, Rengat Barat District, Indragiri Hulu Regency, Riau, Under the Guidance of Mr. Khairizal, SP, M.MA

Banana Sale is a snack made from fresh bananas which are thinly sliced and then dried in the sun to reduce their water content. Sale bananas are generally produced by home industries or household scale. This study aims to analyze: (1) Characteristics of entrepreneurs and business profiles. (2) Use of production technology, production factors, production processes, production costs, production, prices, income, efficiency and added value of the banana sale business. (3) Identification of external and internal factors that influence the development of a banana sale business. (4) Determine alternative business development strategies to be implemented in the banana sale agro-industry business. This research was conducted for 6 months starting from October 2022 to March 2023. This research used a survey method in the Lizajaya banana sales business. The data collected consists of secondary data and primary data. Characteristics of entrepreneurs and business profiles are analyzed descriptively qualitatively and quantitatively, production technology, factors of production, production processes, production costs, production, prices, income, efficiency and added value using descriptive qualitative and quantitative analysis, internal and external factors using qualitative analysis and development strategy using SWOT analysis and QSPM. The results of this study indicate that employers and workers are of productive age with an average age of 35.2 years, an average education level of 10 years, an entrepreneur's experience of 3 years with a total of 2 dependents of the entrepreneur's family. Entrepreneurs have been running a banana sale business for 3 years, starting in 2018 with their own sources of capital and this business already has the trademark "Lizajaya". The total production cost is Rp. 794,700/production process. The resulting production is 13 Kg, with a gross income of Rp. 1,290,000/production process and a net income of Rp. 495,300/production process with a business efficiency of 1.62, with added value of Rp. 6001.15/Kg. The results of the SWOT metric analysis obtained coordinates (0.45 : 0.79) which coordinates are located in quadrant I (one) of the SO strategy, namely: Maintaining quality, potential of natural resources and human resources and products to increase consumers and improve product quality. The priority strategy that can be carried out is to improve modern technology for business progress with a STAS value of 6,940.

Keywords: Banana Sale, Cost Analysis, Development strategy, QSPM

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau” Untuk pedoman dalam melaksanakan penelitian sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Pada proses penulisan skripsi ini, penulis tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih kepada bapak Khairizal, SP, M.MA selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran, tenaga dalam memberikan pengarahan, informasi, dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang perlu di perbaiki, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, April 2023

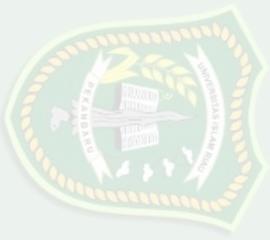
UNIVERSITAS
Penulis
ISLAM RIAU



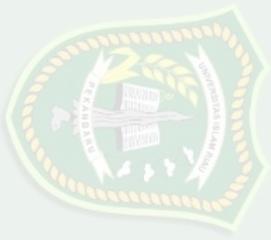


DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha	9
2.1.1. Karakteristik Pengusaha	9
2.1.2. Profil Usaha.....	12
2.2. Agroindustri.....	14
2.2.1. Sale Pisang.....	14
2.2.2. Teknologi Produksi	16
2.2.3. Penggunaan Faktor Produksi	17
2.2.4. Proses Produksi	19
2.2.5. Biaya Produksi.....	19



2.2.6. Produksi	20
2.2.7. Harga	21
2.2.8. Pendapatan.....	22
2.2.9. Efisiensi	22
2.2.10. Nilai Tambah	23
2.3. Srategi Pengembangan Usaha	23
2.3.1. Analisis Lingkungan Internal.....	25
2.3.2. Analisis Lingkungan Eksternal	26
2.3.3. Analisis SWOT	27
2.3.4. Prioritas Strategi Pengembangan Usaha (QSPM).....	28
2.4. Penelitian Terdahulu.....	28
2.5. Kerangka Pemikiran	36
III. METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1. Metode, Tempat dan Waktu	39
3.2. Teknik Penentuan Responden	39
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.4. Konsep Operasional.....	40
3.5. Analisis Data.....	43
IV.GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	58
4.1. Keadaan Geografi dan Topografi Rengat Barat	58
4.2. Keadaan Umum Penduduk	59
4.2.1. Jumlah Penduduk.....	59
4.2.2. Umur Penduduk.....	60
4.2.3. Tingkat Pendidikan.....	61



4.2.4. Mata Pencarian	62
4.2.5. Potensi Ekonomi.....	63
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha	64
5.2. Penggunaan Teknologi Produksi, Faktor Produksi, dan Proses Produksi, Biaya Produksi, Produksi, Harga, Pendapatan dan Efisiensi Usaha	70
5.3. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Sale Pisang	85
5.4. Strategi Pengembangan Usaha Sale Pisang.....	95
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
6.1. Kesimpulan.....	104
6.2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

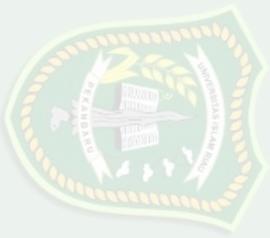
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi Buah Pisang Menurut Kabupaten/Kota Provinsi Riau Tahun 2021(Tahun/Kwintal)	2
2. Produksi Buah Pisang di Kabupaten Indragiri Hulu 2020 (Tahun/Kwintal)	3
3. Metode Analisis Nilai Tambah dalam Agroindustri.....	47
4. <i>Internal Factor Analysis summary</i> (IFAS) Usaha Sale Pisang	50
5. <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> (EFAS) Usaha Sale Pisang	52
6. Matriks SWOT	55
7. Matriks QSPM.....	57
8. Jumlah Penduduk di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu 2021	59
9. Jumlah Penduduk di Desa Tanah Datar Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2021.....	60
10. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Tahun 2021.	61
11. Data Jenis Mata Pencarian Penduduk Desa Tanah Datar Tahun 2021.	62
12. Karakteristik Pengusaha dan Tenaga Kerja pada Agroindustri Sale Pisang Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat.....	64
13. Penggunaan Alat Dan Mesin Pada Usaha Sale Pisang Di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau Tahun 2022.	70
14. Jumlah Tenaga Kerja Per Proses Produksi Berdasarkan Tahapan Kerja Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau Tahun 2022.	72
15. Distribusi Jumlah Penggunaan Bahan Penunjang Per Proses Produksi Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya, Tahun 2022.	74



16. Total Biaya Produksi pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Riau.....	81
17. Analisis Nilai Tambah Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu. ...	85
18. IFAS (<i>Internal Factor Analisis Summary</i>) Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya.....	90
19. EFAS (<i>Eksternal Factor Analisis Summary</i>) Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau	93
20. Matriks SWOT Usaha Sale Pisang Lizadaya	97
21. Hasil Analisis QSPM.....	100

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Pembuatan Sale Pisang.....	16
2. Kerangka Pemikiran Penelitian Sale Pisang	38
3. Diagram Analisis SWOT	53
4. Proses Pembuatan Sale Pisang	76
5. Bahan Baku Buah Pisang.....	77
6. Pengirisan Buah Pisang.....	78
7. Penjemuran Buah Pisang.....	79
8. Proses Pengemasan Produk.....	80
9. Diagram Analisis SWOT Usaha Sale Pisang.....	95

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas Pengusaha dan Tenaga Kerja Sale Pisang Lizajaya	111
2. Profil Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. ...	111
3. Jumlah Tenaga Kerja Per Proses Produksi Berdasarkan Tahapan Kerja pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya	112
4. Penyusutan Alat yang Digunakan pada Usaha Sale Pisang Lizajaya .	113
5. Total Biaya Produksi pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya	114
6. Nilai Tambah Usaha Agroindustri Sale Pisang.....	115
7. Tabulasi Kuisisioner Faktor Internal Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya.....	116
8. Tabulasi Kuisisioner Faktor Eksternal Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya.....	117
9. <i>Matriks Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) berdasarkan SO	118
10. <i>Matriks Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) berdasarkan WO...	119
11. <i>Matriks Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) berdasarkan ST.....	120
12. <i>Matriks Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) berdasarkan WT ...	121
13. Dokumentasi	122

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



I. PENDAHULUAN

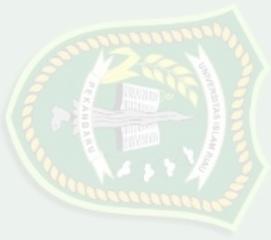
1.1. Latar Belakang

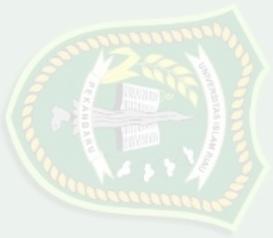
Indonesia merupakan negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencarian maupun sebagai penopang pembangunan. Sektor pertanian memegang peranan penting sebagai pemasok bahan baku industri, penyerapan tenaga kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat. Menurut Yasin (1996), Peran sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi Indonesia antara lain (1) menyediakan bahan pangan, sandang dan papan untuk memenuhi kebutuhan penduduk, (2) menyediakan bahan baku dari produk pertanian guna memenuhi permintaan pasar dari kegiatan agroindustri, (3) menyediakan lapangan kerja yang berkaitan langsung dan tidak langsung dengan kegiatan pertanian, (4) tenaga kerja disektor pertanian dapat sebagai sumber modal yang dapat dialokasikan pada pembangunan pertanian dan non pertanian, (5) menghasilkan devisa negara yang diperoleh dari hasil ekspor produk pertanian dan olahannya.

Sektor pertanian merupakan sektor penting yang ada di Provinsi Riau, hampir seluruh sektor tidak lepas dari sektor pertanian. Sebagian masyarakat menjadikan sektor pertanian sebagai sumber untuk menukupi kebutuhan pokok.

Pembangunan perekonomian di Riau tidak hanya melalui sektor pertanian namun dilakukan juga melalui agroindustri.

Agroindustri berasal dari dua kata yakni agricultural dan industri yang berarti suatu industri yang menggunakan komoditi hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya. Agroindustri adalah subsistem yang dapat dipandang sebagai





kegiatan yang memerlukan input dan merubahnya untuk mencapai tujuan tertentu.

Input dalam kegiatan industri terdiri atas bahan mentah hasil pertanian maupun bahan tambahan, tenaga kerja, modal dan faktor pendukung lainnya. Kegiatan agroindustri meliputi usaha untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian yang mampu menghasilkan pendapatan, mendorong industri lain dan menyerap tenaga kerja. Usaha pengembangan yang mengarah pada kegiatan agroindustri adalah pengolahan hasil pertanian menjadi barang yang siap konsumsi.

Buah pisang merupakan salah satu komoditi hortikultura yang mampu mendukung berdirinya agroindustri. Hal ini dikarenakan buah pisang mudah di budidayakan di iklim tropis. Dapat dilihat dari jumlah produksi pisang di Riau pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Produksi Buah Pisang Menurut Kabupaten/Kota Provinsi Riau Tahun 2021(Tahun/Kwintal)

No	Kabupaten/Kota	Pisang		Pertumbuhan (%)
		2019	2020	
1	Kuantan Singingi	39.709	21.654	-45,46
2	Indragiri Hulu	23.852	23.607	-1,02
3	Indragiri Hilir	59.859	31.851	-46,78
4	Pelalawan	4.814	3.796	-26,80
5	Siak	38.643	43.284	12,00
6	Kampar	80.366	57.422	-28,54
7	Rokan Hulu	21.848	51.570	136,03
8	Rokan Hilir	25.021	7.209	-71,18
9	Kepulauan Meranti	10.771	7.610	-29,34
10	Bengkalis	100.592	72.049	-28,37
11	Pekanbaru	5.623	17.044	203,00
12	Dumai	23.261	37.476	61,11
Riau		434.359	374.573	-13,70

Sumber : Provinsi Riau Dalam Angka 2021



Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa produksi pisang dari tahun 2019-2020 rata-rata mengalami penurunan. Dari jumlah produksi pisang dapat kita ketahui di tahun 2019 yaitu sebesar 434.359 kwintal/tahun menjadi 374.573 kwintal/tahun. Kabupaten Indragiri Hulu merupakan salah satu kabupaten yang masih memiliki produksi pisang dengan pertumbuhan sebesar -1,02% , penurunan jumlah produksi pisang disebabkan oleh alih fungsi lahan menjadi perkebunan dan perumahan masyarakat sekitar. Kabupaten Indragiri Hulu merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi sangat besar, baik di sektor pertanian maupun industri. Adanya produksi pisang di Kabupaten Indragiri Hulu dapat dilihat pada

Tabel 2.

Tabel 2. Produksi Buah Pisang di Kabupaten Indragiri Hulu 2020 (Tahun/Kwintal)

No	Kecamatan	Produksi Pisang(Kwintal)		Pertumbuhan %
		2019	2020	
1	Peranap	734	883	20,29
2	Batang Peranap	384	305	-20,57
3	Seberida	9.217	8.269	-10,28
4	Batang Cenaku	2.682	3.030	12,97
5	Batang Gangsal	1.036	808	-22,00
6	Kelayang	103	83	-19,41
7	Rakit Kulim	273	420	53,84
8	Pasir Penyau	917	886	-3,38
9	Lirik	1.412	2.121	50,21
10	Sungai Lala	640	639	-0,10
11	Lubuk Batu Jaya	199	196	-1,50
12	Rengat Barat	1.200	1.970	64,16
13	Rengat	845	2.891	242,00
14	Kuala Cenaku	4.210	1.107	-73,70
	Jumlah	23.852	23.607	-1,02

Sumber : Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Angka 2021

Pada Tabel 2 dapat kita lihat bahwa tahun 2019-2020 produksi pisang di Kecamatan Rengat Barat mengalami peningkatan sebesar 1.200 kwintal menjadi

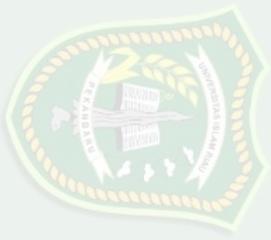


1.970 kwintal/tahun, dengan persentase pertumbuhan buah pisang di Rengat Barat sebesar 60,16 persen. Pada umumnya hasil pertanian memiliki sifat mudah rusak sehingga perlu adanya pengolahan terhadap buah pisang. Proses pengolahan tersebut dapat meningkatkan nilai guna komoditas pertanian dan mampu mentransformasi produk primer ke produk olahan yang menciptakan nilai tambah tinggi. Untuk menghindari buah pisang ini menjadi busuk, masyarakat sekitar mengolahnya menjadi sale pisang.

Sale pisang menjadi salah satu cemilan yang sering dinikmati untuk acara berkumpul dan kerap di jadikan sebagai oleh-oleh. Cemilan ini dinikmati oleh kalangan anak-anak hingga orang dewasa, sehingga permintaan dari waktu ke waktu semakin meningkat. Hal ini menjadi peluang bagi usaha untuk berkembang lebih besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

Salah satu agroindustri yang memanfaatkan buah pisang menjadi sale adalah usaha Lizajaya. Pada usaha Lizajaya ini dalam proses produksinya masih menggunakan teknologi yang masih sederhana, sehingga dapat mempengaruhi proses pembuatannya. Sejak mulai berdirinya usaha agroindustri sale pisang, pengusaha hanya bergantung pada kondisi cuaca yang dapat membantu mengeringkan buah pisang. Jika kondisi cuaca panas, maka lama waktu penjemuran buah pisang hanya membutuhkan waktu tiga sampai empat hari, sebaliknya jika matahari tidak mendukung maka buah pisang akan membutuhkan waktu pengeringan yang lama.

Usaha agroindustri ini sudah beroperasi sejak tahun 2018 hingga sekarang. Jenis buah yang digunakan dalam produksi yakni buah pisang kepok. Dalam



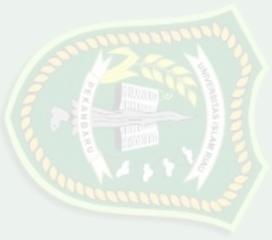
proses produksi, agroindustri ini menggunakan buah pisang sebanyak 105 kg/proses produksi. Buah tersebut didapatkan dari lingkungan sekitar agroindustri beroperasi. Ketersediaan bahan baku memberikan peluang agroindustri yang besar bagi pengusaha. Usaha ini memiliki pengalaman usaha selama 4 tahun dan masih tergolong usaha rumah tangga yang dikelola sebagian besar oleh pemilik usahanya.

Produk sale pisang yang diproduksi memiliki rasa yang khas yakni manis dan gurih, namun produk olahan usaha Lizajaya belum ada izin Badan Pengawasan Obat dan Makanan. Dalam peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan tahun (2012) menjelaskan bahwa untuk menghasilkan produk yang bermutu dan aman, proses produksi harus dikendalikan dengan benar seperti spesifikasi bahan, komposisi dan cara produksi. Pemilik usaha agroindustri Lizajaya sudah berupaya untuk mendapatkan izin Badan POM tersebut, akan tetapi hingga kini tidak ada informasi lebih lanjut.

Melihat peluang dan permasalahan yang ada pada usaha sale pisang Lizajaya diatas, maka perlu strategi untuk mengembangkan usaha tersebut. Strategi ini nantinya dapat diterapkan oleh pengusaha sale pisang agar dapat terus bertahan atau bahkan maju ditengah-tengah persaingan dengan usaha lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau”.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



1.2. Perumusan Masalah

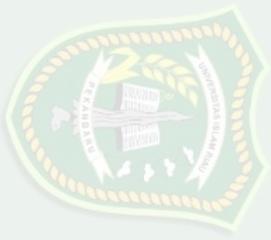
Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri sale pisang di desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
2. Bagaimana penggunaan teknologi produksi, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha sale pisang di desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
3. Apa saja faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pengembangan usaha sale pisang di desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
4. Bagaimana strategi pengembangan usaha agroindustri sale pisang di desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri Sale Pisang di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.
2. Menganalisis teknologi produksi, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha



Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Rengat Barat Indragiri Hulu Provinsi Riau.

3. Faktor-faktor internal dan eksternal pada agroindustri sale pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.
4. Menganalisis strategi pengembangan produk sale pisang di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.

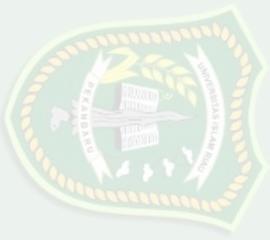
Adapun manfaat penelitian :

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai agroindustri sale pisang.
2. Memberikan informasi dalam merumuskan strategi pengembangan usaha.
3. Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan yang berhubungan dengan industri.
4. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan, Informasi, pengetahuan tentang strategi pengembangan.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah batasan atau cakupan penelitian meliputi :

lokasi penelitian di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau khususnya di desa Tanah Datar yang terdapat agroindustri yang membuat sale pisang. Tujuan penelitian difokuskan pada analisis 1) karakteristik pengusaha meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga dan profil usaha meliputi: sejarah usaha, skala usaha, tenaga kerja dan sumber modal. 2) menganalisis teknologi produksi, faktor produksi, proses



produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha sale pisang. 3) Penentuan faktor lingkungan internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor lingkungan eksternal (peluang-ancaman) pada agroindustri sale pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu menggunakan analisis SWOT dan 4) strategi prioritas yang digunakan oleh agroindustri dalam kegiatan usahanya dengan menggunakan metode QSPM untuk menentukan strategi terbaik.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha

Menurut (Suryana, 2014) sifat dari karakter personal yang dimiliki pengusaha untuk membangun kompetisi yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha. Karakteristik pengusaha usaha mikro kecil menengah paling penting dan berkaitan dengan keberhasilan. Karakteristik pengusaha terdiri dari beberapa komponen yakni umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

2.1.1. Karakteristik Pengusaha

a) Umur

Umur merupakan faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan seseorang dalam bekerja dibidangnya, umur juga dapat di jadikan sebagai standar dalam melihat kegiatan seseorang dalam bekerja dan umur yang produktif akan meningkatkan besarnya seseorang dalam bekerja secara maksimal (Hasyim, 2006).

Umur dapat menjadikan penentu dalam prestasi kinerja seseorang. Semakin berat suatu pekerjaan secara fisik bila dikerjakan oleh umur yang muda akan semakin berpengaruh dalam hasilnya, namun dalam hal tanggung jawab semakin tua umur seseorang tidak akan berpengaruh besar karena semakin tua justru lebih banyak pengalaman bekerjanya (Suratiyah, 2008).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2018) pengelompokan umur menjadi beberapa kelompok:





1. Kelompok penduduk umur 0-14 tahun dianggap sebagai kelompok penduduk yang belum produktif secara ekonomi.
2. Kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok penduduk yang produktif.
3. Kelompok penduduk umur 64 tahun keatas sebagai kelompok yang tidak lagi produktif.

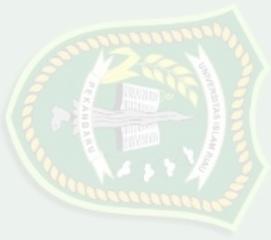
Menurut kamus besar bahasa indonesia produktif adalah tindakan kreatif yang dapat menghasilkan sesuatu. Usia produktif usia ketika seseorang dianggap dapat berproduksi atau menghasilkan.

b) Pendidikan

Pendidikan merupakan pembelajaran pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari generasi ke generasi. Dalam Al-Qur'an pendidikan sangat penting untuk menjadi sumber inspirasi dan dikembangkan dalam rangka membangun pendidikan yang bermutu. Al-Qur'an memperingatkan manusia agar mencari ilmu pengetahuan sebagaimana firman Allah dalam QS al-Taubah/9: 122 disebutkan :

وَمَا كَانُوا لِيُؤْمِنُوا بِآيَاتِنَا وَلَئِن نَّرْفَعْنَاهُمْ لَنَكْفُرْنَ بِهَا وَلَئِن نُنزِّلْنَاهَا لَيَنفَكْنَ مِنْهَا إِن يَتَذَكَّرْنَ إِلَّا يَدْبُرُوا
وَلِيذُرُوا أَقْوَمَهُمْ وَإِن يَأْتِيهِمْ آيَاتُنَا لَيَكْفُرْنَ بِهَا وَلَئِن نُنزِّلْنَاهَا لَيَكْفُرْنَ بِهَا وَلَئِن نُنزِّلْنَاهَا لَيَكْفُرْنَ بِهَا

Artinya : Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya.



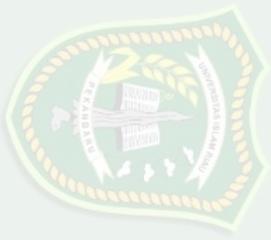
Firman *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* dalam Surat Al-Taubah ayat 9:122 menjelaskan betapa pentingnya pengetahuan bagi kelangsungan hidup manusia. Dengan pengetahuan, manusia akan mengetahui apa yang baik dan yang buruk, yang benar dan yang salah, yang membawa manfaat dan yang membawa madarat. Tidak hanya itu, bahkan al-Qur'an memposisikan manusia yang memiliki pengetahuan pada derajat yang tinggi

Lamanya seseorang dalam menuntut ilmu akan berpengaruh dengan pola pikir masing-masing. Tingkat pendidikan seorang pengusaha akan menentukan bagaimana perkembangan usahanya. Dengan ilmu dan kreatifitas seseorang dalam berusaha akan memberikan dampak yang lebih baik ketimbang seseorang yang tidak memiliki pendidikan tinggi. Pendidikan yang rendah mengakibatkan kurangnya informasi dan tidak dapat bersaing dengan baik dengan pengusaha lainnya.

c) Pengalaman Berusaha

Pengalaman seorang dalam menjadi pengusaha sangat berpengaruh dalam menerima inovasi yang sedang berkembang. Seseorang yang sudah lama mendapatkan pengalaman bekerja akan lebih mudah menerapkan inovasi ke dalam usahanya dari pada pemula. Lamanya seseorang bekerja dapat membuat pertimbangan khusus agar tidak melakukan kealahan dalam usahanya (Hasyim,2006).

Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lama seseorang bekerja sebagai petani) hal ini disebabkan karena semakin lama orang bekerja akan mempengaruhi



pendapatan. Menurut Soekartawi (1999) petani yang sudah lama bertani akan lebih mudah diterapkan dari pada pemula atau petani yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah dalam penyuluhan demikian dengan penerapan teknologi.

d) Jumlah Tanggungan Keluarga

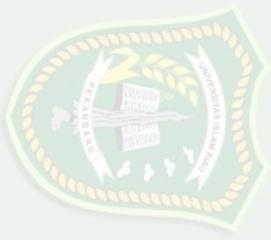
Salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan adalah jumlah tanggungan keluarga. Semakin banyak tanggungan keluarga akan semakin mendorong seorang pengusaha dalam mencari pendapatan dan melakukan banyak aktifitas terutama dalam mencari pendapatan untuk keluarganya. Jumlah tanggungan keluarga ini dapat meningkatkan semangat para pengusaha dalam mencari pendapatan.

2.1.2. Profil Usaha

Profil usaha merupakan gambaran atau pandangan mengenai kegiatan-kegiatan usaha yang dilakukan oleh wirausaha atau pengusaha. Kegiatan usaha dalam hal ini mengarah pada kegiatan dibidang perdagangan maupun jasa untuk mencari keuntungan.

a. Sejarah Usaha

Sejarah usaha merupakan hal-hal yang berkaitan dengan asal-usul dimulainya suatu usaha. Didalam sejarah biasanya berisi hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana usaha tersebut biasanya berdiri dan apa saja yang menjadi alasan pengusaha untuk memiliki usaha tersebut. Didalam kasus usaha kecil menengah biasanya sejarah dimulai dengan adanya skill dan tersedianya tempat serta modal untuk memulai usaha tersebut.



b. Skala Usaha

Menurut Badan Pusat Statistik (2012) usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar dibedakan berdasarkan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran skala usaha yaitu usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang, usaha kecil antara 5-19 orang dan usaha menengah dari 20-99 orang serta usaha dengan jumlah tenaga kerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

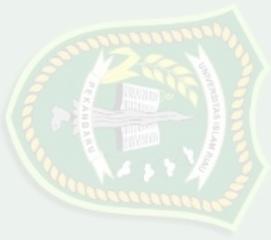
c. Modal Usaha

Modal usaha merupakan uang yang terpakai untuk membeli barang dagangan di awal bisnis. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Modal usaha sebagai ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit yang dimaksud sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak adalah modal pasif (Riyanto, 1997).

Menurut Nirwana dan Purnama (2019) skala usaha merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya dengan melihat berapa banyak jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan dan berapa pendapatan yang diperoleh dalam satu periode akuntansi. Jumlah pendapatan atau penjualan yang dihasilkan perusahaan dapat menunjukkan perputaran aset atau modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga semakin besar pendapatan atau penjualan yang diperoleh perusahaan semakin besar pula tingkat kompleksitas perusahaan.

d. Tenaga Kerja

Tenaga Kerja merupakan salah satu faktor utama dalam agroindustri. Dalam agroindustri sebagian besar menggunakan tenaga kerja dalam keluarga



pengusaha sendiri. Tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga pengusaha tidak pernah dinilai dalam uang.

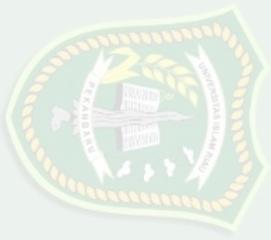
2.2. Agroindustri

Agroindustri merupakan bagian dari kelompok industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan atau transportasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil dari pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. (Mangunwidjaja dan Sailah, 2005).

Agroindustri merupakan subsistem yang dapat dipandang sebagai kegiatan yang memerlukan input dan merubahnya untuk mencapai tujuan tertentu. Input dalam kegiatan industri terdiri atas bahan mentah hasil pertanian maupun bahan tambahan, tenaga kerja, modal dan faktor pendukung lainnya. Kegiatan agroindustri meliputi usaha untuk meningkatkan nilai tambah produk-produk pertanian melalui pengolahan lebih lanjut dari bahan-bahan mentah hasil pertanian maupun memberikan jasa kepada pengrajin.

2.2.1. Sale Pisang

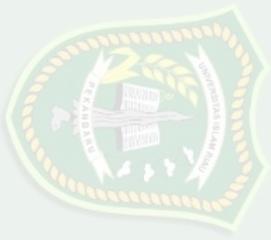
Menurut (Suyanti, 2008) Sale pisang merupakan makanan hasil olahandari buah pisang matang yang di iris tipis kemudian diawetkan dengan carapengeringan hingga kadar air mencapai 15-20% sehingga sale pisang dapat tahan lebih lama. Pisang sale bisa langsung dimakan atau digoreng dengan tepung. Salepisang merupakan produk olahan pisang yang dibuat dengan proses utamapengeringan dengan penjemuran atau pengovenan. Sale pisang merupakan produk yang berbeda dari produk olahan pisang lainnya. Hal yang membedakan



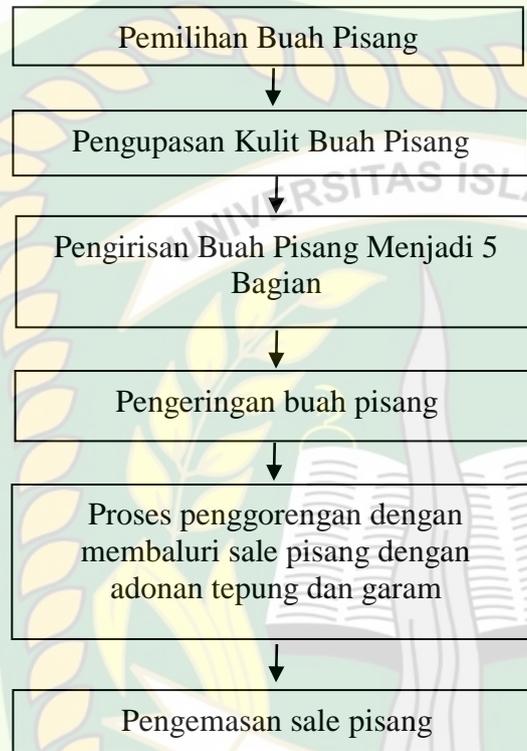
terletak pada warna, rasa, bau, kekenyalan, dan ketahanan simpannya. Sale merupakan salah satu kreasi klasik dari pisang yang punya rasa enak. Beberapa daerah di Indonesia mempunyai produk sale pisang dengan bentuk pipih panjang dan lebar.

Sale pisang adalah jenis makanan yang dibuat dari buah pisang yang telah melewati matang konsumsi. Sale pisang merupakan sarana alternatif untuk menghindari pembusukan buah pisang, yang diolah dengan cara pengeringan (Indradewi, 2016). Menurut (Nurainy, 2017) berbagai jenis pisang dapat digunakan sebagai bahan baku sale pisang, seperti pisang ambon, pisang emas, pisang raja, pisang siam, pisang muli dan pisang susu. Faktor-faktor yang mempengaruhi mutu sale pisang antar lain adalah jenis bahan baku yang digunakan, proses pengolahan, tingkat kematangan buah dan cara pengemasannya.

Sale pisang basah mempunyai rasa manis dan tidak tahan lama. Selain sale basah, ada pula sale pisang yang digoreng kering dengan balutan tepung. Rasanya manis dan bertekstur renyah. Kualitas pisang sale bisa terlihat dari warna, rasa, bau, kekenyalan dan daya simpannya. Sale Pisang yang enak punya tekstur renyah serta sensasi sedikit asam. Ini berasal dari buah pisang yang masak. Secara tradisional, pembuatan sale pisang banyak dilakukan oleh pengrajin, tetapi sale pisang yang dihasilkan mutunya kurang baik, terutama pada warnanya yang berwarna coklat kehitaman sehingga penampilannya kurang menarik. Demikian pula pengemasannya juga masih sangat sederhana (Prabawati, 2008).



Proses pembuatan sale pisang mulai dari pemilihan hingga pengemasan melalui beberapa tahap seperti berikut :

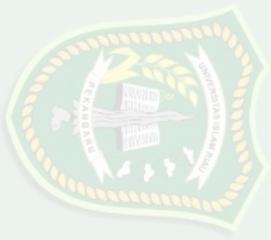


ses Pembuatan Sale Pisang (Tri, Detty, dan Sri, 1993)

2.2.2. Teknologi Produksi

Menurut Mangunwidjaja dkk (2005), Teknologi proses produksi yang diterapkan untuk agroindustri sangat beragam, dari yang sederhana (fisik, mekanik seperti pengeringan), teknologi sedang (reaksi hidrolisis) sampai ke teknologi tinggi (proses bioteknologis). Dengan ragam teknologi yang demikian luas, maka diperlukan strategi pemilihan teknologi yang tepat untuk mengembangkan agroindustri dengan prinsip dasar pendayagunaan sumberdaya pertanian menjadi produk agroindutri yang mampu bersaing di pasar dunia.

Salah satu faktor yang sangat penting dalam meningkatkan rentabilitas usahatani adalah melalui penerapan teknologi baru. Hal ini dapat meningkatkan



mutu dan jumlah dari produk pisang. Dengan mutu yang sama, yang berarti dengan harga setiap kesatuan sama pula, akan tetapi jumlah produksi naik, maka pendapatan petani akan bertambah. Dengan demikian pula jumlah produksi sama, mutu produksi yang naik, sehingga harga setiap kesatuan naik pula, maka pendapatan akan bertambah (Mulyati, 2005).

Pengolahan hasil merupakan subsistem agribisnis yang sangat besar perannya dalam meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian. Dalam kondisi perekonomian, dimana sektor industri yang harus dikembangkan secara berimbang dengan perkembangan sektor lain seperti perekonomian yang mendukung sektor industri (Soekartawi, 2001).

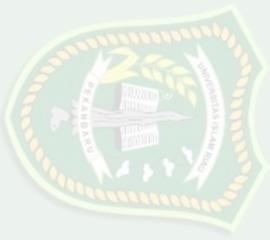
2.2.3. Penggunaan Faktor Produksi

Faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Pada awalnya, faktor produksi dibagi menjadi empat kelompok yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya alam dan manajemen yang digunakan oleh perusahaan yang kemudian disebut sebagai faktor fisik. Menurut (Gaffin, 2006), saat ini ada lima hal yang dianggap sebagai faktor produksi, yaitu

1) Tempat usaha

Tempat usaha merupakan tempat melakukannya kegiatan produksi untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya. Tempat strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha.

ISLAM RIAU



2) Tenaga kerja

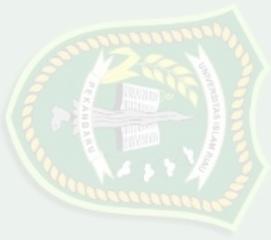
Tenaga kerja dalam hal ini, pengusaha merupakan faktor penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi. Tenaga kerja harus mempunyai kualitas berfikir yang maju dan mampu mengadopsi inovasi baru terutama dalam teknologi untuk pencapaian produk yang baik.

3) Modal usaha

Modal adalah setiap hasil atau produk atau kekayaan yang digunakan untuk memproduksi hasil selanjutnya (Daniel, 2004). Modal terbagi menjadi 2 yakni modal tetap dan modal bergerak. Modal bergerak meliputi bahan baku dan bahan penunjang. Bahan baku adalah bahan dasar yang dipergunakan untuk proses pembuatan bahan jadi. Bahan baku biasanya, di peroleh dari imort, lokal maupun dari pengolahan sendiri (Maisyal, 2003). Ketersediaan bahan baku dalam perusahaan bertujuan untuk menjamin keberlangsungan proses produksi perusaha. Sedangkan bahan penunjang merupakan bahan yang dimanfaatkan dalam proses produksi, beberapa ahli berpendapat bahwa bahan penunjang merupakan item yang dapat meningkatkan efisiensi atau keamanan produksi tetapi bukan menjadi bagian dari bagian utama produk jadi.

4) Manajemen

Manajemen merupakan seni unntuk mengolah kegiatan agar berjalan dengan baik dan terarah sehingga tujuan orgaanisasi bisa tercapai. Faktor produksi manajemen menentukan jalannya proses usaha secara keseluruhan, khususnya dalam internal perusahaan. Manajemen merupakan suatu hal yang



penting dalam melakukan kegiatan, karena dalam melaksanakan usaha perlu penerapan fungsi manajemen untuk hasil terbaik yang efektif dan efisien.

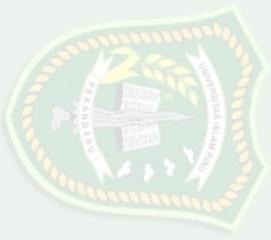
2.2.4. Proses Produksi

Proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dana) yang ada. Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa untuk menghasilkan sale pisang perlu melibatkan tenaga kerja, pengetahuan teknis, bahan baku dan peralatan yang digunakan.

Menurut Sudarman (2004), bahwa produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Dalam pengertian yang bersifat umum ini penggunaannya cukup luas, sehingga mencakup keluaran (output) yang berupa barang atau jasa. Dalam arti sempit, pengetahuan produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi.

2.2.5. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan dalam suatu kegiatan produksi. Biaya produksi akan selalu muncul dalam setiap kegiatan ekonomi dimana usahanya selalu berkaitan dengan produksi. Kemunculannya itu sangat berkaitan dengan diperlukannya input (faktor produksi) ataupun korbanan lainnya yang digunakan dalam kegiatan produksi tersebut. Pada hakikatnya biaya adalah sejumlah uang tertentu yang telah diputuskan guna pembelian ataupun pembayaran input yang diperlukan, sehingga tersediannya sejumlah uang ini telah



benar-benar diperhitungkan sedemikian rupa agar produksi dapat berlangsung (Sugiri, 1999).

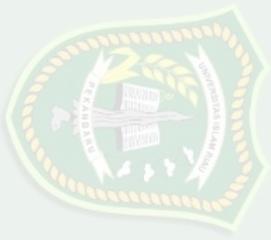
Penerimaan (*revenue*) adalah sejumlah pembayaran yang diterima perusahaan dari penjualan barang atau jasa. *Revenue* dihitung dengan mengalikan kualitas barang yang terjual dengan harga satuannya. Pada awal oprasi, umunya sarana produksi tidak dipacu untuk beroperasi penuh, akan tetapi naik perlahan-lahan sampai segala sesuatunya siap untuk mencapai kapasitas penuh. Oleh karena itu, perencanaan jumlah *revenue* harus disesuaikan dengan pola ini (Soeharto, 2001).

Menurut Nicholson (2008), yang dimaksud dengan penerimaan (*revenue*) adalah penerimaan produksi dari hasil penjualan outputnya. Untuk mengetahui penerimaan total diperoleh dari output atau hasil produksi dikalikan dengan harga jual output. Besar kecilnya pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

- (1) efisiensi biaya produksi, produk yang efisien akan meningkatkan pendapatan bersih pengusaha, karena proses produksi yang efisien akan menyebabkan biaya produksi per proses akan semakin rendah.

2.2.6. Produksi

Meningkatnya produksi pertanian adalah sebagai akibat dari pemakaian teknologi dalam usahatani. Penggunaan teknologi dalam intensifikasi bertujuan agar ada peningkatan hasil yang tidak merugikan petani. Usaha intensifikasi menghendaki lebih banyak menggunakan faktor produksi, tenaga kerja dan modal atas sebidang tanah untuk mencapai produksi yang tinggi (Mubyarto, 1987).

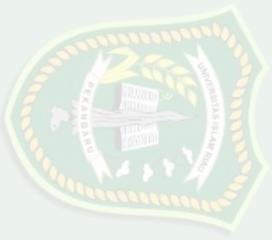


Tanah sebagai sumber daya alam yang digunakan dalam usaha pertanian yang lebih dikenal dengan istilah lahan pertanian. Lahan merupakan faktor produksi utama dalam usaha pada sektor pertanian, disamping modal, tenaga kerja dan manajemen. Hal ini dapat dibuktikan dari besarnya balas jasa yang diterima dari faktor produksi lahan dibandingkan dengan faktor produksi lainnya. Tanpa adanya lahan, usaha pertanian menjadi sulit dilakukan (Mubyarto, 1989). Selain tanah dan tenaga kerja, hal yang paling penting adalah modal. Modal dalam artian ekonomi merupakan barang atau uang yang bersama faktor produksi lainnya menghasilkan barang-barang baru yaitu hasil pertanian. Bagi negara yang sedang berkembang yang sering menjadi kendala adalah modal, sehingga sulit dapat mengembangkan perluasan wilayah pertanian, cara yang paling mudah dan tepat untuk memajukan pertanian dan peningkatan produksi adalah dengan memperbesar bunga modal.

2.2.7. Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya yang menghasilkan biaya. adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dibandingkan dengan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi yang membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan pengusaha kepada pasar tentang produk dan mereknya. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan produk. (Menurut Kotler 2005).

ISLAM RIAU



2.2.8. Pendapatan

Pendapatan seseorang merupakan jumlah penghasilan yang diterima dalam periode tertentu misalnya satu bulan, satu tahun dan lainnya. Pendapatan rumah tangga petani dapat dibagi menjadi dua yaitu pendapatan yang berasal dari usahatani dan pendapatan yang berasal dari luar usahatani. Menurut Sukirno (1985), bahwa pendapatan bersumber dari penjualan barang dan jasa yang dibeli atau digunakan oleh konsumen.

2.2.9. Efisiensi

Pengertian efisiensi sangat relatif, efisiensi diartikan sebagai upaya penggunaan input yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan produksi yang sebesar-besarnya. Efisiensi dapat diketahui dengan menghitung R/C Ratio. R/C Ratio merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total (Soekartawi, 2001).

R/C rasio menunjukkan perbandingan pendapatan kotor (penerimaan) yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk memproduksi, sekaligus menunjang kondisi suatu usaha. Tujuan utama dari usaha adalah untuk memperoleh keuntungan yang besar, disamping tujuan yang lebih utama yakni mencapai suatu tingkat efisiensi yang tinggi. Keuntungan yang tidak selalu menunjukkan efisiensi yang tinggi, karena kemungkinan penerimaan yang besar tersebut diperoleh dari investasi yang besar. Efisiensi mempunyai tujuan memperkecil biaya produksi persatuan produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Cara yang ditempuh untuk memperoleh tujuan tersebut adalah memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan



produksi yang telah dicapai untuk memperbesar produksi tanpa meningkatkan biaya keseluruhan. Salah satu pengukur efisiensi adalah R/C rasio (Rahardi, 2003).

2.2.10. Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan suatu pertambahan nilai suatu komoditas yang mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dimana barang yang kurang dimanfaatkan, diberikan nilai tambah agar bertambah nilai manfaatnya. Dalam setiap proses produksi dibutuhkan inovasi dan kreativitas untuk menimbulkan nilai tambah dan merupakan keunggulan yang berharga.

Menurut Hayami, et all (1987), analisis nilai tambah pengolahan produk pertanian dapat dilakukan dengan cara sederhana, yaitu melalui perhitungan nilai tambah per kilogram bahan baku untuk satu kali pengolahan yang menghasilkan produk tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang digunakan dan tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh ialah harga output, upah kerja, harga bahan baku, dan nilai input selain bahan baku dan tenaga kerja. Nilai input lain adalah nilai dari semua korbanan selain bahan baku dan tenaga kerja yang digunakan selama proses pengolahan berlangsung.

2.3. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang



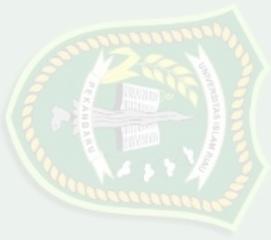
apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan (David 2011). Sebagaimana dikutip oleh Mardani "Hukum Bisnis Syariah" menurut Dr. Yusuf Qardhawi, bekerja adalah sebagai ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap aturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakannya. Dengan demikian, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik kepada tetangganya. Semua bentuk yang berkaitan dengan agama ini hanya bisa dilaksanakan dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja.

Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf ayat 19:

وَلِكُلِّدَرَجَاتٍمَّمَّاَعَمِلُواوَلِيُوَفِّيَهُمَاَعَمَالَهُمَوْهُمَلَايُظَلَمُونَ

Artinya: Dan setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan balasan amal perbuatan mereka dan mereka tidak dirugikan.

Firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala dalam surat Al-Ahqaaf ayat 19 menjelaskan tentang orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-



harinya memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba. Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi terlebih dahulu.

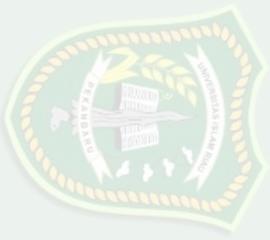
Pengembangan usaha adalah kegiatan milik badan usaha atau perseorangan yang menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Kegiatan tersebut beroperasi dengan memiliki badan hukum atau tidak memiliki badan hukum.

Strategi pengembangan usaha adalah merencanakan atau mengintegrasikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan, strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja

2.3.1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis internal adalah analisis yang dilakukan terhadap kekuatan serta kelemahan sebuah perusahaan atau organisasi.

- a) Kekuatan (*Strength*) adalah kondisi atau situasi yang merupakan kekuatan dari perusahaan. Kekuatan merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa teknologi, sumberdaya, keahlian, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki atau kelebihan lain yang mungkin diperoleh berkat sumber keuangan, citra, keunggulan pasar, serta hubungan baik antara *buyer* dan *supplier*.

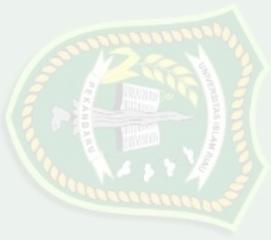


- b) Kelemahan (*Weaknesses*) adalah suatu kegiatan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Kelemahan ini terkadang lebih mudah dilihat dari pada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada. Weaknesses merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya faktor. Faktor penghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelolah, keahlian pemasaran dan citra perusahaan.

2.3.2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis Eksternal merupakan suatu alat untuk mengukur peluang dan ancaman pada sebuah perusahaan atau organisasi.

- a) Peluang (*Opportunities*) adalah faktor yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkannya. Opportunities merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang mendukung dalam pencapaian tujuan dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan teknologi, perkembangan ekonomi dan perkembangan hubungan supplier dan buyer.
- b) Analisis Ancaman (*Threat*) adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi perkembangannya atau berjalannya sebuah perusahaan. Ancaman ini adalah hal yang terkadang sudah terlewatkan dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk melawan arus. Namun, pada kenyataannya perusahaan tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang.



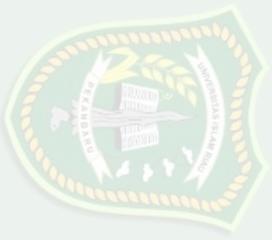
Threat merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam berupaya masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatkan bargaining power dari pada supplier dan buyer utama, perubahan teknologi serta kebijakan baru.

2.3.3. Analisis SWOT

SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi: SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman) dan strategi WT (kelemahan-ancaman) mencocokkan faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satupun paduan yang paling benar (Hunger, 2010).

Menurut Rangkti dalam Mardjudo dan Djamal (2020) SWOT merupakan singkatan dari *Strenght* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threat* (ancaman) yang merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi usaha, sehingga strategi yang diharapkan dapat mengatasi adanya kesenjangan antara kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang ada dalam usaha.

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan menganalisis dan memilih hal-hal yang mempengaruhi keempat faktor, kemudian menerapkan dalam matriks SWOT, dimana kekuatan mampu memanfaatkan peluang, bagaimana mengatasi kelemahan yang mencegah keuntungan, kemudian bagaimana kekuatan mampu untuk menghadapi ancaman yang ada.



2.3.4. Prioritas Strategi Pengembangan Usaha (QSPM)

Teknik QSPM menurut David (2006) dirancang untuk menentukan kemenarikan relatif dan mengevaluasi pilihan-pilihan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan secara objektif, berdasarkan faktor-faktor sukses internal dan eksternal yang telah diidentifikasi pada matriks IFAS dan EFAS sebelumnya.

QSPM merupakan matriks tahap akhir dalam kerangka kerja analisis yang paling baik untuk dipilih.

Menurut Zed (2021) keistimewaan dari matriks QSPM mendorong penyusunan strategi untuk memasukan faktor-faktor internal dan eksternal yang pantas dalam proses pengambilan keputusan. Dengan mengoptimalkan QSPM memperkecil kemungkinan bahwa faktor-faktor utama akan terlewat atau diberi bobot secara berlebih. QSPM juga menekankan setiap hubungan penting yang bisa mempengaruhi pengambilan keputusan kecil disepanjang proses meningkatkan probabilitas bahwa keputusan yang diambil adalah yang terbaik bagi perusahaan. Sedangkan keterbatasan pada metode QSPM ini bahwa penilaian yang dilakukan pada setiap faktor yang memerlukan inisiatif dan asumsi yang mendasar sebagai alat untuk mengevaluasi strategi yang akan diterapkan agar dapat memaksimalkan hasil yang diperoleh.

2.4. Penelitian Terdahulu

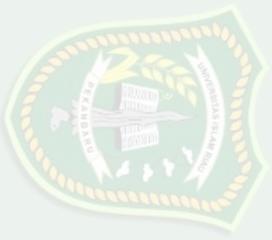
Rosnita, Roza, Susy Edwina, Evy, Didi dan Arifudin (2014), meneliti tentang analisis groindustri keripik nanas di desa kwalu nenas kecamatan kampar.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis biaya produksi, tingkat efisiensi dan proses pemasaran usaha keripik nanas, serta menganalisis dukungan



kelembagaan agroindustri keripik nanas. Penelitian dilakukan dengan metode survei terhadap 12 pengusaha keripik nanas yang dipilih dengan metode sampling sensus di desa Kuala nenas tahun 2012. Data dianalisis dengan metode deskriptif. Bertambahnya jumlah pengusaha keripik nanas diikuti dengan bertambahnya jumlah mesin yang dimiliki oleh pengusaha, berkisar antara 1-4 unit mesin penggoreng facum untuk setiap pengusaha.

Hasil penelitian ini memiliki rata-rata biaya produksi keripik nanas yang dihasilkan dengan skema 4 kali proses produksi/hari adalah Rp.15.514.749 untuk 1 mesin, Rp. 34.199.267 untuk 2 mesin, dan Rp. 62.515.120 untuk 3 mesin. Biaya produksi rata-rata keripik nanas, diproduksi dengan skema 3 kali produksi/hari dengan 4 unit mesin adalah Rp. 57.478.340. Tingkat efisiensi berkisar antara 1,27 (efisiensi rata-rata 1 unit mesin) sampai dengan 1,78 (efisiensi rata-rata 4 unit mesin). Sedangkan nilai tambah yang diperoleh per unit mesin adalah sekitar 9 juta rupiah atau 38.000/kg. Sebagian produk (60%) dipasarkan melalui perantara atau grosir, sebagian lainnya (40%) dijual langsung ke konsumen dengan merek sendiri. Dalam aksesibilitas pelaku usaha terhadap lembaga keuangan, pelaku usaha dapat memperoleh bantuan permodalan dari BMUN, lembaga ekonomi mikro dan perbankan. Sedangkan nilai tambah yang diperoleh per unit mesin adalah sekitar 9 juta rupiah atau 38.000/kg. Sebagian produk (60%) dipasarkan melalui perantara atau grosir, sebagian lainnya (40%) dijual langsung ke konsumen dengan merek sendiri. Dalam aksesibilitas pelaku usaha terhadap lembaga keuangan, pelaku usaha dapat memperoleh bantuan permodalan dari BMUN, lembaga ekonomi mikro dan perbankan. Sedangkan nilai tambah yang



diperoleh per unit mesin adalah sekitar 9 juta rupiah atau 38.000/kg. Sebagian produk (60%) dipasarkan melalui perantara atau grosir, sebagian lainnya (40%) dijual langsung ke konsumen dengan merek sendiri.

Eva (2016), meneliti tentang analisis ekonomi usaha pisang sale (studi kasus di kecamatan kayangan kabupaten lombok utara). Pisang merupakan salah satu buah yang banyak digunakan untuk agroindustri seperti pisang sale. Sebagai tanaman yang cukup potensial tentunya pisang sudah sepatutnya untuk dikembangkan. Di Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara memiliki salah satu industri pisang sale. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan dan efisiensi dari usaha pisang sale dengan menggunakan metode penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha pisang sale sebesar Rp. 768.309 , sehingga pendapatan yang diperoleh pengusaha pisang sale sebesar Rp. 387.940. Besar R/C pada usaha pisang sale sebesar 1,50 dan besarnya nilai rentabilitas usaha pisang sale yaitu sebesar 50,49 %. Sedangkan untuk saluran pemasaran usaha pisang sale terdapat 2 saluran yaitu dari produsen ke konsumen dan dari produsen ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir.

Mahardika (2019), melakukan penelitian Perencanaan Strategi Sale Pisang Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (Studi Kasus Pada Spkp Sorongan, Banyuwangi). Sentra Penyuluhan kehutanan Pedesaan merupakan salah satu produsen sale pisang Banyuwangi. Pisang yang digunakan yaitu Barlin, karena pisang jenis ini harganya murah dan jumlahnya yang banyak. Produksinya dalam



satu minggu dapat mencapai 30-40 kg sale pisang. Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menentukan prioritas strategi yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan Matriks SWOT untuk mendapatkan alternatif strategi dan menggunakan metode QSPM untuk menentukan prioritas strategi.

Hasil dari penelitian diperoleh matriks EFE menunjukkan bahwa faktor peluang terbaik dalam pemasaran yaitu menggunakan media online dan faktor ancaman dari SKPP yaitu kurangnya pendampingan dari pemerintah terhadap ukm. Pada matrik IE strategi yang dapat diterapkan dalam SKPP adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk, memperluas jangkauan pemasaran, melakukan inovasi pada varian produk dan menjaga hubungan baik antara produsen dan konsumen.

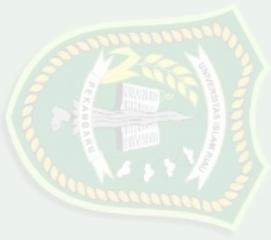
Septina Elida(2020), meneliti tentang analisis agroindustri kedelai di kecamatan seberida kabupaten indragiri hulu provinsi riau. Agroindustri merupakan salah satu alternatif pengembangan ekonomi pedesaan. Agroindustri ini mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, penyerapan tenaga kerja dan juga mendorong munculnya industri lain. Di riau produksi kedelai mengalami penurunan dikarenakan luas lahan. Kedelai digunakan sebagai bahan baku industri tahu dan tempe. Penelitian ini bertujuan untuk :1. Biaya produksi, pendapatan, efisiensi, nilai tambah dan tingkat pengembalian investasi, 2. Sikap kewirausahaan pengusaha agroindustri kedelai. Penelitian ini menggunakan metode survey, yang dilaksanakan dikecamatan seberida, dengan responden diambil secara sensus yaitu 9 pengusaha tahun dan 7 pengusaha tempe.



Hasil penelitian menunjukkan usaha agroindustri tahu dan tempe merupakan usaha kecil per orang, teknologi semi mekanis, belum memiliki merek dagang dan izin usaha secara resmi. Bahan baku yang digunakan dalam sekali produksi untuk agroindustri tahu adalah kedelai sebanyak 144 kg dengan bahan penunjang, berupa air cuka, solar, kayu bakar dan plastik. Biaya produksi sebesar Rp. 1.002.222 (88,88%), pendapatan bersih Rp. 649.384, Nilai tambah sebesar Rp. 1.360, RCR sebesar 195 dan ROI sebesar 59,24%. Sedangkan pada agroindustri tempe, penggunaan kedelai sebanyak 157 Kg, dengan bahan penunjang berupa ragi, daun pisang, kayu bakar, listrik, plastik dan solar. Biaya produksi agroindustri tempe sebesar Rp. 1.089.286 (85,06%), pendapatan bersih Rp. 565.921, RCR sebesar 1,43 dan nilai tambah yang diperoleh Rp. 1.665/Kg serta ROI sebesar 43,68%.

Margahana (2021), meneliti tentang strategi usaha dalam pengembangan agroindustri sale pisang pada desa karang binangun kecamatan belitang madang raya oku timur. Sektor agroindustri dan UMKM menjadi kolaborasi strategi yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri pada UMKM Karang Binangun yang merupakan salah satu agroindustri pisang sale. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dan studi kasus dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan agroindustri sale pisang pada UMKM Karang Binangun yang dapat dilakukan yaitu: mempertahankan sistem manajemen bahan baku, mempertahankan pangsa

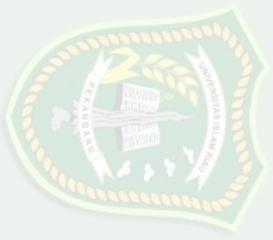


pasar dan penjualan dan meminimalisasi resiko serta menetapkan harga yang kompetitif. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara perawatan fasilitas produksi, meningkatkan konsistensi produk baik kualitas maupun kuantitas dan merencanakan volume produksi secara optimal.

Nurfuadi (2021), meneliti Analisis Strategi Saluran Distribusi Produk Sale Pisang Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Industri Sale Pisang 3 Putra Jaya Desa Bangunsari Pamarican Ciamis). Saluran distribusi merupakan komponen paling penting dalam pemasaran, sebab pada dasarnya implementasi saluran distribusi pada perusahaan mampu menciptakan penjualan. Saluran distribusi yang baik adalah penyebaran produk dengan jangkauan pemasaran yang luas. Tingginya penjualan merupakan salah satu faktor penentu besarnya laba yang akan di dapatkan, sedangkan laba merupakan sarana yang penting untuk berjalannya usaha. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mencapai target dalam penjualan yang dapat menguntungkan. Pada penelitian ini membahas tentang bagaimana saluran distribusi yang digunakan Industri 3 Putra Jaya serta apa dampaknya terhadap volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan metode triangulasi dengan cara mendeskripsikan informasi yang telah diperoleh.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Hasil dari penelitian ini adalah saluran yang digunakan oleh Industri 3 Putra Jaya yaitu saluran distribusi tidak langsung. Dimana produsen menggunakan jasa perantara seperti agen dan pengecer untuk memasarkan produk tersebut ke konsumen, model strategi yang digunakan Industri 3 Putra Jaya adalah distribusi intensif. Walaupun dilapangan masih banyak kendala yang dihadapi, namun dengan menggunakan strategi distribusi intensif mampu meningkatkan penjualan Industri 3 Putra Jaya.

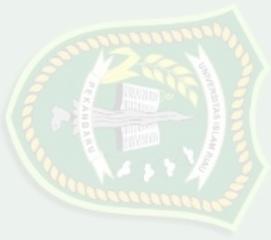
Arsyad dan Supu (2022), meneliti tentang Pengaruh Lama Pengeringan Terhadap Karakteristik Fisikokimia Pisang Sale. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lama pengeringan terhadap karakteristik fisiokimia dan tingkat penerimaan terhadap pisang sale yang diproduksi. Penelitian ini menggunakan 4 perlakuan dan 3 kali ulangan. Perlakuan yang dimaksud adalah pengeringan 28 jam, pengeringan 35 jam, pengeringan 42 jam dan pengeringan 49 jam. Parameter yang diamati yakni kadar ar, gula total, kadar abu dan uji organoleptik terhadap warna, rasa, aroma dan tekstur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lama pengeringan pisang sale akan berpengaruh terhadap kadar air, kadar abu dan kadar gula total. Kadar air yang tertinggi terdapat pada perlakuan A1 berkisar 17,72%, terendah terdapat pada perlakuan A4 11,77%, kandungan kadar abu yang tertinggi terdapat pada perlakuan A4 2,47% dan terendah terdapat pada perlakuan A1 1,99%, kandungan kadar gula total tertinggi diperoleh pada perlakuan A1 38,65%. Lama pengeringan pisang sale dari warna, aroma, rasa dan tekstur dari penilaian tertinggi pada perlakuan A1.



Fahrial (2021), meneliti tentang Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Usahatani Ubi Kayu Di Kelurahan Balai Raja Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Kelurahan balai raja merupakan salah satu sentra produksi ubi kayu di kecamatan pinggir kabupaten bengkalis provinsi riau dengan produksi ubi kayu sebesar 35 ton/Ha. Penelitian ini bertujuan untuk karakteristik petani dan pedagang ubi kayu, saluran dan lembaga pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran usahatani ubi kayu dan strategi pengembangan usaha tani ubi kayu. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan waktu yang dibutuhkan penelitian 6 bulan mulai dari Juli sampai dengan Desember 2020. Data yang dikumpulkan terdiri dari data skunder dan data primer. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata umur petani ubi kayu masih tergolong produktif yakni 39 tahun, dengan tingkat pendidikan petani 9 tahun, pengalaman berusahatani dan pengalaman berdagang yakni selama 4 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga petani 3 jiwa. Rata-rata umur pedagang ubi kayu yakni 45,25 tahun yang berarti masih usia produktif dengan tingkat pendidikan rata-rata pedagang adalah 12 tahun. Dengan pengalaman berdagang rata-rata 5 tahun dan jumlah tanggungan keluarga pedagang rata-rata 3 jiwa. Saluran pemasaran terdapat hanya 1 aluran pemasaran yaitu petani-pedagang-pabrik tapioka. Biaya pemasaran yakni Rp. 155/Kg, margin pemasaran Rp. 200/Kg, Keuntungan pemasaran Rp. 45/Kg, Farmer's share 75% dan efisiensi 19,37%. Hasil strategi yang diperoleh pengembangan usahatani ubi kayu



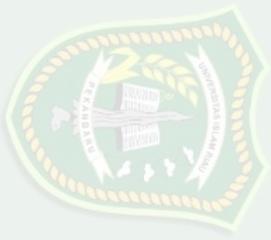
dikelurahan balai raja kecamatan pinggir kabupaten bengkalis berada pada kuadran 1 yakni strategi SO, alternatif strategi yang diperoleh yaitu adanya lahan, tenaga kerja yang mahir, dan penggunaan bibit kayu yang unggul serta dukungan pemerintah.

2.5. Kerangka Pemikiran

Sale pisang merupakan olahan tradisional yang diproses melalui penjemuran terlebih dahulu. Proses penjemuran bertujuan untuk mengurangi kadar air buah untuk menciptakan rasa manis dari buah tersebut. Sale pisang sangat diminati oleh berbagai kalangan, sehingga olahan sale pisang dari waktu ke waktu selalu meningkat. Salah satu agroindustri yang mengolah sale pisang yakni Lizajaya. Agroindustri ini perlu pengembangan untuk kehidupan sosial ekonomi. Pengusaha dalam melaksanakan usahanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan mengembangkan usahanya, akan tetapi dengan tujuan yang sudah ada belum tentu tujuan tersebut dapat di capai. Hal ini dapat disebabkan oleh teknologi yang digunakan agroindustri masih sederhana.

Dalam keberlangsungan pengusaha di masa depan tingkat keuntungan yang memuaskan perlu di dapatkan sehingga pengusaha merencanakan usahanya. Analisis usaha pada sale pisang perlu dilakukan untuk melihat penggunaan teknologi produksi, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi serta nilai tambah pada usaha secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Pengembangan usaha sale pisang dapat diteliti menggunakan analisis SWOT, dengan melakukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Berdasarkan lingkungan internal dan eksternal maka dibuat matriks IFAS dan EFAS dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi agroindustri. Selanjutnya dilakukan analisis QSPM untuk menentukan strategi bisnis yang terbaik untuk agroindustri berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal. Dengan hal ini maka ke empat aspek tersebut dapat diselesaikan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 2.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

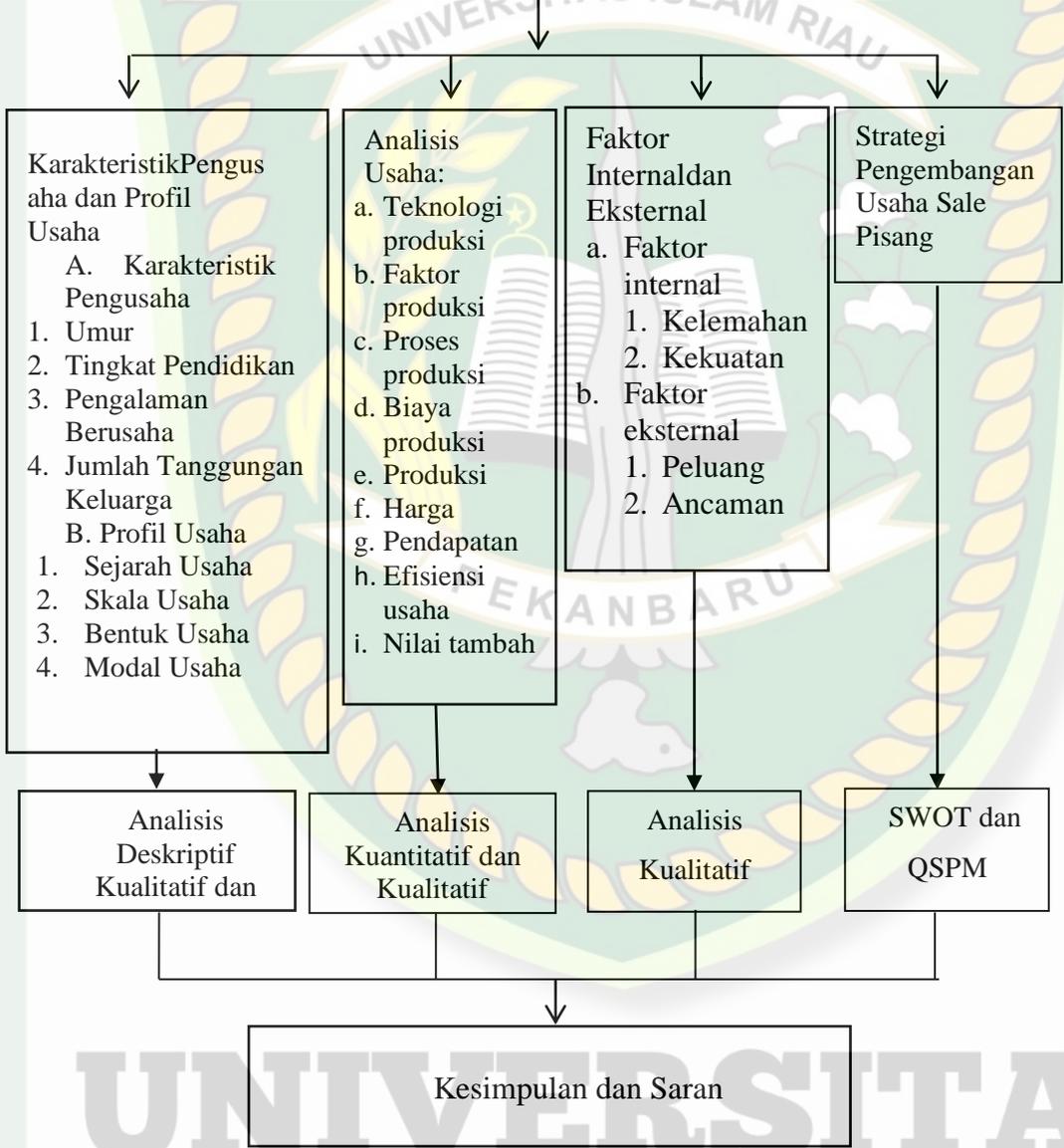
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Permasalahan : Penggunaan alat dalam proses produksi menjadi kelemahan dari agroindustri sale pisang serta belum adanya izin BPOM pada makanan tersebut.

Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Sale Pisang



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian Sale Pisang

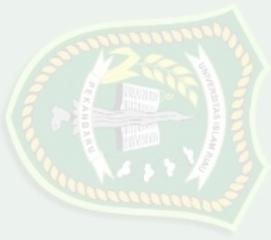
Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*) yang bertempat di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan karena terdapat masyarakat yang melakukan pengolahan buah pisang menjadi sale pisang dan produksi yang masih tergolong rendah dengan permintaan yang tinggi. Hal ini dikarenakan tidak adanya teknologi yang digunakan dalam proses produksi dan belum terjaminnya kualitas produk.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Oktober sampai dengan Maret 2023, yang meliputi pembuatan proposal, seminar proposal, pengumpulan data, analisis data, penyusunan laporan, draf laporan, seminar dan perbanyakan hasil penelitian.

3.2. Teknik Penentuan Responden

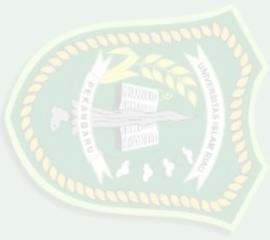
Teknik penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sensus yaitu mewawancarai satu pengusaha dan dua orang tenaga kerja. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang bekerja di industri rumah tangga “Lizajaya” yang berjumlah dua orang. Penentuan responden agroindustri sale pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu hanya pada satu pengusaha sale pisang dimana responden penelitian merupakan pengusaha sale pisang yang memproduksi secara kontinue.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh dengan cara observasi dan juga wawancara langsung dengan pelaku usaha agroindustri sale pisang sebagai responden dengan menggunakan kuisioner yang meliputi: karakteristik responden (umur, pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga), profil usaha meliputi: sejarah usaha, skala usaha, bentuk usaha, modal usaha.

Data sekunder adalah yang diperlukan dari usaha agroindustri sale pisang meliputi: keadaan umum daerah penelitian (geografi dan topografi) yang diperoleh dari kantor desa tanah datar. Dan instansi lainnya yang berkaitan seperti badan pusat statistik serta skripsi dan jurnal.

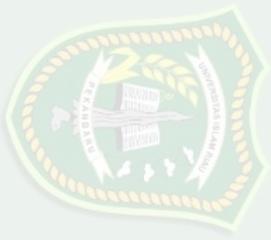
3.4. Konsep Operasional

Pada penelitian terdapat beberapa dari istilah-istilah yang digunakan untuk mencegah kekeliruan dan kesalah pahaman di antaranya:

1. Agroindustri sale pisang adalah kegiatan pengelolaan buah pisang sebagai bahan baku utama yang dikeringkan dan kemudian ditambah dengan bahan lainnya hingga dihasilkan produk sale pisang.
2. Umur adalah lamanya keberadaan pengusaha dan pekerja diukur dalam satuan waktu pandang dari segi kronologik, individu normal yang memperlihatkan derajat perkembangan anatomi dan fisiologik yang dinyatakan dengan tahun.
3. Tingkat pendidikan adalah lamanya pendidikan formal pengusaha dan pekerja Sale Pisang (tahun).

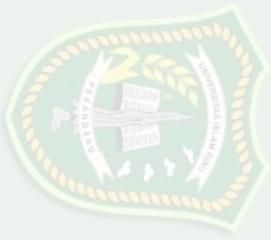


4. Pengalaman usaha adalah lamanya pengusaha dan pekerja Sale Pisang tersebut melakukan pengelolaan usaha pada waktu dan tempat tertentu yang di ukur dalam satuan tahun.
5. Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang masih menjadi tanggungan kepala keluarga dengan menggunakan satuan orang (jiwa).
6. Tenaga kerja adalah jumlah hari kerja dari tenaga kerja dalam keluarga atau luar keluarga yang digunakan dalam proses kegiatan produksi (HOK).
7. Teknologi produksi adalah alat yang digunakan dalam memproduksi olahan buah pisang.
8. Bahan baku adalah buah pisang yang diproses untuk pembuatan sale pisang (Kg/Proses produksi).
9. Bahan penunjang adalah input yang digunakan dalam pengolahan sale pisang selain bahan baku seperti: tepung, gula, garam, minyak goreng dan lainnya (Kg/Proses produksi).
10. Proses produksi ialah urutan-urutan pengolahan pisang menjadi hasil olahan (7 hari/proses produksi).
11. Biaya tetap adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit (Rp/proses produksi).
12. Biaya variabel ialah biaya yang tidak tetap mengikuti ukuran dan output suatu kegiatan, dalam penelitian ini yang termasuk biaya variabel adalah biaya bahan baku, bahan penunjang dan upah tenaga kerja (Rp/proses produksi).



13. Harga jual adalah harga yang ditetapkan dalam penjualan sale pisang (Rp/Kg).
14. Pendapatan kotor adalah jumlah produksi dari hasil pengolahan sale pisang di kalikan dengan harga jual pada saat penelitian (Rp/Proses Produksi).
15. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya mengusahakan sale pisang (Rp/Proses Produksi).
16. Efisiensi usaha agroindustri sale pisang adalah perbandingan antara penerimaan dan pengeluaran dalam proses produksi.
17. Nilai Tambah adalah suatu komoditas yang bertambah nilainya karena melalui proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan.
18. Kekuatan merupakan faktor internal yang dimiliki oleh pengusaha Sale Pisang.
19. Kelemahan adalah faktor internal yang dimiliki oleh usaha Sale Pisang dan merupakan keterbatasan perusahaan dalam pengembangan.
20. Peluang merupakan kesempatan dalam keadaan eksternal yang dapat diterapkan untuk membantu dalam kegiatan pengembangan.
21. Ancaman adalah gangguan dari luar/eksternal yang dapat mengganggu proses pengembangan Sale Pisang.
22. Matriks QSPM adalah alat yang digunakan untuk penyusunan strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



3.5. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan di lapangan akan di analisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, yaitu dengan cara mentabulasi data kemudian dibahas dan dibandingkan dengan teori.

3.5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Sale Pisang

Alat analisis yang dapat digunakan dalam penelitian ini yakni analisis deskriptif kualitatif yang berkaitan dengan karakteristik pelaku usaha (umur, tingkat pendidikan, pengalaman bekerja, dan tanggungan keluarga). Sedangkan analisis profil usaha meliputi: sejarah usaha, skala usaha, modal usaha, dan tenaga kerja. Setelah data tersebut dikumpulkan dilakukan pentabulasi yang disajikan dalam bentuk tabel kemudian di jumlahkan, rata-rata dan presentasinya.

3.5.2. Analisis Teknologi Produksi, Faktor Produksi, Proses Produksi, Biaya Produksi, Produksi, Harga, Pendapatan, dan Efisiensi Usaha Agroindustri Sale Pisang

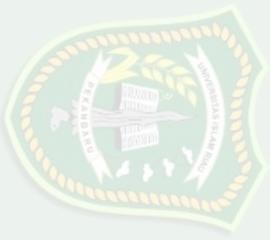
a. Analisis Teknologi Produksi

Analisis teknologi produksi meliputi: alat-alat yang digunakan dalam proses produksi sale pisang mulai dari proses pembersihan sampai proses pengemasan secara deskriptif kualitatif.

b. Analisis Penggunaan Faktor Produksi

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian penggunaan faktor produksi adalah analisis deskriptif, bertujuan untuk memberikan gambaran atau hasil penelitian yang telah dilakukan.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



c. Proses Produksi

Untuk menganalisis proses produksi dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif , yaitu dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan proses produksi.

d. Biaya Produksi

Untuk menganalisis usaha,produksi, biaya, pendapatan, dan efisiensi sale pisang dianalisis melalui deskriptif kuantitatif : Biaya, pendapatan, efisiensi.

Biaya produksi dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Hernanto (1991) sebagai berikut:

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots(1)$$

$$TC = \{(X1 \cdot PX1) + (X2 \cdot PX2) + (X3 \cdot PX3) + D \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

TC = Total Biaya (Rp/proses produksi)

D = Penyusutan

TVC = Total Biaya Variabel (Rp/proses produksi)

X1= Jumlah Tenaga Kerja (HOK/proses produksisale pisang)

X2= Jumlah Bahan Baku (Kg/proses produksisale pisang)

X3= Jumlah Bahan Penunjang (Kg/Proses Produksisale pisang)

PX1= Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)

PX2= Harga Bahan Baku (Rp/Kg)

PX3= Harga Bahan Penunjang (Rp/Kg)

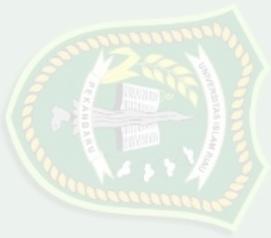
TFC = Total Biaya Tetap (Rp/produksi)

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Peralatan yang digunakan pada agroindustri sale pisang pada umumnya tidak habis sekali pakai produksi atau memiliki umur ekonomis lebih baik dari satu tahun. Oleh karena itu, biaya penyusutan peralatan dihitung berupa nilai penyusutan peralatannya. Untuk menghitung penyusutan alat menggunakan rumus menurut Hernanto (2009), sebagai berikut :

$$D = \frac{NB-NS}{UE} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

D = Biaya penyusutan (Rp/Unit/Proses Produksi)

NB = Nilai beli (Rp/Unit/Tahun)

NS = Nilai sisa 20% (Rp/unit)

UE = Usia ekonomis (Tahun)

e. Produksi

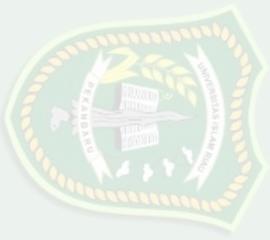
Menganalisis produksi sale pisang didapatkan melalui hasil pengolahan buah pisang menjadi sale pisang pada usaha lizajaya pada saat akhir dari produksi dihari proses produksi berlangsung dengan satuan (Kg/Proses Produksi).

f. Pendapatan

Pendapatan dapat terbagi dua yakni pendapatan kotor dan pendapatan bersih yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor usaha agroindustri sale pisang didapatkan dengan mengalikan antara jumlah produksi dengan harga yang berlaku, dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) sebagai berikut:



$$TR = Y \cdot P_y \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

TR = Total Penerimaan (Rp/proses produksi)

Y = Jumlah Sale Pisang (Kg/proses produksi)

P_y = Harga Sale Pisang (Rp/Kg)

2. Pendapatan Bersih

Untuk menganalisis penerimaan bersih atau pendapatan sale pisang digunakan rumus berikut:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(5)$$

Dimana:

π = Penerimaan bersih agroindustri sale pisang (Rp/proses produksi)

TR = Pendapatan kotor usaha sale pisang (Rp/Proses produksi)

TC = Total biaya usaha sale pisang (Rp/Proses produksi)

g. Efisiensi Usaha

Menurut Soekartawi (1995), perhitungan efisiensi usaha yang sering digunakan adalah *Return Cost Ratio* (R/C Ratio). Untuk menghitung efisiensi usaha maka digunakan rumus *Return Cost Ratio* (R/CRatio) dengan rumus:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

RCR = Efisiensi Agroindustri Sale Pisang

TR = *Total Revenue* (Rp/proses produksi)

TC = *Total Cost* (Rp/proses Produksi)



Dengan kriteria:

$RCR > 1$: Usaha sale pisang efisien dan menguntungkan

$RCR < 1$: Agroindustri sale pisang tidak menguntungkan

$RCR = 1$: Agroindustri sale pisang impas (Tidak untung dan tidak rugi)

3.5.3. Nilai Tambah

Nilai tambah dan keuntungan pada usaha sale pisang dilakukan analisis dengan menggunakan metode Hayami dkk (1993).

Tabel 3. Metode Analisis Nilai Tambah dalam Agroindustri

No	Variabel	Perhitungan
I. Input, Output dan Harga		
1.	Output(kg/proses)	1
2.	Input(kg/proses)	2
3.	TenagaKerja(HOK/proses)	3
4.	FaktorKonversi	1 : 2
5.	KoefisienTenagaKerja	3 : 2
6.	Harga Output(Rp/kg)	6
7.	Upah rata-rata(Rp/kg)	7
II. Nilai Tambah dan Keuntungan		
8.	Harga Input(Rp/kg)	8
9.	Nilai Input Lain(Rp/kg)	9
10.	Nilai Output(Rp/kg)	4 x 6
11.	a. NilaiTambah(Rp/kg)	10 – 8 – 9
	b. RasioNilaiTambah (%)	11a: 10
12.	a. ImbalanTenagaKerja(Rp/kg)	5 x 7
	b. RasioNilaiTambah (%)	12a : 11a
13.	a. Keuntungan(Rp/kg)	11a – 12a
	b. Tingkat Keuntungan (%)	13a : 11a
III. Balas Jasa Faktor Produksi		
14.	Marjin	10 – 8
	a. PendapatanTenagaKerja (%)	12a : 14
	b. Sumbangan Input Lain (%)	9 : 14
	c. KeuntunganPengolah (%)	13a : 14

Sumber : Hayami, 1993

ISLAM RIAU



Dari hasil perhitungan tersebut akan dihasilkan keterangan sebagai berikut:

1. Output adalah sale pisang yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi (Kg).
2. Bahan baku adalah jumlah buah pisang yang digunakan dalam satu kali proses produksi (Kg).
3. Tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi (HOK).
4. Faktor konversi menunjukkan banyaknya output yang dihasilkan dari setiap bahan baku.
5. Koefisien tenaga kerja langsung menunjukkan jumlah tenaga kerja dalam proses pengolahan dari jumlah bahan baku yang digunakan (HOK/Kg).
6. Harga output adalah nilai jual untuk sale pisang (Rp/kg).
7. Upah tenaga kerja langsung adalah biaya untuk tenaga kerja berdasarkan jumlah jam nya (Rp/HOK).
8. Harga bahan baku adalah nilai beli buah pisang (Rp/kg).
9. Harga input lain adalah rata-rata jumlah biaya untuk tepung, minyak, garam, label, plastik dan bahan bakar.
10. Nilai output menunjukkan nilai yang diterima dari konversi output terhadap bahan baku harga output (Rp/kg).
11. Nilai tambah adalah selisih antara nilai output sale pisang dengan harga bahan baku utama buah pisang dan sumbangan input lain (Rp).
12. Rasio nilai tambah menunjukkan nilai tambah dari produk (%).
13. Pendapatan tenaga kerja langsung menunjukkan upah yang diterima tenaga kerja langsung untuk mengolah satu satuan bahan baku (Rp).
14. Tingkat keuntungan tenaga kerja langsung menunjukkan presentase pendapatan tenaga kerja langsung dari nilai tambah yang diperoleh (%).



15. Keuntungan menunjukkan bagian yang diterima perusahaan (Rp).
16. Tingkat keuntungan menunjukkan presentase keuntungan dari nilai produk (%).
17. Marjin menunjukkan besarnya kontribusi pemilik faktor-faktor produksi selain bahan baku yang digunakan dalam proses produksi (Rp).
18. Presentase pendapatan tenaga kerja langsung terhadap marjin (%).
19. Presentase sumbangan input lain terhadap marjin (%).
20. Presentase keuntungan perusahaan terhadap marjin (%).

3.5.4. Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi Usaha Sale Pisang

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan cara mengidentifikasi beberapa faktor yang diduga mempengaruhi keberhasilan organisasi. Dalam analisis ini disajikan deskripsi masing-masing faktor internal maupun eksternal sehingga dapat dengan mudah dipahami bagaimana hubungan faktor dapat mempengaruhi pengembangan usaha sale pisang dan dapat bermanfaat dalam penyusunan strategi. Adapun tahapan untuk menggunakan Matriks IFAS dan Matriks EFAS meliputi:

1) Analisis Lingkungan Strategi Internal

Matriks IFAS merupakan alat formulasi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut. Matriks IFAS dapat dikembangkan dalam lima langkah :

1. Buat daftar faktor internal utama 5-10 faktor internal
2. Berilah pada setiap faktor bobot yang berkisaran 0,0 sampai 1,0

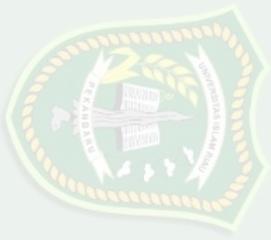


3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengidentifikasi apakah faktor tersebut sangat lemah (1), lemah (2), kuat (3), sangat kuat (4).
4. Kalikan setiap bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Jumlahkan skor bobot masing-masing variabel untuk memperoleh skor bobot total organisasi. Skor bobot total berkisaran antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi. Bentuk penilaian faktor internal pada agroindustri sale pisang dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Internal Factor Analysis summary (IFAS) Usaha Sale Pisang

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
Kekuatan				
1	Bahan baku tersedia			
2	Pengalaman usaha yang sudah lama			
3	Tenaga kerja dari lingkungan sekitar			
4	Usaha agroindustri yang efisien			
5	Lokasi usaha strategis			
Kelemahan				
1	Kemampuan manajemen usaha masih rendah			
2	Kurangnya akses ke sumber permodalan			
3	Kurangnya menerapkan standar kualitas			
4	Teknologi pengolahan masih sederhana			
5	Kemasan produk kurang menarik			
	Total			

Analisis lingkungan internal dilakukan melalui identifikasi faktor internal perusahaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Setelah diidentifikasi, maka dilakukan pembobotan dan pemberian ranting pada masing-



masing variabel sedangkan analisis lingkungan dilakukan dengan identifikasi faktor eksternal perusahaan untuk mengetahui peluang dan ancaman.

2) Analisis Lingkungan Strategi Eksternal

Matriks EFAS berguna untuk merangkum dan mengevaluasi informasi kebijakan pemerintah, serta industri kompetitif (persaingan perusahaan sejenis, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli, ancaman pendatang baru dan substitusi. Matriks EFAS dapat dikembangkan menjadi 5 langkah:

1. Buat daftar faktor eksternal utama 5-10 faktor, termasuk peluang dan ancaman.
2. Berilah pada setiap faktor eksternal tersebut bobot yang berkisaran 0,0 sampai 1,0.
3. Berilah peringkat antara 1 sampai dengan 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4=sangat bagus, 3=diatas rata-rata, 2=respon rata-rata dan 1= dibawah rata-rata.
4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya
5. Jumlahkan skor rata-rata untuk variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi. Nilai tertinggi adalah 4,0 dan nilai terendah adalah 0,1. Total nilai tertimbang rata-rata adalah 2,5. Nilai total tertimbang 4,0 menghasilkan bahwa organisasi merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam iindustri. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada. total nilai i 1,0



mengindikasikan bahwa strategis perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

Tabel 5. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) Usaha Sale Pisang

No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang				
1	Kerja sama dengan berbagai pihak dalam pendistribusian produk			
2	Pesaingnya masih rendah			
3	Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal			
4	Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan UMKM			
5	Produk dapat dijadikan oleh-oleh			
Ancaman				
1	Munculnya pesaing dengan usaha sejenis			
2	Fluktuasi harga bahan baku dan bahan penunjang			
3	Persaingan harga			
4	Perubahan cuaca yang tidak stabil			
5	Permintaan pasar yang berubah-ubah			
	Total			

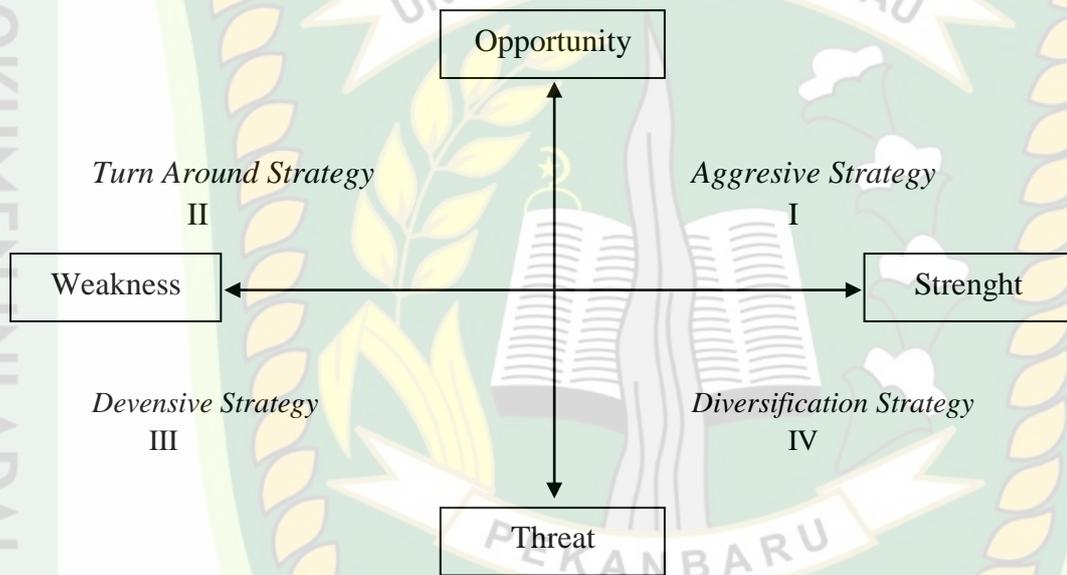
3.5.5. Strategi Pengembangan Usaha Sale Pisang

Setelah mengetahui faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, kemudian merumuskan strategi dengan menggunakan Matriks SWOT pada pengembangan produksi sale pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.



1. Analisis SWOT

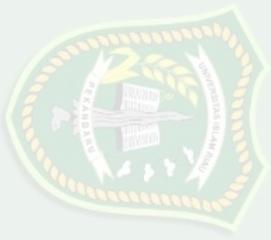
Untuk melihat penerapan strategi harus dilihat strategi tersebut berada pada kuadran, sehingga dapat dilihat strategi yang harus diterapkan pada usaha agroindustri sale pisang. Kuadran tersebut disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT (Rangkuti,2014)

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

Kuadran II: dalam siatuasi ancaman, perusahaan 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 dikuadran ini menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi dipihak lain, perusahaan mengalami beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar lebih banyak.

Kuadran IV: pada situasi ini perusahaan sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. (Rangkuti, 2014).

2) Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi beberapa faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strangts*) dan peluang (*opportunities*) namun, secara berasaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*Threats*). Ke empat alat tersebut cocok untuk mengembangkan tipe strategi SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), WT (kelemahan-ancaman). Strategi SO menggunakan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki atau meminimalisir kelemahan internal yang dimiliki perusahaan. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal.

ISLAM RIAU



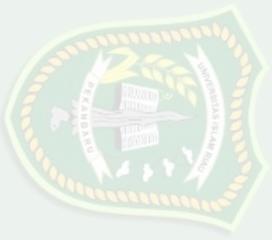
Tabel 6. Matriks SWOT

IFAS \ EFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

3) *Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM)*

Ada beberapa langkah yang diperlukan untuk mengembangkan matriks QSPM. Menurut Husein Umar (1999) untuk membuat QSPM ini setidaknya ada enam tahap yang harus dilakukan, yaitu:

- Membuat daftar kekuatan-kelemahan perusahaan (*internal factor*) dan peluang-ancaman (*eksternal factor*) yang langsung diambil dari matriks IFAS dan EFAS.
- Memberikan nilai ranting (bobot kemenarikan yang diterima) masing-masing factor internal dan eksternal di atas sesuai yang terapat dalam matriks IFAS dan EFAS.



- c. Membuat daftar strategi yang dihasilkan oleh matriks SWOT, kelompokkan strategi tersebut ke dalam kesatuan yang mutually exclusive jika memungkinkan
- d. Tetapkan *Attractiveness Score (AS)*, yaitu sebuah angka yang menunjukkan relative attractiveness untuk masing-masing strategi yang dipilih. *Attractiveness Score (AS)* ditetapkan dengan cara meneliti masing-masing internal dan eksternal. Nilai *Attractiveness Score* harus ada pada masing-masing strategi untuk menunjukkan relative attractiveness dari satu strategi ke strategi lainnya dengan batasan nilai: 1= tidak menarik, 2= agak menarik, 3= secara logis menarik, 4= sangat menarik.
- e. Hitung total attractiveness score (TAS) dengan cara mengalikan nilai ranting dengan attractiveness (AS). Total attractiveness score menunjukkan relative attractiveness dari masing-masing alternatif strateginya. Semakin tinggi skor daya tarik totalnya semakin menarik strategi alternatif.
- f. Jumlahkan semua total attractiveness score (TAS) pada masing-masing kolom QSPM. Nilai QSPM yang paling besar menunjukkan bahwa alternatif itu menjadi pilihan strategi utama dan nilai *Total Attractiveness Score (TAS)* terkecil menunjukkan bahwa alternatif strategi yang menjadi pilihan terakhir.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Tabel 7. Matriks QSPM

Faktor-faktor sukses strategi	Bobot	Strategi Alternatif					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan 1. Bahan baku tersedia 2. Pengalaman usaha yang sudah lama 3. Tenaga kerja dari lingkungan sekitar 4. Usaha agroindustri yang efisien 5. Lokasi usaha strategis							
Kelemahan 1. Kemampuan manajemen usaha masih rendah 2. Kurangnya akses ke sumber permodalan 3. Kurangnya menerapkan standar kualitas 4. Teknologi masih sederhana 5. Kemasan produk kurang menarik							
Peluang 1. Kerja sama dengan berbagai pihak pendistribusian produk 2. Pesaingnya masih rendah 3. Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal 4. Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan UMKM 5. Produk dapat dijadikan oleh-oleh							
Ancaman 1. Munculnya pesaing dengan usaha sejenis 2. Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang 3. Persaingan harga 4. Perubahan cuaca yang tidak stabil 5. Permintaan pasar yang berubah-ubah							
Jumlah Total Nilai Daya Tarik							

ISLAM RIAU



IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Keadaan Geografi dan Topografi Rengat Barat

Secara umum keadaan topografi Kecamatan Rengat Barat adalah Daerah Aliran Sungai atau DAS dan dataran dengan ketinggian rata-rata dari permukaan laut sekitar 27 meter. Desa Tanah Datar merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Luas wilayah Desa Tanah Datar adalah 1.050 Hektar, dengan ketinggian 75 meter di atas permukaan laut (DPL), desa ini merupakan wilayah tertinggi dari permukaan laut .

Secara astronomi, Desa Tanah Datar terletak dibujur 102.37 dan lintang-0.53.

Batas-batas wilayah Desa Tanah Datar Sebagai berikut

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Titian Tinggi
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Danau Tiga
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Talang Jerinjing
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Tani Makmur

Kecamatan Rengat Barat Terdiri dari 1 kelurahan dan 17 desa dengan status hukum desa dan kelurahan definitif. Kecamatan Rengat Barat memiliki 61 dusun/lingkungan, 107 RW, dan 273 RT. Kelurahan pematang rebah sebagai Ibu Kota Kecamatan yang memiliki RT terbanyak yakni 45 RT. Hal ini tidaklah mengherankan mengingat jumlah penduduk dikelurahan ini semakin meningkat setiap tahunnya.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



4.2. Keadaan Umum Penduduk

Penduduk merupakan salah satu aset yang sangat berharga bagi suatu daerah, terutama bagi daerah yang sedang berkembang dalam proses pembangunannya. Keadaan umum penduduk di tempat penelitian di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat meliputi jumlah penduduk, jumlah penduduk berdasarkan tingkatan umur, tingkat pendidikan penduduk serta mata pencarian penduduk. Mayoritas mata pencarian penduduk desa yakni sebagai petani.

4.2.1. Jumlah Penduduk

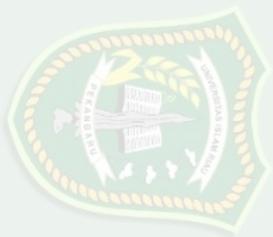
Keadaan penduduk Desa Tanah Datar dengan potensi yang dimiliki merupakan aset tenaga kerja potensial yang berperan penting dalam menunjang dan menggerakkan suatu wilayah. Pada tahun 2021 Desa Tanah Datar memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.827 jiwa. Jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan. Rincian jumlah penduduk Desa Tanah Datar disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Jumlah Penduduk di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu 2021

No	Keterangan	Jumlah Penduduk	Persentase (%)
1	Laki-laki	1.496	52,92
2	Perempuan	1.331	47,08
	Total	2.827	100

Sumber: Kantor Desa Tanah Datar, 2022

Berdasarkan Tabel 7 terlihat bahwa jumlah penduduk di Desa Tanah Datar sebesar 2.827 jiwa dengan jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki lebih banyak yakni 1.496 jiwa dengan presentase penduduk 52,92% dan



perempuan sebanyak 1.331 jiwa dengan presentase penduduk 47,08%. Penduduk laki-laki di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat lebih besar dibandingkan penduduk perempuan. Nilai Sex Ratio dari jumlah penduduk yakni 112 jiwa yang artinya, setiap 100 jiwa penduduk perempuan maka terdapat penduduk laki-laki sebanyak sebanyak 112 jiwa.

4.2.2. Umur Penduduk

Penduduk di Desa Tanah Datar pada Tahun 2021 berjumlah 2.827 jiwa yang terdiri dari usia produktif dan non produktif, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Jumlah Penduduk di Desa Tanah Datar Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2021

No	Umur	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1-10	210	7,4
2	11-20	608	21,5
3	21-30	569	20,1
4	31-40	332	11,7
5	41-50	692	24,5
6	51-60	230	8,1
7	61-70	120	4,2
8	71-80	66	2,3
	Total	2.827	100

Sumber: Kantor Desa Tanah Datar 2022

Pada Tabel 9 dapat kita ketahui bahwa umur penduduk terbanyak berada pada kelompok umur produktif yakni umur 41-50 tahun dengan jumlah 692 jiwa dengan persentase 24,5%. Sedangkan kelompok umur terendah berada pada kelompok umur 71-80 tahun dengan jumlah 66 jiwa dengan persentase 2,3%,



artinya penduduk Desa Tanah Datar memiliki kelompok umur produktif yang paling dominan.

4.2.3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu indikator kemajuan suatu daerah.

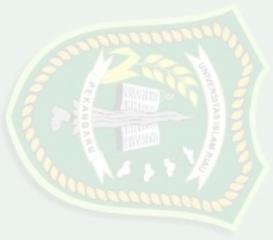
Tingkat pendidikan dipengaruhi oleh kesadaran akan pentingnya pendidikan dan ketersediaan sarana pendidikan yang ada. Dalam publikasi ini yang dapat disediakan hanya sebatas jumlah murid, sehingga analisa yang diperoleh belum dapat terinci. Untuk lebih jelas dapat dilihat Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Tahun 2021.

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase(%)
1	Taman Kanak-kanak	227	8,03
2	SD	900	31,84
3	SMP/SLTP	579	20,48
4	SMA/SLTA	543	19,21
5	Akademi(D1-D3)	26	0,92
6	Sarjanah(S1,S2,S3)	30	1,06
7	Tidak Bersekolah	522	18,46
Jumlah		2827	100,00

Sumber: Kantor Desa Tanah Datar 2022

Pada Tabel 10 dapat dilihat bahwa penduduk dengan pendidikan Sekolah Dasar (SD) atau sederajat adalah 900 jiwa dengan presentasi (31,84%) merupakan golongan yang memiliki nilai tertinggi. Kemudian diikuti dengan SMP/SLTP dengan jumlah 579 jiwa dan SMA/SLTA sebanyak 543 jiwa. Secara formal dapat dikatakan tingkat pendidikan penduduk Desa Tanah Datar masih rendah. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pembangunan terutama sektor



pertanian, karena tidak mudahnya menerima suatu informasi dengan perkembangan teknologi.

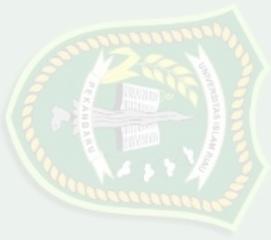
4.2.4. Mata Pencarian

Salah satu faktor yang menentukan pendapatan penduduk adalah mata pencarian, dimana mata pencarian dirinci menurut profesi yang dijalankan. Mata pencarian penduduk di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu sangat bervariasi mulai dari pegawai negeri sipil, Buruh Tani, karyawan swasta dan pedagang. Sebagian besar penduduk di Desa Tanah Datar bermata pencarian petani. Untuk melihat lebih rinci mata pencarian penduduk Desa Tanah Datar dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Data Jenis Mata Pencarian Penduduk Desa Tanah Datar Tahun 2021.

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah Pekerja Laki-laki (Jiwa)	Jumlah Pekerja Perempuan (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)
1	Buruh Tani	151	70	221
2	Petani	525	115	640
3	Karyawan Perusahaan Swasta	29	3	32
4	Pegawai Negeri Sipil	11	15	26
5	Wiraswasta	73	89	162
6	Perangkat Desa	6	3	9
7	Bidan Swasta	0	9	9
8	Pedagang Barang Kelontong	73	89	162
9	Perawat swasta	0	2	2
10	Satpam/Security	3	0	3
11	Tukang Cukur	3	0	3
12	Pedagang Keliling	3	0	3
	Total	877	395	1.272

Sumber Data : Kantor Desa Tanah Datar 2022

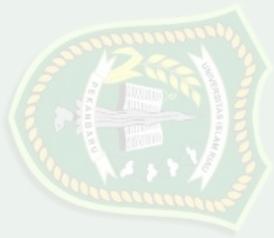


Berdasarkan hasil penelitian pekerjaan penduduk Desa Tanah Datar sebagian besar sebagai petani dengan jumlah 640 jiwa, kemudian diikuti dengan buruh tani dengan jumlah 221 jiwa, selanjutnya wiraswasta dan pedagang barang klontong dengan jumlah yang sama yakni 162 jiwa. Sedangkan penduduk dengan jumlah pekerjaan terendah terdapat pada pekerjaan perawat swasta dengan jumlah 2 jiwa, kemudian satpam, tukang cukur dan pedagang keliling dengan jumlah 3 jiwa.

4.2.5. Potensi Ekonomi

Maju atau tidaknya perekonomian di suatu tempat dapat dilihat dari ramainya pedagang di daerah tersebut. Indikator ramainya aktivitas perdagangan terlihat dari jumlah pasar, pertokoan, dan tempat berkumpulnya remaja. Sarana perdagangan ini merupakan unsur penting untuk menunjang pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Di Kecamatan Rengat Barat terdapat 12 pasar yang di jadikan tempat berniaga. Pasar-pasar tersebut merupakan tempat utama bagi masyarakat untuk mendapatkan beragam kebutuhan pokok.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha

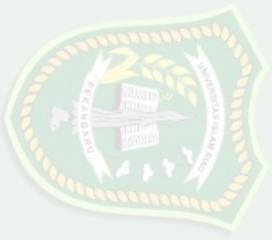
Karakteristik pengusaha merupakan identitas yang diperlukan untuk mendukung keberhasilan suatu usaha. Aspek yang mendukung keberhasilan tersebut antara lain sebagai berikut:

5.1.1. Karakteristik Pengusaha dan Tenaga Kerja

Pada dasarnya manusia memiliki berbagai macam kebutuhan dan keinginan. Tinggi rendahnya pendapatan mempengaruhi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut, yang mana pendapatan ini dapat dijadikan pola ukur tingkat kesejahteraan pengusaha. Pengusaha dan tenaga kerja adalah sumber daya manusia yang merupakan pelaku utama dalam mengelola agroindustri. Keberhasilan pengusaha dan tenaga kerja dalam mengelola agroindustri sale pisang di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Berikut dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Pengusaha dan Tenaga Kerja Pada Agroindustri SalePisang Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat.

No	Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Tanggungan Keluarga (Jiwa)
1	Pengusaha	55	9	3	2
2	TKDK	50	9	4	-
3	TKLK	25	12	3	-
	Total	75	30	10	2
	Rata-rata	35,2	3	3,3	2



1. Umur

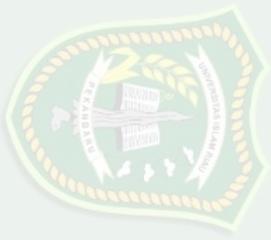
Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pengusaha dalam pengembangan usahanya. Pengusaha dengan usia muda akan lebih cepat menerima informasi tentang agroindustri serta teknologi yang dapat mengembangkan usahanya. Usia produktif merupakan usia penduduk antara 15-64 tahun dan usia non produktif antara 0-14 tahun serta diatas 65 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha berada pada usia produktif bekerja. Begitu juga tenaga kerja yang berada pada kelompok umur yang produktif. Berikut untuk mengetahui distribusi umur pengusaha dan tenaga kerja pada agroindustri sale pisang Lizajaya disajikan dalam Tabel 12.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengusaha dalam menjalankan usahanya adalah faktor umur. Pola pikir dan kemampuannya dalam bekerja akan mempengaruhi berkembang atau tidaknya. Semakin muda usia seseorang bekerja, maka kemampuan fisiknya akan semakin kuat dan bersemangat, jika dibandingkan dengan umur seseorang yang berada di kelompok usia lanjut (Hasyim,2006).

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa umur pengusaha agroindustri sale pisang Lizajaya berada pada golongan usia produktif bekerja yakni 55 tahun.

Usia tersebut akan berdampak pada perkembangan dan keberlanjutan suatu usaha, kondisi tersebut akan memudahkan untuk memberikan pengarahan terhadap tenaga kerja agar lebih baik dalam menerima sebuah inovasi terbaru atau mengikuti perkembangan teknologi dalam agroindustri. Kemudian, diketahui umur tenaga kerja pada agrindustri sale pisang yakni dengan rata-rata 35,2 tahun. Usia tersebut



tergolong produktif dimana kemampuan bekerja masih baik sehingga mampu untuk meningkatkan skala usaha dan produktivitas usaha agroindustri sale pisang.

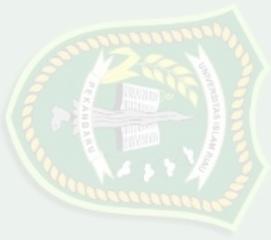
2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat menentukan produktif atau tidaknya seseorang pengusaha dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada umumnya pendidikan merupakan faktor yang menentukan dalam pengelolaan usaha, terutama dalam penerimaan informasi dan teknologi serta inovasi yang relevan dengan kegiatan usahanya. Pendidikan sangat berperan penting dalam sikap dan keputusan yang akan diambil, terutama dalam menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan.

Berdasarkan Tabel 12 tingkat pendidikan pengusaha dan tenaga kerja pada usaha agroindustri sale pisang yakni 9 tahun atau setara dengan SMP, sedangkan tingkat pendidikan tenaga kerja agroindustri sale pisang yakni SMP dan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tenaga kerja agroindustri sale pisang relatif tinggi, hal tersebut akan mempengaruhi pola pikir tenaga kerja dalam menerima informasi serta perubahan-perubahan yang terjadi. Sehingga akan mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan usaha itu sendiri.

3. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam bekerjadalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, sebab semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya.



Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat pada usaha agroindustri Sale Pisang memiliki pengalaman usaha yang masih belum lama, yakni selama 3 tahun. Selanjutnya pengalaman yang dimiliki tenaga kerja untuk mengelola usaha agroindustri sale pisang yakni 4 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja memiliki pengalaman yang belum lama dalam berusaha, hal ini berkaitan dengan ketrampilan yang mereka miliki, semakin lama mereka berusaha maka semakin tinggi pula ketrampilan yang dimiliki, secara langsung pengalaman berusaha akan mempengaruhi produksi dan pendapatan pengusaha.

4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga yang terdiri dari suami sebagai kepala keluarga, istri, anak-anak, sanak saudara serta orang tua yang tidak mampu untuk bekerja lagi. Jumlah anggota keluarga yang besar tidak selamanya merupakan modal bagi keluarga merupakan tenaga yang produktif.

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan keluarga pengusaha agroindustri sale pisang adalah 2 jiwa, sedangkan tenaga kerja dari agroindustri tersebut tidak memiliki tanggungan keluarga. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja harus meningkatkan berusaha bekerja agar dapat meningkatkan pendapatan dari hasil kerja kerasnya, sehingga kebutuhan dari masing-masing tenaga kerja serta pengusaha terpenuhi.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Sale Pisang

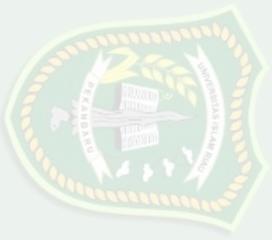
1. Sejarah Usaha

Usaha agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat berdiri pada tahun 2018 hingga saat ini. Usaha tersebut berbentuk dalam skala usaha rumah tangga yang bermula dari banyaknya buah pisang disekitar rumah serta kurang nikmat buah pisang jenis tersebut untuk dikonsumsi langsung. Sehingga membuat pengusaha memiliki ide untuk mengolah buah pisang dan membuat buah tersebut lebih tahan lama. Kemudian, dengan seringnya membuat sale pisang tersebut, pengusaha memberanikan diri untuk menitipkan olahannya tersebut ke warung terdekat.

Seiring meningkatnya permintaan sale pisang, pengusaha meningkatkan produksinya serta menitipkannya ke gerai oleh-oleh dantempat nongkrong. Usaha agroindustri sale pisang lizajaya merupakan usaha milik sendiri. Agroindustri ini sepenuhnya dikelola dan permodalannya dari pihak pengusaha dan satu orang tenaga kerja dari luar keluarga.

2. Skala Usaha

Agroindustri Sale Pisang Lizajaya merupakan industri rumahan karena menggunakan modal sendiri untuk mengembangkan usahanya. Berdasarkan BPS (2012), perusahaan industri pengolahan terbagi menjadi 4 golongan yakni: (1) industri besar memiliki tenaga kerja 100 atau lebih (2) industri sedang memiliki tenaga kerja sebanyak 20-99 orang (3) industri kecil memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang dan (4) industri rumah tangga memiliki tenaga kerja 1-4



orang. Dalam penelitian ini usaha agroindustri sale pisang lizajaya tergolong dalam industri rumah tangga yang hanya memiliki 2 orang tenaga kerja.

3. Modal Usaha

Modal usaha merupakan uang yang dipakai sebagai awal untuk memulai usaha yang dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

Modal biasanya menunjukkan kekayaan finansial suatu pengusaha, setiap pengusaha akan berkaitan dengan keuangan. Usaha agroindustri sale pisang menggunakan modal sendiri. Modal awal usaha ini yang digunakan pada tahun 2018 yaitu sebesar 1.300.000. Modal tersebut digunakan untuk membeli peralatan untuk proses produksi serta bahan baku dan bahan penunjang.

4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang akan menentukan proses produksi dan peningkatan pendapatan suatu usaha. Tenaga kerja dalam usaha agroindustri sale pisang lizajaya pada penelitian ini merupakan faktor penggerak dalam berbagai kegiatan. Agroindustri sale pisang lizajaya memiliki 2 orang tenaga kerja, tenaga kerja tersebut berasal dari keluarga dan luar keluarga.

Hasil penelitian pada usaha agroindustri sale pisang menunjukkan bahwa tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi memiliki tanggung jawab masing-masing. Setiap tenaga kerja akan diberikan upah perproduksinya, yang mana penelitian ini akan dihitung perproses produksi.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



5.2. Penggunaan Teknologi Produksi, Faktor Produksi, dan Proses Produksi, Biaya Produksi, Produksi, Harga, Pendapatan dan Efisiensi Usaha

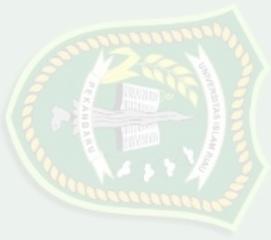
5.2.1. Penggunaan Teknologi Produksi

Kegiatan agroindustri diperlukan teknologi berupa alat dan mesin untuk mengolah bahan baku, baik skala kecil maupun skala besar. Setiap pengusaha membutuhkan teknologi untuk membantu proses produksi, baik sederhana maupun yang modern. Salah satu indikator perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari kecanggihannya teknologinya, untuk lebih jelasnya mengenai dari penggunaan alat dan mesin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 13. Penggunaan Alat Dan Mesin Pada Usaha Sale Pisang Di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Jumlah (Unit)
1	Pisau	1
2	Kuali	2
3	Tampah	10
4	Toples Besar	1
5	Saringan Minyak	1
6	Sendok Penggoreng	1
7	Nampan	4
8	Timbangan	1
9	Kompor Gas	1
10	Tabung Gas Elpiji	1
	Jumlah	23

Pada Tabel 13 dapat dilihat bahwa peralatan yang digunakan pada usaha sale pisang yaitu menggunakan teknologi yang masih sederhana. Pengusaha sale pisang tidak menggunakan alat modern dalam produksinya. Hal ini tentunya



kurang efektif dalam proses produksi pisang sale. Jenis peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pisau digunakan untuk mengiris pisang menjadi beberapabagian.
2. Kualii digunakan untuk tempat menggoreng sale pisang.
3. Tampah digunakan untuk tempat sale pisang dijemur.
4. Toples Besar digunakan untuk tempat sale pisang yang telah di goreng.
5. Saringan Minyak digunakan untuk mengangkat sale pisang dari kualii.
6. Sendok Penggoreng yaitu sendok yang digunakan untuk menggoreng atau mengaduk sale pisang yang ada dalam kualii.
7. Nampan sebagai wadah untuk pisang yang telah di angkat dari tampah.
8. Timbangan untuk mengukur berat sale pisang untuk dijual.

5.2.2. Penggunaan Faktor Produksi

Faktor produksi merupakan sarana atau unsur yang mempengaruhi produksi dalam setiap agroindustri. Pada agroindustri sale pisang lizajaya setiap komponen faktor produksi memiliki fungsi yang berbeda dan saling terkait satu sama lainnya. Jika salah satu dari faktor tidak tersedia, maka proses produksi tidak dapat dilakukan. Faktor produksi sale pisang meliputi tempat usaha, tenaga kerja, modal, manajemen dan akan diuraikan sebagai berikut:

a. Tempat Usaha

Tempat usaha merupakan tempat pegusaha melakukan semua kegiatan agroindustri sale pisang untuk menghasilkan suatu produk. Tempat usaha digunakan untuk mempersiapkan segala aktivitas mulai dari persiapan bahan baku, bahan penunjang dan pengolahan sampai dengan memasarkan produk ke



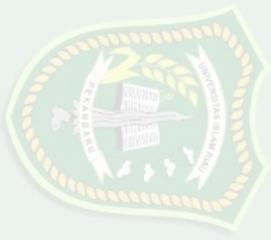
beberapa gerai. Adapun tempat usaha agroindustri Sale Pisang Lizajaya terletak di Desa Tanah Datar, Kecamatan Rengat Barat, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau. Tempat usaha tersebut memiliki luas yaitu 4×4 meter. Lokasi usaha sale pisang cukup strategis, mengingat tempat tersebut tidak jauh dari lokasi gerai ataupun tempat berkumpulnya para remaja.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dalam proses produksi sangat menentukan hasil dari produk agroindustri tersebut, hal ini dikarenakan tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang mengelolah input menjadi output. Sebagai pelaku utama, tenaga kerja memiliki kontribusi terhadap peningkatan pendapatan usaha agroindustri sale pisang. Penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi pada usaha agroindustri Sale Pisang dilakukan mulai dari persiapan bahan baku sampai dengan produk siap dipasarkan. Satuan hari kerja yang digunakan adalah hari orang kerja (HOK), yang mana 1 HOK berlaku selama 8 jam/produksi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 14 berikut:

Tabel 14. Jumlah Tenaga Kerja Per Proses Produksi Berdasarkan Tahapan Kerja Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Tahapan Kerja	TKDK			TKLK			Jlh HOK
		Jlh Orang	Jam Kerja	HOK	Jlh Orang	Jam Kerja	HOK	
1	Pengupasan	1	0,50	0,06	-	-	-	0,06
2	Pengirisan	1	1	0,13	-	-	-	0,13
3	Penjemuran	1	2	0,25	-	-	-	0,25
4	Penggorengan	-	-	-	1	5	0,63	0,63
5	Pengemasan	-	-	-	1	0,75	0,09	0,09
	Jumlah	-	3,50	0,44	-	5,75	0,72	1,16



Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa dalam pengelolaan sale pisang usaha agroindustri lizajaya menggunakan tenaga kerja luar keluarga dan juga dalam keluarga. Rata-rata penggunaan tenaga kerja dalam keluarga yakni 0,44 HOK dan penggunaan tenaga kerja luar keluarga 0,74 HOK. Perhitungan ini didasarkan pada satu kali proses produksi. Pada saat penelitian dilakukan rata-rata pengusaha sale pisang memproduksi produk dalam jumlah yang tidak banyak, hal ini dikarenakan tidak banyaknya modal yang dimiliki pengusaha untuk membeli bahan baku serta fluktuasi bahan baku dan penunjang.

c. Modal

Modal terbagi menjadi dua yakni modal tetap dan modal bergerak, dimana modal tetap merupakan modal yang dapat digunakan berkali-kali seperti mesin, peralatan tempat usaha dan lainnya. Sedangkan modal bergerak merupakan modal yang habis pakai dalam satu kali proses produksi. Berikut yang termasuk kedalam modal bergerak:

1. Penggunaan Bahan Baku

Faktor utama dalam proses produksi adalah bahan baku, ketersediaan bahan baku yang baik dari sisi kuantitas dan juga kualitas akan mempengaruhi kegiatan agroindustri tersebut. Untuk mendapatkan buah pisang yang baik maka pengusaha perlu melakukan kerja sama dengan petani buah pisang di sekitar daerah. Sehingga sale pisang yang akan dihasilkan nantinya memiliki kualitas yang baik. Menurut pengusaha, memperoleh bahan baku tidak mengalami kesulitan, sebab di daerah tempat pengusaha memproduksi banyak tanaman buah



pisang yang sesuai dengan bahan baku utama. Pengusaha memperoleh harga buah Rp.70.000 dengan rata-rata berat pertandan 15 kg.

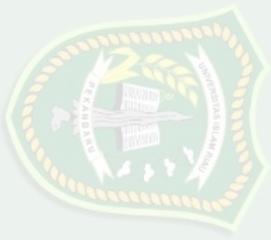
2. Penggunaan Bahan Penunjang

Selain bahan baku, proses produksi sale pisang membutuhkan bahan penunjang untuk memperlancar proses produksi, bahan penunjang tersebut seperti: tepung terigu, minyak goreng dan garam. Bahan tersebut di dapatkan dari pasar dan toko di sekitar tempat usaha. Untuk lebih jelasnya bahan penunjang dijelaskan pada Tabel 15 berikut:

Tabel 15. Distribusi Jumlah Penggunaan Bahan Penunjang Per Proses Produksi Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya, Tahun 2022.

No	Uraian	Jumlah	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1	Tepung Terigu (Kg)	2	10.000	20.000	11,04
2	Minyak Goreng (Liter)	8	20.000	160.000	88,30
3	Garam (Kg)	0,1	12.000	1.200	0,66
Jumlah			42.000	181.200	100,00

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa bahan penunjang dalam proses produksi yakni tepung terigu, digunakan sebagai adonan untuk melumuri sale pisang agar membuat pisang lebih enak. Penggunaan garam sebagai penyedap rasa pada sale pisang dan membuat sale lebih renyah. Penggunaan minyak goreng harus menggunakan minyak yang banyak supaya sale pisang matang dengan merata dan berwarna coklat. Total penggunaan bahan penunjang per proses produksi pada usaha agroindustri sale pisang lizajaya yaitu sebesar Rp.181.200. Yang mana biaya tersebut meliputi biaya tepung terigu sebanyak Rp.20.000, minyak goreng dengan harga Rp.160.000 dan garam sebanyak Rp.1.200.



3. Bahan Lainnya.

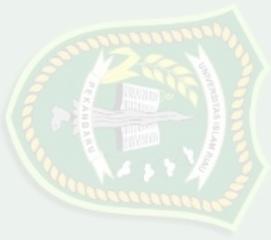
Bahan lainnya merupakan bahan yang digunakan untuk proses produksi sale pisang yakni Gas LPG (3Kg) dan plastik kemasan sale pisang. Penggunaan Gas LPG dilakukan hanya untuk penggorengan 4 kali proses produksi. Proses penggorengan menggunakan api yang stabil untuk hasil yang baik dan maksimal. Plastik kemasan digunakan untuk mengemas sale pisang dengan ukuran 150 gram yang akan dijual ke daerah sekitar.

d. Manajemen

Proses menjalankan usaha, seorang pengusaha harus memiliki manajemen yang baik untuk berjalannya usaha dengan baik dan terarah. Manajemen diperlukan dalam upaya mengatur proses input hingga output serta perlunya mengorganisir, mengontrol, merencanakan dan mengendalikan target-target yang akan dicapai. Beberapa fungsi manajemen sudah diterapkan dalam agroindustri sale pisang yakni perencanaan yang menjaga ketersediaan bahan baku dan bahan penunjang untuk proses produksi. Kemudian pengorganisasian pada usaha agroindustri seperti, membagi setiap tahapan pekerjaan pada tenaga kerja dalam proses produksi.

5.2.3. Proses Produksi

Proses Produksi merupakan sebuah kegiatan atau mentrasformasi masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi.



Berdasarkan hasil penelitian tahapan bagaimana cara mengelola buah pisang menjadi sale pisang lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. Proses Pembuatan Sale Pisang

Sale pisang merupakan produk pisang yang dibuat dengan proses penjemuran/pengasapan. Sale pisang dikenal mempunyai rasa dan aroma yang khas. Sifat-sifat penting yang sangat menentukan mutu sale pisang adalah warna, aroma, kekenyalan dan ketahan dalam penyimpanan. Berikut tahapan pengelolaan sale pisang dijelaskan secara rinci:

1. Pemilihan Buah Pisang kepok

Pemilihan buah pisang yang baik akan menghasilkan rasa dan kualitas yang terbaik pula. Jenis buah pisang yang digunakan oleh agroindustri lizajaya yakni pisang kepok. Buah pisang kepok ini memiliki rasa yang manis dan jenis ini



banyak ditemukan dilingkungan sekitar agroindustri beroperasi. Buah pisang yang digunakan memiliki berat rata-rata 15 kg dengan tingkat kematangan yang sempurna untuk menghasilkan sale pisang yang manis. Pengusaha menggunakan bahan baku sekitar 6-7 tandan per/proses produksinya.

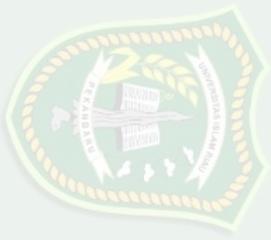


Gambar 5. Bahan Baku Buah Pisang

2. Pengupasan Kulit Buah

Tahapan awal dalam mengolah pisang adalah mengupas kulit buah pisang yang telah disediakan, sebelum dilakukan pengupasan terlebih dahulu dipisahkan dari tangkai besar yang ada di tengah buah agar lebih memudahkan proses pengupasan. Pengupasan pisang dilakukan dengan menyayat kulit buah dengan pisau. Dalam proses pengupasan buah dibutuhkan 1 orang pekerja dengan waktu 0,50 jam.

3. Pengirisan Buah Pisang Menjadi 5 Bagian



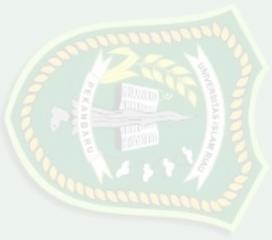
Buah pisang di iris menjadi beberapa bagian setelah dilakukannya pengupasan buah. Pengirisan buah tidak boleh terlalu tipis dan tidak tebal untuk mendapatkan bentuk yang baik. Pengirisan dilakukan dengan cara manual yakni menggunakan pisau dan tidak menggunakan talenan sebagai alas.



Gambar 6. Pengirisan Buah Pisang

4. Penjemuran Buah Pisang

Penjemuran buah dilakukan dengan tujuan mengurangi kadar air dalam buah pisang. Proses penjemuran merupakan cara mengawetkan buah pisang secara tradisional, sebab proses penjemuran merupakan cara untuk membuat bahan lebih tahan lama, dengan menggunakan sinar matahari dan dapat menghambat proses pembusukan pada buah. Selain itu, berkurangnya kadar air dalam buah akan menciptakan rasa yang lebih manis dari buah tersebut. Lama tidaknya proses penjemuran tergantung pada cuaca di daerah tersebut.



Gambar 7. Penjemuran Buah Pisang

5. Proses penggorengan sale pisang dengan adonan tepung dan garam.

Penggorengan harus menggunakan minyak dengan kualitas baik dan digoreng dengan minyak yang panas. Selain itu, penambahan bahan baku penunjang pada buah pisang akan lebih menambah rasa serta perpaduan antara manis legit dari buah dengan rasa asin dari garam. Penambahan garam dalam adonan akan memberikan rasa asin yang akan menyeimbang dengan rasa manisnya buah. Selain menambah rasa, penambahan adonan tepung terigu akan menarik konsumen untuk membelinya.

6. Pengemasan

Tahapan akhir dari proses produksi yakni pengemasan, sale pisang yang sudah digoreng kemudian didinginkan dan akan ditimbang sesuai dengan kemasan perpack nya, selanjutnya dikemas ke dalam plastik dan ditimbang dengan masing-masing berat 150 gram/ pack dengan waktu yang diperlukan untuk mengemas produk yakni 0,75 jam/ proses produksi. Proses pengemasan akan menentukan ketahanan dari produk tersebut, bila produk dikemas dalam keadaan



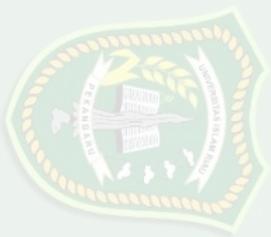
suhu yang hangat akan mengakibatkan produk tidak renyah dan akan menimbulkan aroma tidak baik pada produk.



Gambar 8. Proses Pengemasan Produk

5.2.4. Biaya Produksi

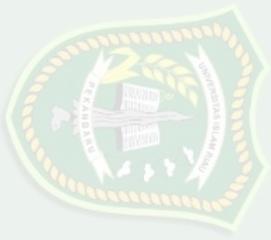
Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses agroindustri akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan serta pendapatan yang akan diperoleh pengusaha. Dalam proses produksi sale pisang terdapat beberapa komponen yang tidak dapat dipisahkan dengan usaha agroindustri yakni komponen biaya. Biaya produksi dalam agroindustri sale pisang lizajaya terdiri biaya tetap meliputi biaya variabel yang terdiri dari biaya bahan baku, bahan penunjang, bahan lainnya dan tenaga kerja. Selanjutnya biaya tetap yang terdiri dari biaya penyusutan alat yang digunakan dalam proses produksi. Adapun biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sale pisang, biaya produksi untuk bahan baku sale pisang yakni sebagai berikut:



Tabel 16. Total Biaya Produksi Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Riau.

No	Uraian	Jumlah (Unit/PP)	Harga (Rp)	Nilai (Rp/PP)	Presentase (%)
A	Biaya Tetap				
	Penyusutan Alat			10.077	1,2
B	Biaya Variabel				
1	Bahan Baku				
	Pisang (Kg)	105	5.000	525.000	66,1
2	Bahan Penunjang				
	Tepung Terigu (Kg)	2	10.000	20.000	2,5
	Minyak Goreng (Liter)	8	20.000	160.000	20,1
	Garam (Kg)	0,1	12.000	1.200	0,15
3	Bahan Lainnya				
	Lebel (Lembar)	10	500	5.000	0,6
	Plastik Kemasan (Pack)	86	380	32.680	4,1
	Tabung Gas LPG (3Kg)	1	18.000	4.500	0,6
4	Tenaga Kerja				
	TKDK	0,44	40.000	17.600	2,2
	TKLK	0,72	40.000	28.800	3,6
	Total Biaya Produksi			794.700	100
C	Produksi (Kg)	13			
D	Harga 150 gram (Pack)	86	15.000		
E	Pendapatan (Rp)				
	a. Pendapatan Kotor (Rp)			1.290.000	
	b. Pendapatan bersih (Rp)			495.300	
F	Efisiensi Usaha			1,62	

Berdasarkan Tabel 16 menunjukkan bahwa biaya variabel merupakan biaya yang paling besar dikeluarkan oleh pengusaha sale pisang dengan nilai rata-rata yaitu sebesar Rp. 794.700 dari total biaya per produksi. Sedangkan biaya tetap yang terdiri dari penyusutan alat dikeluarkan pengusaha sebesar Rp. 10.077 dari total biaya per proses produksi.



5.2.5. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir dalam setiap proses yang dilaksanakan. Pengusaha akan mengalokasikan faktor produksi seefisien mungkin untuk memperoleh produksi yang optimum yang akan berdampak pada peningkatan keuntungan pengusaha sale pisang. Produksi yang dihasilkan akan menentukan jumlah dan harga jual yang berhubungan dengan pendapatan yang akan diterima.

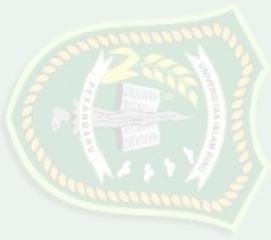
Berdasarkan dari hasil penelitian pada Tabel 16 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah produksi sale pisang yang dihasilkan oleh agroindustri sale pisang lizajaya yaitu sebesar 13 Kg/proses produksi, dengan harga 150/gram Rp. 15.000 maka pendapatan yang diperoleh adalah Rp. 1.290.000/proses produksi.

5.2.6. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan atas produk kepada konsumen. Dalam hal ini harga yang dimaksud adalah harga jual produk sale pisang yang telah di tentukan pengusaha agroindustri sale pisang berdasarkan dengan biaya pengeluaran dan keuntungan yang diinginkan. Harga yang dipakai dalam penelitian ini adalah harga untuk kemasan 150 gram.

Berdasarkan dari hasil penelitian pada Tabel 16 menunjukkan bahwa pengusaha menjual sale pisang dalam kemasan 150 gram dengan hargaRp.15.000 perkemasan. Kemasan yang digunakan adalah kemasan plastik dan terdapat kertas lebel produk. Pengusaha membeli kemasan di toko-toko terdekat dengan rata-rata harga satu kemasan yaitu Rp. 380.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



5.2.7. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh pengusaha yang dihitung per proses produksi. Pendapatan pada usaha agroindustri sale pisang dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan kotor didapatkan dari jumlah produksi dikali dengan harga jual. Sedangkan pendapatan bersih didapatkan dari pendapatan kotor dikurangi dengan total biaya produksi.

Pendapatan kotor yang diterima pengusaha dari hasil pengolahan buah pisang sebanyak 105 Kg kemudian dioalah menjadi sale pisang menghasilkan 13 Kg, maka pendapatan kotor yang diterima oleh pengusaha untuk agroindustri sale pisang adalah sebesar Rp. 1.290.000/proses produksi. Sedangkan untuk pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha yaitu sebesar Rp. 495.300/proses produksi.

5.2.8. Efisiensi

Efisiensi usaha agroindustri sale pisang diketahui dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya produksi yang dikeluarkan pada proses produksi agroindustri sale pisang. Dengan kata lain, melihat rasio penerimaan atas biaya produksi yang dikeluarkan. Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui efisiensi usaha agroindustri sale pisang di daerah penelitian diperoleh nilai RCR sebesar 1,62 yang bermakna bahwa setiap Rp.1 biaya yang dikeluarkan akan memperoleh pendapatan kotor sebesar 1,62 dengan pendapatan bersih yang akan diperoleh sebesar Rp.0,62 yang artinya usaha agroindustri sale pisang ini menguntungkan dan layak diusahakan karena mempunyai nilai efisiensi



lebih besar dari 1. Dengan demikian usaha yang dijalankan akan semakin menguntungkan apabila semakin besar pendapatan dan semakin kecil biaya produksi.

5.2.9. Nilai Tambah

Salah satu tujuan dari pengolahan hasil produk pertanian adalah menghasilkan nilai tambah. Nilai tambah yang diterima tersebut merupakan imbalan jasa dan alokasi tenaga kerja serta keuntungan pengusaha, untuk lebih jelasnya mengenai nilai tambah pada usaha agroindustri sale pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau dapat dilihat pada Tabel 17.

Berdasarkan Tabel 17 rata-rata jumlah output yang dihasilkan sebesar 13 Kg, dengan mengolah pisang sebanyak 105 kg/proses produksi. Sehingga faktor konveksi yang didapat adalah 0,12. Nilai konveksi ini menunjukkan bahwa setiap pengolahan buah pisang kepok akan menghasilkan 2 HOK dan harga output sebesar Rp. 100.000/kg.

Dengan adanya usaha agroindustri ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan, hal ini dapat dilihat dari nilai tambah yang diperoleh dalam usaha agroindustri sale pisang di Desa Tanah Datar sebesar Rp. 6.001,15/kg dengan pendapatan tenaga kerja sebesar Rp. 800,00 dan rasio nilai tambah sebesar 54,93%, dan untuk faktor produksi yaitu pendapatan tenaga kerja sebesar 10,84% dan sumbangan input lainnya 7,86% kemudian dengan keuntungan pengusaha sebesar 81,31%.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Tabel 17. Analisis Nilai Tambah Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu.

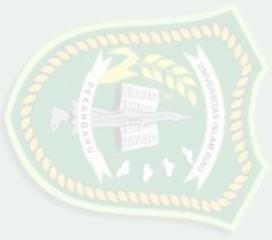
No	Variabel	Nilai
I.	Input, Output, dan Harga	
1	Output (Kg/proses produksi)	13
2	Input (Kg/proses produksi)	105
3	Tenaga Kerja (HOK/proses produksi)	2
4	Faktor Konversi	0,12
5	Koefisien Tenaga Kerja	0,02
6	Harga Output (Rp/Kg)	100.000,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	40.000,00
II.	Nilai Tambah dan Keuntungan	
8	Harga input (Rp/Kg)	5.000,00
9	Nilai Input Lain (Rp/Kg)	579,80
10	Nilai Output (Rp/Kg)	12.380,95
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	6.801,15
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	54,93
12	a. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	800,00
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	12,00
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	6.001,15
	b. Tingkat Keuntungan (%)	750,144
III.	Balas Jasa Faktor Produksi	
14	Marjin (Rp/Kg)	7.380,95
	a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	10,84
	b. Sumbangan Input (%)	7,86
	c. Keuntungan Pengusaha(%)	81,31

5.3. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Sale Pisang

Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi agroindustri sale pisang lizajaya. Setelah diperoleh faktor internal dan eksternal maka dipilih beberapa faktor yang menjadi kunci.

5.3.1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri Sale Pisang Lizajaya. Kekuatan dan kelemahan yang dapat berfungsi sebagai masukan dan pertimbangan dalam



penerapan strategi pengembangan yang baik. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan bagi usaha agroindustri Sale Pisang Lizajaya yaitu:

Dalam usaha agroindustri Sale Pisang Lizajaya terdapat analisis lingkungan internal yang didalamnya terdapat kekuatan dalam usahanya yakni:

a. Kekuatan

1. Tersedianya bahan baku

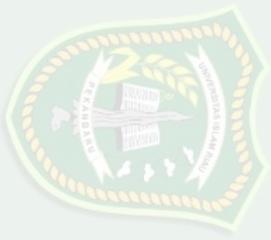
Berdasarkan hasil penelitian pada usaha agroindustri sale pisang lizajaya, bahwa pengusaha tersebut memperoleh bahan baku dari petani di sekitar desa yang dekat dengan tempat usaha. Pengusaha memiliki peluang untuk dapat terus memproduksi sale pisang dengan memanfaatkan potensi yang ada. Selain itu, hal ini juga dapat menjadi keuntungan bagi pengusaha dalam meminimalisir pengeluaran biaya transportasinya.

2. Pengalaman usaha yang sudah lama

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pengalaman usaha sale pisang di Desa Tanah Datar rata-rata memiliki pengalaman usaha yang cukup lama. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan yang dimiliki dalam mengelola buah pisang menjadi sale yang memiliki rasa yang khas, meskipun masih menggunakan teknologi yang masih sederhana serta tradisional.

3. Tenaga kerja dari lingkungan sekitar

Pada usaha agroindustri sale pisang lizadaya memiliki tenaga kerja dari luar keluarga, tenaga kerja dari luar keluarga hanya berjumlah 1 orang. Dengan adanya industri rumah tangga ini, diharapkan akan mengurangi tingkat pengangguran dilingkungan tersebut. Selain itu, penggunaan tenaga kerja dari



lingkungan akan menguntungkan bagi pengusaha karena ketika pekerja sudah saling mengenal akan timbul kepercayaan serta lebih mudah berkomunikasi dalam menjalankan usaha.

4. Usaha agroindustri yang efisien

Dari hasil perhitungan biaya produksi, agroindustri ini memiliki tingkat keuntungan yang baik. Selain itu, perhitungan biaya menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki nilai efisiensi sebesar 1,62, dimana setiap 1 rupiah yang dikeluarkan akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar 1,62. Berdasarkan kriteria efisiensi usaha agroindustri sale pisang Lizadaya layak untuk dijalankan sebab menguntungkan.

5. Lokasi Usaha Strategis

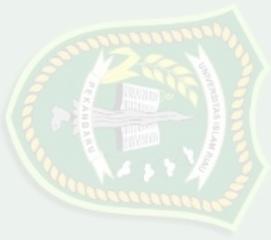
Dari hasil penelitian dilapangan, pengusaha sale pisang Lizadaya memiliki tempat usaha yang strategis yakni berdekatan dengan gerai oleh-oleh dan tempat berkumpulnya anak-anak remaja, sehingga memudahkan proses penjualan. Selain itu, mudahnya di jangkau tempat usaha oleh konsumen yang datang langsung ke tempat produksi sale pisang.

Dalam usaha agroindustri Sale Pisang Lizajaya terdapat analisis lingkungan internal yang didalamnya terdapat kelemahan dalam usahanya yaitu:

b. Kelemahan

1. Kemampuan manajemen usaha masih rendah

Pengelolaan manajemen dalam usaha berfungsi untuk mengatur seluruh kegiatan dalam menjalankan usaha. Agar dapat menghasilkan produk yang sesuai keinginan maka diperlukan pengelolaan terhadap usaha agroindustri sale pisang



lizajaya supaya semua proses produksi berjalan dengan baik dan benar agar tidak ada kesalahan dalam bekerja. Manajemen dalam usaha agroindustri sale pisang mencakup datangnya bahan baku pisang, kemudian pengupasan, pengirisan, penjemuran, penggorengan serta pengemasan produk sale pisang.

2. Kurangnya akses ke sumber permodalan

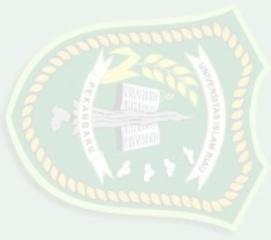
Kondisi masyarakat didesa pada umumnya hidup dengan ekonomi menengah kebawah dikarenakan minimnya hasil pendapatan masyarakatnya. Pada usaha sale pisang, pengusaha kesulitan dalam menambah modal usaha dikarenakan hasil dari usaha hanya untuk perputaran kebutuhan produksinya. Keinginan mengembangkan usaha kerap terbentur oleh akses terhadap sumber modal.

3. Kurangnya menerapkan standar kualitas

Hasil penelitian pada usaha agroindustri lizajaya adalah sale pisang yang diproduksi pengusaha di Desa Tanah Datar menggunakan teknologi dan proses produksi yang masih sederhana. Meskipun melewati proses penjemuran, menurut pengusaha sale pisang yang diproduksi rata-rata hanya mampu bertahan dalam waktu satu bulan saja. Namun, kualitas setiap buah pisang pertandannya berbeda dan belum dapat terjamin baik akibat tidak adanya penerapan standar kualitas yang diterapkan selama proses produksi berlangsung.

4. Teknologi pengolahan masih sederhana

Teknologi yang dimaksud sederhana adalah alat yang digunakan dalam pengolahan sale pisang, pengusaha di tempat penelitian tidak menggunakan alat spinner dalam proses pengolahan dan proses penjemuran hanya bergantung pada



kondisi cuaca saat itu juga. Jika cuaca tidak panas, maka pengusaha tidak dapat melakukan proses penjemuran buah pisang. Hal ini tentunya menjadi penghambat proses produksi pengusaha sale pisang. Selain itu, tidak adanya alat untuk mengurangi minyak pada produk akan berakibat pada ketahanan produk saat dikemas.

5. Kemasan produk kurang menarik

Kemasan yang baik bukan hanya untuk melindungi produk dari pengaruh lingkungan namun kemasan yang baik akan lebih menarik konsumen untuk membelinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang didistribusikan belum menggunakan kemasan yang cukup menarik, pengusaha hanya mencantumkan merek dagang tanpa adanya tanggal kadaluarsa, komposisi sertalebel BPOM dikemas produk. Hal ini dapat mengurangi peminat konsumen baru terhadap produk.

Dari Tabel 18 analisis faktor internal usaha agroindustri sale pisang lizajaya mempunyai jumlah skor pada faktor kekuatan sebesar 2,22 dan faktor kelemahan dengan jumlah 1,32 dengan total nilai skor faktor internal sale pisang sebesar 3,54.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Tabel 18. IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya

Faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan			
Bahan baku tersedia	4,00	0,12	0,48
Pengalaman usaha yang sudah lama	3,67	0,11	0,39
Tenaga kerja dari lingkungan sekitar	4,00	0,12	0,48
Usaha agroindustri yang efisien	3,67	0,11	0,39
Lokasi usaha strategis	4,00	0,12	0,48
Subtotal	19,34	0,58	2,22
Kelemahan			
Kemampuan manajemen usaha masih rendah	2,67	0,08	0,21
Kurangnya akses ke sumber permodalan	3,00	0,09	0,27
Kurangnya menerapkan standar kualitas	2,67	0,08	0,21
Teknologi pengolahan masih sederhana	3,33	0,10	0,33
Kemasan produk kurang menarik	3,33	0,10	0,33
Subtotal	13,00	0,41	1,35
Total	34,33	1,00	3,29

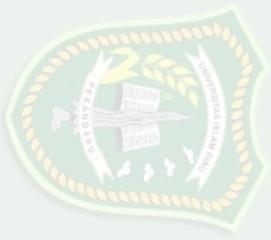
5.3.2. Analisis Lingkungan Eksternal

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal, maka diperoleh beberapa faktor yang berupa peluang dan ancaman agroindustri sale pisang lizajaya di Desa TanahDatar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Riau. Faktor eksternal yang menjadi peluang bagi usaha agroindustri sale pisang lizajaya yaitu:

a. Peluang

1. Kerjasama dengan berbagai pihak dalam pendistribusian produk

Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap olahan buah membuat pihak-pihak seperti tempat berkumpulnya remaja membuat dan pusat oleh-oleh untuk memasok olahan tersebut. Salah satunya olahan dari buah pisang menjadi



pisang sale. Hal ini tentunya dapat menjadi peluang baik yang dapat di manfaatkan oleh pengusaha.

2. Pesaing masih rendah

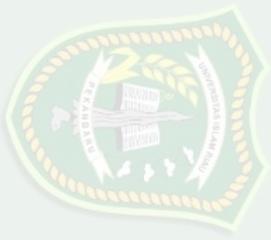
Dari hasil penelitian, pengusaha sale pisang di desa tanah datar hanya terdapat 3 pengusaha salah satunya usaha agroindustri lizajaya. Hal ini dapat menjadikan peluang bagi usaha lizajaya sebab pesaing masih sedikit dan dari keseluruhan pengusaha, usaha lizajaya memproduksi sale pisang dengan konsisten dibandingkan pengusaha lainnya.

3. Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal

Meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat di sekitar Desa Tanah Datar terhadap olahan buah pisang. Peningkatan ini setiap tahunnya terus meningkat dikarenakan adanya penambahan jumlah penduduk serta gaya hidup yang semakin modern. Gaya hidup merupakan kreativitas individu dalam memanfaatkan waktu yang ada untuk kegiatan bermanfaat ataupun bersenang-senang. Setiap seseorang berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya termasuk dalam membeli makanan, begitu pula dengan pembelian sale pisang yang dapat dijadikan cemilan saat santai maupun berkumpul bersama keluarga.

4. Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah dalam UMKM

Dalam hal ini, dukungan serta kebijakan pemerintah sangat berpengaruh terhadap pengusaha sale pisang. Pengusaha mengharapkan adanya kebijakan pemerintah dalam pengembangan usaha agroindustri sale pisang yang berkaitan



dengan keberlangsungan usaha. Salah satu kebijakan pemerintah dalam mendukung agroindustri yakni dengan mendukung UMKM.

5. Produk dapat dijadikan oleh-oleh

Produk sale pisang dapat dijadikan oleh-oleh yang mencerminkan suatu daerah, dengan ciri khas masing-masing jenis sale menjadikannya berbeda dari yang lainnya. Dengan strategi yang tepat, peluang dalam menjadikan produk untuk oleh-oleh akan meningkatkan permintaan sale pisang dipasaran dan menjadikannya sebagai ciri khas dari daerah tersebut.

b. Ancaman

1. Munculnya pesaing dengan usaha sejenis

Persaingan usaha sejenis tidak lepas dari berbagai jenis usaha, dengan adanya pesaing pengusaha agroindustri lizajaya harus mampu mempertahankan ciri khas dari produknya. Sehingga konsumen akan tetap memilih produk lizajaya. Selain itu, meningkatkan kualitas dari produk akan menjadi nilai lebih dari sale pisang tersebut.

2. Fluktuasi harga bahan baku dan bahan penunjang

Buah pisang merupakan bahan baku utama dalam proses pembuatan sale pisang. Harga bahan baku merupakan penentu banyaknya produksi yang akan dihasilkan dari usaha sale pisang Lizajaya. Pengusaha sale pisang Lizajaya tidak akan menaikkan harga jual produk selama masih mendapatkan keuntungan. Pengusaha lebih rela mendapatkan keuntungan yang sedikit untuk menjaga kualitas produk dan pelanggan.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



3. Persaingan harga

Pengusaha berpendapat dengan adanya pesaing baru akan berdampak buruk bagi usaha sale pisang Lizajaya, maksud dari pesaing baru yaitu adanya pengusaha yang menjual produk sejenis dengan harga yang lebih rendah dari pengusaha sale pisang Lizajaya.

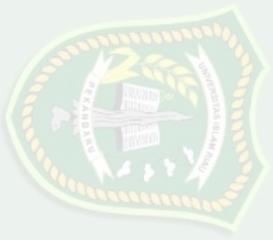
4. Perubahan cuaca yang tidak stabil

Faktor cuaca yang sangat menentukan proses produksi sale pisang. Perubahan cuaca akan mempengaruhi proses pengeringan sale pisang yang akan di produksi. Pengusaha sale pisang masih menggunakan cara tradisional dalam proses pengeringan yakni dengan menggunakan sinar matahari. Perubahan cuaca dari musim panas ke musim hujan akan menghentikan proses pembuatan sale pisang, sebab semua proses tergantung pada proses penjemuran yang menggunakan panasnya matahari.

5. Permintaan pasar yang berubah-ubah

Permintaan pasar merupakan kegiatan yang menentukan jumlah dan harga suatu barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan pasar banyak berubah-ubah, perubahan tersebut diakibatkan oleh ekonomi masyarakatnya, permintaan ini akan berakibat tidak menetapnya pendapatan usaha agroindustri tersebut.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

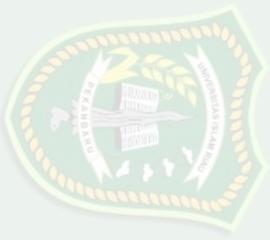


Tabel 19. EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*) Usaha Agroindustri Sale Pisang di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau

Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
Kerjasama dengan berbagai pihak pendistribusian produk	3,67	0,12	0,44
Pesaing masih rendah	4,00	0,13	0,52
Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk local	4,00	0,13	0,52
Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah dalam UMKM	4,00	0,13	0,53
Produk dapat dijadikan oleh-oleh	3,67	0,12	0,44
Subtotal	19,33	0,63	2,45
Ancaman			
Munculnya pesaing dengan usaha sejenis	2,33	0,08	0,18
Fluktuasi harga bahan baku dan bahan penunjang	2,67	0,09	0,23
Persaingan harga	2,00	0,07	0,13
Perubahan cuaca yang tidak stabil	2,67	0,09	0,23
Permintaan pasar yang berubah-ubah	1,67	0,05	0,09
Subtotal	11,33	0,37	0,86
Total	30,67	1,00	3,31

Dari Tabel 19 faktor eksternal usaha agroindustri sale pisang diatas dapat dijelaskan bahwa faktor eksternal terdapat peluang dan ancaman. Hasil analisis faktor eksternal memiliki subtotal skor 2,45 dan faktor ancaman mempunyai subtotal skor sebesar 0,86 dengan nilai total skor faktor eksternal 3,31. Dapat dilihat bahwa faktor internal jumlah bobot kekuatan lebih tinggi dari faktor kelemahan, sehingga dapat diartikan faktor kekuatan dapat dijadikan lahkah strategi untuk pengembangan usaha sale pisang dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman dalam mendukung keberhasilan usaha Lizajaya.

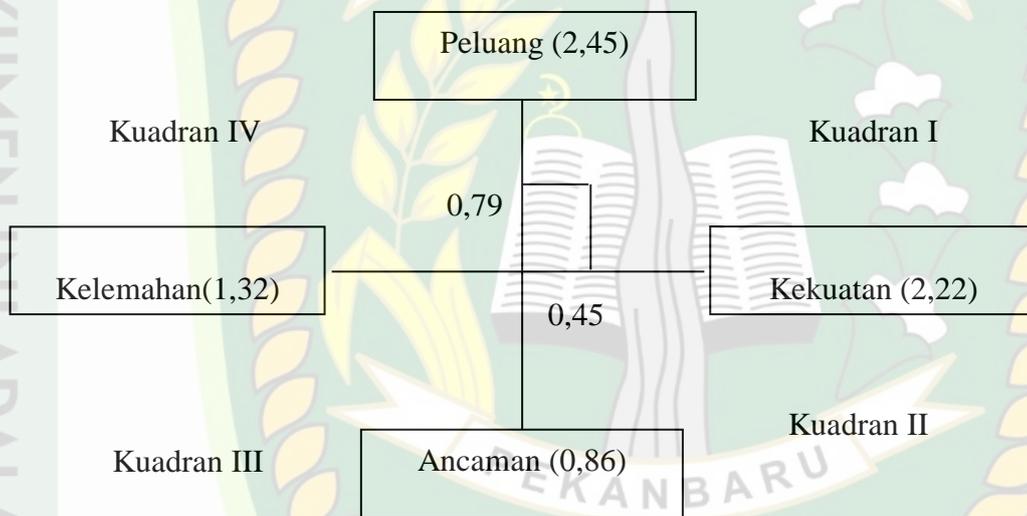
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



5.4. Strategi Pengembangan Usaha Sale Pisang

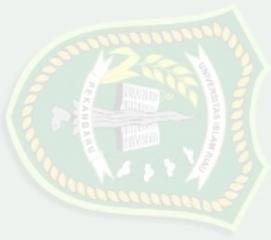
1. Analisis SWOT

Dari hasil pembobotan analisis faktor internal dan eksternal diatas, maka pengembangan usaha agroindustri sale pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau dapat diplotkan dalam gambar diagram sebagai berikut:



Gambar 9. Diagram Analisis SWOT Usaha Sale Pisang

Dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka diperoleh koordinatanalisis SWOT yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategi pembangunan usaha sale pisang lizajaya. Hasil perpotongan keempat garis diperoleh koordinat (0,45 : 0,79) yang mana koordinat tersebut terletak pada kuadran I yakni Strategi SO (*Strenght dan Opportunities*). Strategi ini menunjukkan bahwa usaha sale pisang lizajaya sangat menguntungkan.



Dari data diatas antara faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT mendapatkan nilai faktor internal dengan kekuatan 2,22 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Nilai kelemahan yang dimiliki usaha agroindustri yakni 1,32. Nilai tersebut harus diminimalisasi dengan cara memperkuat sistem usaha yang mampu mengurangi resiko dalam pengembangan usaha agroindustri sale pisang.

Faktor peluang pada usaha pengembangan agroindustri sale pisang adalah 2,45 merupakan kondisi menguntungkan bagi usaha pengembangan agroindustri yang didukung oleh faktor internal sebesar 2,22. Pada faktor ancaman memiliki nilai sebesar 0,86, hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha sale pisang memiliki resiko. Konsekuensi dari kondisi ini adalah faktor kekuatan dan peluang merupakan variabel yang memberikan keuntungan bagi usaha pengembangan agroindustri, jika faktor kelemahan dan ancaman dapat diminimalkan dengan memanfaatkan nilai kekuatan.

Adapun strategi pengembangan usaha sale pisang lizajaya dapat dilihat pada matriks SWOT pada Tabel 20.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Tabel 20. Matriks SWOT Usaha Sale Pisang Lizadaya

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>(Strengths- S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku tersedia 2. Pengalaman usaha yang sudah lama 3. Tenaga kerja dari lingkungan sekitar 4. Usaha agroindustri efisien 5. Lokasi usaha strategis 	<p>(Weakness- W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan manajemen usaha masih rendah 2. Kurangnya akses ke sumber permodalan 3. Kurangnya menerapkan standar kualitas 4. Teknologi pengolahan masih sederhana 5. Kemasan produk kurang menarik
<p>(Opportunities- O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama dengan pihak pendistribusian produk 2. Pesaing masih rendah 3. Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal 4. Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah 5. Produk dapat dijadikan oleh-oleh 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM untuk meningkatkan konsumen (S1,S3,O1) 2. Peningkatan kualitas produk (S2,O3) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha (W3,W4,O4) 2. Memperbaiki manajemen usahadengan menggunakan bahan baku berkualitas, serta melakukan kerja sama (W1,W3,O4,O5)
<p>(Threats- T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing dengan usaha sejenis 2. Fluktuasi harga bahan baku dan bahan penunjang 3. Persaingan harga 4. Perubahan cuaca yang tidak stabil 5. Permintaan pasar yang berubah-ubah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk dan harga jual produk untuk mengatasi ancaman pesaing (S2,T1,T3) 2. Melakukan efisiensi biaya produksi (S4, T2,) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan kemasan yang lebih menarik (W5,T1,T5) 2. Perbaiki teknologi dari segi alat untuk mempersingkat proses pengolahan (W2,W4, T4)



Dari Tabel 20 diatas menunjukkan bahwa analisis matriks SWOT yang menghasilkan delapan alternatif bagi pengusaha agroindustri Sale Pisang Lizajaya. Alternatif – alternatif yang diperoleh sebagai berikut:

a. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

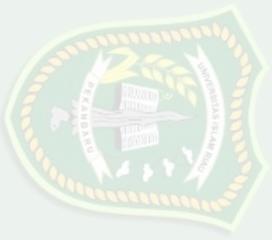
Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi S-O yaitu mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen dan peningkatan kualitas produk. Artinya, dengan ketersediaan SDA serta SDM pengusaha dapat meningkatkan produksinya dan berusaha untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan serta memberikan peluang bagi masyarakat sekitar.

b. Strategi W-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi W-O merupakan strategi yang bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O pada usaha agroindustri sale pisang lizajaya yaitu meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha dan memperbaiki manajemen usaha dengan menggunakan bahan baku berkualitas, serta melakukan kerja sama. Artinya, untuk menerapkan kualitas produk dibutuhkan teknologi yang lebih mendukung serta untuk mengefisienkan waktu dalam proses produksi sale pisang. Peluang dalam pengembangan teknologi dalam produksi menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan jumlah produksi.

c. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi S-T pada usaha agroindustri sale pisang lizajaya sebagai berikut:



mempertahankan kualitas produk dan harga jual produk untuk mengatasi ancaman pesaing dan melakukan efisiensi biaya produksi. Artinya, untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis, pengusaha harus mempertahankan rasa atau komposisi yang digunakan agar pelanggan tidak memilih produk sejenis milik usaha lainnya.

d. Strategi W-T (*Weakness-Treats*)

Strategi W-T merupakan strategi yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dari usaha agroindustri sale pisang untuk menghindari ancaman lingkungan. Strategi W-T bagi usaha agroindustri sale pisang sebagai berikut :

Penggunaan kemasan yang lebih menarik dan perbaikan teknologi dari segi alat untuk mempersingkat proses pengolahan. Artinya, penggunaan teknologi dalam proses produksi menjadi salah satu solusi untuk mengatasi cuaca yang tidak stabil, sebab produksi dapat dilakukan saat hujan dengan adanya oven atau alat pengering jenis lainnya. Selain itu, produksi dapat meningkat dengan adanya alat atau teknologi modern. Penggunaan kemasan menjadi faktor terpenting untuk dapat menarik konsumen serta pendatang yang ingin menjadikannya sebagai oleh-oleh khas daerah.

Berdasarkan kuadran SWOT diatas, maka strategi yang diterapkan pada pengembangan usaha Sale Pisang Lizajaya adalah S-O (*strengths and opportunities*). Strategi ini mencoba memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki oleh pengusaha sale pisang untuk memanfaatkan seluruh peluang yang ada. Strategi SO dalam analisis SWOT dapat dijabarkan sebagai suatu strategi dalam menjalankan pengembangan usaha sale pisang dimasa yang akan datang agar memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian bagi pengusaha.



2. Matriks *Quantitative Strategi Planning* (QSPM)

Dari hasil analisis matriks SWOT pada strategi pengembangan usaha agroindustri sale pisang menghasilkan 8 alternatif strategi yang akan dijalankan oleh pengusaha sale pisang lizajaya. QSPM akan menentukan daya tarik relative dari berbagai strategi berdasarkan seberapa jauh faktor strategi internal dan eksternal dimanfaatkan. QSPM memperlihatkan kemenarikan dengan membuat skor daya tarik (AS). Strategi yang dimiliki tingkat kemenarikan tertinggi menunjukkan strategi yang diprioritaskan. Tingkat kemenarikan ditentukan oleh *Sum Total Attractiveness Score* (STAS). Berdasarkan strategi yang menggunakan QSPM pada Lampiran 3, maka urutan prioritas strategi yang disarankan usaha agroindustri sale pisang lizajaya dapat dilihat pada Tabel 21 berikut:

Tabel 21. Hasil Analisis QSPM

No	Prioritas Strategi	STAS	Peringkat
1	Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen	6,660	V
2	Peningkatan kualitas produk	6,710	IV
3	Meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha	6,940	I
4	Memperbaiki manajemen usaha dengan menggunakan bahan baku berkualitas, serta melakukan kerja sama	6,890	II
5	Mempertahankan kualitas produk dan harga jual produk untuk mengatasi ancaman pesaing	6,430	VII
6	Melakukan efisiensi biaya produksi	6,320	VIII
7	Menggunakan kemasan menjadi lebih baik	6,550	VI
8	Perbaiki teknologi dari segi alat untuk mempersingkat proses pengolahan	6,790	III



Berdasarkan Tabel 21 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha (STAS : 6,940)

Menggunakan teknologi dalam proses produksi, jika dilihat dari faktor kekuatan yang dimiliki agroindustri sale pisang Lizajaya maka usaha agroindustri tersebut mampu mengurangi dampak ancaman dari luar seperti adanya pesaing dengan produk sejenis ataupun persaingan harga. Pengusaha sebaiknya memafaatkan penggunaan teknologi dalam proses produksi, sebab hal tersebut akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Penggunaan teknologi yang modern akan mengoptimalkan produksi sale pisang dan meningkatkan kualitas produk.

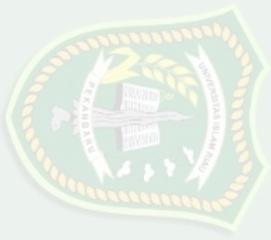
2. Memperbaiki manajemen usaha dengan menggunakan bahan baku berkualitas, serta melakukan kerja sama (STAS : 6,890)

3. Perbaiki teknologi dari segi alat untuk mempersingkat proses pengolahan (STAS : 6,790)

Penggunaan teknologi yang lebih modren akan lebih mempersingkat waktu, dengan adanya alat pengering buah dan spinner untuk mengurangi minyak pada produk maka akan berpengaruh terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, biaya yang akan dikeluarkan akan lebih minim sebab adanya alat atau teknologi modren dan membuat produk tahan lama

4. Peningkatan kualitas produk (STAS : 6,710)

Strategi ini termasuk dalam strategi pengembangan produk. Terjaminnya kualitas produk merupakan keinginan konsumen. Dalam mempertahankan kualitas produk, pengusaha dapat melakukan pengawasan mutu dengan pemilihan



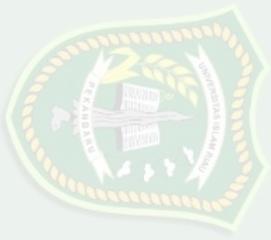
bahan baku pisang kepok, penggunaan bahan penunjang seperti tepung dan minyak dengan kualitas yang lebih baik akan mempengaruhi mutu dari produk yang akan dihasilkan. Oleh karena itu, pengawasan perlu dilakukan saat penyediaan bahan baku serta proses produksi maka akan mampu meningkatkan daya saing produk di pasar.

4. Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen (STAS : 6,660)

Strategi ini memanfaatkan beberapa kekuatan pengusaha yakni bahan baku yang selalu tersedia dan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar pengusaha mampu meningkatkan produksi sale pisang Lizajaya dengan memanfaatkan peluang berkembangnya usaha yang menjual oleh-oleh untuk meningkatkan jangkauan konsumen lebih banyak. Hal ini dapat mempengaruhi berkembangnya usaha agroindustri kecil untuk bersaing dengan usaha lain. Dengan adanya usaha yang menjual oleh-oleh, pengusaha dapat mengoptimalkan produksinya dan dapat meningkatkan produksi.

5. Menggunakan kemasan menjadi lebih baik (STAS : 6,550)

Dapat dilihat dari kelemahan usaha agroindustri sale pisang yakni kemasan produk yang belum dilengkapi oleh label halal, BPOM, ketanan produk dan komposisi produk, oleh karena itu pentingnya penggantian kemasan produk akan meningkatkan penjualan produk dipasaran. Dizaman yang semakin modern, gaya hidup seseorang semakin berkembang seperti banyaknya mengonsumsi makanan ringan. Konsumen muda lebih banyak menghabiskan waktu untuk melihat label produk dan membaca informasi yang tertera sebelum membeli. Hal ini



menunjukkan bahwa selain produk yang berkualitas baik, tampilan desain dan label makanan memiliki elemen penting yang dapat mengkomunikasikan produk secara tepat.

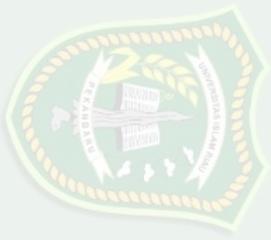
6. Mempertahankan kualitas produk dan harga jual produk untuk mengatasi ancaman pesaing (STAS : 6,430)

Untuk mempertahankan kualitas dan harga jual produk, pengusaha dapat melakukan pengawasan terhadap produk sale pisang. Menggunakan bahan baku yang berkualitas serta menggunakan bahan penunjang yang konsisten dari awal produksi akan mempertahankan kualitas dan rasa yang khas dari usaha agroindustri tersebut. Selain itu, harga jual produk yang tergolong rendah dari harga pesaing akan membuat konsumen bertahan. Dengan adanya diskon harga terhadap pembelian dalam jumlah besar akan menarik lebih banyak konsumen. Strategi ini merupakan strategi pemasaran pengusaha untuk dapat bersaing dengan usaha lain atau usaha dengan produk sejenis.

7. Melakukan efisiensi biaya produksi (STAS : 6,320)

Efisiensi biaya produksi merupakan hubungan perbandingan antara anggaran biaya produksi input dengan biaya produksi output. Dengan melakukan strategi efisiensi biaya produksi pada agroindustri ini, guna untuk mencapai laba pengusaha yang optimal.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

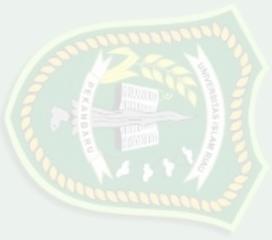
1. Pengusaha dan tenaga kerja tergolong usia produktif, dengan umur pengusaha 55 tahun. Tingkat pendidikan pengusaha 9 tahun atau setara dengan sekolah menengah pertama, sedangkan tenaga kerja rata-rata berumur 35 tahun dengan tingkat pendidikan 9-12 tahun atau setara SMP dan SMA. Jumlah tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 2 jiwa dan tenaga kerja tidak memiliki tanggungan. Pengalaman pengusaha kurang dari 10 tahun. Usaha ini termasuk usaha rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja 2 orang dan didirikan sejak tahun 2018 dengan modal sendiri tanpa ada lembaga yang membantu.
2. Total biaya yang digunakan dalam produksi sale pisang yakni Rp. 794.700/ proses produksi. Sale pisang yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi yakni 13 Kg dengan harga jual Rp. 15.000/150 gram. Pendapatan kotor yang dihasilkan dari usaha agroindustri sale pisang yakni Rp. 1.290.000/ proses produksi, sedangkan pendapatan bersih yang dihasilkan sebesar Rp.495.300/ proses produksi, untuk efisiensi usaha agroindustri sale pisang adalah 1,62 yang berarti usaha tersebut efisien atau menguntungkan. Dengan nilai tambah senilai Rp. 6001,15/Kg.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ISLAM RIAU



3. Hasil dari faktor internal yaitu bahan baku tersedia, memiliki produk yang bernilai ekonomis, tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar, efisiensi usaha agroindustri, teknologi masih sederhana, kurangnya akses permodalan dalam pengembangan. Faktor eksternal yaitu pesaing tidak melakukan produksi secara kontinue, berkembangnya usaha yang menjual oleh-oleh, munculnya pesaing dengan produk sejenis, fluktuasi bahan baku dan bahan penunjang, dan persaingan harga. Hasil analisis metrik SWOT diperoleh koordinat (0,45 : 0,79) yang mana koordinat tersebut terletak di kuadran I (satu) strategi SO yakni: Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen dan peningkatan kualitas produk. Strategi ini sangat menguntungkan bagi pengusaha sale pisang Lizajaya.
4. Strategi prioritas yang dapat dilakukan adalah meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha dengan nilai STAS yaitu 6,940.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Secara ekonomi usaha agroindustri sale pisang mampu mendatangkan nilai tambah bagi pengusaha sale pisang.
2. Pengusaha Sale Pisang Lizajaya disarankan untuk dapat menggunakan teknologi yang lebih modern untuk kemajuan usahanya dan mengatasi kelemahan pada kurangnya menerapkan standar kualitas yang baik. Sedangkan ancaman munculnya pesaing dengan usaha yang sejenis,



persaingan harga, maka sebaiknya pengusaha menggunakan teknologi agar mampu bersaing dengan pengusaha sejenis atau pun pengusaha lainnya.

Serta membuat kemasan sale pisang yang lebih menarik.

3. Untuk menjalankan strategi prioritas dan juga termasuk strategi pengembangan dari hasil analisis QSPM yaitu mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen, maka sebaiknya pengusaha menggunakan teknologi yang modern agar lebih menghasilkan produk dengan kualitas baik dan lebih efisien dalam proses produksi.
4. Untuk pemerintah; khususnya Dinas Perindustrian (Disperindag) Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Indragiri Hulu untuk dapat memberikan perhatian terhadap adanya pengusaha-pengusaha agroindustri dapat memberikan bantuan. Dengan adanya bantuan pemerintah terhadap agroindustri kecil maka perkembangan dari industri tersebut akan lebih baik dan mudah.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

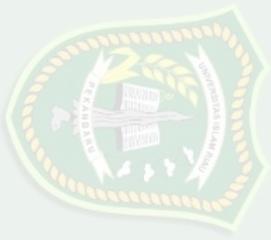
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surat Al-Taubah ayat 9:122. Al-Qur'an dan Terjemahan.
- Al-Qur'an Surat Al-Ahqaaf ayat 19. Al-Qur'an dan Terjemahan.
- Arsyad, M dan Supu. 2022. Pengaruh Lama Pengeringan Terhadap Karakteristik Fisikokimia Pisang Sale. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*. 57-58.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Provinsi Riau Dalam Angka. Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Angka. Indragiri Hulu.
- Badan Pusat Statistik. 2012. Statistik Industri Besar dan Sedang. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Tenaga Kerja Seluruh Sektor. www.bps.go.id.
- Badan POM. 2012. Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga. Jakarta.
- Cahyono, 1995. Pisang Budidaya dan Analisis Usaha Tani. Kanisius, Yogyakarta.
- Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- David, F. R. 2012. Strategic Manajement: Manajemen Strategi Konsep Salemba Empat, Bandung.
- David, F.R. 2011. Manajemen Strategi Konsep. Edisi 12. Salemba Empat, Jakarta.
- Elida, S. dan Gunanda, R. 2016. Analisis Agroindustri Kedelai Kecamatan seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Agribisnis*. 18:100-117.
- Fahrial, dan Saputra, R. 2021. Analisis Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Usahatani Ubi kayu Di Kelurahan Balai Raja Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkali Provinsi Riau. *Jurnal Dinamika Pertanian*. 37:273-284.
- Firdaus, M. 2012. Manajemen Agribisnis. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hardjanto, W. 1993. Bahan Kuliah Manajemen Agribisnis. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. IPB, Bogor.
- Harinah, S. Suryati, D. dan Margono, T. 1993. Buku Panduan Teknologi Pangan, Pusat Informasi Wanita dalam Pembangunan PDII-LIPI bekerjasama dengan Swiss Development Cooperation.





Hasyim, H. 2006. Analisa Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara, Madan.

Hayami, K. Marooka, dan Siregar. 1993. Agricultural marketing and processing in upland java. A perspektif from Sunda village. CGPRT Centre, Bogor.

Hernanto, F. 2009. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.

Hunger, J.D. dan Thomas L. Wheleen 2010. Manajemen Strategis. Andi, Yogyakarta.

Husein, U. 2002. Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Cetakan kedua. Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.

Mahardika, R. 2019. Perencanaan Strategi Pemasaran Sale Pisang Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm (Studi Kasus Pada Spkp Sarongan, Banyuwangi). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

Maisyal, K. 2003. Akutansi Biaya. BPFE, Yogyakarta.

Mangunwidjaja, D dan I. Sailah. 2005. Pengantar Teknologi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.

Margahana, H. 2021. Strategi Usaha Dalam Pengembangan Agroindustri Sale Pisang Pada Desa Karang Binangun Kecamatan Belitang Madang Raya Oku Timur. Jurnal STIE Trisna Negara.

Mulyati. 2005. Psikologi Belajar. CV Andi Offset, Yogyakarta.

Nirwana, A., dan Purnama, D. 2019. Pengaruh Jenjang Pendidikan, Skala Usaha, dan Lama Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM di Kecamatan Ciawigebang. Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi, 5(4):55-65.

Nikholsen, W. 2008. Teori Ekonomi Mikro II, Prinsip Dasar dan Perluasan. Edisi Kelima. Raja Gofindo Persada, Jakarta.

Notomoatmodjo. 2003. Pendidikan dan Perilaku Konsumen. Rineka Cipta, Jakarta.

Nurainy, F., Hidayati, S., Koesoemawardani, D. dan Suroso, E. 2017. Penyuluhan dan Pelatihan Pengelolaan Sale Pisang Kelompok Usaha Bersama Aisyah di Desa Sukajawa Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabupaten Lampung Tengah. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 38-40



Nurfuandi, A. 2021. Analisis Strategi Saluran Distribusi Produk Sale Pisang Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Industri Sale Pisang 3 Putra Jaya Desa Bangunsari Pamarican Ciamis).

Prabawati,S. Suyanti dan Setyabudi,D. A. 2008. Teknologi Pasca Panen Dan Pengolahan Buah Pisang. Balai Besar Penelitian Dan Pengembangan Pascapanen Pertanian. Dalam Seminar Badan Litbang Pertanian. Departemen Pertanian, Bogor

Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Riyanto, B. 1997. Penganggaran Modal: Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat Cetakan Ketiga. BPFE, Yogyakarta.

Rosnita, Yulida. R, Edwina. S, Maharani. E, Muwardi. D dan Arifudin. 2014. Analisis Agroindustri Kripik Nanas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar. International Jurnal On Advanced Science Engineering Information Tecnology. 4:65-71.

Satuhu, S. dan A. Supriyadi 1990. Pisang. Budidaya, Pengolahan dan prospek Pasar. Penebar Swadaya, Jakarta.

Soekartawi. 2001. Pengantar Agroindustri. Edisi 1. Jakarta : Cetakan 2. PT. Raja Grafindo Persada. Hal 152.

Soekartawi. 1999. Pengantar Agroindustri. Raja Gofindo Persada, Jakarta.

Soekatawi. 1995. Analisis Usahatani. UI-Press, Jakarta.

Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung

Sugiri, S. 1999. Akuntansi Manajemen. UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Sukirno, dan Sadono, 1985, Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Kebijakanaksanaan, LPFE-UI, Jakarta

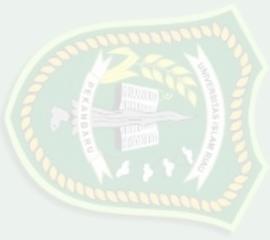
Suratiah, K. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.

Suryana. 2014. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.

Suyanti, dan Ahmad, S. (2008). Pisang Budi Daya Pengolahan Dan Prospek Pasar. Penebar Swadaya, Jakarta.

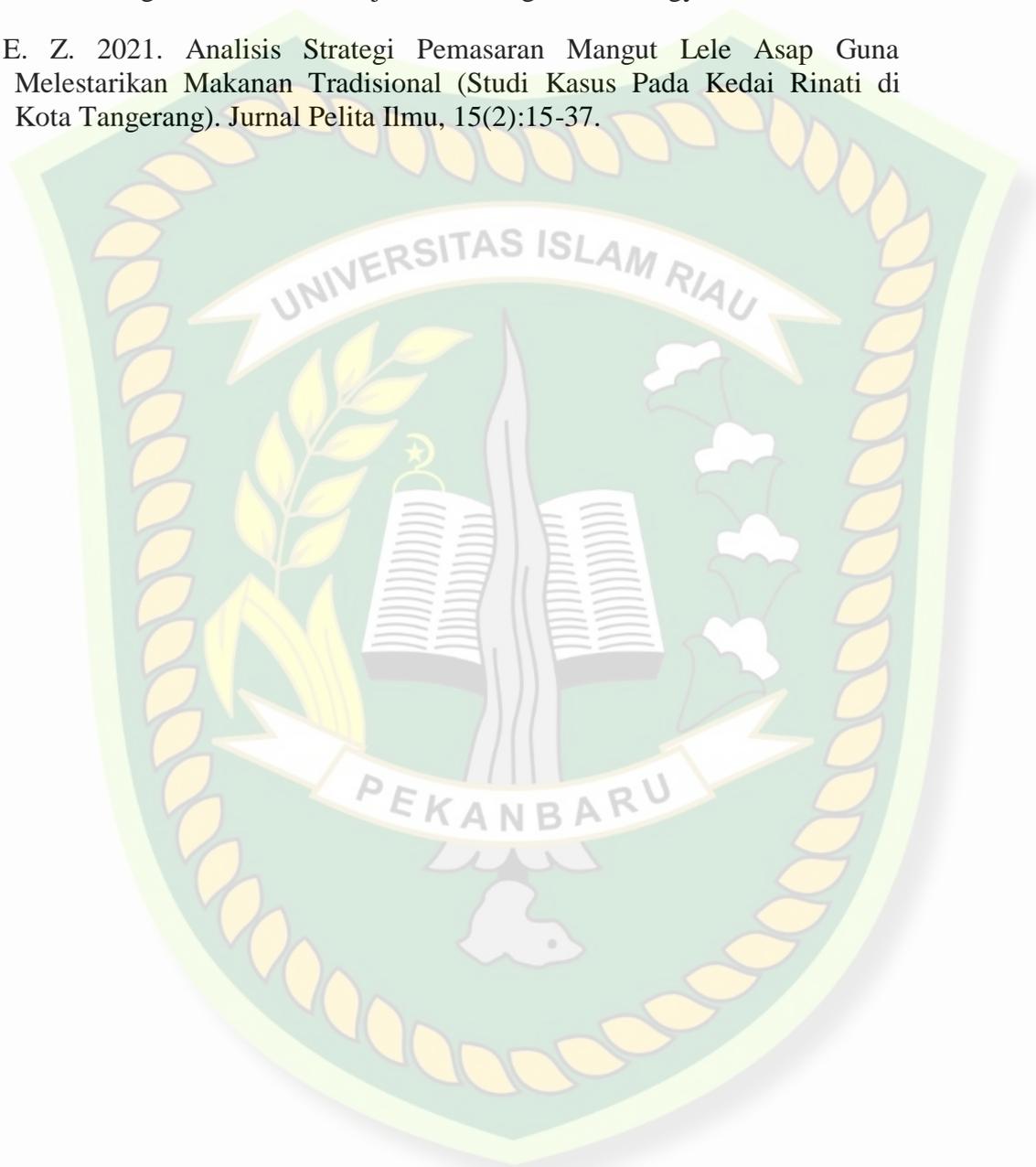
Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Jakarta.

Yunus dan Eddy. 2016. Manajemen Strategi. Andi, Yogyakarta



Wheelen, TL Hunger JD. 2003. Manajemen Strategi. Andi, Yogyakarta.

Zed, E. Z. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Mangut Lele Asap Guna Melestarikan Makanan Tradisional (Studi Kasus Pada Kedai Rinati di Kota Tangerang). Jurnal Pelita Ilmu, 15(2):15-37.



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

LAMPIRAN

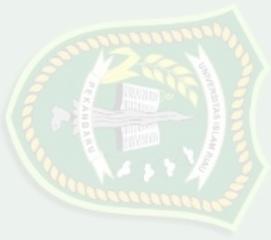
Lampiran 1. Identitas Pengusaha Dan Tenaga Kerja Sale Pisang Lizajaya

No	Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Tanggungjawab Keluarga (Jiwa)
1	Pengusaha	55	9	3	2
2	TKDK	50	9	4	-
3	TKLK	25	12	3	-
	Total	75	30	10	-
	Rata-rata	35,2	3	3,3	2

Lampiran 2. Profil Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya di Desa Tanah Datar Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.

Pengusaha	Skala Usaha	Tenaga Kerja	Proses Produksi	Modal
Paimun	Rumah Tangga	2	Sederhana(Manual)	Sendiri

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**





Lampiran 3. Jumlah Tenaga Kerja Per Proses Produksi Berdasarkan Tahapan Kerja Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya

No	Tahapan pekerjaan	TKDK			TKLK			Jumlah HOK	Upah TK (Rp/HOK)	Nilai (Rp)
		Jumlah Orang	Jam Kerja	HOK	Jumlah Orang	Jam Kerja	HOK			
1	Pengupasan	1	0,50	0,06	-	-	-	0,06	40.000	17.600
2	Pengirisan		1	0,13	-	-	-	0,13		
3	Penjemuran (pengecekan sale pisang)		2	0,25	-	-	-	0,25		
4	Penggorengan	-	-	-	1	5	0,63	0,63	40.000	28.800
5	Pengemasan	-	-	-		0,75	0,09	0,09		
	Jumlah	1	3,50	0,44	1	5,75	0,72	1,16	80.000	46.200



Lampiran 4. Penyusutan Alat yang Digunakan Pada Usaha Sale Pisang Lizajaya

No	Uraian	Jumlah	Harga (Rp/Unit)	UE (tahun)	Jumlah Biaya (Rp)	Penyusutan (Rp/ Tahun)	Penyusutan (RP/Bulan)	Penyusutan (Rp/Proses Produksi)
1	Pisau	1	50.000	1	50.000	40.000	3.333,33	1.111,11
2	Kuali	2	60.000	4	120.000	24.000	2.000,00	666,67
3	Tampah	10	60.000	5	600.000	96.000	8.000,00	2.666,67
4	Toples Besar	1	30.000	2	30.000	12.000	1.000,00	333,33
5	Saringan Minyak	1	60.000	1	60.000	48.000	4.000,00	1.333,33
6	Sendok	1	10.000	1	10.000	8.000	666,67	222,22
7	Nampan	4	5.000	1	20.000	16.000	1.333,33	444,44
8	Timbangan	1	250.000	4	250.000	50.000	4.166,67	1.388,89
9	Kompor Gas	1	270.000	5	270.000	43.200	3.600,00	1.200,00
10	Tabung Gas Elpiji	1	160.000	5	160.000	25.600	2.133,33	711,11
	Jumlah	23	955.000	29	1.570.000	362.800	30.233,33	10.077,78
	Rata-rata					36.280	3.023,33	1.007,78





Lampiran 5. Total Biaya Produksi Pada Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya

No	Uraian	Jumlah (Unit/PP)	Harga (Rp)	Nilai (Rp/PP)	Presentase (%)
A	Biaya Tetap				
	Penyusutan Alat			10.077	1,2
B	Biaya Variabel				
1	Bahan Baku				
	Pisang (Kg)	105	5.000	525.000	66,1
2	Bahan Penunjang				
	Tepung Terigu (Kg)	2	10.000	20.000	2,5
	Minyak Goreng (Liter)	8	20.000	160.000	20,1
	Garam (Kg)	0,1	12.000	1.200	0,15
3	Bahan Lainnya				
	Lebel (Lembar)	10	500	5.000	0,6
	Plastik Kemasan (Pack)	86	380	32.680	4,1
	Tabung Gas LPG (3Kg)	1	18.000	4.500	0,6
4	Tenaga Kerja				
	TKDK	0,44	40.000	17.600	2,2
	TKLK	0,72	40.000	28.800	3,6
	Total Biaya Produksi			794.700	100
C	Produksi (Kg)	13			
D	Harga 150 gram (Pack)	86	15.000		
E	Pendapatan (Rp)				
	a. Pendapatan Kotor (Rp)			1.290.000	
	b. Pendapatan bersih (Rp)			495.300	
F	Efisiensi Usaha			1,62	

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Lampiran 6. Nilai Tambah Usaha Agroindustri Sale Pisang

No	Variabel	Nilai
I.	Input, Output, dan Harga	
1	Output (Kg/proses produksi)	13
2	Input (Kg/proses produksi)	105
3	Tenaga Kerja (HOK/proses produksi)	2
4	Faktor Konversi	0,12
5	Koefisien Tenaga Kerja	0,02
6	Harga Output (Rp/Kg)	100.000,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	40.000,00
II.	Nilai Tambah dan Keuntungan	
8	Harga input (Rp/Kg)	5.000,00
9	Nilai Input Lain (Rp/Kg)	579,80
10	Nilai Output (Rp/Kg)	12.380,95
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	6.801,15
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	54,93
12	a. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	800,00
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	12,00
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	6.001,15
	b. Tingkat Keuntungan (%)	750,144
III.	Balas Jasa Faktor Produksi	
14	Marjin (Rp/Kg)	7.380,95
	a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	10,84
	b. Sumbangan Input (%)	7,86
	c. Keuntungan Pengusaha (%)	81,31

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Lampiran 7. Tabulasi Kuisioner Faktor Internal Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya

Faktor Strategi Internal	1	2	3	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Strangth (Kekuatan)							
Bahan baku tersedia	4	4	4	12	0,13	4,00	0,52
Pengalaman usaha yang sudah lama	3	4	4	11	0,12	3,67	0,43
Tenaga kerja dari lingkungan sekitar	4	4	4	12	0,13	4,00	0,52
Usaha agroindustri efisien	4	3	4	11	0,12	3,67	0,43
Lokasi usaha strategis	4	4	4	12	0,13	4,00	0,52
Weakness (Kelemahan)							
Kemampuan manajemen usaha masih rendah	3	4	1	8	0,08	2,67	0,21
Kurangnya akses ke sumber permodalan	4	3	2	9	0,09	3,00	0,27
Kurangnya menerapkan standar kualitas	3	3	2	8	0,08	2,67	0,21
Teknologi pengolahan masih sederhana	2	4	4	10	0,10	3,33	0,33
Kemasan produk kurang menarik	4	2	4	10	0,10	3,33	0,33



Lampiran 8. Tabulasi Kuisiener Faktor Eksternal Usaha Agroindustri Sale Pisang Lizajaya

Faktor Strategi Eksternal	1	2	3	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Opportunity (Peluang)							
Kerjasama dengan pihak pendistribusian produk	4	3	4	11	0,12	3,67	0,43
Pesaing masih rendah	4	4	4	12	0,13	4,00	0,51
Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal	4	4	4	12	0,13	4,00	0,51
Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah	4	4	4	12	0,13	4,00	0,51
Produk dapat dijadikan oleh-oleh	3	4	4	11	0,12	3,67	0,43
Treats (Ancaman)							
Munculnya pesaing dengan usaha sejenis	2	2	3	7	0,07	2,33	0,17
Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang	4	3	3	10	0,11	3,33	0,35
Persaingan harga	3	2	1	6	0,06	2,00	0,13
Perubahan cuaca yang tidak stabil	3	2	3	8	0,09	2,67	0,23
Permintaan pasar yang berubah-ubah	2	1	2	5	0,05	1,67	0,09

Lampiran 9. Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM) berdasarkan SO

Faktor Kunci	Bobot	Alternative Strategi			
		I		II	
		Mempertahankan kualitas, potensi SDA dan SDM serta produk untuk meningkatkan konsumen		Peningkatan kualitas produk	
		AS	TAS	AS	TAS
Bahan baku tersedia	0,13	4	0,52	4	0,52
Pengalaman usaha yang sudah lama	0,12	4	0,48	3	0,36
Tenaga kerja dari lingkungan sekitar	0,13	3	0,39	4	0,52
Efisiensi usaha agroindustri	0,12	4	0,48	4	0,48
Lokasi usaha strategis	0,13	4	0,52	4	0,52
Minimnya bantuan pemerintah	0,09	2	0,18	3	0,27
Kurangnya akses permodalan dalam pengembangan	0,1	4	0,4	3	0,3
Kurangnya menerapkan standar kualitas	0,09	3	0,27	2	0,18
Teknologi pengolahan masih sederhana	0,11	3	0,33	2	0,22
Label produk sederhana	0,11	2	0,22	3	0,33
Kerjasama dengan pihak pendistribusian produk	0,12	3	0,36	4	0,48
Pesaing tidak melakukan produksi secara kontinu	0,13	4	0,52	2	0,26
Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal	0,13	3	0,39	4	0,52
Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah dalam UMKM	0,13	2	0,26	3	0,39
Berkembangnya usaha yang menjual oleh-oleh	0,12	3	0,36	3	0,36
Munculnya pesaing dengan produk sejenis	0,07	2	0,14	3	0,21
Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang	0,11	3	0,33	3	0,33
Persaingan harga	0,06	3	0,18	3	0,18
Perubahan cuaca yang tidak stabil	0,09	2	0,18	2	0,18
Permintaan pasar yang berubah-ubah	0,05	3	0,15	2	0,1
STAS			6,660		6,710

Lampiran 10. Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM) berdasarkan WO

Faktor Kunci	Bobot	Alternative Strategi			
		I		II	
		Meningkatkan teknologi modern untuk kemajuan usaha		Memperbaiki manajemen usaha dengan menggunakan bahan baku berkualitas, serta melakukan kerja sama	
		AS	TAS	AS	TAS
Bahan baku tersedia	0,13	4	0,52	4	0,52
Memiliki produk yang bernilai ekonomis	0,12	4	0,48	3	0,36
Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar	0,13	4	0,52	3	0,39
Efisiensi usaha agroindustri	0,12	4	0,48	3	0,36
Lokasi usaha strategis	0,13	3	0,39	4	0,52
Minimnya bantuan pemerintah	0,09	4	0,36	3	0,27
Kurangnya akses permodalan dalam pengembangan	0,10	4	0,4	3	0,30
Kurangnya menerapkan standar kualitas	0,09	2	0,18	4	0,36
Teknologi pengolahan masih sederhana	0,11	3	0,33	2	0,22
Label produk sederhana	0,11	3	0,33	3	0,33
Meningkatkan pendapatan	0,12	4	0,48	4	0,48
Pesaing tidak melakukan produksi secara kontinu	0,13	3	0,39	2	0,26
Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal	0,13	3	0,39	4	0,52
Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah	0,13	2	0,26	3	0,39
Berkembangnya usaha yang menjual oleh-oleh	0,12	3	0,36	3	0,36
Munculnya pesaing dengan produk sejenis	0,07	4	0,28	4	0,28
Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang	0,11	3	0,33	3	0,33
Persaingan harga	0,06	3	0,18	3	0,18
Perubahan cuaca yang tidak stabil	0,09	2	0,18	4	0,36
Permintaan pasar yang berubah-ubah	0,05	2	0,1	2	0,10
STAS			6,940		6,890

ISLAM RIAU

Lampiran 11. Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM) berdasarkan ST

Faktor Kunci	Alternative Strategi				
	Bobot	I		II	
		Meningkatkan kualitas produk dan harga jual produk untuk mengatasi ancaman pesaing		Melakukan efisiensi biaya produkis	
		AS	TAS	AS	TAS
Bahan baku tersedia	0,13	3	0,39	4	0,52
Memiliki produk yang bernilai ekonomis	0,12	4	0,48	3	0,36
Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar	0,13	3	0,39	4	0,52
Efisiensi usaha agroindustri	0,12	4	0,48	3	0,36
Lokasi usaha strategis	0,13	2	0,26	2	0,26
Minimnya bantuan pemerintah	0,09	3	0,27	2	0,18
Kurangnya akses permodalan dalam pengembangan	0,10	3	0,3	3	0,30
Kurangnya menerapkan standar kualitas	0,09	4	0,36	2	0,18
Teknologi pengolahan masih sederhana	0,11	3	0,33	4	0,44
Lebel produk sederhana	0,11	3	0,33	3	0,33
Meningkatkan pendapatan	0,12	2	0,24	4	0,48
Pesaing tidak melakukan produksi secara kontinu	0,13	4	0,52	2	0,26
Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal	0,13	3	0,39	4	0,52
Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah	0,13	2	0,26	2	0,26
Berkembangnya usaha yang menjual oleh-oleh	0,12	3	0,36	3	0,36
Munculnya pesaing dengan produk sejenis	0,07	4	0,28	2	0,14
Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang	0,11	3	0,33	3	0,33
Persaingan harga	0,06	3	0,18	4	0,24
Perubahan cuaca yang tidak stabil	0,09	2	0,18	2	0,18
Permintaan pasar yang berubah-ubah	0,05	2	0,1	2	0,10
STAS			6,430		6,320

Lampiran 12. Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM) berdasarkan WT

Faktor Kunci	Alternative Strategi				
	Bobot	I		II	
		Menggunakan kemasan yang lebih menarik		Perbaikan teknologi dari segi alat untuk mempersingkat proses pengolahan	
		AS	TAS	AS	TAS
Bahan baku tersedia	0,13	4	0,52	4	0,52
Memiliki produk yang bernilai ekonomis	0,12	3	0,36	3	0,36
Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar	0,13	4	0,52	3	0,39
Efisiensi usaha agroindustri	0,12	4	0,48	3	0,36
Lokasi usaha strategis	0,13	3	0,39	4	0,52
Minimnya bantuan pemerintah	0,09	2	0,18	3	0,27
Kurangnya akses permodalan dalam pengembangan	0,10	3	0,3	3	0,30
Kurangnya menerapkan standar kualitas	0,09	2	0,18	2	0,18
Teknologi pengolahan masih sederhana	0,11	3	0,33	3	0,33
Label produk sederhana	0,11	3	0,33	3	0,33
Meningkatkan pendapatan	0,12	2	0,24	4	0,48
Pesaing tidak melakukan produksi secara kontinu	0,13	4	0,52	2	0,26
Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk lokal	0,13	3	0,39	4	0,52
Adanya dukungan dan kebijakan pemerintah	0,13	2	0,26	4	0,52
Berkembangnya usaha yang menjual oleh-oleh	0,12	4	0,48	3	0,36
Munculnya pesaing dengan produk sejenis	0,07	4	0,28	2	0,14
Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang	0,11	3	0,33	4	0,44
Persaingan harga	0,06	3	0,18	3	0,18
Perubahan cuaca yang tidak stabil	0,09	2	0,18	2	0,18
Permintaan pasar yang berubah-ubah	0,05	2	0,1	3	0,15
STAS			6,550		6,790

ISLAM RIAU



Lampiran 13. Dokumentasi

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU



ISLAM RIAU



PERPUSTAKAAN SOEMAN HS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU