I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan agribisnis sebagai penggerak pembangunan pertanian diharapkan akan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional, yaitu maupun meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri baru yang umumnya banyak terdapat di pedesaan. Oleh karena itu, salah satu strategi pembangunan pertanian berkelanjutan sebagai upaya pengembangan ekonomi kerakyatan di pedesaan adalah dengan pengembangan agribisnis (agroindustri) (Soekartawi,2005).

Kegiatan agroindustri merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan produk primer pertanian sebagai bahan baku untuk diolah sehingga menjadi suatu produk yang baru, baik yang bersifat setengah jadi maupun siap untuk dikonsumsi. Dalam rangkaian proses ini terdapat transformasi dari bentuk hasil pertanian yang masih bersifat bahan mentah menjadi produk yang siap untuk dikonsumsi. Unit usaha yang bergerak dalam bidang agroindustri memiliki kegiatan mempertahankan proses produksinya dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan diwujudkan dengan meningkatkan produksi dan kualitas produk yang dihasilkan, sehingga dapat menguasai pasar. Produk agroindustri memiliki daya terhadap kualitas produk dan proses produksi, sehingga permintaan produk agroindustri nantinya akan mudah dipasarkan. Salah satu bahan baku agroindustri yang sering digunakan adalah pisang.

Pisang mudah tumbuh dengan subur di sebagian besar wilayah dan tanaman yang cukup mudah ditemui. Dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat, buah pisang memiliki peran penting. Pengembangannya dapat diusahakan dalam skala kebun yang luas berhektar-hektar. Pengusahaan buah pisang dapat pula diusahakan sebagai pengisi tanah pekarangan dan tegalan. Sistem pembudidayaan pisang secara pola usaha tani pekarangan ini bila dikelola dengan baik, menggunakan kaidah-kaidah bercocok tanam yang benar akan dapat memberikan hasil maksimal.

Buah pisang sebagai produk utama tanaman pisang memiliki aneka manfaat. Selain sebagai buah segar, buah pisang juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan berbagai macam pangan olahan. Buah pisang dapat diolah menjadi tepung pisang untuk makanan bayi, sari buah, sale pisang, roti pisang, keripik pisang, pisang rebus, pisang goreng, kolak pisang, pisang bakar, anggur pisang, pure pisang (pulp buah pisang), aneka kue (cake), dan roti, minuman beralkohol, saos pisang apel, *breakfast-cereal*, yoghurt, es krim, *egg-nog*, nectar, makanan bayi, minuman bayi, irisan pisang dalam kaleng, tepung pisang matang dan mentah dan sebagainya.

Salah satu Kabupaten yang memiliki wawasan agroindustri adalah Kabupaten Bungo, Kabupaten Bungo memiliki 777 jumlah industri pangan (Lampiran 1) skala rumah tangga maupun skala industri kecil. Salah satunya yang dapat terus dikembangkan adalah industri sale pisang. Kabupaten Bungo memiliki 20 unit industri sale pisang dan 18 unit usaha sale pisang terletak di Kecamatan Bathin III (Lampiran 2).

Sale pisang merupakan produk olahan yang banyak terdapat di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III. Hal ini karena pada Kecamatan Bathin III terdapat sentra agroindustri sale pisang. Melihat potensi agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo, maka perlu untuk mengoptimalkan lebih jauh lagi akan peranan dari agroindustri sale pisang yang merupakan salah satu sektor yang harus terus dikembangkan. Dalam pengembangan agroindustri sale pisang banyak menghadapi kendala yang harus disikapi. Permasalahan untuk tumbuh dan berkembang dipengaruhi faktor-faktor yang menghambat usaha kecil ini. Oleh karena itu, strategi pengembangan agroindustri sale pisang yang ditempuh harus disesuaikan dengan karakteristik dan permasalahan agroindustri yang bersangkutan. Strategi pengembangan akan berpengaruh dalam menjaga daya saing atau eksistensi usaha dan mengatasai masalah-masalah yang ada pada usaha agroindustri sale pisang.

Agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti menggunakan bahan baku berupa pisang serawak yang di peroleh dengan membeli di pasar tradisional dan beberapa di pesan ke petani langsung. Oleh karena itu, ketersediaan bahan baku utama dalam pengolahan sale pisang ini harus dapat terpenuhi setiap melakukan produksi. Akan tetapi, kendala yang di hadapi dalam agroindustri ini dengan semakin bertambahnya agroindustri sale pisang ketersediaan bahan baku semakin sulit didapatkan oleh pemilik agroindustri. Awal mula terciptanya agroindustri sale pisang adalah karena bahan baku pisang serawak sangat berlimpah di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III, dengan seiringnya waktu luas panen, produksi dan produktivitas pisang di Kecamatan Bathin III mengalami penurunan pada tahun 2015-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Pisang Di Kecamatan Bathin III Tahun 2015-2019

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2015	15,2	382,8	251,84
2016	7,4	341,4	461,35
2017	7,3	272	372,6
2018	3,9	152,6	391,28
2019	3,4	183,9	540,88

Sumber: Dinas Tanaman Pangan Hortikultura Dan Perkebunan Bungo,2019

Tabel 1 menunjukan bahwa pada tahun 2015-2019 produksi tanaman pisang memiliki produksi yang cenderung menurun kuat, yang diikuti penurunan luas lahan yang berpengaruh pada tersedianya bahan baku pisang bagi agroindustri di Kecamatan Bathin III. Tetapi, pada tahun 2019 terjadi peningkatan produksi sedikit besar 31,3 ton, namun kenaikan produksi tersebut juga belum mencukupi kebutuhan bahan baku produksi agroindustri. Sedangkan di lihat dari keberadaan lokasi usaha, agroindustri sale pisang yang terdapat di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo ini dapat dikatakan cukup strategis terutama dalam penyaluran input-input dan pemasaran hasil produksi karena lokasi usaha ini memiliki jarak tempuh yang lumayan dekat dari Ibu Kota Kabupaten.

Kegiatan pemasaran produk sale pisang masih terbatas ke beberapa tempat, seperti toko-toko, mini market, swalayan dan bazar-bazar yang dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi. Pemasaran hasil produksi produk sale pisang merupakan hal penting dalam kegiatan dalam keberlangsungan suatu usaha. Hal tersebut tentunya akan menguntungkan perusahaan atau agroindustri dalam memperoleh pendapatan tinggi dari penjualan produk sale pisang di pasar konsumen. Potensi dimiliki oleh sale pisang sebagai makanan ringan dan buah tangan dari Kabupaten Bungo, merupakan nilai tambah produk yang dapat memberikan tambahan pendapatan serta melalui

pengembangan bisnis sale pisang. Melihat potensi yang dimiliki agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo, maka diperlukan strategi pengembangan agroindustri untuk mengoptimalkan lebih jauh peranan dari agroindustri sale pisang.

Upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan sale pisang di diperlukan analisis yaitu suatu analisis dapat menentukan posisi strategis keberadaannya dengan menggunakan analisis *Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threat* (SWOT). Analisis ini merupakan alat yang akan digunakan untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, namun meminimalkan kelemahan dan ancaman, sehingga didapat alternatif strategi dalam pengembangan sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Maka timbul pemikiran penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Strategi Pengembangan Agroindustri Sale Pisang Di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo"**.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan utama yang dihadapi oleh agroindustri sale pisang adalah sulitnya bahan baku yang di dapatkan di Desa Purwo Bakti sehingga bahan baku juga harus di datangkan dari daerah lain. Agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti dalam proses pengembangannya juga menghadapi berbagai macam kendala, diantaranya yaitu munculnya semakin banyak agroindustri pesaing yang memproduksi produk yang sama. Agar tetap bertahan dalam persaingan, maka agroindustri ini harus melakukan penyesuaian dalam menjalankan usahanya untuk masa yang akan datang.

Penelitian dimulai dari menganalisis keadaan agroindustri sale pisang yang terletak di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Keadaan usaha dalam penelitian ini menyangkut untuk menglihat perhitungan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi sale pisang, pendapatan serta penerimaan yang akan diperoleh pengusaha. Kemudian untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) yang mendukung dan menghambat pertumbuhan agroindustri sale pisang. Faktor internal dan eksternal tersebut dapat memberikan hasil beberapa alternatif strategi yang akan diterapkan dalam pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalaha sebagai berikut:

1. Berapa besarnya biaya penerimaan dan pendapatan yang diterima agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo?
3. Bagaimana alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis besarnya biaya penerimaan dan pendapatan yang di dapat oleh agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo.
2. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo.
3. Menganalisis alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
2. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pengusaha agroindustri sale pisang agar dapat mengembangkan dan meningkatkan potensi usaha sale pisang agar menjadi lebih baik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Agroindustri

Menurut Kusnandar (2010), agroindustri berasal dari dua kata yaitu a*gricultural* dan *industry* yang artinya suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri juga dapat dijabarkan sebagai suatu kegiatan industri yang pada kegiatan tersebut memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan juga menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Dengan demikian agroindustri sebagai pengolah komoditas pertanian primer menjadi produk olahan baik pada produk akhir (*Finish Product*) maupun produk antara (*Intermediate Product*).

Tujuan dari agroindustri itu sendiri yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, meningkatkan nilai tambah produksi pertanian, menciptakan kesejahteraan para pekerjanya dan memperbaiki pembagian pendapatan. Pengetahuan agroindustri sangatlah kompleks disamping diperlukan pengetahuan bisnis yang didasarkan pada teori-teori ekonomi, sekaligus diperlukan pemahaman terhadap ilmu pertanian (Soekartawi, 2003).

Agroindustri merupakan kegiatan dengan ciri: (a) meningkatkan nilai tambah, (b) menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau dimakan, (c) meningkatkan daya simpan dan (d) menambah pendapatan dan keuntungan produsen. Sifat kegiatannya mampu menciptakan lapangan pekerjaan,

memperbaiki pemerataan pendapatan. Selain itu mempunyai kapasitas yang cukup besar untuk menari pembangunan sektor pertanian (Tarigan, 2007).

2.1.1 Prinsip-prinsip Agroindustri

Wibowo (1997) mengemukakan perlunya pengembangan agroindustri dipedesaan dengan memperhatikan prinsip-prinsip di antaranya:

1. Memacu keunggulan kompetitif produk atau komoditi serta komparatif setiap wilayah.
2. Memacu peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan menumbuhkan agroindustri yang sesuai dan mampu dilakukan di wilayah yang dikembangkan.
3. Memperluas wilayah sentra-sentra agroindustri komoditas unggulan yang nantinya akan berfungsi sebagai penyandang bahan baku yang berkelanjutan.
4. Memacu pertumbuhan agroindustri wilayah dengan menghadirkan sumbsistem agroindustri.
5. Menghadirkan berbagai sarana pendukung berkembangnya industri.

2.1.2 Aspek Pengembangan Agroindustri

Pengembangan agroindustri dapat meningkatkan permintaan hasil-hasil pertanian serta pendapatan petani. Perkembangan sektor pertanian akan meningkatkan permintaan dari sektor agroindustri hulu, sektor pemasaran dan sektor penunjang (keuangan, asuransi, konsultasi, pendidikan dan lain-lain). Dengan demikian pengembangan sektor agroindustri mempunyai efek pengganda (*multiplier effect*) yang besar (Masyhuri, 2000).

Untuk mengembangkan agroindustri, maka perlu diperhatikan dimana kekuatan (*strength*) yang dimiliki perusahaan, kelemahan (*weakness*) yang dihadapi, peluang atau kesempatan (*opportunity*) yang seharusnya diraih dan ancaman (*threats*) yang mungkin berpengaruh terhadap masa depan agroindustri tersebut (Soekartawi, 2000). Aspek pengembangan agroindustri diantaranya lingkungan internal, lingkungan eksternal, analisis SWOT, penentu alternatif strategi dan penentu prioritas strategi.

2.2 Strategi Pengembangan

Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang akan direncanakan, pengarahan sumberdaya, interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan yang lain. Strategi berasal dari bahasa Yunani *"strategos"* yang berarti jendral, oleh karena itu secara harfiah "seni para jendral", kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama puncak organisasi, sedangkan secara khusus strategi adalah penemuan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengigat kekuatan eksternal dan internal untuk mencapai tujuan.

Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan. Strategi adalah cara pemimpin bisnis perusahaan merealisasikan filosofinya. Selanjutnya bahwa strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi organisasi dalam melakukan bisnis, yakni suatu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan organisasi. Penekanan pada "pola tujuan" dan "kerangka kerja" menyatakan bahwa strategi berkaitan dengan perilaku yang

konsisten, maksudnya ketika suatu strategi telah diterapkan, maka perusahaan tidak dapat menariknya kembali (Fauzi, 2018).

Perencanaan strategi pada dasarnya merupakan salah satu dari sekian banyak konsep perencanaan yang dikembangkan. Mesukipun perkembangan baru sekitar abad 20-an, sebenarnya perencanaan strategi sudah diterapkan jauh sebelumnya. Perencanaan strategi intinya adalah rencana permainan (game plan) perusahaan. Seperti halnya tim sepak bola memerlukan rencana permainan untuk memiliki peluang menang, perusahaan harus memiliki rencana strategi yang baik untuk bisa sukses berkompetisi atau bersaing. Apabilan manajemen strategi mengacu pada formulasi, implementasi dan evaluasi sedangkan perencanaan strategi hanya mengacu pada formulasi strategi. Menurut fauzi (2018), Perencaan strategi suatu perusahaan adalah mampu memformulasikan kesesuaian antara keunggulan internal (pemasok dan karyawan) dengan hubungan eksternalnya (pesaing, konsumen dan lingkungan dimana dia beroperasi). Aspek-aspek yang dilakukan dalam aktivitas manajemen ini adalah subjek dari strategi.

2.2.1 Perumusan Strategi

Hunger & Wheelen (1996) menyatakan bahwa manajemen strategis adalah suatu kesatuan rangkaian keputusan dan tindakan yang menetukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Mencakup didalamnya mengenali serta menganalisis lingkungan, memformulasi strategi, mengimplementasikan strategi dan melakukan evaluasi pengendalian berikutnya. Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (2008), mengdefinisikan manajemen strategis adalah sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan impelementasi rencana yang didesain untuk mencapai tujuan dalam perusahaan.

Perumusan strategi mencakup kegiatan dalam mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang serta ancaman eksternal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternative untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David, 2004). Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga menciptakan berbagai peluang dan ancaman yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah-ubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Rangkuti, 2006).

Setiap organisasi memiliki tujuan dan alas an yang unik untuk keberadaanya. Keunikan ini harus tercermin didalam pernyataan visi dan misi yang sudah dicantumkan. Sifat dari visi dan misi bisa menggambarkan keunggulan kompetitif maupun kekurangan kompetitif suatu perusahaan. Pernyataan visi dan misi yang dirancangkan dengan baik sangat penting untuk merumuskan melaksanakan dan mengevaluasi strategi (David, 2004).

2.3 Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah semua kondisi yang sudah ada didalam agroindustri dan ketika terjadi perubahan maka akan berpengaruh langsung dalam perusahaan tersebut. Lingkungan internal juga memiliki dua faktor strategi, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Kekuatan merupakan komposisi khusus yang terdapat didalam organisasi yang berakibat pada pemilikan

keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Sedangkan kelemahan merupakan kerterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kerja organisasi yang memuaskan (Kuncoro, 2006).

Analisis lingkungan inrernal merupakan kemampuan dalam menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah hal yang berbeda. Setiap bisnis harus menganalisis atau mengevakuasi kekuatan serta kelemahan internal dalam usaha atau bisnis yang dijalankan (Philip Kotler dan Kevin, 2013).

2.4 Lingkungan Eksternal

Suryatman (2014) dalam ismaya (2015) menyatakan bahwa setiap perusahaan organisasi dan individup dipengaruhi oleh kekuatan eksternal baik berhubungan langsung maupun tidak langsung untuk sebuah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang adalah situasi dan faktor-faktor eksternalnya yang membantu perusahaan mencapai atau bahkan melampaui pencapaian sasaran. Sedangkan ancaman adalah faktor-faktor eskternal yang menyebabkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya. Lingkungan eskternal terdiri dari variabel-variabel (kesempatan dan ancaman) yang berada diluar organisasi dan tidak secara khusus ada didalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel ini membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup. Lingkungan eksternal memiliki dua bagian yaitu pada lingkungan kerja dan lingkungan sosial (Hunger dan Wheelen, 2003).

Peluang dan ancaman eksternal merujuk pada peristiwa dan trend ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan,

teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi dimasa depan. Peluang dan ancaman sebagian besar diluar kendali dalam suatu organisasi (David, 2006). Suryatama (2014), menyatakan bahwa setiap perusahaan, organisasi dan individu dipengaruhi oleh kekuatan eksternal baik berhubungan langsung atau tidak langsung untuk sebuah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang adalah situasi dan faktor-faktor eksternal yang membantu perusahaan untuk mencapai atau bahkan melampaui pencapaian sasarannya.

2.5 Konsep Pengembangan dan Analisis SWOT

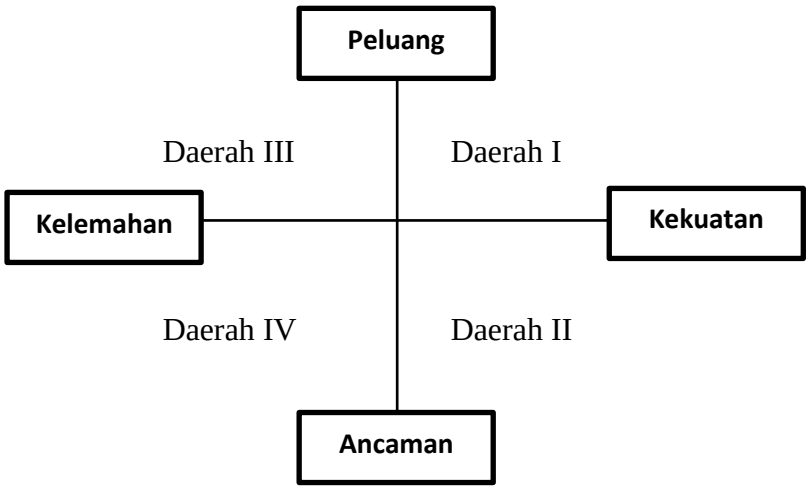
Pengembangan adalah kegiatan suatu organisasi (instansi) baik pemerintah maupun non pemerintah yang dengan sengaja dilakukan untuk mewujudkan suatu perbaikan, pertumbuhan, peningkatan positif ataupun perkembangan baru (yang semula belum ada) , baik fisik maupun non fisik sesuai dengan dinamika dari organisasi tersebut (Soejadi, 1995 dalam inneke, 2004). Pengembangan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kondisi internal perusahaan serta teratasinya permasalahan-permasalahan yang ada. Sebelum menentukan strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha, perlu di analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi suatu perusahaan. Analisis ini biasa disebut dengan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Menurut Rangkuti (2005), Marimin (2004) dan Hunger dan Wheelen (2003), analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) yang ada, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancamana

(*Threats*). Analisis SWOT merupakan pengidentifikasian berbagai faktor secara sistematika untuk merumuskan strategi perusahaan.

Analisis SWOT dimulai dengan mengidentifikasikan kompetensi langka (*distinctive competence*) perusahaan yaitu keahlian tertentu dan sumber-sumber yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dan cara unggul yang digunakan setiap perusahaan (Hunger dan Wheelen, 2003). Dengan demikian perencanaan strategi (*strategi planner*) dapat menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling popular untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2005).

Adapun diagram analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

Dari gambar diatas, dapat dijelaskan kondisi agroindustri sesuai dengan aspek kekuatan dan kelemahan. Daerah I memperlihatkan bahwa perusahaan dalam keadaan yang baik karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga perusahaan tersebut dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam pengembangan agroindustry terpadu. Alternatif strategi yang diterapkan adalah kebijakan

pertumbuhan yang agresif. Misalnya: memperluas jaringan distribusi, meningkatkan efisiensi distribusi, meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan (Marimin, 2004).

Daerah II memperlihatkan adanya kekuatan yang dimiliki perusahaan walaupun menghadapi berbagai ancaman. Dengan menerapkan strategi peluang jangka panjang akan dapat meminimalisis ancaman yang dihadapi beberapa diantaranya dengan meningkatkan kualitas dan mutu barang maupun pelayanan dan strategi diversifikasi produk (Rangkuti, 2005).

Daerah III memperlihatkan bahwa adanya peluang yang besar tetapi perusahaan juga dihadapi beberapa kelemahan internal. Strategi yang diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka pendek. Misalnya adalah meningkatkan efisiensi biaya dan mengusahakan pengembangan dan pelatihan sumberdaya manusia (Rangkuti, 2005).

Daerah IV memperlihatkan bahwa situasi yang kurang menguntungkan karena perusahaan menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan.

2.6 Analisis Usaha

Analisis usaha merupakan analisis yang akan digunakan untuk mengidentifikasi keadaan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo dengan penentuan besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan usaha.

a. Biaya

(Padangaran, 2013) mengatakan bahwa secara umum biaya adalah semua dana yang digunakan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Pada proses produksi, biaya pada umumnya terdiri dari harga *input* atau bahan baku, penyusutan dari

asset-aset tetap dan pengeluaran-pengeluaran lainnya yang tidak termaksud pada harga bahan baku dan biaya penyusutan. Sementara pada perusahaan perdagangan biaya-biaya terdiri dari harga barang dagangan, biaya pengangkutan, biaya perlakuan dan biaya retribusi, serta biaya penyusutan asset jngka panjang. Hubungan kedua jenis biaya tersebut dengan jumlah produk atau *output* akan berbeda baik dalam hal jumlah dan jenisnya maupun dalam hal bentuk persamaan atau fungsi biayanya. Fungsi biaya antara perusahaan yang melakukan proses produksi akan berbeda dengan fungsi biaya pada perusahaan perdagangan. Oleh karena itu, diperlukan pula teknis analisis yang berbeda antar keduanya .

b. Penerimaan

Penerimaan penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan secara kredit. Total ini seharusnya tidak termasuk pajak penjualan yang di mana perusahaan (penjual) diharuskan untuk memungutnya dari pelanggan (pembeli) atas nama negara. Pajak penjualan ini akan diakui sebagai kewajiban lancar (yaitu utang pajak penjualan) dalam pembukuan perusahaan dan akan segera dibayarkan atau diteruskan ke kas negara. Penjualan dikurangi dengan retur dan penyesuaian harga jual dan potongan penjualan akan di peroleh penjualan bersih (Hery, 2009).

c. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan jasa kepada pelanggan. Bagi investor, pendapatan kuran penting disbanding keuntungan, yang merupakan jumlah yang diterima setelah dikurangi pengeluaran.Pertumbuhan pendapatan

merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang konsisten dan juga pertumbuhan keuntungan dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk investor, pendapatan usaha tani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan (Sokartawi 1995).

1) Pendapatan kotor, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam usaha tani yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga persatuan berat pada saat pemungutan hasil.
2) Pendapatan bersih, yaitu seluruh antara pendapatan yang diperoleh petani dikurangi dengan biaya produksi selama proses produksi.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian Bayu Purnomo Aji (2012) dengan judul "Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar" mendapatkan bahwa besarnya biaya yang dikeluarkan selama satu kali produksi adalah Rp 3.254.932,00. Penerimaan rata-rata yang diperoleh Rp 4.160.480,00 dan pendapatan sebesar Rp 905.549,00. Faktor-faktor internal dan eksternal. Kekuatan: meliputi tersedianya cukup jumlah tenaga kerja, produksi mudah dilakukan dan resiko kecil, produk keripik pisang yang tahan lama, kualitas keripik pisang yang baik dan harga produk yang terjangkau. Sedangkan kelemahan: pemodalan terbatas, kualitas SDM yang masih kurang, pengemasan produk yang masih sederhana, inovasi rasa produk lemah promosi masih kurang dan manajemen keuangan yang kurang. Peluang: memiliki hubungan yang baik dengan sesame pengusaha dan konsumen, pangsa pasar yang

masih luas, permintaan semakin meningkat, cuaca tidak mempengaruhi produksi, kondisi lingkungan yang aman dan perkembangan kemajuan teknologi. Ancaman: adanya pesaing dari daerah lain, fluktuasi harga bahan baku, suplai bahan baku tidak kontinyu, kurangnya peran dari pemerintah dan kenaikan harga sarana produksi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik pisang antara lain: mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar, memanfaatkan teknologi untuk efisiensi produksi, diversifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar.

Penelitian Irma Setiawati (2017) dengan judul "Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang (Studi Kasus Pada Seorang Pengusaha Keripik Pisang Di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis)". Mendaptkan bahwa besarnya biaya total yang dikeluarkan oleh pengusaha keripik pisang dalam satu kali proses produksi sebesar Rp 1.369.385,67, penerimaan sebesar Rp 2.500.000,00 dan pendapatannya sebesar Rp 1.130.614,33. Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pengembangan agroindustri keripik pisang di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis terdiri dari kekuatan, kelemahan dan peluang, ancaman. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan yaitu tersedianya cukup jumlah tenaga kerja, produksi mudah dilakukan, produk keripik pisang yang tahan lama, harga produk yang terjangkau. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan yaitu keterbatasan permodalan, kualitas SDM yang masih kurang, pengemasan produk masih sederhana dan promosi masih kurang. Faktor-faktor yang menjadi peluang yaitu tidak ada pesaing produk sejenis disatu daerah, pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, cuaca tidak mempengaruhi produksi. Faktor-faktor yang menjadi

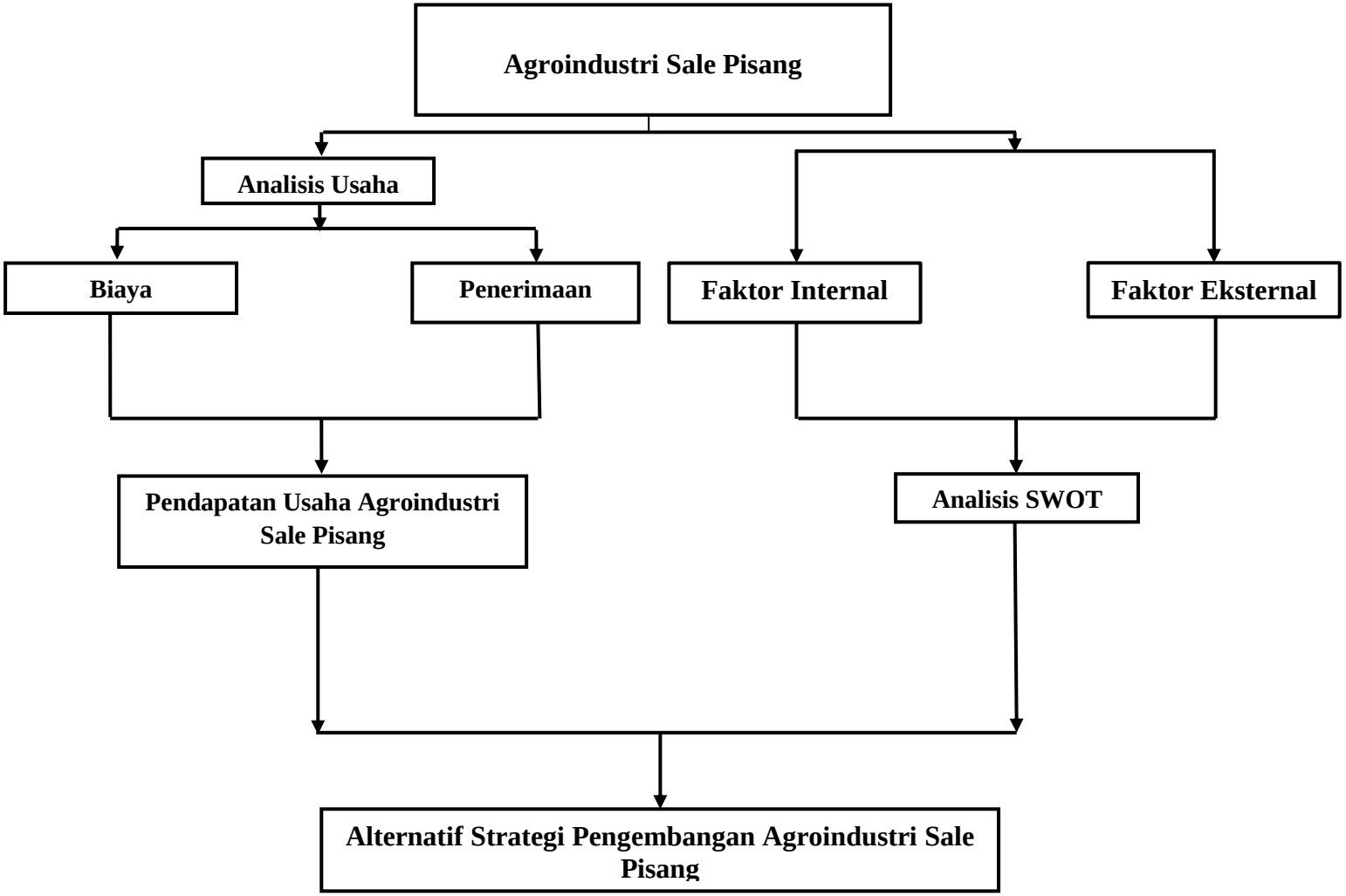
ancaman yaitu kelangkaan bahan baku, fluktuasi harga bahan baku, kurang adanya peran dari pemerintah dan kenaikan harga sarana produksi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis yaitu mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar, mempertahankan kontinuitas produksi untuk memenuhi permintaan, optimalisasi kualitas SDM untuk memenuhi permintaan produk, diversifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar, pengelolaan tenaga kerja dan ketersediaan bahan baku, keseragaman harga jual dengan peran serta pengawasan pemerintah, penganekaragaman pengemasan untuk memaksimalkan produksi dan menjalin kerja sama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan.

Penelitian Siti Sakina (2018) dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri "Flamboyan" Di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu". Medapatkan hasil bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha keripik pisang pada industri flamboyan adalah strategi S-O. Strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan seluruh kekuatan internal pada industry Flamboyan untuk memanfaatkan berbagai peluang eksternal. Pemasaran suatu produk tidak terlepas dari hubungan yang baik dengan distributor pimpinan industri Flamboyan harus mempertahankan kekuatan yang dimilikinya ini, selain itu penting juga menambah relasi agar jangkauan pemasarn keripik pisang lebih luas sehingga produk lebih dikenal oleh konsumen pemasaran produk keripik pisang bertambah luas sehingga produk industri flamboyan lebih dikenal konsumen.

2.8 Kerangka Pemikiran

Agroindustri sale pisang merupakan salah satu kegiatan agribisnis yang mempunyai prospek yang cukup baik untuk dikembangkan. Agroindustri sale pisang yang terletak di Kecamatan Bathin III, dalam pengembangan agroindustri sale pisang terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat pengembangan agroindustri ini. Banyaknya agroindustri sale pisang yang lain menjadikan sebuah tantangan terhadap kelancaran bisnis sale pisang. Analisis usaha digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi keadaaan agroindustri sale pisang dengan melihat berapa besarnya biaya penerimaan dan pendapatan dalam proses produksi.

Setelah melihat berapa besarnya biaya penerimaan dan pendapatan agroindustri sale pisang, maka akan dilakukan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada di dalam agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Manfaat dari penggunaan analisis SWOT agar dapat merumuskan strategi apa yang akan digunakan agar sale pisang di Kecamatan Bathin III dapat terus bertahan dan berkembang.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa pada Desa Purwo Bakti terdapat sentra agroindustri sale pisang. Fokus penelitian ini untuk melihat biaya dan pendapatan dari agroindustri sale pisang serta melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal yang ada.

Fokus penelitian ini untuk melihat biaya dan pendapatan agroindustri sale pisang serta melihat lingkungan internal dan eksternal. Penelitian ini dilaksanakan dari 22 juli sampai dengan 22 agustus 2020. Adapun data yang terkait diperoleh dari pengrajin sale pisang, yaitu:

1. Profil pengarjin usaha sale pisang
2. Jumlah bahan baku
3. Jumlah tenaga kerja
4. Sumber modal
5. Peralatan yang digunakan
6. Jumlah produksi
7. Harga jual
8. Data lain yang relevan dengan penelitian.

3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber data

Jenis data yang digunakan ialah berupa data primer dan data sekunder yang bersumber dari subjek, informan dan arsip dokumen. Data primer adalah data yang diperoleh dan bersumber dari agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Data primer yang dikumpulkan berupa data yang berhubungan dengan kondisi internal dan eksternal serta strategi yang dijalankan untuk mengetahui prospek pengembangan agroindustri tersebut. Data yang akan dikumpulkan meliputi data-data mengenai pelaksanaan produksi (produksi, biaya produksi, tenaga kerja dan peralatan), keadaan agroindustri dan pemasarannya. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dan bersumber dari instansi-instansi terkait, studi kepustakaan, laporan-laporan, serta hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan ini.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer yaitu dikumpulkan dengan menggunakan metode:

a. Observasi

   Observasi dengan metode pengamatan dan peninjauan secara langsung ke agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo.

b. Interview (wawancara)

   Wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan daftar (kuisioner) kepada pengrajin sale pisang, kepada para tenaga kerja dan pihak-pihak yang terkait dalam pemberian informasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode pengumpulan data sekunder merupakan data

yang diperoleh melalui media perantara. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi, studi pustaka dan mengutip beberapa literature, laporan-laporan dari instansi-instansi terkait serta hasil-hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah catatan yang menggambarkan tentang peristiwa yang pernah terjadi. Dokumen bisa berupa tulisan, gambar dan karya-karya monumental seorang. Hasil penelitian dari wawancara dan observasi akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen-dokumen yang lengkap seperti gambar.

3.3 Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan pada seluruh agroindustri yang masih aktif memproduksi sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Penelitian ini hanya terfokus di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo.

Metode penarikan sampel dilakukan menggunakan metode sampling jenuh atau yang sering disebut dengan metode sensus. Adapun yang dijadikan sampel adalah seluruh populasi (12 agroindustri sale pisang). Metode sensus merupakan metode dimana seluruh elemen (responden) dari setiap populasi diteliti satu persatu, hasilnya merupakan data sebenarnya yang disebut dengan parameter dan kesimpulannya ditarik berlaku umum serta pasti.

3.4 Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan tersebut diolah secara tabulasi, kemudian dilanjutkan dengan analis secara deskriptif. Metode analisis deskriptif yaitu

metode yang membuat deskripsi atau gambaran permasalahan yang sedang diteliti secara sistematis dan faktual serta membandingkannya dengan teori-teori dan pronsip-prinsip yang memiliki relevansi terhadap permasalahan yang sedang diteliti, kemudian diidentifikasi letak kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya.

Teknik penetuan strategi agribisnis sale pisang menggunakan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal kunci dan faktor-faktor internal kunci. Pemberian nilai bobot pada analisis SWOT untuk menentukan posisi keberadaan agroindustri sale pisang ini diabaikan karena dianggap memiliki derajat kepentingan yang sama. Hal ini dilakukan karena pada penelitian ini faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang diidentifikasi tidak ada nilai pembanding untuk memberi bobot. Sedangkan pemberian rating dari skala 4 yang berarti sangat kuat sampai dengan 1 yang berarti sangat lemah yang mempengaruhi perusahaan.

Analisis usaha meliputi perhitungan rata-rata biaya total dalam satu kali produksi, penerimaan satu kali produksi dan pendapatan satu kali produksi.

a. Menghitung biaya

$$\mathbf{TC = TFC + TVC}$$

Dimana: TC = *Total cost* (biaya total)

TFC = *Total fixed cost* (biaya tetap total)

TVC = *Total variable cost* (biaya variable total)

b. Menghitung penerimaan

$$\mathbf{TR = Hy.\ Y}$$

Dimana: TR = *Total revenue* (penerimaan total)

Y = *Kuantitas* (volume penjualan)

Hy = *Price* (harga jual)

c. Menghitung pendapatan

$$\boldsymbol{\pi = TR - TC}$$

Dimana: π = Pendapatan

TR = *Total revenue* (penerimaan total)

TC = *Total cost* (biaya total)

3.5 Konsepsi Pengukuran

Konsepsi penelitian dan pengukuran dalam agroindustri sale pisang ini adalah:

1. Bahan baku adalah bahan utama yang digunakan dalam proses produksi bahan baku yang digunakan adalah buah pisang (Kg)
2. Harga bahan baku sejumlah uang yang dibayarkan untuk membeli pisang (Rp/Kg)
3. Modal operasional adalah aset yang digunakan agroindustri untuk melakukan produksi. (Rp)
4. Tenaga kerja adalah orang yang bekerja yang dihitung dalam jumlah harian kerja (HOK)
5. Teknologi adalah alat yang digunakan untuk memudahkan proses produksi (Unit)
6. Penerimaan adalah jumlah produksi dikalikan dengan harga jual per bungkus (Rp)
7. Harga jual adalan harga produk sale pisang dalam bentuk bungkusan (Rp/gr)

8. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan secara tetap dan tidak habis langsung dalam proses produksi (Rp)
9. Biaya tidak tetap adalah biaya tambahan yang dikeluarkan dan habis langsung dalam proses produksi (Rp)
10. Pendapatan adalah hasil pengurangan penerimaan dengan total biaya produksi sale pisang (Rp)
11. Nilai rating adalah nilai yang diperoleh dengan cara memberikan skala mulai dari +1 (paling kecil) hingga +4 (paling besar), berdasarkan pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal
12. Nilai bobot adalah nilai yang diperoleh dari pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal
13. Skor adalah nilai yang diperoleh dari perkalian antara nilai bobot dan nilai rating
14. Kekuatan adalah faktor internal yang berarti keunggulan yang dimiliki oleh agroindustri
15. Kelemahan adalah faktor internal yang berarti keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki agroindustri
16. Peluang termasuk kedalam faktor eksternal yang berarti kondisi dari lingkungan
17. Ancaman termasuk kedalam faktor eksternal yang berarti kondisi dari lingkungan yang dapat menganggu agroindustri

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian

4.1.1 Letak Geografis

Kabupaten Bungo merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jambi yang secara geografis terletak sangat strategis antara 101’ 27’ sampai 102’ 30 Bujur Timur dan antara 01’ 55’ Lintang Selatan. Maka Kabupaten Bungo dijuluki sebagai “Kota Lintas” dengan semboyan “Bumi Langkah Serentak Lambai Seayun” yang merupakan dataran rendah yang berada pada ketinggian 0-25 meter diatas permukaan laut (dpl).

Pemerintah daerah Kabupaten Bungo secara administratif berbatasan dengan beberapa kabupaten/Provinsi. Kabupaten/Provinsi yang sangat mendukung upaya perkembangan dan kemajuan baik dibidang perdagangan, industri, transportasi, pertanian, pertambangan maupun pariwisata. Batas-batas Kabupaten Bungo adalah:

1. Sebelah Utara : Kabupaten Tebo dan Kabupaten Dhamasraya
2. Sebelah Selatan : Kabupaten Merangin
3. Sebelah Barat : Kabupaten Dhamasraya dan Kabupaten Kerinci
4. Sebelah Timur : Kabupaten Tebo

Menurut Badan Pusat Statistik secara administratif Kabupaten Bungo terdiri dari 17 Kecamatan yang meliputi 141 Desa dan 12 Kelurahan dengan luas wilayah 4.659 km². Kecamatan Bathin III adalah satu Kecamatan yang berada dalam wilayah Kabupaten Bungo.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Bathin III dengan luas wilayah 116,66 km² dengan jumlah penduduk 18.896 jiwa. Kecamatan Bathin III tidak lagi

disebut kecamatan Bathin III ilir dikarenakan, salah satu dusun yang disebut Bathin III ilir masuk ke wilayah kecamatan Bathin II Babeko untuk mencukupi syarat menjadi kecamatan Bathin II Babeko.

4.1.2 Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk suatu wilayah merupakan potensi yang berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu wilayah. Berdasarkan Kabupaten Bungo Dalam Angka 2020 Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Kabupaten Bungo sebanyak 374.337 jiwa dengan sex ratio sebesar 104,57, kepadatan penduduk 80,44 jiwa/km² serta laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,021%. Jumlah penduduk yang berada di Kecamatan Bathin III berjumlah sebanyak 27.500 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 14.071 jiwa dan perempuan 13.429 jiwa. Mengenai jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Bathin III dapat dilihati pada tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Bathin III

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
1	Laki-laki	14071
2	Perempuan	13429
	Jumlah	**27500**

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bungo, 2019

4.2 Keadaan Sarana dan Prasarana

4.2.1 Sarana Pendidikan

Aspek pendidikan merupakan aspek utama dalam upaya peningkatan kualitas sumberdaya manusia, yang dimulai dari pendidikan prasekolah sampai ke perguruan tinggi. Keberhasilan pembangunan suatu daerah dapat dilihat dari tingkat pendidikan masyarakatnya. Pendidikan memiliki peranan yang sangat penting baik dalam pengembangan suatu daerah maupun pengembangan suatu

usaha, dengan adanya pendidikan dapat menjadikan seseorang lebih memiliki pengetahuan yang luas dan dapat menerima pembaharuan. Sarana pendidikan yang dapat ditemui di Kabupaten Bungo Kecamatan Bathin III antara lain Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) dan Universitas.

Tabel 3. Jenis dan Jumlah Sarana Pendidikan di Kabupaten Bungo Kecamatan Bathin III Tahun

No	Jenis Sarana Pendidikan	Jumlah (Orang)
1.	SD/MI Negeri dan Swasta	248
2.	SMP/MTS Negeri dan Swasta	89
3.	SMA Negeri/Swasta	18
4.	MA Negeri/Swasta	18
5.	SMK Negeri/Swasta	15
6.	Universitas	1
	Jumlah	**389**

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bungo, 2019

4.2.2 Sarana Kesehatan

Sarana Kesehatan yang terdapat di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo yaitu 5 rumah sakit yang beroperasi di wilayah tersebut yaitu:

a) RSUD H Hanafie
b) RS Bungo Medika
c) RS Bersaudara
d) RS Central Medika
e) RSIA Permata Hati

Selain itu terdapat pula 18 puskesmas dan 61 puskesmas pembantu yang tersebar di berbagai wilayah Kabupaten Bungo.

4.3 Gambaran Umum Agroindustri Sale Pisang

Sektor industri dari kelompok industri kecil masih mendominasi sektor industri di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo didirikan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar yang

sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Dengan semakin banyaknya masyarakat bekerja pada agroindustri maka semakin berkurangnya tingkat pengangguran suatu daerah. Sentra agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III terdapat di Desa Purwo Bakti yaitu sebanyak 18 agroindustri akan tetapi yang masih aktif hanya terdapat 12 agroindustri sedangkan 6 agroindustri tidak aktif lagi.

Awal mula terbentuknya agroindustri sale pisang ini dikarenakan pada daerah Kecamatan Bathin III bahan baku pisang serawak sangat banyak dan bagaimana caranya agar pisang serawak tersebut tidak hanya dimakan langsung akan tetapi dimakan dalam bentuk yang berbeda. Sektor industri yang dimaksud pada penelitian ini adalah industri sale pisang yang pada proses pengolahannya menggunakan bahan baku utama yaitu pisang serawak. Kriteria buah pisang yang siap untuk diolah adalah buah yang matang petik, mengkal atau sedikit keras, masih hijau akan tetapi masih sedikit berwarna kuning, apabila terlalu matang akan mempengaruhi kualitas sale pisang.

Kegiatan agroindustri masih bertahan hingga saat ini karena banyaknya diminati oleh masyarakat dan dijadikan oleh-oleh khas muara bungo, agroindustri sale pisang pertama kali berdiri sejak tahun 1998 hingga saat ini semakin bertambah banyak. Agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III proses produksinya terkadang kurang stabil walaupun permintaan cukup banyak dan meningkat akan tetapi harus menyesuaikan dengan ketersediaan bahan baku untuk memenuhi stok, harga jual sale pisang Rp 7.000/perbungkus, sale pisang dapat ditemukan dengan mudah seperti di swalayan atau langsung keagroindustri.

a) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Sale Pisang Sari Rasa

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Sari Rasa	H. Iwan	1998	13	500.000	800-1.000 bungkus/ ± 400kg	Muara bungo, jambi, palembang, padang dan lampung	2-3

b) Pengusaha dan profil usaha agroindustri sale pisang tiga bintang

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Tiga Bintang	Astuti	2012	5	300.000 - 500.000	300-500 bungkus/ ± 150kg	Muara bungo dan jambi	2-3

c) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Sale Pisang Putri Mandiri

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Putri Mandiri	Sukoco wati	2015	4	700.000	300-500 bungkus/ ± 150kg	Muara bungo	2-3

d) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Nochvia

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Nochvia	Sardilah	1999	5	500.000	600-800 bungkus/ ± 300kg	Muara bungo, jambi, padang dan lampung	2-3

e) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Mekar Lestari

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Mekar Lestari	Suhartati	1998	5	500.000	600-800 bungkus/ ± 300kg	Muara bungo, jambi dan pekanbaru	2-3

f) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Sumber Rezeki

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Sumber Rezeki	Poniati	1999	6	500.000	600-800 bungkus/ ± 300kg	Muara bungo dan jambi	2-3

g) Pengusaha dan profil usaha agroindustri prita indah

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Prita Indah	Supriyati	2000	5	800.000	600-700 bungkus/ ± 300kg	Muara bungo, jambi dan padang	3-4

h) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Vusvita

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Vusvita	Sarjinah	2000	5	700.000	500-700 bungkus/ ± 250kg	Muara bungo, jambi dan padang	3-4

i) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Idola

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Idola	Muhammad	2013	3	700.000	600 bungkus/ ± 300kg	Muara bungo	3-4

j) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Anugrah

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Anugrah	Suhadi	2018	4	1.000.000	300-500 bungkus/ ± 250kg	Muara bungo	3-4

k) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Rifa

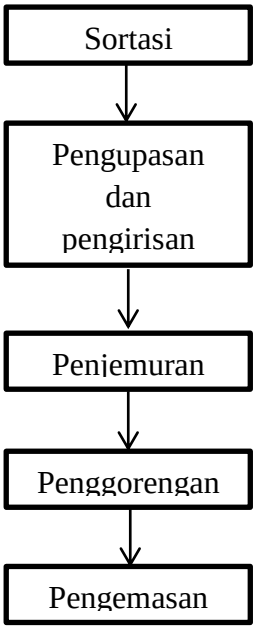
Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Rifa	Sundari	2016	5	1.000.000	300-500 bungkus/ ± 150kg	Muara bungo	2-3

l) Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Bungo Family

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Tahun Didirikan	Tenaga Kerja (Orang)	Modal (Rp)	Produksi (Bungkus /Kg)	Pemasaran	Pengerjaan (Hari)
Bungo Family	Supriyadi	2017	5	1.000.000	500-600 bungkus/ ± 250kg	Muara bungo	3-4

4.4 Proses Pembuatan Sale Pisang

Proses produksi yang dilakukan oleh agroindustri merupakan suatu cara atau rangkaian teknis untuk menghasil dan menambah kegunaan suatu produk dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. Kegiatan proses produksi agroindustri sale pisang dengan menggunakan alat dan bahan. Bahan baku utama yang digunakan adalah pisang serawak dan bahan penolong yang digunakan seperti minyak, tepung dan mentega. Sedangkan peralatan yang digunakan seperti kuali, spatula, ember, dan lain-lain. Adapun tahapan-tahapan dalam kegiatan pembuatan sale pisang adalah sebagai berikut dan dapat dilihat pada Lampiran 3:



Gambar 3. Kerangka Pembuatan Sale Pisang

a) Sortasi

Pisang yang telah diperoleh dari petani atau pemasok akan dilakukan pemilihan bertujuan untuk menentukan pisang yang baik untuk digunakan sebagai bahan baku. Adapun ciri-ciri pisang yang baik untuk digunakan adalah buah pisang mengkal atau sedikit keras, berwarna hijau kekuningan. Sortasi juga harus dilakukan oleh pengusaha agar mengantisipasi kerusakan pada saat pengangkutan dari petani atau pemasok karena buah mudah rusak dan busuk.

b) Pengupasan dan Pengirisan

Setelah dilakukan pemilihan pisang kemudian langkah selanjutnya adalah pengupasan kulit pisang, setelah dikupas pisang diiris tipis serta memanjang. Pengirisan menggunakan alat manual yaitu pisau tajam. Setiap pisang yang sudah diiris dimasukan kedalam ember untuk membersihkan getah yang ada pada pisang.

c) Penjemuran

Pisang yang sudah dibersihkan getahnya harus dijemur terlebih dahulu, pisang dijemur dengan menggunakan rigen atau biasa disebut dengan anyaman. Biasanya pisang dijemur dibawah sinar matahari, dengan dijemur kering sale pisang akan mendapatkan hasil yang baik saat penggorengan.

d) Penggorengan

Irisan pisang yang sudah dijemur kemudian digoreng dalam minyak panas selamat ± 5-7 menit. Proses penggorengan menggunakan sistem *deep fat trying* dimana bahan baku seluruhnya terendam dalam minyak goreng sehingga penetrasi panas merata dengan cepat. Apabila pada saat penggorengan minyak goreng sudah berwarna coklat minyak tersebut harus diganti, selama penggorengan dilakukan pengadukan secara pelan agar tidak melekat dan sale masak secara merata. Setelah digoreng ditirskan terlebih dahulu dan diletakkan kekoran atau plastik bening agar tidak banyak minyak yang menyerap pada sale pisang.

e) Pengemasan

Sale pisang yang telah ditiriskan sampai kering dikemas dalam plastik agar tetap gurih dan tahan lama, tujuan pengemasan antara lain adalah mempertahankan kualitas produk, menjaga kebersihan, mempermudah transportasi dan memberi daya tarik. Pengemasan harus rapat agar udara tidak masuk. Selain itu agar sale pisang terlindung dari kerusakan mekanis selama penyimpanan, pengangkutan dan pemajangan atau dapat menjaga kelembaban udara tetap rendah, karena pengemasan yang baik menentukan umur penyimpanan.

4.5 Biaya Total dan Pendapatan Agroindustri Sale Pisang

Biaya total merupakan sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh pengusaha agroindustri untuk membiayai kegiatan usahanya. Biaya yang diperhitungkan dalam penelitian ini adalah biaya yang sudah dikeluarkan oleh pengusaha agroindustri sale pisang dalam menjalankan usahanya selama satu kali proses produksi yang terdiri dari biaya tetap dan juga biaya variabel. Biaya tetap yaitu terdiri dari biaya penyusutan peralatan yang sudah digunakan dalam proses produksi sale pisang, sedangkan biaya variabel terdiri dari pembelian bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Besarnya biaya total yang dikeluarkan dalam proses produksi agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo selama satu kali produksi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Biaya Total Rata-rata Agroindustri Sale Pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Selama Satu Kali Proses Produksi

No	Uraian	Biaya Rata-rata (Rp)
1	**Biaya Tetap**	226.444
	a. Penyusutan	
2	**Biaya Variabel**	
	a. Pisang	435.416
	b. Minyak goring	198.516
	c. Tepung	153.125
	d. Mentega	113.750
	e. Plastik besar	191.666
	f. Plastik bungkus	263.750
	g. Lebel	261.666
3.	Tenaga Kerja	383.333
	Total	**2.227.666**

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 4 biaya total rata-rata yang dikeluarkan oleh pengusaha agroindustri sale pisang dalam menjalankan usahanya di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo dalam satu kali proses produksi sebesar Rp 2.227.666 deretan perincian biaya tetap yaitu penyusutan 226.444. Biaya variabel dengan rincian,

bahan baku pisang sebesar Rp 435.416, minyak goreng sebesar Rp 198.516, tepung sebesar Rp 153.125, mentega sebesar Rp 113.750, plastik besar sebesar Rp 191.666, plastik bungkus sebesar Rp 263.750, lebel sebesar Rp 261.666 dan upah tenaga kerja sebesar Rp 383.333.

Biaya untuk bahan baku paling besar yaitu pada pembelian pisang, harga pisang serawak untuk proses pembuatan sale pisang Rp 2.500 sampai Rp 3.000 persisir, dalam sekali proses produksi membutuhkan rata-rata 100-300 sisir pisang serawak. Jika bahan baku sulit harga pisang serawak adalah Rp 3.000 persisir, sedangkan jika bahan baku normal harga pisang serawak hanya Rp 2.500.

Setelah mengetahui besar biaya usaha yang dikeluarkan maka dapat mengetahui besarnya biaya pendapatan rata-rata usah agroindustri sale pisang dalam satu kali proses produksi yaitu mengurangkan penerimaan dengan total biaya. Penerimaan yang diperoleh pengusaha agroindustri sale pisang merupakan hasil dari penjualan kali harga sale pisang perbungkus. Besarnya biaya produksi agroindustri sale pisang dan penerimaan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo dalam satu kali proses produksi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penjualan dan Penerimaan Rata-rata Sale Pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Selama Satu Kali Proses Produksi

No	Uraian	Rata-rata
1	Penjualan (Bungkus)	525
2	Harga (Satuan)	7.000
	Penerimaan (Rp)	**Rp 3.675.000**

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Besarnya penerimaan tergantung pada jumlah produk yang dihasilkan dan harga jual produk sale pisang. Pengusaha agroindustri sale pisang melayani penjualan kepada konsumen secara langsung atau juga bisa melalui pedagang

pengecer. Berdasarkan Tabel 5 harga jual sale pisang di Kecamatan Bathin III relatif sama yaitu dengan harga Rp 7.000/bungkus. Jumlah penjualan sale pisang rata-rata sebanyak 525 bungkus. Penerimaan diperoleh dari penjualan di kali dengan harga jual perbungkus. Penerimaan rata-rata agroindustri sale pisang setiap satu kali proses produksi sebesar Rp 3.675.000.

Tabel 6. Pendapatan Rata-rata Agroindustri Sale Pisang Di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Selama Satu Kali Proses Produksi

No	Uraian	Rata-rata (Rp)
1	Penerimaan	3.675.000
2	Total Biaya	2.228.419
	Pendapatan	**Rp 1.446.580**

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Pendapatan usaha agroindustri sale pisang merupakan selisih penerimaan yang diperoleh dari usaha sale pisang dengan semua total biaya yang dikeluarkan agroindustri sale pisang. Berdasarkan hasil Tabel 6 dapat dilihat pendapatan rata-rata yang bisa diterima oleh pengusaha agroindustri sale pisang selama satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 1.446.580.

4.6 Perumusan Strategi Pengembangan Agroindustri Sale Pisang

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Tujuan utama merencanakan strategi adalah dengan melihat kondisi inrernal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam suatu perusahaan yaitu seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasa dari luar perusahaan, yaitu seperti peluang dan ancaman. Strategi sangat dibutuhkan untuk pengambilan suatu keputusan yang akan diambil.

Setelah melakukan observasi dapat diketahui apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat pada usaha agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Setelah mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk memudahkan merumuskan strategi apa yang akan dijalankan untuk meningkatkan usaha agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Berikut adalah hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal agroindustri sale pisang dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

4.6.1 Analisis Lingkungan Internal

Analisis faktor internal dilakukan agar dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha agroindustri sale pisang sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan. Berdasarkan identifikasi lingkungan internal maka dapat diketahui kekuatan dan kelemahan di daerah penelitian adalah sebagai berikut:

A. Kekuatan (*Strenght*)

1. Sentra agroindustri paling banyak terletak pada Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III

Sentra agroindustri sale pisang paling banyak terletak pada Kecamatan Bathin III dibandingkan Kecamatan lain yang menjual sale pisang yang sama, di Kecamatan Bathin III usaha sale pisang pertama kali dibuka pada tahun 1998 dan semakin berjalannya waktu semakin bertambah. Sale pisang di Kecamatan Bathin III terdapat sebanyak 18 agroindustri sale pisang tapi yang masih hanya aktif sebanyak 12 agroindustri.

2. Sale pisang menjadi oleh-oleh khas Kota Muara Bungo

Sale pisang yang dihasilkan dari Kecamatan Bathin III lebih berbeda dengan sale pisang yang diproduksi daerah lain dan pada Kecamatan Bathin III juga terdapat langsung sentra agroindustry sale pisang. Sale pisang selalu diberikan pada pendatang dan biasa dijadikan oleh-oleh untuk keluar kota. Sale pisang yang dihasilkan oleh agroindustri di Kecamatan Bathin III memiliki cita rasa yang berbeda dibandingkan agroindustri lain, maka dari itu sale pisang di Kecamatan Bathin III banyak diminati oleh masyarakat.

3. Produk sale pisang tahan lama

Sale pisang adalah salah satu produk yang memiliki umur simpan yang lama, dengan ketentuan dan penanganan yang sesuai. Pengemasan dengan plastik yang baik dan rapat serta penyimpanan pada tempat yang tidak terlalu lembab serta menghindari terkena sinar matahari secara langsung. Sale pisang dapat bertahan kurang lebih selama 3-4 bulan, asal proses penyimpanan dilakukan dengan baik.

Selain itu pemilihan bahan baku yang baik dan berkualitas juga penting guna membuat produk sale pisang tahan lama, pengusaha agroindustri sale pisang di daerah penelitian menggunakan bahan baku pisang serawak. Ukuran pisang yang besar dapat memudahkan proses dalam pemotongan, saat memasukkan sale pisang kedalam plastik, pastikan minyak sisa penggorengan yang terdapat pada sale pisang telah hilang sehingga sale pisang lebih renyah dan gurih. Walaupun sale pisang dapat disimpan pada waktu yang lama kualitas sale pisang akan semakin menurun.

4. Harga produk yang terjangkau

Harga jual sale pisang yang murah sebagai cemilan sehat dan oleh-oleh diminati oleh banyak masyarakat. Harga produk dapat berpengaruh langsung terhadap jumlah penerimaan yang diperoleh pengusaha sale pisang. Selain itu harga yang terjangkau juga berpengaruh langsung pada permintaan yang akan diperoleh pengusaha. Pada sentra agroindustri sale pisang, harga dibentuk berdasarkan kesepakatan antara pengusaha dan penyesuaian dengan harga sarana produksi. Harga sale pisang adalah Rp 7.000,- perbungkus dengan berat 500gr.

B. Kelemahan (*Weakness*)

1. Kualitas SDM yang masih biasa

Rata-rata pengusaha dan tenaga kerja agroindustri sale pisang hanya tamatan SMP/SMA sehingga harus lebih diperhatikan dan diberikan arahan. Kualitas SDM yang masih biasa dapat menjadi kelemahan dalam pengembangan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Sehingga pengusaha dan tenaga kerja kurang optimal dalam mengatur usaha, seperti kurang cermat dan kurang memanfaatkan teknologi yang ada.

Pengusaha dan tenaga kerja memiliki pengetahuan yang terbatas untuk mengelola usahanya yaitu dengan cara tradisional dan bekerja dengan alat-alat yang masih sederhana, sementara kebiasaan yang dimiliki tenaga kerja kurangnya menerima inovasi yang sudah diberikan guna agar agroindustri mereka semakin berkembang dan maju, maka dari itu pengusaha harus lebih inovatif lagi untuk mengembangkan usaha mereka.

2. Proses produksi masih sederhana

Proses produksi sale pisang masih menggunakan alat-alat yang masih sederhana dan manual, sehingga proses produksi agak sedikit lama. Ada beberapa proses produksi yang tidak dapat menggunakan teknologi karena hasilnya tidak akan sesuai sehingga harus dilakukan secara manual oleh tenaga kerja. Pengemasan merupakan tahapan terakhir yang penting sebelum dipasarkan, pengemasan sale pisang di Kecamatan Bathin III menggunakan bungkus plastik dengan berat 500gram.

3. Manajemen keuangan yang kurang

Beberapa agroindustri atau pengusaha sale pisang di Kecamatan Bathin III kurang memperhatikan mengenai manajemen keuangan, manajemen keuangan sale pisang masih menerapkan sistem yang masih sederhana bahkan beberapa agroindustri masih ada yang tidak mencatat pemasukan dan pengeluaran yang didapatkan. Pengusaha tidak mencatat ataupun membukukan secara rinci, padahal manajemen keuangan cukup penting sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk menentukan produksi sale pisang selanjutnya.

4.6.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis faktor eksternal dilakukan agar dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha agroindustri sale pisang sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan. Berdasarkan identifikasi lingkungan eksternal maka dapat diketahui peluang dan ancaman di daerah penelitian adalah sebagai berikut:

A. Peluang (*Opportunity*)

1. Memiliki hubungan yang baik dengan sesama pengusaha dan konsumen

Hubungan yang baik antara pengusaha sale pisang sangat diperlukan guna adanya pertukaran informasi antar sesama tidak hanya sesama pengusaha akan tetapi hubungan baik juga dijaga dengan konsumen. Pertukaran informasi juga bukan hanya yang berhubungan dengan sale pisang, tetapi yang lainnya. Seperti adanya pertemuan 2/3 bulan sekali, pertemuan ini diharapkan dapat menjalin kerjasama antar pengusaha dan konsumen. Pengusaha juga selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar terciptanya loyalitas dan kepuasan dengan produsen, terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara agroindustri dan pelanggan menjadi harmonis menjadi dasar bagi pembeli untuk rekomendasi dari mulut ke mulut serta dapat menguntungkan agroindustri.

2. Pangsa pasar yang masih cukup luas

Produk sale pisang di Kecamatan Bathin III telah banyak dikenal cukup luas. Produk tidak hanya dipasarkan di Muara Bungo tapi sudah ke berbagai kota, seperti di Jambi, Palembang, Padang, Pekanbaru dan lain-lain, Di Kecamatan Bathin III sale pisang dijadikan sebagai oleh-oleh khas Muara Bungo, sale pisang memiliki keunggulan harga yang terjangkau, serta rasa yang dari dulu hingga sekarang tidak berubah, sehingga masyarakat menjadikan sale pisang sebagai oleh-oleh atau jajanan yang sering dikonsumsi. Pangsa pasar sale pisang masih dapat terus dikembangkan jika benar-benar ditekuni.

3. Permintaan selalu meningkat dihari-hari besar

Semakin meningkatnya permintaan pasar pada hari raya seperti Idul Fitri untuk konsumsi sale pisang sebagai komoditas makanan ringan dapat menunjukkan adanya peluang pasar yang cukup baik, dampat positif yang didapatkan adalah memberikan motivasi kepada tenaga kerja untuk memproduksi lebih banyak dan mendapatkan hasil yang lebih banyak dari hari biasanya. Pada hari-hari besar permintaan semangkit meningkat seperti Hari Raya Idul Fitri, yang biasanya sale pisang hanya diproduksi 300 atau 500 bungkus, pada hari raya dapat menembus 800 hingga 1.000 bungkus yang dipasarkan.

4. Lokasi strategis untuk dijangkau

Lokasi agroindustri cukup strategis untuk dijangkau oleh pembeli dan juga kondisi lingkungan yang aman, lokasi strategis agroindustri tidak jauh dari kota dan sudah ramai dipadati penduduk sekitar. Untuk tempatnya pembeli hanya cukup pergi dari pusat kota ke agroindustri dengan waktu kurang lebih 5-10 menit, jika sudah memasuki Kecamatan Bathin III desa Purwobakti akan terlihat gapura besar dengan tulisan sentra sale pisang, setelah masuk kedalam gapura dari awal hingga akhir akan terlihat sepanjang jalan kiri dan kanan para penjual sale pisang dengan nama usaha mereka masing-masing. Jika pembeli jauh dari dari luar kota, sale pisang dapat dikirimkan ke alamat pembeli tanpa harus pergi jauh dan jika ingin diantarkan kerumah sale pisang juga dapat diantarkan dengan minimal pembelian.

B. Ancaman (*Threat*)

1. Adanya pesaing dari daerah lain

Agroindustri sale pisang tidak hanya ditemukan di Kecamatan Bathin III saja akan tetapi dapat ditemukan di Kecamatan lain dan kota lain, dari segi bentuk sale pisang hampir semuanya sama yang berbeda adalah proses pembuatan dan rasanya. Dari segi pengalaman juga sale pisang di Kecamatan Bathin III sudah lebih dulu buka dibandingkan sale pisang dari tempat lain, bahan dari tahun 1998 hingga sekarang masih bertahan, konsumen juga lebih banyak menyukai produk sale pisang dari Kecamatan Bathin III. Yang menjadi ancaman ada beberapa agroindustri sale pisang menjual dengan harga yang lebih murah, sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi harga jual sale pisang di Kecamatan Bathin III.

2. Kurangnya peran dari pemerintah

Peran pemerintah serta dinas terkait sangat penting guna berkembangnya usaha agorindustri tersebut. Tidak adanya pelatinah dan bantuan-bantuan lainya seperti dulu, sehingga membuat agroindustri tidak terlalu diperhatikan lagi, hal ini dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri. Sedangkan peran pemerintah dalam pembinaan dan pelatihan yang pernah dilakukan dapat mengontrol usaha sale pisang dengan baik, usaha sale pisang sudah dianggap mandiri sehingga tidak perlu lagi bantuan-bantuan seperti dulu, padahal menurut pengusaha sale pisang adanya pembinaan dan pelatihan dari pemerintah dapat terus memperbaiki usaha sale pisang lebih maju apa lagi untuk pengusaha-pengusaha yang baru.

3. Fluktuasi harga bahan baku dan suplai bahan baku tidak kontiyu

Fluktuasi bahan baku dapat menganggu proses dalam menjalankan usaha agroindustri sale pisang. Semakin bertambahnya agroindustri maka bahan baku semakin bersaing untuk didapatkan, jika bahan baku pisang serawak susah didapatkan maka harganya akat meningkat. Karena untuk memproduksi sale pisang hanya dapat menggunakan bahan baku pisang serawak saja. Harga akan kembali normal jika pasokan tercukupi, harga pisang serawak 1 sisir biasanya hanya Rp 2.000 namun jika sedang sulit didapatkan harga dapat menjadi 1 sisir adalah Rp 2.500 hingga Rp 3.000.

4.7 Penentuan Posisi dan Strategi Agroindustri Sale Pisang

4.7.1 Penentuan Posisi Agroindustri

Penentuan posisi agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III dilakukan dengan matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategic*). Analisis matriks IFAS dan EFAS berdasarkan hasil identifikasi, hasil identifikasi matriks IFAS dan EFAS didapatkan oleh hasil nilai bobot dan nilai rating masing-masing faktor. Setelah melalui penilaian maka akan diperoleh nilai sebagai titik kaudran yang akan menentukan dimana posisi agroindustri sale pisang pada diagram analisis SWOT, sehingga diperoleh hasil matriks IFAS dan EFAS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Matriks IFAS Agroindustri Sale Pisang

Faktor-faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
A. Sentra Agroindustri Paling Banyak Terletak Pada Kecamatan Bathin III	0,131	4	0,524
B. Sale Pisang Menjadi Oleh-oleh Khas Bungo	0,133	3,6	0,478
C. Produk Sale Pisang Tahan Lama	0,136	3,6	0,489
D. Harga Produk Yang Terjangkau	0,147	4	0,588
Total			2,07
Kelemahan			
E. Kualitas SDM Yang Masih Biasa	0,133	2,3	0,305
F. Proses Produksi Masih Sederhana	0,160	2,3	0,368
G. Manajemen Keuangan Kurang	0,160	2,3	0,368
Total			1,04

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Tabel 8. Matriks EFAS Agroindustri Sale Pisang

Faktor-faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
A. Memiliki Hubungan Yang Baik Dengan Sesama Pengusaha Dan Konsumen	0,142	4	0,568
B. Pangsa Pasar Yang Masih Cukup Luas	0,128	3	0,384
C. Permintaan Selalu Menigkat Di Hari-hari Besar	0,134	4	0,536
D. Lokasi Strategis Untuk Di Jangkau	0,146	3	0,438
Total			1,92
Ancaman			
E. Adanya Pesaing Dari Daerah Lain	0,145	3,6	0,522
F. Kurangnya Peran Dari Pemerintah	0,138	3,3	0,455
G. Fluktuasi Harga Bahan Baku Dan Suplai Bahan Baku Tidak Kontiyu	0,167	3,3	0,551
Total			1,52

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai skor yang didapatkan dari hasil penilaian masing-masing faktor, skor yang diperoleh pada matriks IFAS dapat dilihat menjadi kekuatan bagi agroindustri sale pisang yaitu dengan skor 0,588 dengan harga jual yang terjangkau, sedangkan yang menjadi kelemahan agroindustri sale pisang yaitu dengan skor 0,368 adalah proses produksi yang

masih sederhana dan yang manajemen keuangan yang masih kurang. Peluang utama yang berprotensi dimanfaatkan untuk agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III dapat dilihat pada matriks EFAS yaitu tersedianya memiliki hubungan yang baik dengan sesama pengusaha dan konsumen dengan skor 0,568. Pada matriks EFAS juga dapat dilihat adanya ancaman yang harus diantisipasi oleh pengusaha agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III adalah fluktuasi harga bahan baku dan suplai bahan baku tidak kontiyu dengan skor sebesar 0,551.

Tahapan yang harus dilakukan selanjutnya adalah menentukan posisi agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III dengan menjumlahkan skor dari aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk mendapatkan nilai tertimbang dan selisihnya seperti tabel dibawah ini:

Tabel 9. Jumlah Selisih Nilai Kekuatan (S) dan Kelemahan (W)

No	Faktor	Nilai
1	Kekuatan (S)	2,07
2	Kelemahan (W)	1,04
	Selisih (S-W)	1,03

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

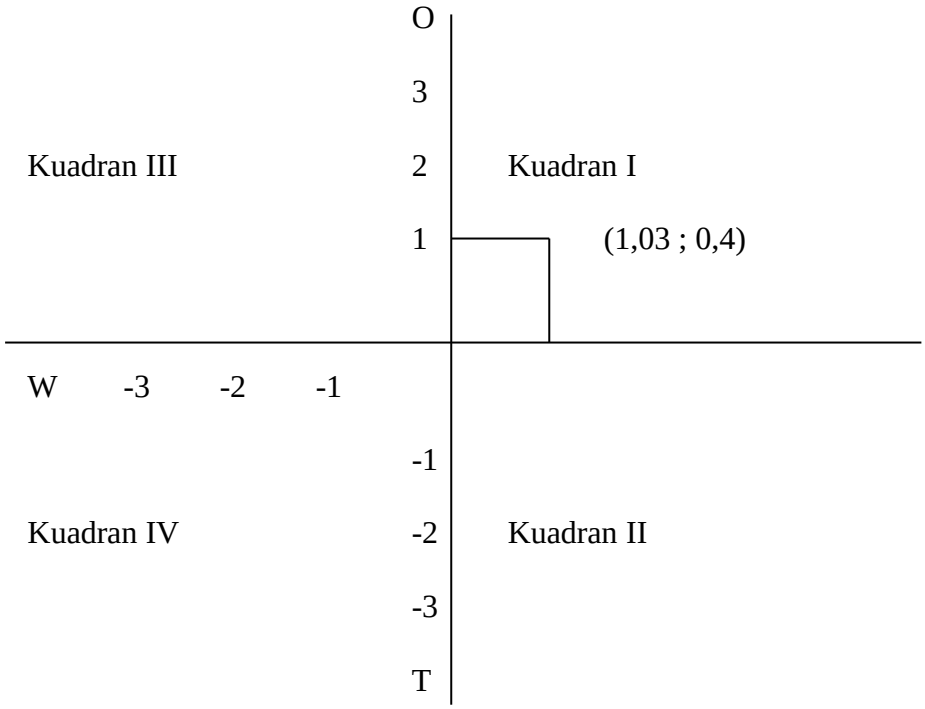
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai kekuatan lebih besar dibandingkan nilai kelemahan. Hal ini dapat diartikan bahwa agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo bersifat positif untuk keberlanjutan usaha sale pisang untuk masa yang akan datang.

Tabel 10. Jumlah Selisih Nilai Peluang (O) dan Ancaman (T)

No	Faktor	Nilai
1	Peluang (O)	1,92
2	Ancaman (T)	1,52
	Selisih (O-T)	0,4

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai peluang lebih besar dibandingkan nilai ancaman. Hal ini diartikan bahwa agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo berpeluang untuk dilakukan kedepan. Malalui selisih nilai dari masing-masing aspek pada matriks IFAS dan EFAS akan ditemukan nilai titik kaudran yang akan menentukan posisi agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo pada diagram analisis SWOT seperti dibawah ini:

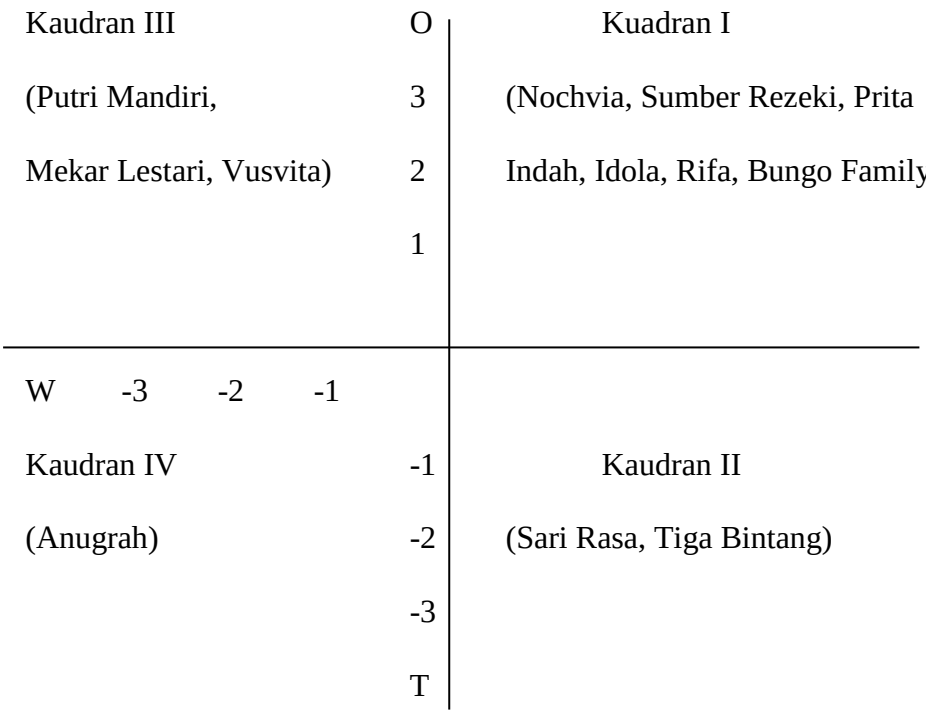


Gambar 3. Diagram SWOT

Dari diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo berada pada kaudran I diagram analisis SWOT. Menurut Fredy Rangkuti (2014) apabila diagram berada pada kaudran I maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Agroindustri sale pisang memiliku kekuatan serta peluang yang

dapat dimanfaatkan, agroindustri sale pisang dalam kondisi yang baik untuk terus dilanjutkan dengan melihat kekuatan maupun dengan peluang-peluang yang ada.

Kemudian dapat dilihat pada Lampiran 28 dan Lampiran 29 bahwa hampir seluruh agroindustri memiliki nilai peluang lebih besar dibandingkan nilai ancaman. Hal ini diartikan bahwa agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo berpeluang untuk dilakukan kedepan. Malalui selisih nilai dari masing-masing aspek pada matriks IFAS dan EFAS akan ditemukan nilai titik kaudran yang akan menentukan posisi agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo pada diagram analisis SWOT seperti dibawah ini:



Gambar 4. Diagram SWOT

Dari diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi masing-masing agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo berada pada

kaudran I diagram analisis SWOT. Menurut Fredy Rangkuti (2014) apabila diagram berada pada kaudran I maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Jika pada kaudran II meskipun menghadapi berbagai macam ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Jika pada kaudran III agroindustri menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dipihak lain ia memiliki beberapa kendala dan kelemahan. Yang terakhir kaudran IV ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan agroindustri dikarenakan memiliki berbagai macam ancaman dan kelemahan.

4.8 Alternatif Strategi Pengembangan Agroindustri Sale Pisang

Alternatif strategi pengembangan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo didapatkan dari hasil penentuan posisi strategi melalui matriks IFAS dan EFAS. Berdasarkan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa posisi strategi agroindustri sale pisang terletak pada kaudran I (1,03 ; 0,4). Adapun alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam melakukan pengembangan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Agroindustri Sale Pisang

Internal / Eksternal	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
	1. Sentra agroindustri paling banyak ditemui di Kecamatan Bathin III. 2. Karena sentra sale pisang paling banyak ditemui di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo, maka sale pisang dijadikan oleh-oleh khas bungo. 3. Sale pisang salah satu produk agroindustri yang memiliki umur simpan yang lama. 4. Harga produk sale pisang yang murah sebagai cemilan yang sehat dan diminati oleh masyarakat.	1. Rata-rata tenaga kerja tamatan sekolah biasa, bahkan ada yang tidak sekolah. 2. Proses produksi masih menggunakan alat yang sederhana atau manual sehingga lebih banyak memakan waktu. 3. Pengusaha tidak mencatat atau membukukan secara lengkap, seperti biaya transportasi dan yang lain.
Peluang (O) 1. Hubungan antar pengusaha sale pisang baik, sehingga adanya pertukaran informasi antar pengusaha satu dengan pengusahan lainnya. 2. Produk sale pisang tidak hanyak dipasarkan disatu kota tetapi sudah diberbagai kota lainnya. 3. Permintaan sale pisang selalu meningkat pada hari-hari besar seperti idul fitri, natal dan lain-lain. 4. Lokasi agroindustri startegi dan mudah ditemukan oleh pembeli.	**Strategi SO** 1. Mempertahankan kualitas produksi sale pisang dan pengembangan pasar lebih luas untuk usaha sale pisang di Kecamatan Bathin III. 2. Pemasaran produk sale pisang harus terus dikembangkan kekota-kota besar agar sale pisang lebih banyak dikenal.	**Strategi WO** 1. Mengoptimalkan kualitas SDM dengan menambahkan pelatihan-pelatihan sesama antar tenaga kerja sale pisang. 2. Difersifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar pada hari-hari besar. 3. Memberikan inovasi dan pelatihan menggunakan teknologi agar prorses pembuatan sale pisang lebih efektif dan efisien.
Ancaman (T) 1. Adanya pesaing sale pisang dari berbagai luar kota dan kecamatan. 2. Kurangnya peran dari pemerintah, seperti pelatihan yang tidak pernah dilakukan lagi. 3. Fluktuasi bahan baku dan kurangnya ketersediaan bahan baku dapat menyebabkan pengembangan agroindustri lambat.	**Strategi ST** 1. Pengelolaan tenaga kerja dan ketersediaan bahan baku harus tepat guna. Menghindari kekurangan bahan baku sehingga tidak menghambat proses pembuatan sale pisang. 2. Keseragaman harga jual dengan peran serta pengawasan pemerintah harus lebih diperhatikan agar semakin berkembangnya agroindustri sale pisang.	**Strategi WT** 1. Manejemen keuangan lebih diperhatikan, pengeluaran dan pemasukan yang didapat agroindustri sebaiknya dilakukan pencatatan. 2. Menjalin kinerja antar sesama pihak agroindustri untuk saling bertukar informasi.

Sumber: Data Olahan Data Primer 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat alternatif yang bisa diterapkan adalah sebagai berikut:

1) Strategi S-O

Strategi Strength-Opportunity (S-O) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah:

a) Mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar. Pasar merupakan tempat untuk mendistribusikan produk sale pisang kepada konsumen. Sehingga mempertahankan kualitas produksi sale pisang untuk dapat terus bersaing dan dalam upaya mengembangkan pemasaran. Pengembangan pasar dilakukan untuk peningkatan volume penjualan dengan menawarkan produk pada pedagang baru di daerah lain yang berpotensial.

b) Pemasaran produk sale pisang harus terus diperhatikan agar produk dapat berkembang keberbagai tempat, sehingga dapat menghasilkan atau dijadikan oleh-oleh ciri khas kota muara bungo. Semakin dikenalnya sale pisang dikota lain maka akan semakin banyak peminatnya.

2) Strategi W-O

Strategi Weakness-Opportunity (W-O) atau strategi kelemahan peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah:

a) Optimalisasi kualitas sumber daya manusia (SDM) berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam menjalankan agroindustri sale pisang.

Sehingga harus mengoptimalkan kualitas SDM untuk dapat mengelola sebuah perusahaan dengan baik.

b) Difersifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar. Pasar sebagai konsumen selalu menuntut kualitas dan inovasi yang baru. Sehingga diharapkan para pengusaha harus lebih inovatif lagi untuk mengembangan usahanya seperti diversifikasi produk dan dapat memaksimalkan produksi pada hari-hari besar.

3) Strategi S-T

Strategi Strength-Threat (S-T) atau strategi kekuatan ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah:

a) Pengelolaan tenaga kerja dan ketersediaan bahan baku. Ketersediaan tenaga kerja dan bahan baku dapat mendukung kelancaran dalam produksi sale pisang. Tenaga kerja yang cukup dan terampil dapat menentukan kualitas produk. Hal tersebut harus didukung dengan tersedianya bahan baku yang cukup dan berkualitas.

b) Keseragaman harga jual dengan peran serta pengawasan pemerintah. Harga jual yang bervariasi terutama pada pedagang pengecer dapat merugikan konsumen. Harga jual tidak dipertimbangkan dengan harga dari produsen. Dalam hal ini perlu pengawasan pemerintah dalam menetukan standar harga jual pedagang pengecer dan berdasarkan dengan kualitas produk. Konsumen dapat menawar apabila harga yang ditawarkan pedagang pengecer terlalu tinggi.

4) Strategi W-T

Strategi Weakness-Threat (W-T) atau strategi kelemahan ancaman adalah strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan adalah:

a) Manajemen keuangan harus lebih diperhatikan, seperti pencatatan harus lebih rinci menegenai biaya karena keuangan dalam usaha harus terus diperhatikan, apakah usaha tersebut menguntungkan atau malah sebaliknya.
b) Menjalin kerjasama yang baik dengan pihak terkait seperti masyarakat sekitar, pemerintah, pemasok, pedagang dan konsumen. Pengusaha melakukan pertemuan rutin untuk menciptakan iklim usaha yang baik antar berbagai pihak. Upaya yang lain yaitu pengusaha membentuk perkumpulan sesama pengusaha sale pisang. Sehingga pengusaha dapat mengetahui sejauh mana dalam mengembangkan usahanya.

4.9 Implikasi Hasil Penelitian

Agroindustri sebagai salah satu subsistem agribisnis yang merupakan komponen penting karena mempunyai dampak yang luas terhadap peningkatan nilai tambah, peningkatan kualitas hasil, peningkatan keterampilan pengrajin, dan lebih penting lagi kegiatan agroindustri dapat meningkatkan pendapatan pengrajin. Pengembangan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III merupakan hal yang sangat penting untuk di kembangkan. Ini dapat dilihat dari nilai faktor IFAS senilai 1,03 ini berarti secara internal sangat mendukung dalam pengembangan agroindustri sale pisang kedepannya. Begitu juga dengan nilai EFAS sebesar 0,4.

Ini mengindikasikan bahwa masih banyak peluang-peluang yang belum dimanfaatkan dengan baik. Dari hasil penelitian juga didapatkan 8 alternatif strategi yang mewakili dalam pengembangan dari hulu ke hilir dalam upaya pengembangan agroindustri sale pisang, yang dapat diterapkan di Kecamatan Bathin III. Dari sisi pendapatan menunjukkan bahwa agroindustri sale pisang ini menguntungkan dan layak untuk diusahakan dan dikembangkan, dengan kelayakan tersebut diharapkan dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pemerintah Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo. Kondisi ini memerlukan kerjasama antara pemerintah dan aparat desa dapat memberikan pendidikan dan pelatihan manajemen produksi secara intensif kepada pengrajin agroindustri sale pisang.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Pengembangan Agroindustri Sale Pisang Di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo:

1) Besarnya biaya total rata-rata yang dikeluarkan oleh agroindustri sale pisang selama satu kali proses produksi adalah Rp. 2.227.666. Sedangkan penerimaan rata-rata diperoleh selama satu kali produksi adalah Rp. 3.675.000 dan pendapatan rata-rata selama satu kali produksi adalah Rp. 1.466.580.
2) Faktor-faktor internal dan eksternal pada pengembangan agroindustri sale pisang di Desa Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungp antara lain:
   a. Kekuatan: Sentra agroindustri sale pisang terletak pada Kecamatan Bathin III, sale pisang menjadi oleh-oleh khas muara bungo, produk sale pisang yang tahan lama, kualitas sale pisang yang baik dan harga produk yang terjangkau.
   b. Kelemahan: Kualitas SDM yang masih kurang, pengemasan produk masih dan manajemen keuangan yang kurang.
   c. Peluang: Memiliki hubungan yang baik dengan sesama pengusaha dan konsumen, pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat dihari-hari besar, dan lokasi strategis untuk dijangkau.
   d. Ancaman: Adanya pesaing dari daerah lain, fluktuasi harga bahan baku, suplai bahan baku tidak kontinyu dan kurangnya peran dari pemerintah.

3) Alternatif Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo antara lain:

a. Mempertahankan kualitas produksi sale pisang dan pengembangan pasar.
b. Memanfaatkan teknologi untuk efisiensi produksi agroindustry sale pisang.
c. Mengoptimalkan kualitas SDM dan lingkungan yang aman pada agroindustri.
d. Diversivikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar agroindustri sale pisang.
e. Pengelolaan tenaga kerja serta ketersediaan bahan baku pisang serawak.
f. Kesamaan atau keseragaman penjualan harga sale pisang serta pengawasan oleh pemerintah.
g. Menjalin kerjasama yang baik terhadap pengusaha agroindustri sale pisang.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk upaya pengembangan agroindustri sale pisang di Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo adalah sebagai berikut:

1. Penentuan standart kualitas produk sale pisang dan bahan baku agar dapat memenuhi permintaan konsumen. Produk memiliki daya saing sehingga usaha ini mempunyai prospek yang baik untuk terus dikembangkan.
2. Sebaiknya pengembangan pasar dilakukan dengan meningkatkan promosi dan adanya pangsa pasar baru untuk mendapatkan pelanggan baru, terutama pelanggan dari luar kota muara bungo.
3. Ketersediaan suplai bahan baku pisang sebaiknya lebih terjamin, antara lain petani pisang, pemasok pisang, pemerintah dan pengusaha sendiri. Hal tersebut untuk meminimalisir terjadinya fluktuasi harga bahan baku pada pisang. Selain dari Kecamatan Bathin III bahan baku diperoleh dari daerah agar permintaan produk keripik pisang dapat tetap terpenuhi. Selain itu petani dapat mengembangkan lagi usahtani pisang serawak di Kecamatan Bathin III.