

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA AREN DI KABUPATEN KENDAL

by Titik Ekowati

Submission date: 20-Dec-2020 09:05AM (UTC+0700)

Submission ID: 1479451494

File name: 2015-_Leni.pdf (529.14K)

Word count: 4797

Character count: 26870

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA AREN DI KABUPATEN KENDAL

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF PALM SUGAR AGROINDUSTRY IN KENDAL REGENCY

Leni Sugiyowati*), Karno**), Titik Ekowati**)
e-mail: lenisugiyowati@yahoo.co.id

*) Mahasiswa Magister Agribisnis Universitas Diponegoro

**) Pengajar Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui a) aspek teknis produksi, aspek finansial, aspek pemasaran gula aren, b) alternatif strategi pengembangan agroindustri gula aren dan c) prioritas strategi pengembangan agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Lokasi penelitian di Kecamatan Limbangan, Kecamatan Boja dan Kecamatan Singorojo. Penelitian dilakukan dari bulan Desember 2013 sampai dengan bulan Februari 2014. Sampel pengrajin gula aren yaitu 90 pengrajin yang ditentukan dengan proporsional random sampling, sampel pedagang 36 pedagang dengan snowball sampling, responden sebagai key person yaitu 15 pengrajin dan 12 key person pada FGD (Forum Group Discussion) ditentukan secara purposive. Metode analisis data meliputi analisis finansial dengan menghitung biaya produksi dan pendapatan usaha pengolahan gula aren. Analisis aspek pemasaran dengan menghitung nilai margin pemasaran, farmer's share dan nilai efisiensi pemasaran. Analisis alternatif strategi dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa proses pengolahan gula aren di Kabupaten Kendal masih bersifat sederhana. Analisis aspek finansial yaitu rata-rata biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah Rp 89.960 dengan rata-rata produksi 10,48 kg. Penerimaan yang diperoleh yaitu Rp 108.157, sehingga pendapatan yang diperoleh adalah Rp 18.196. Analisis kelayakan usaha yaitu R/C ratio 1,2 dan B/C ratio 0,2 yaitu usaha ini layak dan menguntungkan. Analisis aspek pemasaran farmer's share dan nilai efisiensi pemasaran pada semua saluran pemasaran gula aren di Kabupaten Kendal sudah berjalan efisien. Berdasarkan analisis SWOT, posisi usaha pengolahan gula aren berada pada kuadran I. Alternatif strategi pengembangan agroindustri gula aren dengan menggunakan strategi S-O yaitu mendukung pertumbuhan agresif.

Kata Kunci : gula aren, finansial, pemasaran, SWOT.

ABSTRACT

This study was aimed to determine a) financial aspect and marketing aspect of palm sugar, b) alternative of development strategy of palm sugar agroindustry in Kendal Regency. The method used in this study was survey method. This study was conducted in Limbangan, Boja and Singorojo Sub Districts in December 2013 to February 2014. The samples in this study were: 90 palm sugar producers that were taken by using proportional random sampling, 36 sellers that were taken by snowball sampling, respondents as key persons consisted of 15 palm sugar producers that were taken purposively. Method of data analysis used in this study was financial analysis by calculating the cost of production and revenues of palm sugar processing business. Marketing aspect was analyzed by calculating the marketing margin, the farmer's share and the value of marketing efficiency. Alternative strategy was analyzed by using SWOT analysis. The analysis of financial aspect showed that the average cost of production process was Rp 89,960 and its average production was 10.48 kg. The revenue was Rp 108,157 and the income was Rp 18,196. The analysis of business feasibility showed that R/C ratio was 1.2 and B/C ratio was 0.2 which means that this business was feasible and profitable. The analysis of marketing aspect showed that the farmer's share and marketing efficiency index in all palm sugar marketing channels in Kendal Regency were efficient. Based on SWOT analysis, palm sugar processing business was positioned in the first quadrant. Therefore, the alternative of development strategy of palm sugar agroindustry was S-O strategy by supporting an aggressive growth.

Keywords: palm sugar, financial, marketing, SWOT

PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan salah satu subsistem agribisnis yang strategis, yaitu suatu bentuk keterpaduan antara sektor industri dan pertanian. Agroindustri diharapkan sebagai langkah awal pembangunan sektor industri terutama bagi negara yang didominasi sektor pertanian, menciptakan kondisi yang mendukung industri maju dengan pertanian tangguh, juga memberikan efek ganda melalui penciptaan lapangan kerja, perbaikan distribusi pendapatan, nilai tambah serta pembangunan pertanian yang berbasis agribisnis.

Agroindustri pengolahan hasil dari tanaman aren merupakan salah satu agroindustri potensial untuk dikembangkan. Aliudin dkk. (2011) melaporkan bahwa kerajinan gula cetak di Kabupaten Lebak Provinsi Banten mampu memberikan nilai tambah 74 persen. Gula aren berpotensi menjadi komoditas substitusi gula pasir dalam negeri selain dapat berperan untuk menekan ketergantungan terhadap impor gula.

Agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal berskala kecil dan dikelola secara individu dengan teknologi yang diwariskan secara turun temurun (konvensional). Selama ini pengrajin gula aren hanya memanfaatkan nira aren untuk diolah menjadi gula aren cetak (perbentuk padat), belum ada pengrajin yang memanfaatkan nira aren menjadi produk lain seperti gula semut maupun gula aren cair.

Agroindustri gula aren mempunyai nilai penting dalam meningkatkan kesejahteraan penduduk, potensi agroindustri gula aren yang besar dapat lebih dioptimalkan. Pengembangan agroindustri gula aren banyak menghadapi kendala yang harus disikapi karena adanya faktor-faktor yang menghambat usaha agroindustri ini, oleh karena itu diperlukan rumusan strategi dalam pengembangannya. Strategi

pengembangan agroindustri gula aren yang ditempuh harus disesuaikan dengan karakteristik dan permasalahan agroindustri yang bersangkutan. Strategi pengembangan akan berpengaruh dalam menjaga daya saing dan eksistensi usaha sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian keluarga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis finansial dan pemasaran serta alternatif strategi dalam pengembangan agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Limbangan, Kecamatan Boja dan Kecamatan Singorojo yang merupakan kecamatan tiga terbesar sentra produksi gula aren di Kabupaten Kendal. Waktu penelitian dari Bulan Desember 2013 sampai dengan Februari 2014.

Metode penentuan sampel

Populasi pengrajin di Kecamatan Limbangan, Boja dan Singorojo yaitu 908 pengrajin (Dinas Pertanian Kabupaten Kendal, 2012), dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel yaitu 90 responden, Sugiyono (2001) mengemukakan bahwa Rumus Slovin diperuntukan untuk penelitian yang bertujuan untuk mengukur rata-rata, total dan proporsi populasi. Rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N.e.e)$$

Dimana:

- n : jumlah sampel
- N : jumlah populasi
- e : toleransi ketidakteelitian

Penentuan sampel pedagang guna analisis aspek pemasaran yaitu menggunakan metode *snowball sampling* yaitu 32 responden. Responden untuk analisis SWOT sebanyak 15 pengrajin

gula aren ditentukan secara *purposive*, yaitu pengrajin gula aren dengan memperhatikan pengalaman dan kapasitasnya dalam usaha pengolahan gula aren

Metode analisis data

Data yang dikumpulkan diolah dan dianalisis. Analisis finansial meliputi biaya produksi, penerimaan dan pendapatan. Analisis pemasaran meliputi pola pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan nilai efisiensi pemasaran.

Menurut Soekartawi (2002), total penerimaan dan pendapatan dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

Penerimaan:
 $TR = P \times Q$

Dimana :

$TR = \text{total revenue/total penerimaan}$
 $P = \text{price/harga}$
 $Q = \text{quantity/jumlah produksi (tanaman)}$

Pendapatan dihitung menggunakan rumus :

$I = TR - TC$

Dimana :

$I = \text{revenue/pendapatan}$
 $TR = \text{total revenue/total penerimaan}$
 $TC = \text{total cost/biaya total}$

Limbong dan Sitorus (1987) mengemukakan bahwa margin pemasaran terdiri dari dua komponen yaitu biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Margin Pemasaran dihitung dengan rumus:

$$MP = \sum_{i=1}^n B_{pi} + \sum_{i=1}^n K_{pi} \quad \text{atau,} \quad MP = P_r - P_f$$

dimana :

$MP = \text{margin pemasaran (Rp/kg)}$
 $B_{pi} = \text{biaya lembaga pemasaran ke } i \text{ (Rp/kg)}$

$K_{pi} = \text{keuntungan pemasaran } i \text{ (Rp/kg)}$
 $P_r = \text{harga konsumen (Rp/kg)}$
 $P_f = \text{harga produsen (Rp/kg)}$

Menurut Soekartawi (2005), share harga yang diterima petani dapat dihitung:

$$SP_f = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

dimana :

$SP_f = \text{share harga di tingkat petani}$
 $P_f = \text{harga di tingkat petani}$
 $P_r = \text{harga di tingkat konsumen}$

Kaidah keputusan menurut Downey dan Erickson (1992):

$\geq 40\% = \text{efisien}$

$< 40\% = \text{tidak efisien}$

Menurut Roesmawaty (2011), untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

dimana :

$EP = \text{efisiensi pemasaran}$
 $TB = \text{total biaya pemasaran}$
 $TNP = \text{total nilai produk}$

Kaidah keputusan:

1. $0 - 33\% = \text{efisien}$

2. $34 - 67\% = \text{kurang efisien}$

3. $68 - 100\% = \text{tidak efisien}$

Perumusan strategi dalam pengembangan agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal digunakan analisis SWOT. Faktor-faktor internal yang menggambarkan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) dirangkum dalam matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary), sementara faktor-faktor lingkungan yang mencerminkan peluang (opportunity) dan ancaman (threat) dituangkan ke dalam matriks faktor strategi eksternal EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary). Penilaian terhadap faktor-faktor internal dan eksternal kemudian digunakan untuk menentukan

Tabel 1. Rata-rata Biaya Pengolahan Gula Aren Satu kali Proses Produksi per Hari

Uraian	Jumlah (Rp)
1. Biaya Produksi (Rp)	
a. Biaya tetap	
1) Penyusutan peralatan	412
b. Biaya tidak tetap	
1) Bahan baku/nira	37.971
2) Kayu bakar	10.232
3) Tenaga kerja	40.262
4) Bahan tambahan	671
Total biaya produksi	89.960
2. Penerimaan	
a. Produksi (kg)	10.48
b. Harga jual (Rp)	10.320
Total penerimaan (Rp)	108.157
3. Pendapatan (Rp)	18.196

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

posisi agroindustri gula aren pada diagram SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis finansial

Biaya produksi dapat dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap (fixed cost) dan biaya tidak tetap (variabel cost). Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya tergantung dari jumlah produksi yang dihasilkan (Soekartawi, 2002). Jenis biaya yang termasuk dalam biaya tetap pengolahan gula aren adalah biaya penyusutan peralatan yang digunakan. Kondisi peralatan akan terus menurun nilainya selama waktu pemakaian, peralatan yang digunakan yaitu: bambu penampung nira, wajan, cetakan gula dan tungku yang digunakan untuk memasak. Biaya tidak tetap dalam pengolahan gula aren bahan baku nira, kayu bakar, tenaga kerja dan bahan tambahan.

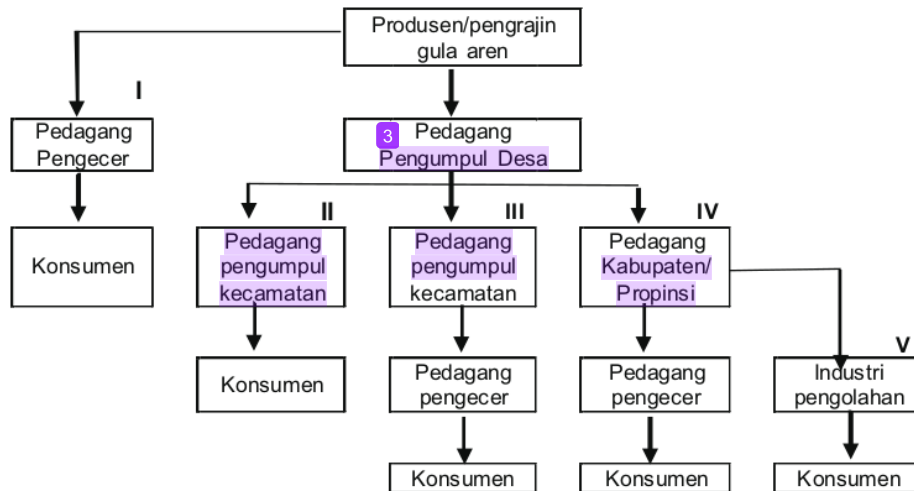
Total biaya produksi satu kali proses pengolahan per hari yaitu Rp 89.960, dengan rata-rata produksi 10,48 kg dan harga jual gula aren Rp 10.320 per kg. Pendapatan pengrajin gula aren merupakan penerimaan yang berasal dari

hasil penjualan produk (rupiah) setelah dikurangi biaya total yang dikeluarkan oleh pengrajin. Besarnya pendapatan yang diperoleh pengrajin dalam satu kali produksi per hari adalah Rp 18.196.

Pola Pemasaran

Ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula aren dari produsen atau pengrajin hingga ke konsumen. Pada umumnya pedagang pengumpul desa sudah mempunyai pengrajin langganan. Pedagang pengumpul desa datang ke rumah pengrajin secara berkala dua atau tiga hari sekali. Banyak jalur yang digunakan produsen/pengrajin gula aren dan lembaga pemasaran Gambar 1.

Nilai margin pemasaran pada masing-masing saluran berbeda, tergantung panjang pendeknya saluran pemasaran. Harga jual pengrajin dalam analisis margin pemasaran ini diperoleh dari harga pembelian gula aren dari pengrajin oleh pedagang sesuai saluran pemasarannya. Harga beli konsumen diperoleh dari harga jual pedagang pengecer. Pada Tabel 2 dapat diketahui margin pemasaran saluran I (Rp 2.500), saluran II (Rp 2.500), saluran III (Rp 3.500) dan saluran IV (Rp 4.500).



Gambar 1. Saluran Pemasaran Gula Aren dari Kabupaten Kendal

Tabel 2. Hasil Analisis Marjin Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran

Keterangan	Saluran 1		Saluran II		Saluran III		Saluran IV	
	Jml (Rp/kg)	Share (%)	Jml (Rp/kg)	Share (%)	Jml (Rp/kg)	Share (%)	Jml (Rp/kg)	Share (%)
Pengrajin								
Biaya prod	8.023	80,00	8.023	76,00	8.023	73,08	8.023	67,86
Harga jual	10.000		9.500		9.500		9.500	
Keunt.	1.977		1.477		1.477		1.477	
PP Desa								
Harga beli	-		9.500		9.500		9.500	
Biaya	-		453		441		715	
Keuntungan	-		547		559		785	
Harga jual	-		11.000		10.500		11.000	
PP Kecamatan								
Harga beli	-		-		10.500		-	
Biaya	-		-		388		-	
Keuntungan	-		-		612		-	
Harga jual	-		-		11.500		-	
PP Kab/Prop								
Harga beli	-		-		-		11.000	
Biaya	-		-		-		428	
Keuntungan	-		-		-		572	
Harga jual	-		-		-		12.000	
PP Pengecer								
Harga beli	10.000		11.000		11.500		12.000	
Biaya	650		521		572		665	
Keuntungan	1.258		979		928		1.335	
Harga jual	12.500		12.500		13.000		14.000	
Biaya (Rp/kg)	650		974		1.401		1.808	
Marjin(Rp/kg)	2.500		2.500		3.500		4.500	
Efisiensi (%)	5,20		7,79		10,78		12,91	

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan analisis margin pemasaran tersebut dapat diketahui bahwa margin pemasaran paling besar yaitu pada saluran IV. Margin pemasaran semakin besar dengan bertambahnya lembaga pemasaran yang terlibat, dengan demikian semakin panjang saluran pemasaran semakin besar marginnya, oleh karena itu harga ditingkat konsumen akan lebih mahal jika salurannya semakin panjang.

10
Nilai *farmer's share* pada saluran I (80,00%), saluran II (76,00%), saluran III (8) 3,08%) dan saluran IV (67,86%). Menurut Downey dan Erickson (1992) bahwa pemasaran hasil pertanian ditinjau dari bagian harga yang diterima oleh petani produsen, dikatakan efisien apabila harga jual petani lebih dari 40% dari harga tingkat konsumen. Mengacu pada pendapat tersebut hasil penelitian nilai *farmer's share* menunjukkan bahwa pemasaran gula aren di semua saluran sudah efisien. Posisi pengrajin apabila dilihat dari besarnya *Farmer's share* sangat (9) at.

Efisiensi saluran pemasaran yang paling efisien yaitu yang menunjukkan nilai efisiensi pemasaran yang paling kecil. Efisiensi pemasaran yang paling kecil baik pada produk mutu baik maupun mutu sedang yaitu pada saluran I, kemudian saluran II, III dan yang paling besar yaitu saluran IV. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran menjadi semakin besar dengan bertambahnya lembaga pemasaran yang terlibat. Biaya pemasaran adalah semua komponen biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam kegiatan untuk mengalirkan barang dari pengrajin hingga konsumen. Komponen biaya pemasaran gula aren dalam penelitian ini terdiri dari transportasi, pengemasan, penyortiran, penyimpanan, penjualan dan penyusutan. Nilai efisiensi pemasaran ditentukan oleh besar biaya pemasaran yang dikeluarkan dan nilai dari produk. Menurut Soekartawi (1997), efisiensi

pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai (9) oduk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Berdasarkan pendapat Rosmawati (2011) bahwa kaidah efisiensi pemasaran 0-33% termasuk dalam kategori efisien. Pada Tabel 2. menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran pada saluran I (5,30%), pada saluran II (7,84%), saluran III (9,41%) dan saluran IV (9,45%). Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran saluran I (5,20%), pada saluran II (7,79%), saluran III (10,78%) dan saluran IV (12,91%). Data hasil analisis efisiensi pemasaran pada semua saluran termasuk dalam kategori efisien.

Alternatif Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Aren

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha diidentifikasi dengan menyusun matriks internal dan eksternal.

Faktor Internal : Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*)

Evaluasi terhadap faktor internal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor kekuatan adalah sebagai berikut:

1. Keunggulan karakteristik gula aren.
Gula aren mempunyai aroma yang khas, rasa lebih manis, warna lebih coklat dibanding gula sejenis seperti gula tebu, gula kelapa maupun gula siwalan, gula aren mempunyai karakteristik lebih unggul dan lebih digemari konsumen. Gula aren juga populer oleh konsumen.
2. Ketersediaan tenaga kerja.
Pengolahan gula aren melibatkan tenaga kerja keluarga, pengolahan gula aren yang umumnya berlokasi di pedesaan mampu menyerap potensi

- tenaga kerja yang besar.
3. Proses pengolahan mudah. Proses pengolahan gula aren mudah, peralatan yang dibutuhkan sederhana sehingga tidak membutuhkan modal peralatan yang mahal.
 4. Produksi kontinyu. Setiap hari pengrajin mengambil nira pada pagi dan sore hari, sehingga setiap hari pengrajin dapat mengolah menjadi gula aren. Proses produksi yang kontinyu akan menjaga ketersediaan produk.
 5. Usaha menguntungkan. Usaha pengolahan gula aren ini menguntungkan, pada umumnya usaha pengolahan gula aren merupakan pekerjaan sampingan diluar pekerjaan pokok. Produksi yang setiap hari, sehingga hasil penjualan gula aren ini dapat sebagai pendapatan harian, hal ini sangat membantu karena sebagian besar pekerjaan pokok pengrajin adalah petani sawah yang penghasilan menunggu ketika panen tiba.
 6. Bahan baku mudah. Tanaman aren merupakan tanaman yang mudah tumbuh, sehingga nira aren mudah diperoleh. Pengrajin menyadap sendiri di pohon aren yang tumbuh di sekitar tempat tinggal pengrajin.
 7. Usaha sudah ditekuni cukup lama. Pengolahan gula aren ini merupakan usaha turun temurun, sudah dilakukan dalam kurun waktu bertahun-tahun sehingga mempunyai pengalaman yang memadai dalam pengolahan gula aren ini.

Selain memiliki faktor-faktor internal yang berpengaruh secara positif memberikan kekuatan agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal, terdapat juga faktor-faktor negatif yang menunjukkan

sisi lemah dari agroindustri gula aren ini, yaitu:

1. Belum menerapkan standar mutu produk. Produk gula aren yang dihasilkan belum mempunyai keseragaman kualitas, bentuk dan ukuran.
2. Belum mengembangkan inovasi produk. Pada umumnya pengrajin mengolah nira hanya menjadi gula aren cetak, belum ada inovasi produk olahan lainnya.
3. Belum menerapkan teknologi pengemasan. Pengrajin menjual gula ke pengepul dapat dikatakan tanpa kemasan yaitu dalam bentuk curah. Sifat gula aren yang
4. Penanganan bahan baku belum optimal. Kondisi nira sangat mempengaruhi kualitas gula yang dihasilkan, terutama tingkat pH dari nira. Rendahnya mutu nira karena belum efektifnya bahan tambahan yang digunakan pada penyadapan. Pengrajin perlu mengetahui pH yang tepat untuk diolah untuk menjaga kondisi nira agar kualitas gula yang dihasilkan senantiasa bagus.
5. Belum ada kelompok usaha. Jumlah pengrajin gula aren besar, namun belum ada kelompok usaha maupun kelompok pemasaran.

Faktor-faktor internal yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri gula aren dirangkum ke dalam matriks faktor strategi internal (IFAS, *Internal Factor Analysis Summary*) seperti pada Tabel 3.

Hasil ² penilaian matrik IFAS menunjukkan skor pada faktor kekuatan sebesar 2,21 dan skor pada kelemahan sebesar 1,02. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri gula aren memiliki kekuatan

Tabel 3. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Faktor – faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan			
1. Keunggulan karakteristik gula aren	0,07	3,40	0,24
2. Ketersediaan tenaga kerja	0,09	3,13	0,28
3. Proses pengolahan mudah	0,09	3,27	0,29
4. Produksi kontinyu	0,10	3,47	0,35
5. Usaha menguntungkan	0,10	3,60	0,36
6. Ketersediaan bahan baku mudah	0,11	3,40	0,37
7. Usaha sudah ditekuni cukup lama	0,09	3,53	0,32
Total	0,65		2,21
Kelemahan			
1. Belum menerapkan standar produk	0,07	2,93	0,21
2. Belum mengembangkan inovasi produk	0,09	3,53	0,32
3. Belum menerapkan teknologi pengemasan	0,07	2,47	0,17
4. Penanganan bahan baku belum efektif	0,06	2,27	0,14
5. Belum ada kelompok usaha	0,07	2,67	0,19
Total	0,36		1,02

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

2 yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya dengan selisih sebesar 1,19.

Faktor Eksternal : Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*)

Faktor yang menjadi peluang dan ancaman agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal. Adapun faktor yang peluang adalah sebagai berikut:

1. Permintaan semakin meningkat/perubahan preferensi konsumen akan pangan sehat.
2. Ketersediaan jaringan pemasaran. Banyaknya pedagang pengepul di masing-masing desa sehingga pengrajin mudah dalam menjual produk.
3. Diversifikasi produk olahan dari nira aren ini beragam, baik yang menggunakan teknologi sederhana, menengah maupun maju.
4. Kegiatan promosi yang sering dilakukan oleh pemerintah melalui pameran menjadi peluang dalam mengenalkan produk gula aren

dengan produk yang inovatif.

5. Kegiatan riset oleh universitas maupun balai penelitian sudah banyak dilakukan, diantaranya penelitian tentang teknik pengolahan, misalnya bahan tambahan yang tepat untuk pengawetan nira, pengawetan untuk memperpanjang umur simpan, dan lain-lain.
6. Program produk unggulan “*one product one village*” yang dicanangkan pemerintah dengan mengangkat keunggulan lokal daerah akan mampu mengenalkan ke konsumen yang lebih luas dan menjadi produk khas daerah.
7. Standardisasi produk gula aren telah diterbitkan oleh Badan Standardisasi Nasional yaitu SNI 01-3743-1995 : Standar Nasional Indonesia Gula Palma. Standar mutu guna meningkatkan daya saing mutu produk.
8. Produk substitusi gula pasir. Gula aren berpotensi menjadi komoditas substitusi gula pasir dalam negeri dan

untuk menekan ketergantungan terhadap imporgula.

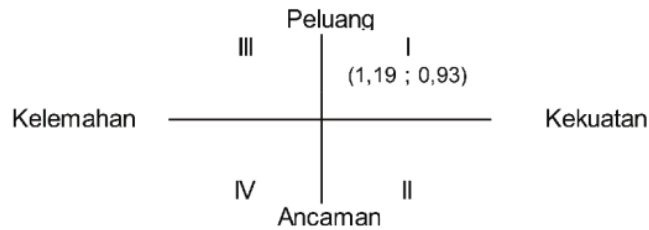
Faktor-faktor yang bersifat negatif yang dipertimbangkan memberikan ancaman terhadap agroindustri gula aren di Kabupaten Kendal adalah sebagai berikut :

1. Kayu bakar sebagai bahan bakar dalam pengolahan gula aren semakin sulit, sehingga pengrajin membeli di penggergajian kayu, hal ini mengakibatkan biaya produksi menjadi jauh lebih besar.
2. Tanaman aren tumbuh liar belum ada usaha budidaya. Upaya budidaya tanaman aren belum terencana, dimana perusahaan tanaman masih bersifat eksploitasi tanaman liar. Hal ini akan mengancam kelestarian tanaman aren. Selama ini perkebangbiakan tanaman aren mengandalkan faktor alam, yaitu dari perkecambahan biji yang jatuh dari pohon induknya atau dibantu binatang luak sehingga penyebaran tanaman tidak teratur.
3. Petani menjual nira tanpa proses pengolahan. Sulitnya mencari kayu bakar, pengrajin banyak yang beralih menjual air nira tanpa proses pengolahan.
4. Usaha pengolahan gula aren ini berada di pedesaan yang jauh, karena sesuai agroklimat tanaman aren yang tumbuh di hutan atau daerah yang berbukit sehingga biaya transportasi dalam pemasaran besar.
5. Lahan ditanami komoditi lain. Lahan pertanaman aren banyak yang bergeser ke subsektor lain, diantaranya ditanamai karet, sengon, jabon dan tanaman komersial lainnya.
6. Belum ada pembinaan, pelatihan maupun pendampingan usaha secara intensif dari instansi terkait. baik pembinaan teknologi pengolahan maupun sistem pemasaran hasil nantinya.
7. Informasi teknologi pengolahan dan hasil riset masih belum efektif dalam penyampaian ke pelaku utama.

Tabel 4. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Faktor – faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Nilai
Peluang (Opportunity)				
1.	Permintaan tinggi	0,08	3,53	0,28
2.	Ketersediaan jaringan pemasaran	0,09	3,67	0,33
3.	Diversifikasi produk	0,08	3,80	0,34
4.	Dukungan promosi pemerintah	0,07	3,40	0,24
5.	Riset teknologi pengolahan dan budidaya	0,07	2,73	0,19
6.	Produk unggulan <i>one product one village</i>	0,07	2,83	0,20
7.	Adanya SNI gula aren	0,06	3,13	0,22
8.	Produk substitusi gula pasir	0,07	3,00	0,21
Total		0,60		2,01
Ancaman (Threat)				
1.	Keterbatasan bahan pendukung kayu bakar	0,08	3,47	0,28
2.	Belum ada budidaya intensif tanaman aren	0,04	2,27	0,09
3.	Petani menjual nira tanpa proses pengolahan	0,06	2,47	0,15
4.	Jarak tempuh jauh dan kondisi jalan buruk	0,05	2,47	0,12
5.	Lahan ditanami komoditi lain	0,06	2,80	0,17
6.	Belum ada pembinaan, pendampingan usaha	0,06	2,53	0,15
7.	Minim informasi teknologi pengolahan	0,05	2,47	0,12
Total		0,397		1,08

Sumber : Data primer yang diolah, 2014



Gambar 2. Diagram SWOT Agroindustri Gula Aren di Kabupaten Kendal

Faktor-faktor lingkungan yang mencerminkan peluang dan ancaman dituangkan ke dalam matriks faktor strategi eksternal (EFAS, *External Factor Analysis Summary*). Perhitungan secara kuantitatif terhadap identifikasi faktor internal dapat dilihat pada Tabel 4.

Pada Tabel 4. berdasarkan identifikasi faktor eksternal diperoleh skor peluang sebesar 2,01 dan skor pada ancaman sebesar 1,08 sehingga menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki perusahaan lebih besar dari ancaman dengan selisih 0,93.

Matrik SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor

internal dan eksternal diperoleh skor pembobotan, dari skor pembobotan selanjutnya diplotkan pada gambar analisis diagram. dari bobot faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, diperoleh koordinat (1,19 ; 0,93) Gambar diagram faktor internal eksternal sebagai berikut :

Menurut Rangkuti (2006), perusahaan akan berada pada posisi strategis dari empat posisi strategi yang ada, yaitu pada kuadran I pilihan strateginya adalah *aggressive strategy* atau strategi *SO* (*strengths–opportunities*), kuadran II pilihan strateginya adalah *diversification strategy* atau strategi *ST* (*strengths-*

Tabel 5. Formulasi Analisis Matrik SWOT

IFAS <i>(Internal Factor Analysis Strategy)</i>	Kekuatan (<i>Strenght</i>) 1. Ketersediaan bahan baku mudah 2. Usaha menguntungkan 3. Produksi kontinyu 4. Usaha sudah ditekuni cukup lama 5. Ketersediaan tenaga kerja 6. Proses pengolahan mudah 7. Keunggulan karakteristik gula
EFAS <i>(Eksternal Factor Analysis Strategy)</i>	Strategi S-O 1. Pengembangan diversifikasi produk 2. Penguatan pengembangan pasar, membuka jaringan pemasaran dan orientasi ekspor 3. Peningkatan kapasitas produksi 4. Peningkatan promosi melalui kegiatan pameran 5. Penerapan standar mutu produk 6. Penguatan sebagai produk unggulan khas daerah 7. Mengoptimalkan kegiatan riset spesifik lokasi
Peluang (<i>Opportunity</i>) 1. Diversifikasi produk 2. Ketersediaan jaringan pemasaran 3. Permintaan tinggi 4. Dukungan promosi pemerintah 5. Adanya SNI gula aren 6. Produk substitusi gula pasir 7. Program produk unggulan <i>one product one village</i> 8. Dukungan riset teknologi pengolahan dan budidaya tanaman aren	

Data primer yang diolah, 2014

2 threats), kuadran III pilihan strateginya adalah *improvement strategy* atau strategi WO (*weaknesses-opportunities*), dan kuadran IV pilihan strateginya adalah *defense dan survival strategy* atau strategi WT (*weaknesses-threats*).

Berdasarkan hasil diagram dapat diketahui bahwa perusahaan berada dalam kuadran I. Hal ini menunjukkan 1) agroindustri gula aren berada pada situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya. Dengan demikian, strategi yang sebaiknya digunakan adalah strategi yang mendukung pertumbuhan agresif dengan memanfaatkan peluang yang ada (Rangkuti, 2006).

Berdasarkan analisis matrik SWOT pada Tabel 5 alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan agroindustri gula aren yaitu strategi kekuatan dan peluang (strategi S-O). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Rangkuti, 2000). Strategi S-O meliputi: Pengembangan diversifikasi produk, penguatan pengembangan pasar, membuka jaringan pemasaran dan orientasi ekspor, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan promosi melalui kegiatan pameran, penerapan standar mutu produk, penguatan sebagai produk unggulan khas daerah, mengoptimalkan kegiatan riset spesifik lokasi.

SIMPULAN

Analisis aspek finansial yaitu rata-rata biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah Rp 89.960 dengan rata-rata produksi 10,48 kg. Penerimaan yang diperoleh yaitu Rp 108.157 dan pendapatan yang diperoleh adalah Rp 18.196. Analisis kelayakan usaha nilai R/C ratio 1,2 dan B/C ratio 0,2 yaitu usaha ini menguntungkan. Analisis aspek pemasaran yaitu nilai *margin pemasaran*, *farmer's share* dan nilai

efisiensi pemasaran pada semua saluran pemasaran gula aren di Kabupaten Kendal sudah berjalan efisien.

Posisi usaha pengolahan gula aren berada pada kuadran I. Alternatif strategi pengembangan agroindustri gula aren dengan menggunakan strategi S-O yaitu mendukung pertumbuhan agresif yaitu dengan pengembangan diversifikasi produk, penguatan pengembangan pasar, membuka jaringan pemasaran dan orientasi ekspor, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan promosi melalui kegiatan pameran, penerapan standar mutu produk, penguatan sebagai produk unggulan khas daerah, mengoptimalkan kegiatan riset spesifik lokasi.

SARAN

Tersedianya potensi tanaman aren di Kabupaten Kendal, pemerintah selaku pemegang kebijakan dapat meningkatkan pengembangan agroindustri gula aren dengan lebih meningkatkan peran serta *stakeholder* terkait dan peluang-peluang kerjasama dengan pihak swasta. Diperlukan *pilot project* yang terpadu yang berorientasi agribisnis. Diperlukan kebijakan pemerintah yang komprehensif dari aplikasi teknologi inovatif, sarana promosi yang efektif dan efisien, dan diperlukan kerjasama dengan civitas akademik atau Balai Penelitian Teknologi Pertanian guna penelitian mengenai teknologi spesifik lokasi pengolahan berbahan baku nira aren guna penyusunan Standar Operasional Produksi (SOP) sehingga dihasilkan produk yang seragam dan memenuhi standar mutu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliudin, S., Sariyoga dan D. Anggraini. 2011. Efisiensi dan pendapatan usaha gula aren cetak. *Jurnal Agro Ekonomi*. 28 (1): 73-85.
- Dinas Pertanian Peternakan Perkebunan dan Kehutanan. 2012. *Statistika Pertanian Peternakan, Perkebunan dan Kehutanan*

- Kabupaten Kendal Tahun 2011. Kendal.
- Downey, W.D., dan S.P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga. Jakarta.
- Limpong, W.H. dan Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, F. 2002. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Roesmawaty, H. 2011. Analisa efisiensi pemasaran pisang di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. Jurnal Agrobisnis. 3(5): 1-9.
- Soekartawi. 2002. Analisa Usaha Tani. UI Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2005. Prinsi Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. PT Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. 2001. Statistika Nonparametrik untuk Penelitian. Alfabeta. Bandung.

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA AREN DI KABUPATEN KENDAL

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnalkampus.stipfarming.ac.id Internet Source	2%
2	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.undip.ac.id Internet Source	2%
4	ejurnal.litbang.pertanian.go.id Internet Source	1%
5	www.bpk-palembang.org Internet Source	1%
6	ejurnal.untag-smd.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Mataram Student Paper	1%
8	referensiagribisnis.files.wordpress.com Internet Source	1%
9	media.neliti.com	

Internet Source

1%

10 jurnal.um-palembang.ac.id
Internet Source

1%

11 fp.unsil.ac.id
Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA AREN DI KABUPATEN KENDAL

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12
