

**STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI EMPING JAGUNG**
(Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang)

Oleh :
JOHANNES MARULI TUA



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2010**

**STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI EMPING JAGUNG**
(Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang)

Oleh :
JOHANNES MARULI TUA
0610440027-44

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S – 1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2010**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Februari 2010

Johannes Maruli Tua



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul skripsi : Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung
(Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang)
Nama : Johannes Maruli Tua
NIM : 0610440027-44
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Utama,

Pendamping,

Ir. Purwohadi Wijoyo

NIP. 19450128 197903 1 001

Silvana Maulidah, SP. MP

NIP. 19770309 200701 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS

NIP. 19530715 198103 1 006

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji Pertama

Penguji Kedua

Ir. Purwohadi Wijoyo
NIP. 19450128 197903 1 001

Silvana Maulidah, SP. MP
NIP. 19770309 200101 2 001

Penguji Ketiga

Penguji Keempat

Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS
NIP. 19530715 198103 1 006

Sujarwo, SP. MP
NIP. 19780503 200501 1 001

Tanggal Lulus :

RINGKASAN

JOHANNES MARULI TUA. 0610440027-44. Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung (Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang). Di bawah bimbingan Ir. Purwohadi Wijoyo dan Silvana Maulidah, SP. MP.

Sektor pertanian tidak bisa hanya tergantung kepada produk primer pertanian saja, melainkan harus dilakukan pembangunan pertanian yang mempunyai orientasi kepada pengembangan produk atau pengolahan produk. Pendekatan pembangunan pertanian diupayakan lebih mengarah kepada pengembangan nilai tambah dari produk primer pertanian dengan adanya industri yang dapat mengolah produk primer pertanian menjadi produk olahan. Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan produk primer pertanian serta untuk mendukung pengembangan nilai tambah produk pertanian, sesuai dengan kebijakan pembangunan pertanian jangka panjang, adalah pengembangan agroindustri. Agroindustri dapat diartikan sebagai industri yang pada umumnya menggunakan bahan baku lokal.

Salah satu agroindustri yang termasuk dalam delapan produk unggulan Kota Malang tidak lain adalah agroindustri emping jagung. Agroindustri emping jagung ini menggunakan bahan baku jagung pipilan yang nantinya akan diolah menjadi emping jagung dengan berbagai rasa maupun emping jagung siap goreng yang akan didistribusikan ke daerah pemasaran, baik di dalam kota maupun ke luar Kota Malang bahkan sampai kepada luar negeri.

Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah untuk menganalisis seberapa besar nilai tambah emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi; menganalisis biaya, penerimaan, dan keuntungan emping jagung siap goreng maupun emping jagung konsumsi, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan kondisi kekuatan, kelemahan, ancaman, serta peluang yang ada.

Hipotesis dari penelitian ini adalah nilai tambah agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng, dengan adanya nilai tambah yang besar maka agroindustri emping jagung siap konsumsi akan lebih menguntungkan.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yakni pada Agroindustri Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Pertimbangan penentuan lokasi penelitian ini adalah bahwa daerah tersebut merupakan daerah yang memproduksi emping jagung yang merupakan salah satu produk unggulan Kota Malang. Kedua, kondisi di lokasi penelitian, menunjukkan bahwa Agroindustri Emping Jagung mempunyai peluang yang tinggi untuk dikembangkan karena untuk emping jagung siap goreng atau setengah jadi sasarannya adalah pabrik makanan ringan di luar Kota Malang dan untuk emping jagung siap saji atau produk jadi sasarannya adalah supermarket besar. Sementara kenyataan lain pada lokasi penelitian masih terdapat kendala-kendala yang harus dihadapi, baik peluang maupun ancaman, oleh para pelaku Agroindustri Emping Jagung dalam upaya pengembangan Agroindustri Emping Jagung.

Data penelitian diperoleh dengan wawancara langsung pada tiap-tiap responden dan observasi ke lokasi masing-masing industri emping jagung. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua. Pertama data primer yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian pada lokasi agroindustri emping jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Malang. Kedua, data Sekunder yang diperlukan untuk melengkapi data primer yang sudah ada. Data sekunder diambil dari data yang telah ada dari pemilik perusahaan yang terkait dalam penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : (1) Analisis kuantitatif yang meliputi : analisis nilai tambah, analisis biaya, analisis penerimaan, analisis keuntungan, analisis QSPM, serta (2) Analisis kualitatif yang meliputi: analisis lingkungan (internal dan eksternal), analisis matrik SWOT, analisis matrik Internal-Eksternal, analisis matrik *Grand Strategy*.

Hasil dari penelitian ini antara lain : (1) Agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng. Nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap konsumsi adalah Rp 5.678,- atau 69% dari nilai produk. Sedangkan nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap goreng adalah Rp 503,- atau 18% dari nilai produk. (2) Agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan dibanding agroindustri emping jagung siap goreng, dimana agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan keuntungan sebesar Rp 2.449.632,8,- selama satu kali proses produksi, sedangkan agroindustri emping jagung siap goreng menghasilkan keuntungan Rp 142.395,1,- selama satu kali proses produksi. (3) Dari hasil analisis QSPM strategi yang harus dilakukan dan didahulukan antara lain adalah: a) Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai dengan selera konsumen; b) Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik; c) Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan

SUMMARY

JOHANNES MARULI TUA. 0610440027-44. The Development Strategy Of Emping Jagung Agroindustry (Pandanwangi Sub-District, District of Blimbing, Malang City). Supervisor : Ir. Purwohadi Wijoyo, Co-supervisor : Silvana Maulidah, SP. MP.

Agricultural sector can not only depend on primary agricultural products alone, but also need agricultural development with the orientation to product development or processing of products. Agricultural development approach is more directed to the development of added value of primary agricultural products with the industry that can process primary agricultural products into processed products. One effort to overcome problems related to primary agricultural products and to support the development of value-added agricultural products, in accordance with the policy of long-term agricultural development, is the development of agroindustries. Agroindustries can be interpreted as the industries that typically use local raw materials.

One of the agroindustries that are included in eight Malang superior product is emping jagung agroindustry. Emping jagung agroindustry using corn kernels as raw materials which will be processed into emping jagung with different flavors and emping jagung ready to fry that ready to be distributed to the marketing area, both inside and outside the city of Malang even to foreign countries. More over, the production volume of emping jagung is high. However, there are many problems, both from the internal side and that came from outside or external, that must be faced by emping jagung agroindustry, among others: the lack of new production technologies to be applied effectively, inadequate production area or have limited production area, limited capital for business development, no appropriate management system, and also the use of simple activities of promotion.

The purpose of this research is to analyze how much added value emping prepared fried corn or corn emping ready for consumption; analyze costs, revenues, and profits emping ready to fry emping jagung or empig jagung ready for consumption, and to formulate appropriate development strategies based on the condition of strengths, weaknesses , threats, and opportunities.

The hypothesis from this research is the added value of emping jagung ready for consumption agroindustry is higher than the added value of emping jagung ready to fry, therefore the emping jagung ready for consumption is more profitable.

The location determining method is done on purpose (purposive), at the Agroindustry Emping Pandanwangi Sub-District, District of Blimbing, Malang City. The Consideration of determining the location of this research is that these areas are regions that produce emping jagung which is one of Malang superior product. Second, the fact in our research, that Emping jagung agroindustry has a high chance to be developed as ready to fry emping jagung or semi-finished goal was snack food factory outside of Malang and to emping jagung ready for consumption or corn products the goal is a big supermarket. But other reality, there are still problems to overcome, both opportunities and threats, by the owner of emping jagung in order to develop emping jagung agroindustry.

Research data obtained by direct interview of each respondent and observation to the location of each emping jagung industry. Based on the source of acquisition, the data are divided into two. The first primary data obtained directly from the respondents on the location of the agroindustry. Second, secondary data needed to complete the primary data that already exists. Secondary data drawn from the existing data from a related company owners in this study. Analysis of the data used in this study include: (1) quantitative analysis including: analysis of value-added, cost analysis, revenue analysis, profit analysis, QSPM analysis, and (2) qualitative Annalisis include: environmental analysis (internal and external) , SWOT matrix analysis, analysis of Internal-External Matrix, Grand Strategy Matrix analysis.

The results of this study: (1) The emping jagung ready for consumption gives higher added value than the emping jagung ready to fry. The added value for ready to fry is Rp 503, - or 18% of the value of the product. Meanwhile, the added value of emping jagung ready for consumption is Rp 5678, -, or 69% of the value of the product. (2) The emping jagung ready for consumption is more profitable than the emping jagung ready to fry. The profit of emping jagung ready to fry is Rp 142,395.1, - while the emping jagung ready for consumption make a profit of Rp 2.449.632,8, - (3) From the analysis QSPM, the strategy needs to be done and prioritized include: a) Increase the quantity, continuity, quality or product innovation along with the use appropriate technology and efficiently in order to create product of emping jagung that match the consumer's demand; b) Managing the processes of management, both of production management, financial management and human resources management; c) Increasing the promotion activities to attract consumers of emping jagung accompanied by cooperation with local governments for the administration of this promotion and licensing.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas Anugerah dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan segala kegiatan dalam menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung (Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang)”.

Penulisan Skripsi ini disusun atas bantuan, kerja sama, serta segala fasilitas yang diberikan oleh semua pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS. selaku Ketua Jurusan Sosial ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya sekaligus selaku dosen penguji atas kritik dan sarannya sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
2. Bapak Ir. Purwohadi Wijoyo selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, nasehat, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
3. Ibu Silvana Maulidah, SP. MP. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing, memberikan saran, serta memberikan dukungan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Bapak Sujarwo, SP. MP. selaku dosen penguji atas kritik dan sarannya sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
5. Keluarga Hutaaruk tercinta yang telah memberikan masukan, semangat, dan doanya sehingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuannya dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca sangat di harapkan.

Akhir kata, semoga Skripsi ini berguna bagi kita semua.

Malang, Februari 2010

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta, pada tanggal 17 Januari 1988 sebagai putra kedua dari tiga bersaudara dengan ayah bernama Leonard Hutauruk dan Ibu bernama Zeni Napitupulu.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDK Slamet Riyadi (1994-2000), dan melanjutkan ke SLTPK Slamet Riyadi (2000-2003), kemudian meneruskan studi di SMA Negeri 48 Jakarta Timur (2003-2006). Penulis menjadi mahasiswa Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang, pada tahun 2006 melalui jalur PMDK.

Selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian, penulis pernah ikut dalam kegiatan intra maupun ekstra, antara lain pernah menjadi asisten praktikum mata kuliah Perilaku Konsumen selama satu semester (2008/2009), pernah aktif dalam kegiatan kepanitiaan di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (PERMASETA) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya (2006/2007), serta pernah aktif dalam kepengurusan serta kepanitiaan PMK CC (Persekutuan Mahasiswa Kristen “Christian Community”) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya (2006-2009).

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY.....	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Tentang Agroindustri.....	11
2.2.1 Pengertian Agroindustri.....	11
2.2.2 Skala Usaha Agroindustri.....	12
2.2.3 Peranan Agroindustri.....	13
2.2.4 Pengembangan Agroindustri	15
2.2.5 Permasalahan Dalam Pengembangan Agroindustri	16
2.3 Nilai Tambah	18
2.4 Konsep Biaya dan Keuntungan	20
2.4.1 Konsep Biaya.....	20
2.4.2 Konsep Penerimaan	20
2.4.3 Konsep Keuntungan	21
2.5 Pengertian Strategi.....	21
2.6 Perumusan Strategi	22
2.6.1 Tahap Pengumpulan Data.....	22
2.6.2 Tahap Analisis	22
III. KERANGKA TEORITIS.....	28
3.1 Kerangka Pemikiran	28
3.2 Hipotesis Penelitian	32
3.3 Batasan Masalah.....	32
3.4 Definisi Operaional dan Pengukuran Variabel.....	32

IV. METODE PENELITIAN 36

4.1	Jenis Penelitian	36
4.2	Metode Penentuan Lokasi.....	36
4.3	Metode Penentuan Responden.....	36
4.4	Jenis Data	38
4.5	Metode Pengumpulan Data.....	38
4.6	Metode Analisis Data	39
4.6.1	Analisis Kuantitatif.....	39
4.6.2	Analisis Kualitatif.....	42

V. HASIL DAN PEMBAHASAN 48

5.1	Karakteristik Agroindustri Emping Jagung	48
5.1.1	Tingkat Pendidikan Produsen Emping Jagung.....	48
5.1.2	Tingkat Usia Produsen Emping Jagung	48
5.1.3	Jenis Usaha Produsen Emping Jagung	49
5.1.4	Lama Usaha Produsen Emping Jagung	49
5.2	Proses Produksi Emping Jagung.....	50
5.3	Nilai Tambah Pengolahan Emping Jagung.....	52
5.4	Analisis Biaya Agroindustri Emping Jagung	56
5.4.1	Biaya Tetap.....	57
5.4.2	Biaya Variabel.....	58
5.4.3	Biaya Total	59
5.5	Analisis Penerimaan dan Keuntungan.....	59
5.5.1	Analisis Penerimaan	59
5.5.2	Analisis Keuntungan	60
5.6	Analisis Strategi Pengembangan Emping Jagung	61
5.6.1	Analisis lingkungan Agroindustri.....	61
5.6.2	Analisis Matrik IFA dan Analisis EFA	69
5.6.3	Analisis Matrik Internal-Eksternal	71
5.6.4	Analisis Matrik SWOT	74
5.6.5	Analisis QSPM	75
5.7	Implementasi Strategi	76

VI. KESIMPULAN DAN SARAN 78

6.1	Kesimpulan	78
6.2	Saran	79

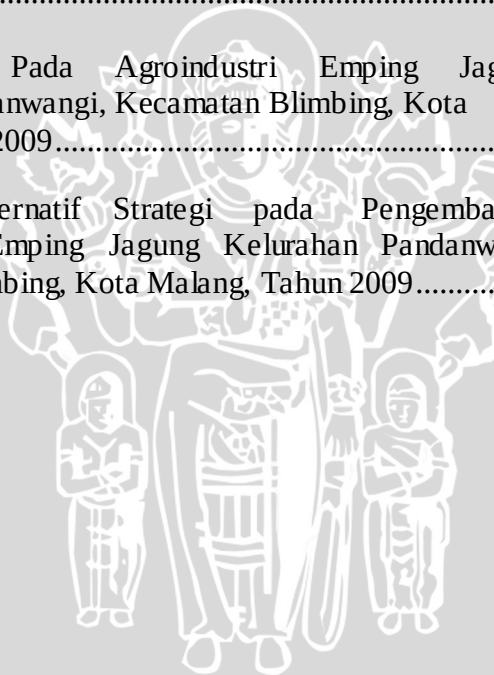
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	PDRB Jawa Timur Atas Harga Berlaku Tahun 2000-2003 (Milyar Rupiah)	3
2.	Jumlah Pekerja Agroindustri Skala IKR Tahun 2000-2003 (Ribuan Orang).....	3
3.	Produksi Jagung Pada Beberapa Kabupaten di Jawa Timur Tahun 2003	5
4.	Jumlah Populasi dan Sample	37
5.	Format Nilai Tambah Agroindustri Emping Jagung.....	39
6.	Analisis Lingkungan Eksternal.....	44
7.	Analisis Lingkungan Internal	45
8.	Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
9.	Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
10.	Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Jenis Usaha	49
11.	Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Lama Usaha	49
12.	Rata-Rata Nilai Tambah Emping Jagung Dalam Satu Kali Proses Produksi pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing Tahun 2009, Kota Malang	53
13.	Total Biaya Tetap Dalam Sekali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009	57
14.	Total Biaya Variabel per Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009	58

15. Biaya Total per Satu kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009	59
16. Penerimaan per Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009	60
17. Keuntungan per Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009	60
18. Matrik IFA Pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009	70
19. Matrik EFA Pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009.....	71
20. Penentuan Alternatif Strategi pada Pengembangan Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Tahun 2009.....	74

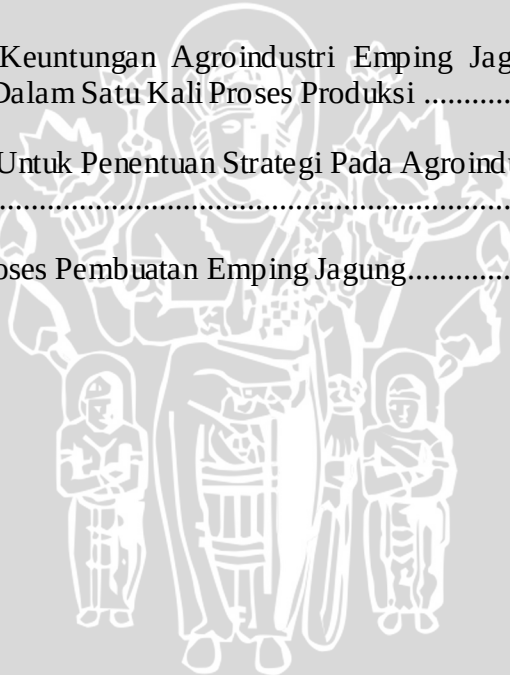


DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Diagram Penentuan Matrik <i>Grand Strategy</i>	24
2.	Diagram Model Matrik Internal Eksternal	25
3.	Skema Kerangka Pemikiran ‘Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung’	31
4	Diagram Matriks SWOT	46
5.	Matrik Internal Eksternal.....	47
6.	Proses Pembuatan Emping Jagung	50
7.	Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja Serta Keuntungan pada Produksi Emping Jagung Siap Goreng per Proses Produksi	55
8.	Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja Serta Keuntungan pada Produksi Emping Jagung Siap Konsumsi per Proses Produksi	55
9.	Matriks Internal Eksternal Agroindustri Emping Jagung.....	72
10.	Matriks <i>Grand Strategy</i> Agroindustri Emping Jagung.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Biaya Penyusutan Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Dalam Satu Kali Proses Produksi.....	82
2.	Biaya Penyusutan Agroindustri Emping Jagung Siap Konsumsi Dalam Satu Kali Proses Produksi.....	85
3.	Biaya Variabel Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Dalam Satu Kali Proses Produksi.....	88
4.	Biaya Variabel Agroindustri Emping Jagung Siap Konsumsi Dalam Satu Kali Proses Produksi.....	91
5.	Penerimaan dan Keuntungan Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Dalam Satu Kali Proses Produksi.....	94
6.	Penerimaan dan Keuntungan Agroindustri Emping Jagung Siap Konsumsi Dalam Satu Kali Proses Produksi	95
7.	Analisis QSPM Untuk Penentuan Strategi Pada Agroindustri Emping Jagung	96
8.	Dokumentasi Proses Pembuatan Emping Jagung.....	97



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian mempunyai peranan penting yang dampaknya dapat dirasakan secara nasional. Dalam struktur perekonomian nasional, sektor pertanian mempunyai kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Selain dari PDB, Menurut Susanto (2005), pada akhir tahun 2004 tercatat kontribusi sektor pertanian terhadap struktur perekonomian nasional sebesar 15,39% dan sektor pertanian juga mampu menyerap tenaga kerja sekitar 46% diantara sektor-sektor lainnya pada tahun 2003. Selain kontribusi pertanian terhadap struktur perekonomian nasional, sektor pertanian juga mempunyai kontribusi terhadap devisa. Kontribusi sektor pertanian terhadap penerimaan devisa lebih banyak diperoleh dari produk segar (primer) yang relatif memberi nilai tambah kecil (Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2007).

Pada kenyataannya, produk primer pertanian mempunyai permasalahan-permasalahan terkait dengan sifat produk pertanian itu sendiri. Sifat tersebut menurut Kastaman (2007) antara lain adalah: (1) Rendahnya daya saing produk pertanian, baik segar maupun olahan; (2) Kurangnya sumber daya manusia terdidik di bidang pertanian yang terjun dalam praktek usaha pertanian profesional berskala menengah/besar; (3) Rendahnya tingkat keberlanjutan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang disebabkan oleh kecilnya skala usaha; (4) Masih kuatnya budaya di masyarakat petani dan pengusaha untuk menghasilkan produk primer saja; (5) Mutu produk olahan, khususnya usaha pengolahan berskala rumah tangga dan usaha kecil, masih belum memenuhi persyaratan yang ditetapkan pasar, khususnya pasar internasional; (6) Sarana dan prasarana yang belum memadai. Selain itu, permasalahan lainnya berkaitan dengan produk primer pertanian yaitu dengan mengekspor produk primer, maka nilai tambah yang besar akan berada di luar negeri, padahal apabila Indonesia mampu mengekspor produk olahannya, maka nilai tambah terbesarnya akan berada di dalam negeri (Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2007).

Sektor pertanian tidak bisa hanya tergantung kepada produk primer pertanian saja, melainkan harus dilakukan pembangunan pertanian yang

mempunyai orientasi kepada pengembangan produk atau pengolahan produk. Pendekatan pembangunan pertanian diupayakan lebih mengarah kepada pengembangan nilai tambah dari produk primer pertanian dengan adanya industri yang dapat mengolah produk primer pertanian menjadi produk olahan baik produk antara, produk semi akhir (*semi finished product*) dan yang utama produk akhir yang berdaya saing (Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2007). Dengan kata lain, nilai tambah yang diperoleh dari pengembangan produk olahan jauh lebih tinggi dari produk primer.

Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan produk primer pertanian serta untuk mendukung pengembangan nilai tambah produk pertanian, sesuai dengan kebijakan pembangunan pertanian jangka panjang, adalah pengembangan agroindustri dan juga pengembangan agroindustri pedesaan. Agroindustri dapat diartikan sebagai industri yang pada umumnya menggunakan bahan baku lokal. Sedangkan menurut Supriyati (2006), agroindustri pedesaan adalah industri makanan, minuman, dan tembakau yang berskala kecil dan rumah tangga dengan asumsi industri kecil dan industri kerajinan rumah tangga sebagian besar dilaksanakan di wilayah pedesaan. Agroindustri pedesaan sendiri berperan untuk penyerapan tenaga kerja, penciptaan nilai output, serta menghasilkan nilai tambah.

Agroindustri atau industri pengolahan lainnya, didukung dengan sektor pertanian juga berperan dalam memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk melihat keberhasilan pembangunan. Sektor industri pengolahan; perdagangan, hotel, dan restoran; serta pertanian menduduki peringkat pertama, kedua, dan ketiga dalam memberikan kontribusi terhadap PDRB Jawa Timur, seperti yang terlihat dalam tabel 1. Apabila ditelusuri lebih lanjut, sub sektor industri pengolahan makanan, minuman, dan tembakau (terlihat pada angka dalam tanda kurung) menyumbangkan sekitar lebih dari 50% terhadap sektor industri pengolahan. Sedangkan pada sektor pertanian, sub sektor tanaman bahan makanan juga menyumbangkan lebih dari 50% terhadap sektor pertanian. Hal ini dapat dikatakan bahwa industri pengolahan makanan, minuman,

dan tembakau didukung oleh sektor pertanian menyumbangkan kontribusi yang nyata terhadap PDRB Jawa Timur.

Tabel 1. PDRB Jawa Timur Atas Harga Berlaku Tahun 2000-2003 (Milyar Rupiah)

Sektor/Sub Sektor	Tahun			
	2000	2001	2002	2003
Pertanian	35.811,36	41.657,76	47.367,51	50.907,47
- Tanaman Bahan Makanan	(21.133,91)	(24.657,76)	(27.040,96)	(28.493,02)
Pertambangan dan penggalian	3.585,91	3.974,27	4.519,69	4.935,07
Industri pengolahan	45.616,27	51.779,63	60.337,14	67.021,82
-Makanan, minuman, dan tembakau	(25.624,70)	(28.872,99)	(32.593,52)	(35.968,52)
Listik, gas, dan air bersih	4.093,7	5.277,65	6.164,08	7.455,51
Konstruksi	7.968,87	8.547,3	9.637,49	10.766,55
Perdagangan, hotel, dan restoran	39.615,95	46.415,17	54.849,45	63.978,77
Pengangkutan dan komunikasi	10.635,79	11.771,75	14.516,37	16.137,67
Kuangan, persewaan, dan jasa perusahaan	6.818,61	8.139,8	9.230,58	10.221,63
Jasa-jasa	15.984,16	18.172,46	20.341,98	22.956,27

Sumber : BPS, 2009 (Diolah)

Peran agroindustri lainnya yang dianggap penting adalah dalam hal penyerapan tenaga kerja. Dalam kurun waktu tahun 2000-2003 penyerapan tenaga kerja agroindustri skala IKR (industri kerajinan dan rumah tangga) terutama pada industri makanan mengalami kenaikan antara tahun 2000-2002 dan penurunan pada tahun 2003, dengan pertumbuhan 5,72% per tahun, seperti yang dapat dilihat pada tabel 2. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa apabila pengembangan agroindustri dilakukan maka kesempatan penyerapan tenaga kerja akan terbuka, baik industri makanan, makanan lainnya, minuman, serta industri pengolahan tembakau dan rokok.

Tabel 2. Jumlah Pekerja Agroindustri Skala IKR Tahun 2000-2003 (Ribu Orang)

Golongan	Tahun				Pertumbuhan (%/tahun)
	2000	2001	2002	2003	
Industri Kerajinan					
Rumah Tangga					
Ind. Makanan	970.366	1.023.861	1.232.760	1.085.348	5.72
Ind. Makanan lainnya	668.078	574.535	561.427	591.441	-1.64
Ind. Minuman	23.868	18.035	39.870	19.837	0.95
Ind. Pengolahan tembakau dan rokok	9.420	25.548	71.018	7.748	14.31

Sumber : Supriyati, 2007 (Diolah)

Di Kota Malang sendiri terdapat beberapa agroindustri yang menggunakan bahan baku primer pertanian. Menurut daftar perusahaan yang diperoleh dari situs Pemerintah Kota Malang terdapat produk mulai dari aneka keripik buah, keripik tempe, aneka kerupuk, industri makanan lainnya, sampai kepada berbagai macam camilan. Selain itu, Kota Malang mempunyai delapan produk-produk unggulan mulai dari: keramik, gerabah, keripik tempe, mebel, rotan, emping jagung, saniter, kompor (Pemkot Malang, 2007).

Salah satu agroindustri yang termasuk dalam delapan produk unggulan Kota Malang tidak lain adalah agroindustri emping jagung. Agroindustri emping jagung ini menggunakan bahan baku jagung pipilan yang kemudian akan diolah menjadi emping jagung dengan berbagai rasa maupun emping jagung siap goreng yang akan didistribusikan ke daerah pemasaran, baik di dalam kota maupun ke luar Kota Malang bahkan sampai kepada luar negeri. Dalam volume produksi, agroindustri emping jagung ini menghasilkan output mencapai lebih dari empat ratus kilogram dalam satu kali proses produksi. Hal tersebut diatas dapat dilihat sebagai kelebihan dari agroindustri emping jagung ini, sehingga apabila diberikan perhatian yang serius maka akan membantu dalam pengembangan agroindustri emping jagung, yang menjadi salah satu produk unggulan Kota Malang.

Menurut Suprpto (2006), Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi jagung. Berdasarkan angka tetap pada tahun 2003, Kabupaten Sumenep memproduksi jagung dengan produksi paling tinggi sebanyak 317.879 (ton), diikuti oleh kabupaten Malang, Kabupaten Jember, dan Kabupaten Kediri, seperti yang terlihat dalam Tabel 3. Hal ini menunjukkan bahwa produksi jagung akan berlimpah, khususnya pada daerah-daerah Jawa Timur. Umumnya komoditas jagung digunakan untuk pakan ternak maupun dikonsumsi secara langsung. Akan tetapi, dengan adanya agroindustri emping jagung dapat diolah menjadi bahan camilan, salah satunya adalah camilan emping jagung yang merupakan satu diantara delapan produk unggulan Kota Malang. Dengan adanya pengolahan menjadi emping jagung, maka agroindustri ini dapat memberikan nilai tambah bagi produk primer pertanian jagung pipilan. Agroindustri emping jagung ini berada di Kelurahan Pandanwangi pada Jl. Simpang Teluk Bayur atau dahulu dikenal dengan sebutan Desa Terong Dowo.

Tabel 3. Produksi Jagung Pada Beberapa Kabupaten di Jawa Timur Tahun 2003

Lokasi	Produksi (ton)
Kab. Kediri	253.220
Kab. Malang	277.598
Kab. Lumajang	152.715
Kab. Jember	258.339
Kab. Probolinggo	205.729
Kab. Pasuruan	135.126
Kab. Sumenep	317.879

Sumber : BPS , 2009 (Diolah)

Akan tetapi, agroindustri emping jagung ini belum menjalankan usahanya secara maksimal. Masih terdapat berbagai kendala yang, baik yang berasal dari sisi internal maupun yang berasal dari luar atau eksternal, yang harus dihadapi oleh agroindustri emping jagung ini, diantaranya : belum adanya teknologi produksi baru yang efektif untuk diaplikasikan kepada produk emping jagung ini, areal proses produksi yang belum memadai atau mempunyai keterbatasan areal produksi, terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha, belum adanya sistem manajemen yang baik, belum terpenuhinya persyaratan administrasi untuk didirikannya suatu usaha, bentuk promosi yang masih sederhana sehingga belum efektifnya kegiatan promosi dan lain-lain.

Oleh karena itu, untuk dapat mengatasi berbagai kendala yang dihadapi, diperlukan adanya penelitian untuk menghasilkan suatu strategi untuk pengembangan agroindustri emping jagung yang tepat. Secara lebih khusus, sasaran dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman maupun lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan yang ada agroindustri emping jagung, sehingga pada akhirnya akan dirumuskan suatu strategi yang tepat untuk mengembangkan agroindustri emping jagung.

1.2 Perumusan Masalah

Hasil produksi agroindustri emping jagung ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu emping jagung siap goreng (krecek) dan emping jagung siap konsumsi (dengan berbagai rasa). Yang dimaksud dengan emping jagung siap goreng (krecek) adalah emping jagung yang dijual masih dalam bentuk mentah atau belum digoreng, dimana nantinya oleh konsumen akhir akan digoreng menjadi emping jagung siap konsumsi dengan berbagai rasa. Sedangkan emping jagung siap konsumsi adalah emping jagung yang dijual kepada konsumen dalam bentuk sudah matang lengkap dengan berbagai rasa yang diinginkan.

Kedua jenis kriteria diatas menggunakan jagung pipilan sebagai bahan baku utama untuk memproduksi emping jagung, sehingga dengan adanya pengolahan jagung menjadi emping jagung ini maka dapat menghasilkan nilai tambah. Dengan menggunakan analisis nilai tambah, dapat memberikan informasi mengenai output, input, harga, serta penerimaan dan keuntungan. Dari informasi ini pelaku agroindustri emping jagung pada akhirnya dapat mengetahui informasi mengenai sejauh mana penjualan dan keuntungan yang didapat selama satu kali produksi, maupun informasi tambahan untuk pengembangan usaha, karena menurut Kusumawardani (2009), apabila produk mempunyai nilai tambah tinggi, maka produk tersebut layak untuk dikembangkan.

Selain dari nilai tambah, hasil perhitungan dari analisis biaya, penerimaan, keuntungan juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan suatu usaha berpeluang untuk dikembangkan. Emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi mempunyai perbedaan dalam hal biaya produksi. Hal ini dapat dilihat dalam penggunaan bahan baku jagung pipilan yang jumlahnya berbeda untuk emping jagung siap goreng dan emping jagung siap konsumsi, dimana pada produsen emping jagung siap konsumsi menghasilkan jumlah output yang lebih besar. Selain itu, terdapat perbedaan biaya untuk produk emping jagung siap konsumsi. Hal ini dapat dilihat dari adanya biaya untuk menggoreng serta tambahan biaya untuk pembungkus. Dengan adanya perbedaan ini diharapkan dapat menunjukkan produk agroindustri emping jagung yang mana yang lebih menguntungkan untuk diusahakan.

Dilihat dari segi pendistribusian, produk emping jagung siap konsumsi ini sudah mencapai antar pulau. Sedangkan dari segi produksi, produksi emping jagung ini mencapai satuan ton dalam satu kali proses produksi. Hal ini dapat menyebabkan jumlah penerimaan yang cukup besar bagi agroindustri emping jagung siap konsumsi ini didukung oleh volume penjualan yang tinggi. Untuk kedepannya, dengan adanya peluang-peluang tersebut, maka dibutuhkan upaya-upaya pengembangan yang seharusnya dilakukan para produsen emping jagung.

Akan tetapi, masih terdapat beberapa permasalahan atau kendala yang harus dihadapi, antara lain : (1) belum adanya teknologi baru yang aplikatif atau dapat dipakai untuk agroindustri emping jagung, hal ini dapat dilihat dari proses pengeringan yang masih memakai sinar matahari; (2) kurangnya modal untuk mengembangkan usaha dari segi pembelian peralatan baru; (3) areal produksi yang kurang memadai, terutama untuk proses pengeringan, dimana apabila lokasi pengeringan diperluas maka kapasitas produksi dapat meningkat; (4) belum adanya proses pembukuan penjualan untuk kebanyakan produsen, sehingga belum ada data informasi mengenai penjualan selama menjalani usaha emping jagung; (5) kurangnya promosi yang dilakukan baik untuk produsen emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi; (6) adanya fluktuasi harga bahan baku; (7) belum diurusnya perizinan usaha.

Untuk menghadapi kendala-kendala diatas diperlukan upaya atau strategi yang tepat, yang pada akhirnya dapat dipakai untuk mengembangkan agroindustri emping jagung ini. Strategi yang akan dirumuskan berkaitan dengan kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang perlu untuk diidentifikasi. Oleh karena itu, berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal, dapat dirumuskan strategi yang tepat yang digunakan untuk pengembangan Agroindustri Emping Jagung.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian ini, antara lain :

1. Seberapa besar nilai tambah emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi?
2. Berapakah biaya, penerimaan, dan keuntungan emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi?

3. Strategi pengembangan apakah yang tepat bagi Agroindustri Emping Jagung berdasarkan kondisi kekuatan, kelemahan, ancaman, serta peluang yang ada?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis seberapa besar nilai tambah emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi.
2. Menganalisis biaya, penerimaan, dan keuntungan emping jagung siap goreng maupun emping jagung konsumsi.
3. Merumuskan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan kondisi kekuatan, kelemahan, ancaman, serta peluang yang ada.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, serta tujuan penelitian yang sudah diuraikan diatas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pelaku usaha yang menjadi objek penelitian dalam menentukan strategi untuk mengembangkan usahanya.
2. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah agar dapat mengembangkan Agroindustri Emping Jagung maupun agroindustri lainnya.
3. Sebagai bahan informasi tambahan bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Menurut Demaswasti (2008) dalam penelitiannya mengenai Strategi Pengembangan Agroindustri Bakpao Wuluh Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat, kelayakan usaha agar layak untuk dikembangkan dilihat dari analisis biaya, penerimaan, keuntungan, dan nilai tambah. Selain itu, hasil identifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan pada agroindustri bakpao wuluh antara lain : kemampuan dalam pengolahan pangan, lokasi yang strategis, *direct selling*, serta kemudahan memperoleh bahan baku. Sedangkan kelemahan yang ada antara lain : teknologi yang sederhana dan produk yang tidak tahan lama. Faktor eksternal yang menjadi peluang antara lain : permintaan pasar yang terus meningkat, dukungan dinas pariwisata, pemerintah daerah, perbankan, serta diversifikasi produk. Sedangkan ancaman yang harus dihadapi antara lain : perubahan selera konsumen dan masuknya pesaing baru. Dari analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung pertumbuhan yang agresif.

Menurut Anggun (2009) dalam skripsinya yang berjudul Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Lempeng (Kerupuk Puli) mengungkapkan bahwa dari analisis lingkungan internal perusahaan, yang menjadi kekuatan agroindustri ini adalah kemudahan memperoleh bahan baku, lokasi yang strategis, daya tahan produk, kapasitas produksi tinggi, pembagian kerja sesuai dengan keahlian, harga terjangkau, ada ijin usaha, kemampuan manajerial pemilik. Yang menjadi kelemahan dari agroindustri ini antara lain : teknologi sederhana, administrasi keuangan tidak tercatat, tidak ada merek produk, promosi belum efektif, standar kualitas belum terjaga, pemasaran belum luas. Sedangkan dari analisis eksternal perusahaan, yang menjadi peluang antara lain : permintaan pasar yang besar, perluasan pasar, dukungan Pemda, inovasi produk, kontinuitas bahan baku, lokasi pemasaran yang mudah terjangkau. Sedangkan yang menjadi ancaman antara lain : masuknya pesaing baru, fluktuasi harga bahan baku, perubahan selera konsumen, serta adanya produk substitusi. Oleh karena itu strategi yang tepat berdasarkan matriks *Grand Strategy* adalah kebijakan pertumbuhan agresif, sedangkan dari matriks SWOT strategi yang tepat

adalah strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan agroindustri untuk meraih peluang yang ada. apabila dilihat dari nilai tambah pengolahan dari beras menjadi produk lempeng adalah 54,1% dan besarnya keuntungan rata-rata yang diberikan per kilogram produksi adalah 85,4%, sehingga menunjukkan agroindustri ini layak untuk dikembangkan.

Menurut Ramadhiyanti (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Sari Apel Brosem di Kelurahan Sisir, Kabupaten Batu mengungkapkan bahwa untuk lingkungan internal yang menjadi kekuatan dari Agroindustri Sari Apel Brosem adalah bahan baku yang memadai, administrasi lengkap, lokasi yang strategis, ciri produk / rasa, produk tahan lama, kemampuan manajerial, jumlah produksi tinggi, serta perhatian dari pemerintah. Kelemahan agroindustri ini antara lain : harga jual mahal, teknologi sederhana, tenaga pemasar terbatas, belum luasnya pemasaran, belum efektifnya promosi, kemasan sederhana, lokasi pemasaran tidak strategis. Adapun untuk lingkungan eksternal, yang menjadi peluang antara lain : permintaan pasar yang besar, dukungan pemerintah daerah, ketersediaan tenaga kerja yang banyak dan murah, perkembangan teknologi, kemudahan pinjaman modal, penyempurnaan produk, perluasan pasar, kontinuitas bahan baku. Sedangkan ancaman yang dihadapi agroindustri ini yaitu : fluktuasi bahan baku, banyaknya pesaing, adanya perubahan selera dan perubahan teknologi. Apabila dilihat dari segi nilai tambah, nilai tambah yang diberikan sari apel ini adalah sedang yaitu sebesar 38%, sedangkan keuntungan yang diperoleh adalah sebesar 86,19%, sehingga dari keuntungan tersebut agroindustri sari apel ini layak untuk dikembangkan.

Menurut Setiawan (2009) dalam skripsinya yang berjudul Analisis nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa menjelaskan bahwa nilai tambah yang diberikan produk kelapa serta keuntungan yang diberikan per satu kali produksi adalah sebesar 51,90% dan 52,30%, yang artinya agroindustri gula kelapa ini layak untuk diusahakan. Dilihat dari analisis lingkungan internal, yang menjadi kekuatan agroindustri gula kelapa ini antara lain : kemudahan memperoleh bahan baku, lokasi agroindustri yang strategis, daya tahan produk, harga produk terjangkau, pengalaman usaha, kemampuan

manajerial pemilik, sedangkan yang menjadi kelemahannya antara lain : teknologi yang sederhana, administrasi keuangan tidak tercatat, tidak ada inovasi produk, tidak ada merek, kemasan sederhana, promosi belum efektif, tenaga pemasar terbatas. Dari analisis lingkungan eksternal, yang menjadi peluang agroindustri gula kelapa ini antara lain : permintaan pasar yang besar, perluasan pasar, dukungan pemerintah pemerintah daerah, inovasi produk, lokasi pemasaran yang mudah dijangkau, ketersediaan tenaga kerja yang banyak dan murah, kontinuitas bahan, kredit modal usaha. Sedangkan dari ancaman yang dihadapi perusahaan antara lain : fluktuasi harga produk, masuknya pesaing baru, dan adanya produk substitusi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan suatu perusahaan maka perlu diperhatikan faktor-faktor lingkungan internal maupun eksternal yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Selain itu, untuk menentukan suatu usaha layak untuk dikembangkan dapat digunakan bantuan dari analisis biaya, penerimaan, keuntungan, serta analisis nilai tambah pada satu produk.

2.2 Tinjauan Tentang Agroindustri

2.2.1 Pengertian Agroindustri

Secara umum dalam industri pengolahan dibedakan dalam dua kelompok besar yaitu : Industri Migas dan Industri Nonmigas (Supriyati, 2007). Selanjutnya, industri nonmigas dibedakan menjadi kelompok IKAHH (Industri Kimia Agro dan Hasil Hutan), serta kelompok Non IKAHH meliputi : (1) Industri makanan, minuman, dan tembakau; (2) Industri barang kayu dan hasil hutan lainnya; (3) Industri kertas dan barang cetakan; (4) Industri pupuk, kimia, dan bahan dari karet; (5) Industri semen, dan barang galian bukan logam.

Yang dimaksud dengan agroindustri adalah industri makanan, minuman, dan tembakau (Supriyati, 2007). Agroindustri dapat diartikan sebagai industri yang pada umumnya menggunakan bahan baku lokal atau bahan baku pertanian yang mudah rusak, *bulky*, tergantung kondisi alam, bersifat musiman. Sedangkan menurut Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (2007), agroindustri adalah industri yang mengolah komoditas pertanian primer menjadi

produk olahan baik produk antara (*intermediate product*) maupun produk akhir (*finish product*), termasuk di dalamnya adalah industri pengolahan makanan dan minuman, industri biofarmaka, industri bio-energi. Selain itu, agroindustri dapat diartikan dua hal, pertama agroindustri adalah industri berbahan baku utama dari produk pertanian, kedua bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2001).

Berbeda dengan Soekartawi, menurut Setiawan (2009) agroindustri pada dasarnya merupakan perpaduan antara dua hal, yaitu pertanian dan industri. Keterkaitan antara dua hal inilah yang kemudian menjadi sistem pertanian dengan basis industri yang selanjutnya dinamakan agroindustri, yakni industri yang terkait dengan pertanian terutama pada sisi penanganan pasca panen.

2.2.2 Skala Usaha Agroindustri

Menurut Hubeis (1997) dalam Anggun (2009), usaha yang menggunakan bahan baku ≤ 50 kg/hari dikategorikan sebagai usaha skala rumah tangga, sedangkan usaha yang menggunakan bahan baku > 50 kg/hari dikategorikan sebagai usaha kecil. Adapun menurut BPS (2009), perusahaan industri pengolahan dibagi menjadi empat golongan, yaitu :

1. Industri Besar (banyaknya tenaga kerja 100 orang atau lebih)
2. Industri Sedang (banyaknya tenaga kerja 20-99 orang)
3. Industri Kecil (banyaknya tenaga kerja 5-19 orang)
4. Industri Rumah Tangga (banyaknya tenaga kerja 1-4 orang)

Sedangkan menurut UU No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, kriteria usaha Mikro, Kecil, dan Menengah :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

2.2.3 Peranan Agroindustri

Agroindustri sebagai penarik pembangunan sektor pertanian diharapkan mampu berperan sebagai penggerak utama. Agroindustri memiliki peranan strategis (Supriyati 2006), antara lain :

1. Pemenuhan bahan kebutuhan pokok
2. Perluasan kesempatan kerja dan berusaha
3. Pemberdayaan produksi dalam negeri
4. Perolehan devisa
5. Pengembangan sektor ekonomi lainnya
6. Perbaikan perekonomian masyarakat pedesaan.

Sedangkan peranan penting agroindustri pengolahan hasil pertanian menurut Soekartawi (1991) dalam Kusumawardani (2009) antara lain: (1) Meningkatkan nilai tambah. Dengan pengolahan yang baik, maka nilai tambah pertanian menjadi meningkat karena barang tersebut mampu menerobos pasar domestik maupun luar negeri; (2) Meningkatkan kualitas hasil. Dengan kualitas

yang lebih baik, maka nilai barang tersebut menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi. Perbedaan kualitas bukan hanya menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri, dimana hubungan antara kualitas dan harga adalah berbanding lurus; (3) Meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Apabila petani langsung menjual hasil pertaniannya dengan tanpa diolah terlebih dahulu, maka tindakan ini akan menghilangkan kesempatan orang lain yang ingin bekerja pada kegiatan pengolahan yang semestinya dilakukan. Sebaliknya apabila pengolahan hasil dilakukan, maka banyak tenaga kerja yang diserap; (4) Meningkatkan keterampilan produsen. Dengan keterampilan mengolah hasil pertanian, maka akan terjadi peningkatan keterampilan secara kumulatif sehingga pada akhirnya akan memperoleh hasil penerimaan usaha tani yang lebih besar. Semakin terampil seorang petani semakin tinggi hasil yang diperoleh dan pada akhirnya juga semakin tinggi total penerimaan; (5) Meningkatkan pendapatan produsen. Konsekuensi dari hasil olahan yang lebih baik akan menyebabkan total penerimaan yang lebih tinggi. Apabila keadaan memungkinkan, maka sebaiknya petani mengolah sendiri hasil pertaniannya untuk mendapatkan kualitas hasil yang lebih baik yang harganya lebih tinggi dan akhirnya juga akan mendatangkan total penerimaan atau total keuntungan yang lebih besar.

Selain itu, agroindustri memiliki lima alasan utama yang menyatakan pentingnya agroindustri untuk menjadi sebuah pemimpin pertumbuhan ekonomi nasional masa depan (Setiawan, 2009), yakni karena :

1. Industri pengolahan mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing (kompetitif), yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing produk agribisnis Indonesia
2. Produk agroindustri memiliki nilai tambah dan pangsa pasar yang besar sehingga kemajuan yang dicapai dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian nasional secara keseluruhan.
3. Memiliki keterkaitan yang besar baik ke hulu maupun ke hilir, sehingga mampu menarik kemajuan sektor-sektor lainnya.
4. Memiliki basis bahan baku lokal (keunggulan komparatif) yang dapat diperbaharui sehingga terjamin kelangsungannya.

5. Memiliki kemampuan untuk mentransformasikan struktur ekonomi nasional dari pertanian ke industri dengan agroindustri sebagai motor penggerakannya.

2.2.4 Pengembangan Agroindustri

Sesuai dengan peranan agroindustri yang sangat luas, maka apabila agroindustri dapat dikembangkan dan diperhatikan dengan baik akan sangat bermanfaat terhadap berbagai sektor yang sifatnya secara nasional. Peluang pengembangan agroindustri, terutama agroindustri perdesaan masih terbuka, baik ditinjau dari ketersediaan bahan baku maupun dari sisi permintaan produk olahan (Supriyati, 2006).

Strategi dasar yang dapat ditempuh dalam mengembangkan agroindustri menurut setiawan (2009) antara lain :

1. Pengembangan kawasan sentra produksi sebagai pengembangan agroindustri terpadu. Kebijakan pengembangan kawasan sentra produksi dilakukan melalui perwilayahan komoditas yang dapat dikembangkan dengan mengatur pengusahaan komoditas berdasarkan potensi lahan dan volume pengusahaannya, sehingga diharapkan untuk komoditas-komoditas tertentu tidak terjadi produksi yang berlimpah di suatu daerah, sementara di daerah lain terdapat kekurangan produksi.
2. Pengembangan sistem kelembagaan kemitraan usaha. Mengembangkan hubungan kemitraan antara petani, kelompok tani, KUD, BUMN, dan BUMS melalui bentuk kerjasama yang saling menguntungkan dan berkesinambungan.
3. Kebijakan permodalan yang mendukung pengembangan agroindustri. Kebijakan pemerintah di bidang permodalan antara lain melalui penetapan pola perkreditan dengan tingkat bunga di bawah bunga komersial disertai persyaratan yang tidak rumit.
4. Penelitian dan pengembangan teknologi produksi budidaya dan teknologi pengolahan. Teknologi produksi dimulai dengan pembibitan sampai dengan pasca panen. Selanjutnya penanganan pasca panen dan pengolahan hasil diarahkan kepada teknologi untuk mempertahankan mutu,

mengurangi kehilangan (susut panen), untuk diversifikasi produk olahan dan diversifikasi bahan baku.

Selain itu, salah satu strategi pembangunan pertanian ke depan adalah pengembangan agroindustri pedesaan (Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2007). Pengembangan agroindustri perdesaan merupakan pilihan strategis dalam meningkatkan pendapatan dan sekaligus membuka lapangan pekerjaan. Selama ini masyarakat perdesaan cenderung menjual produk dalam bentuk segar (primer), karena lokasi industri umumnya berada di daerah urban (semi-urban). Akibatnya, nilai tambah produk pertanian lebih banyak mengalir ke daerah urban, hal mana termasuk sebagai penyebab terjadinya urbanisasi.

2.2.5 Permasalahan Dalam Pengembangan Agroindustri

Pada kenyataannya, pengembangan agroindustri tidak sepenuhnya berjalan dengan baik. Karena bahan baku berasal dari sumberdaya lokal atau bahan baku pertanian, maka permasalahan dari produk pertanian itu sendiri antara lain : produk pertanian yang tidak tahan lama yang menyebabkan produk pertanian mudah rusak, mempunyai sifat *bulky* atau volume yang besar, bersifat musiman, belum ada standar kualitas.

Menurut Supriyati (2007), kendala-kendala yang masih ditemui dalam pengembangan agroindustri antara lain : kualitas dan kontinuitas produk pertanian sebagai bahan baku kurang terjamin; kemampuan SDM masih terbatas; teknologi yang digunakan sebagian besar masih bersifat sederhana, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas rendah; belum berkembang secara luas kemitraan antara agroindustri skala kecil atau rumah tangga dengan agroindustri skala besar atau sedang.

Sedangkan menurut Santoso (2008) dalam Setiawan (2009), dengan menggunakan analisa SWOT, maka beberapa permasalahan yang dihadapi agroindustri antara lain :

A. Kekuatan

1. agroindustri merupakan segmen industri yang dapat dijadikan wahana (medium) dan tumpuan utama yang paling menjanjikan bagi penciptaan wirausaha baru.
2. Agroindustri mempunyai fleksibilitas dan ketahanan yang tinggi, karena diuntungkan oleh dominannya tumpuan pasar domestik serta kuatnya akar pada penggunaan input sumberdaya dalam negeri.
3. Tidak gampang tertembusnya pasar domestik oleh produk-produk sejenis dari impor, karena tingkat harga yang lebih murah dan disukai konsumen dalam negeri.

B. Kelemahan

1. Produk-produk agroindustri yang ada kebanyakan masih belum mempunyai daya tembus ke pasar dunia atau ekspor.
2. SDM yang terlibat dalam usaha agroindustri belum banyak yang berkualifikasi andal dan profesional, utamanya pula di bidang kewirausahaan.
3. Kemampuan permodalan masih terbatas, dan kemampuan mengakses sumber-sumber dana atau permodalan juga terbatas, antara lain masalah kolateral, biaya konsultasi, biaya promosi penjualan, dan sebagainya.

C. Peluang

1. Memanfaatkan dampak positif penurunan nilai tukar rupiah sehingga harga tetap stabil karena bahan bakunya dari dalam negeri.
2. Keinginan dunia usaha yang makin meningkat untuk menanamkan modalnya di bidang agrobisnis dan agroindustri.
3. Meningkatkan semangat ilmuwan untuk menemukan teknologi tepat guna.
4. Tingginya dukungan politis dan komitmen pemerintah serta masyarakat untuk dikembangkannya agroindustri sebagai bisnis peningkatan ekonomi yang berwawasan lokal dan bervisi nasional.

5. Masih potensialnya ketersediaan sumberdaya alam sebagai bahan baku
6. Tersedianya SDM angkatan kerja dalam jumlah besar yang masih belum terdayagunakan secara produktif
7. Potensialnya peluang pasar di dalam negeri
8. Mampu meningkatkan nilai tambah

D. Ancaman

1. Persaingan produk-produk agroindustri yang berasal dari impor akan semakin tajam sebagai akibat dari semakin terbukanya lalu lintas perdagangan lintas-batas sebagai konsekuensi dari globalisasi dan liberalisasi ekonomi.
2. Masih rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keandalan produk-produk agroindustri dalam negeri.

2.3 Nilai Tambah

Konsep nilai tambah adalah status pengembangan nilai yang terjadi karena adanya input fungsional, yaitu perlakuan dan jasa yang menyebabkan bertambahnya kegunaan dan nilai komoditas selama mengikuti arus komoditas pertanian serta dapat berupa mengubah bentuk (Kusumawardani, 2009). Nilai tambah juga dapat diartikan selisih dari bahan baku (output) dan harga barang jadi setelah proses pengolahan. Sedangkan menurut Sudiyono (2004) dalam Ramadhiyanti (2009), nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan adalah selisih dari nilai komoditas yang mendapatkan perlakuan pada tahap tertentu dengan pengorbanan yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Nilai tambah yang besar dapat menjadi parameter untuk pengembangan suatu agroindustri. Apabila produk mempunyai nilai tambah yang tinggi artinya produk layak untuk dikembangkan dan berarti pula keuntungan bagi pengusaha serta memberikan lapangan kerja baru (Anggun, 2009).

Menurut Hayami (1987) dalam Demaswasti (2008), ada dua cara untuk menghitung nilai tambah, yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar.

Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah kerja, harga bahan baku dan nilai input lain selain bahan bakar untuk pemasaran dan tenaga kerja (Kusumawardani, 2009). Selain itu, besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapatkan dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Dengan kata lain, nilai tambah menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen sehingga dapat diketahui nilai imbalan terhadap balas jasa dari faktor-faktor produksi yang digunakan dan besarnya kesempatan kerja yang ditambahkan karena adanya kegiatan menambah kegunaan (Kusumawardani, 2009). Dengan demikian, dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Nilai Tambah} = f(K, B, T, U, H, h, L)$$

Keterangan :

- K = Kapasitas produksi
- B = Bahan baku yang digunakan
- T = Tenaga kerja yang diperlukan
- U = Upah kerja
- H = Harga output
- h = Harga bahan baku
- L = Nilai input lain (semua korbanan yang terjadi selama proses perlakuan untuk menambah nilai)

Menurut Sudiyono (2001) dalam Setiawan (2009), dalam perhitungan nilai tambah dihasilkan keluaran sebagai berikut :

1. Perkiraan besarnya nilai tambah
2. Rasio nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan
3. Imbalan kerja bagi tenaga kerja (upah)
4. Imbalan modal dan manajemen atau keuntungan yang diterima oleh pengolah.

Selain itu, kriteria pengujian nilai tambah menurut Hubeis (1998) dalam Setiawan (2009) adalah sebagai berikut :

1. Rasio nilai tambah rendah apabila $< 15\%$
2. Rasio nilai tambah sedang apabila $15-40\%$

3. Rasio nilai tambah tinggi apabila $> 40\%$

2.4 Konsep Biaya dan Keuntungan

2.4.1 Konsep Biaya

Biaya dapat dikatakan sebagai pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh pihak produsen untuk menghasilkan suatu produk (Kusumawardani, 2009). Dalam aktifitas produksi biaya dapat dibedakan, yaitu :

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya yang tidak dapat divariasikan dengan tingkat keluaran (Pindyck, 2003). Termasuk dalam biaya tetap ini adalah bunga pinjaman modal, biaya sewa peralatan pabrik, tingkat depresiasi yang ditetapkan, pajak kekayaan, dan gaji para manajer eksekutif (Arsyad, 2000).

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel berubah-ubah sesuai dengan perubahan output, dimana yang termasuk biaya variabel ini adalah pengeluaran bahan baku, depresiasi penggunaan peralatan, biaya-biaya tenaga kerja, dan lainnya.

3. Biaya Total (*Total Cost*)

Biaya total dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

2.4.2 Konsep Penerimaan

Secara sistematis dapat dinotasikan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan

P = Harga jual/unit (Rp)

Q = Jumlah barang yang diproduksi

2.4.3 Konsep Keuntungan

Menurut Kusumawardani (2009), manfaat bisa berupa manfaat negatif yang sering disebut dengan rugi (*loss*) atau manfaat positif yang sering disebut untung (*profit*). Keuntungan adalah selisih dari total penerimaan dan total pengeluaran. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan :

Π = Keuntungan

TR = Penerimaan total per proses produksi

TC = Total pengeluaran per proses produksi

2.5 Pengertian Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang (David, 2006). Strategi diperlukan karena mempunyai manfaat, antara lain : dapat meminimalkan resiko, dapat menentukan sumber daya yang lebih efektif, mengidentifikasi peluang yang ada, maupun memberikan kemampuan manajemen yang baik.

Menurut Setiawan (2009), strategi adalah suatu rencana yang berskala besar dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran perusahaan. Strategi mencerminkan kepekaan perusahaan untuk mengenal bagaimana, kapan, dan dimana ia harus bersaing, dengan siapa harus bersaing, dan untuk maksud apa.

Menurut Anggun (2009), strategi dapat memberikan arah dalam pengembangan perusahaan. Produsen atau agroindustri harus menentukan strategi manajemen, dimana dalam strategi ini terkandung suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan, menjalankan, dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi agroindustri.

2.6 Perumusan Strategi

2.6.1 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini data dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal mengenai peluang dan ancaman yang diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan dan data internal mengenai kelemahan dan kekuatan yang diperoleh berdasarkan kondisi di dalam perusahaan itu sendiri.

Menurut David (2006), lingkungan eksternal dibagi menjadi lima, antara lain :

1. Lingkungan ekonomi
2. Lingkungan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan
3. Lingkungan politik, pemerintah, dan hukum
4. Lingkungan teknologi
5. Lingkungan kompetitif

Sedangkan lingkungan internal perusahaan antara lain :

1. Faktor finansial perusahaan
2. Faktor produksi dan operasi
3. Faktor pemasaran dan distribusi
4. Faktor personal dan hubungan perburuhan (SDM)

2.6.2 Tahap Analisis

Menurut Rangkuti (2006), Model yang dapat dipergunakan sebagai tahap analisis adalah sebagai berikut :

1. Matriks SWOT

Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Rangkuti, 2006). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Keterangan empat set kemungkinan alternatif strategis (Rangkuti, 2006), antara lain:

- Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman

- A. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada

- A. Strategi WT

2. Matriks Grand Strategy

Dengan matriks ini akan diketahui posisi perusahaan terletak dimana dari keempat kuadran yang tersedia dan selanjutnya dapat diketahui strategi alternatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha (setiawan, 2009). Matriks ini terdiri dari empat kuadran, yaitu :

I. Kuadran I (Strategi Agresif)

Merupakan posisi yang sangat menguntungkan dimana perusahaan mempunyai kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan dan mempunyai peluang yang lebih besar daripada ancaman. Pada posisi ini agroindustri mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

II. Kuadran II (Strategi Difersifikasi)

Agroindustri mempunyai kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan dan mempunyai ancaman yang lebih besar daripada peluang.

III. Kuadran III (Strategi Defensif)

Agroindustri mempunyai kelemahan yang lebih besar daripada kekuatan dan mempunyai ancaman yang lebih besar daripada peluang. Kondisi ini merupakan keadaan yang serba tidak menguntungkan karena agroindustri menghadapi berbagai ancaman eksternal, sementara sumberdaya yang dimiliki memiliki mempunyai banyak kelemahan.

IV. Kuadran IV (Strategi Vertikal / konservatif)

Strategi ini mengimplikasikan untuk tetap berada pada dekat dengan kompetensi dasar perusahaan dan tidak mengambil resiko yang berlebihan. Strategi konservatif ini sering kali memasukkan penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi konsentrik (David, 2006)



Gambar 1. Diagram Penentuan Matrik *Grand Strategy*

3. Matriks Internal Eksternal (IE)

Menurut Rangkuti (2006), matriks internal eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric* (GE- Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail.

Matrik internal-eksternal dapat memberikan posisi atau letak perusahaan ke dalam matrik yang secara khusus terdiri atas sembilan sel atau sembilan kotak sel. Penentuan posisi agroindustri emping jagung didasarkan pada analisis skor total faktor internal (IFA) dan skor total faktor eksternal (EFA). Total skor IFA berada pada sumbu horizontal atau sumbu X, sedangkan total skor EFA berada pada sumbu vertikal atau sumbu Y.

		Internal		
		Tinggi	Rata-Rata	Lemah
Eksternal	Tinggi	1 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi vertikal	2 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	3 <i>RETRENCHMENT</i> Turn around
	Sedang	4 <i>STABILITY</i> Hati-Hati	5 <i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <i>STABILITY</i> Tak ada perubahan Profit Strategy	6 <i>RETRENCHMENT</i> Captive Company Atau Divestment
	Rendah	7 <i>GROWTH</i> Difesifikasi konsentrik	8 <i>GROWTH</i> Difersifikasi Konglomerat	9 <i>RETRENCHMENT</i> Bangkrut atau Likuidasi

Gambar 2. Diagram Matrik Internal Eksternal

Diagram tersebut dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu :

- Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1,2, dan 5) atau upaya difersifikasi (sel 7 dan 8).
- Stability Strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.
- Retrenchment Strategy* adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang telah dilakukan perusahaan.

Menurut Rangkuti (2006), penjelasan dari strategi-strategi dalam matriks internal eksternal antara lain :

- Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)
Di desain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset, profit, atau kombinasi dari ketiganya. hal ini dapat dicapai dengan

menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga dapat meningkatkan profit.

2. Strategi Pertumbuhan melalui Konsentrasi dan Diversifikasi

Ada dua strategi dasar dari pertumbuhan pada tingkat korporat, yaitu konsentrasi pada satu industri atau diversifikasi ke industri lain. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan konsentrasi, sedangkan perusahaan yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan diversifikasi agar dapat meningkatkan kinerjanya. Jika perusahaan tersebut memilih strategi konsentrasi, dia dapat tumbuh melalui integrasi horizontal maupun vertikal, baik secara internal melalui sumber dayanya sendiri atau secara eksternal dengan menggunakan sumberdaya dari luar. Jika perusahaan tersebut memilih strategi diversifikasi, dia dapat tumbuh melalui konsentrasi atau diversifikasi konglomerat, baik secara internal melalui pengembangan produk baru, maupun eksternal melalui akuisisi. Contoh strategi pertumbuhan adalah sel 1,2,5,7, dan 8.

3. Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal (sel 1)

Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration* (mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, perusahaan ini harus melaksanakan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk.

4. Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal (sel2 dan 5)

Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di

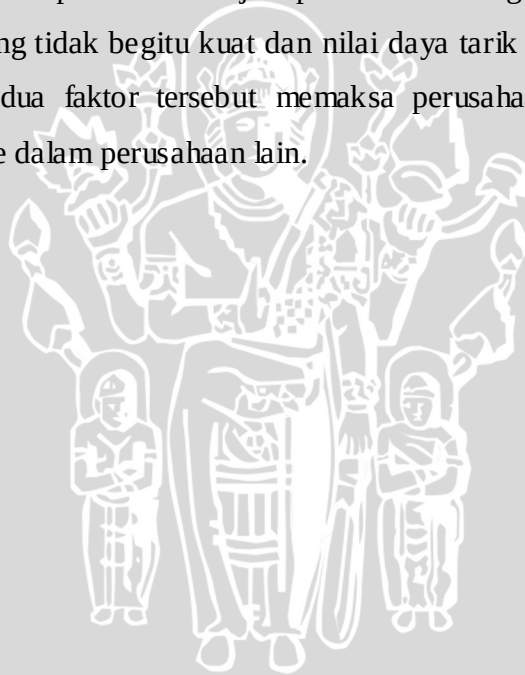
lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Perusahaan yang berada dalam sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau joint ventures dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

5. Diversifikasi Konsentris (sel 7)

Perusahaan berusaha memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien karena perusahaan ini sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik.

6. Diversifikasi konglomerat (sel 8)

Strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor tersebut memaksa perusahaan itu melakukan usahanya ke dalam perusahaan lain.



III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Kota Malang mencanangkan diri sebagai kota pendidikan, kota pariwisata, serta kota industri. Sebagai kota industri Kota Malang mempunyai sederet industri-industri mulai dari industri yang memakai bahan baku non-pertanian sampai dengan industri yang menggunakan bahan baku pertanian atau dapat dikatakan sebagai agroindustri. Agroindustri yang ada di Kota Malang sendiri terdapat berbagai jenis, mulai dari keripik tempe, keripik buah, rotan, emping jagung, marning jagung, dan industri makanan lainnya.

Salah satu dari kedelapan produk unggulan Kota Malang yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah produk emping jagung. Produk emping jagung ini membutuhkan bahan baku jagung, sehingga industri emping jagung ini termasuk dalam agroindustri. Lokasi dari Agroindustri Emping Jagung ini terletak pada Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing. Produsen emping jagung di Kelurahan ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu produsen emping jagung siap goreng (Krecek) dan produsen emping jagung siap konsumsi dengan berbagai rasa.

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan menunjukkan bahwa terdapat beberapa produsen yang daerah pemasarannya yang sudah ke luar kota. Selain itu, diperkirakan omzet penjualan mencapai lima puluh juta per bulan. Akan tetapi pada kenyataannya terdapat beberapa kendala atau permasalahan yang harus dihadapi, antara lain : belum adanya teknologi produksi baru yang efektif, areal proses produksi yang belum memadai, terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha, belum adanya proses pembukuan penjualan, promosi yang kurang efektif, , adanya fluktuasi harga bahan baku, dan yang berkaitan dengan perizinan untuk industri dan lain-lain.

Untuk itu, diperlukan adanya suatu strategi agar agroindustri ini dapat berkembang serta mampu menghadapi permasalahan yang ada. Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang (David, 2006). Strategi diperlukan karena mempunyai manfaat, antara lain : dapat meminimalkan resiko, dapat menentukan sumber daya yang lebih efektif, mengidentifikasi peluang yang ada, maupun memberikan kemampuan manajemen yang baik. Selain itu, menurut

Anggun (2009), strategi dapat memberikan arah dalam pengembangan perusahaan.

Dalam upaya penyusunan strategi pengembangan agroindustri emping jagung ini, pertama dapat dilihat dari segi nilai tambah. Menurut Sudiyono dalam Kusumawardani (2009), apabila produk mempunyai nilai tambah tinggi, maka produk tersebut layak untuk dikembangkan. Penghitungan nilai tambah akan dihitung kepada produsen emping jagung siap goreng dan produsen emping jagung siap konsumsi. Apabila dilihat dari produk akhirnya, emping jagung siap konsumsi mempunyai rangkaian proses pengolahan yang lebih banyak dibanding emping jagung siap goreng. Terdapat proses penggorengan serta proses pemberian rasa, serta pengemasan akhir. Dengan bertambahnya proses pengolahan maka diharapkan imbalan terhadap pemilik atas faktor-faktor produksi yang digunakan akan lebih besar dibanding dengan produk emping jagung siap goreng. Hal ini dapat menyebabkan nilai tambah yang diperoleh akan berbeda dibanding produk emping jagung siap goreng.

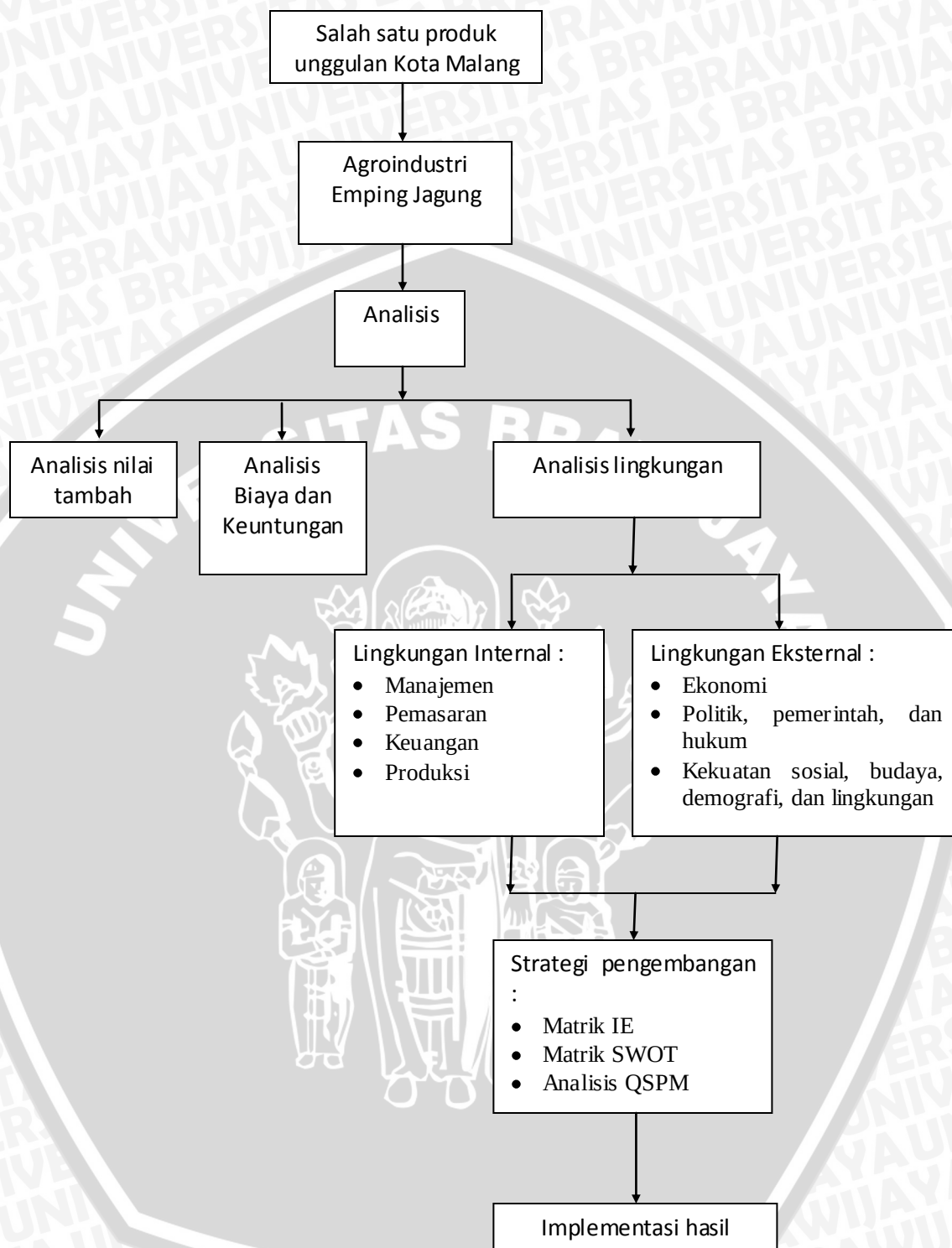
Kedua, selain analisis nilai tambah, juga dilakukan analisis mengenai biaya dan keuntungan. Analisis ini meliputi biaya, penerimaan, dan keuntungan yang bertujuan untuk mengetahui total biaya, penerimaan yang diperoleh selama proses penjualan serta pendapatan bersih. Produk emping jagung siap goreng dan produk emping jagung siap konsumsi mempunyai perbedaan. Hal ini dapat dilihat pada produk emping jagung siap konsumsi terdapat tambahan biaya, yaitu biaya minyak goreng, biaya perasa, serta biaya plastik untuk pengemasan. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan, omzet yang didapat untuk produsen emping jagung siap konsumsi mencapai lima puluh juta per bulan. Harga jual dari produk emping jagung siap konsumsi lebih tinggi dibanding produk emping jagung siap goreng, sehingga dapat menyebabkan penerimaan yang lebih besar dibanding produsen emping jagung siap goreng.

Ketiga, penyusunan strategi untuk tujuan pengembangan agroindustri emping jagung dapat dianalisis diantaranya antara lain menggunakan : analisis IFAS dan EFAS (lingkungan internal diantaranya mulai dari manajemen, pemasaran, keuangan, maupun produksi serta lingkungan eksternal yaitu

teknologi, serta kekuatan sosial, demografi, budaya, dan lingkungan) ; matrik IE (Internal Eksternal); matrik SWOT; serta matrik QSPM.

Pada akhirnya, berdasarkan analisis-analisis diatas dapat dirumuskan alternatif-alternatif strategi yang tepat agar dapat diimplementasikan untuk mengembangkan agroindustri emping jagung. Berdasarkan uraian diatas maka dapat digambarkan dengan skema pemikiran sebagai berikut :





Gambar 3. Skema Kerangka Pemikiran “Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung”

3.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka, dapat dikemukakan hipotesis yakni nilai tambah agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng, dengan adanya nilai tambah yang besar maka agroindustri emping jagung siap konsumsi akan lebih menguntungkan.

3.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini perlu diberikan batasan masalah untuk memperjelas permasalahan yang ada dan mempermudah dalam pembahasan. Adapun batasan masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada Agroindustri Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Malang, yang dilakukan selama proses produksi mulai bulan Oktober sampai dengan bulan Januari
2. Penelitian hanya menganalisis nilai tambah, biaya, penerimaan dan keuntungan serta analisis faktor internal eksternal pada Agroindustri Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Malang.
3. Lingkungan internal yang diteliti meliputi manajemen, pemasaran, keuangan, dan produksi.
4. Lingkungan eksternal yang diteliti meliputi ekonomi; politik, pemerintahan dan hukum; serta kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Agroindustri emping jagung adalah adalah agroindustri yang menggunakan jagung pipilan sebagai bahan baku utama dalam proses produksi agroindustri tersebut.
2. Agroindustri emping jagung ini dibagi menjadi dua skala usaha menurut kriteria tenaga kerja, yaitu skala usaha rumah tangga dan skala kecil.

3. Dalam skala usaha rumah tangga banyaknya tenaga kerja berjumlah 1-4 orang, sedangkan skala usaha kecil banyaknya tenaga kerja berjumlah 5-19 orang.
4. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan yang besarnya tidak dipengaruhi oleh jumlah output yang diproduksi, yang dinyatakan dalam rupiah.
5. Biaya variabel adalah biaya yang nilainya bergantung dari berapa banyak jumlah output yang diproduksi. Yang termasuk dalam biaya variabel antara lain : biaya bahan baku, bahan penolong, bahan pelengkap, upah tenaga kerja, serta biaya lainnya yang digunakan dalam satu kali proses produksi, yang dinyatakan dalam rupiah.
6. Penerimaan adalah jumlah uang yang diterima dalam satuan rupiah yang dihitung dari jumlah output produksi dikalikan dengan harga jual produk emping jagung per kemasan, yang dinyatakan dalam rupiah.
7. Keuntungan adalah selisih dari penerimaan yang diterima dengan total biaya produksi yang dikeluarkan per satu kali proses produksi, yang dinyatakan dalam rupiah.
8. Nilai tambah ialah pengurangan dari biaya bahan baku (jagung) ditambah dengan biaya input lainnya terhadap penerimaan emping jagung tidak termasuk biaya tenaga kerja (Rp/kg bahan baku).
9. Hasil produksi adalah sejumlah produk yang dihasilkan dari proses produksi yang berlangsung dalam kurun waktu satu kali proses produksi, dinyatakan dalam satuan kg/proses produksi.
10. Bahan baku adalah bahan-bahan utama yang digunakan dalam proses produksi emping jagung, dinyatakan dalam satuan kg.
11. Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang berperan dalam melakukan kegiatan proses produksi, dinyatakan dalam satuan orang.
12. Faktor konversi adalah besarnya hasil produksi per hari dibagi dengan jumlah bahan baku yang digunakan dalam kurun waktu satu kali proses produksi.

13. Koefisien tenaga kerja adalah perbandingan besarnya jumlah tenaga kerja yang digunakan dibagi dengan bahan baku yang diperlukan dalam satu kali proses produksi.
14. Harga emping jagung adalah besarnya nilai jual dari produk yang dinyatakan dalam satuan rupiah/kg.
15. Upah tenaga kerja adalah rata-rata biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja, dinyatakan dalam satuan Rp/proses produksi.
16. Harga bahan baku adalah besarnya nilai yang harus dibayar untuk pembelian bahan dalam proses produksi dan dinyatakan dalam satuan Rp/kg.
17. Sumbangan input lain adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku penunjang dalam proses produksi, dinyatakan dalam satuan Rp/kg bahan baku.
18. Nilai produksi adalah besarnya faktor konversi dibagi dengan harga produk, dinyatakan dalam satuan Rp/kg.
19. Rasio nilai tambah adalah hasil dari nilai tambah (Rp/kg) dibagi dengan nilai jual produk, dinyatakan dalam satuan %.
20. Imbalan tenaga kerja adalah besarnya upah yang diberikan kepada tenaga kerja per kilogram produksi, dinyatakan dalam satuan (Rp/kg).
21. Bagian tenaga kerja adalah presentase dari besar imbalan tenaga kerja dibagi dengan nilai tambah, dinyatakan dalam satuan %.
22. Tingkat keuntungan adalah presentase besarnya keuntungan dibagi dengan nilai tambah.
23. Kekuatan adalah keunggulan yang dimiliki oleh agroindustri emping jagung, yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan.
24. Kelemahan adalah segala kekurangan atau penghambat yang dapat membatasi proses produksi agroindustri emping jagung.
25. Peluang adalah suatu kondisi atau situasi yang terdapat di luar agroindustri yang dapat menguntungkan bagi agroindustri apabila dapat dicapai.
26. Ancaman adalah situasi atau kondisi yang tidak menguntungkan dari luar agroindustri yang dapat menghambat kinerja agroindustri.

27. Lingkungan internal adalah lingkungan di dalam agroindustri yang berkaitan erat dengan agroindustri, seperti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri.
28. Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada di luar agroindustri yang dapat mempengaruhi kinerja agroindustri yang sifatnya tidak menguntungkan, yang termasuk lingkungan internal adalah peluang dan ancaman.
29. Strategi ialah alat atau arah yang digunakan agroindustri agar bagaimana dapat mencapai tujuan dari agroindustri.
30. Perumusan strategi ialah suatu proses untuk memilih atau menghasilkan suatu strategi yang tepat untuk diterapkan pada agroindustri.
31. Matriks SWOT adalah matriks yang menggambarkan kondisi peluang, ancaman, kekuatan, serta kelemahan agroindustri.
32. Matriks Grand Strategy ialah matriks yang menggambarkan posisi agroindustri berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang ada.
33. Matriks Internal Eksternal ialah matriks yang menggambarkan atau dapat menentukan alternatif strategi bagi agroindustri yang lebih detail berdasarkan faktor internal agroindustri serta faktor eksternal agroindustri.



IV. METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung menggunakan metode deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta yang akan diteliti mengenai Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang.

4.2 Metode Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yakni pada Agroindustri Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Malang. Pertimbangan penentuan lokasi penelitian ini adalah bahwa daerah tersebut merupakan daerah yang memproduksi emping jagung yang merupakan salah satu produk unggulan Kota Malang. Kedua, pada kenyataan di lokasi penelitian, bahwa Agroindustri Emping Jagung mempunyai peluang yang tinggi untuk dikembangkan karena untuk emping jagung siap goreng atau setengah jadi sasarannya adalah pabrik makanan ringan di luar Kota Malang dan untuk emping jagung siap konsumsi atau produk jadi sasarannya adalah supermarket besar. Sementara kenyataan lain pada lokasi penelitian masih terdapat kendala-kendala yang harus dihadapi, baik peluang maupun ancaman, oleh para pelaku Agroindustri Emping Jagung dalam upaya pengembangan Agroindustri Emping Jagung.

4.3 Metode Penentuan Responden

Yang merupakan responden pada penelitian ini adalah para produsen Agroindustri Emping Jagung. Menurut Singarimbun dalam Anggun (2009), syarat-syarat penggunaan metode harus dengan kriteria yang jelas sebagai dasar untuk menstratifikasi populasi ke dalam lapisan-lapisan tertentu.

Metode yang digunakan adalah metode *disproportional stratified random sampling*. Metode ini digunakan dengan alasan tidak membedakan jumlah anggota sub populasi atau proporsi *sample* berbeda dengan proporsi dari strata yang sudah dibuat.

Jumlah keseluruhan populasi agroindustri emping jagung yang terdapat pada lokasi penelitian sebanyak 22 produsen. Dengan metode *disproportional stratified random sampling*, maka populasi dibagi kedalam strata-strata agar komposisinya dapat relatif lebih homogen. Pembagian yaitu strata skala industri kecil yang memproduksi emping jagung siap konsumsi maupun emping jagung siap goreng (Krecek) serta strata skala industri rumah tangga yang memproduksi emping jagung siap konsumsi maupun emping jagung siap goreng (Krecek). Dari pembagian strata diatas, 4 produsen termasuk skala industri kecil, dengan 1 produsen yang memproduksi emping jagung siap konsumsi dan 3 produsen yang memproduksi emping jagung siap konsumsi maupun emping jagung siap goreng (Krecek). Kemudian, 18 produsen termasuk skala industri rumah tangga, dengan komposisi 7 produsen yang memproduksi emping jagung siap konsumsi dan 11 produsen yang memproduksi emping jagung siap konsumsi maupun emping jagung siap goreng (Krecek). Pada masing-masing strata yang akan diambil untuk dijadikan responden atau *sample* berjumlah 1 produsen.

Kriteria yang digunakan untuk menentukan skala usaha adalah berdasarkan jumlah tenaga kerja. Industri pengolahan dibagi dalam empat golongan, yaitu : (1) industri rumah tangga (banyaknya tenaga kerja tenaga kerja 1-4 orang); (2) industri kecil (banyaknya tenaga kerja 5-19 orang); (3) industri sedang (banyaknya tenaga kerja 20-99 orang); (4) industri besar (banyaknya tenaga kerja 100 orang atau lebih (BPS, 2009).

Tabel 4. Jumlah Populasi dan Sample

No	Skala Usaha	Emping Jagung Siap Konsumsi		Emping Jagung Siap Goreng (Krecek)		Σ Sample
		Populasi	Sample	Populasi	Sample	
1	Rumah Tangga	7	1	11	1	2
2	Kecil	1	1	3	1	2
	Total	8		14		4

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

4.4 Jenis Data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian pada lokasi agroindustri emping jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Malang.

2. Data Sekunder

Data sekunder ini diperlukan untuk melengkapi data primer yang sudah ada. Data sekunder diambil dari data yang telah ada dari pemilik perusahaan yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu data sekunder juga diambil dari berbagai pustaka ilmiah yang mendukung dan digunakan sebagai penentuan strategi pengembangan agroindustri emping jagung.

4.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian (Hasan, 2002).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam (Hasan, 2002). Adapun wawancara yang dilakukan adalah wawancara kepada pemilik maupun tenaga kerja agroindustri emping jagung yang dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu

2. Observasi

Observasi adalah pemilihan, pengubahan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme in situ, sesuai dengan tujuan empiris (Hasan, 2002).

4.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis kuantitatif, yaitu analisis biaya, penerimaan, keuntungan, nilai tambah, serta matrik QSPM. Yang kedua menggunakan analisis kualitatif yang terdiri dari analisis SWOT, matrik IE, analisis lingkungan agroindustri meliputi eksternal dan internal.

4.6.1 Analisis Kuantitatif

1. Analisis Nilai Tambah

Besarnya nilai tambah diperoleh dari pengurangan biaya bahan baku ditambah input lainnya terhadap produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Format nilai tambah yang digunakan dalam analisis nilai tambah adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Format Nilai Tambah Agroindustri Emping Jagung

Output, Input, Harga		Formula
1	Hasil produksi (Kg)	A
2	Input bahan baku jagung pipilan (Kg)	B
3	Input tenaga kerja	C
4	Faktor konversi	$A / B = D$
5	Koefisien tenaga kerja	$C / B = E$
6	Harga emping jagung (Rp/kg)	F
7	Upah rerata per HOK (Rp)	G
Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga input bahan baku jagung (Rp/kg)	H
9	Sumbangan input lain (Rp/kg)	I
10	Nilai produk (Rp)	$D \times F = J$
11	a. Nilai tambah (Rp/kg)	$J - H - I = K$
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(K / J) \times 100\% = L\%$
12	a. Pendapatan TK (Rp)	$E \times G = M$
	b. Bagian tenaga kerja (dari nilai tambah) (%)	$(M / K)\% = N1$
	c. Bagian tenaga kerja (dari nilai produk) (%)	$(M / J)\% = N2$
13	a. Keuntungan (Rp)	$K - M = O$
	b. Tingkat keuntungan (dari nilai tambah) (%)	$(O / K)\% = P1$
	c. Tingkat keuntungan (dari nilai produk) (%)	$(O / J)\% = P2$

Sumber : Kusumawardani (2009)

2. Analisis Biaya

Analisis biaya meliputi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya total yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengeluaran perusahaan.

A. Biaya Tetap

Yang dimaksud dengan biaya tetap adalah biaya penyusutan peralatan.

Adapun biaya penyusutan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$D = \frac{P-S}{N}$$

Keterangan :

D = Penyusutan peralatan (Rp / bulan)

P = Harga atau Nilai awal alat/mesin

S = Harga atau Nilai akhir alat/mesin

N = Umur ekonomis alat/mesin (Bulan)

B. Biaya Variabel

Secara sistematis biaya variabel dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TVC = \sum_{i=1}^n VC_i$$

Keterangan :

TVC = Total biaya variabel

VC_i = Biaya variabel untuk input ke-i

n = Banyaknya input

C. Biaya Total

Biaya total diperoleh dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC = Biaya total per proses produksi

TFC = Biaya tetap total per proses produksi

TVC = Biaya variabel total per proses produksi

3. Analisis Penerimaan

Penerimaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total

P = Harga jual produk

Q = Jumlah output yang dihasilkan

4. Analisis Keuntungan

Keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan :

Π = Pendapatan bersih atau keuntungan

TR = Penerimaan total per proses produksi

TC = Total pengeluaran per proses produksi

5. Analisis QSPM (*Quantitative Strategies Planning Matrix*)

QSPM adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategis alternatif secara objektif, berdasarkan kunci sukses faktor internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (Umar, 2001). Langkah-langkah membuat dan mengembangkan QSPM, antara lain :

1. Membuat daftar peluang atau ancaman eksternal dan kekuatan atau kelemahan internal pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini harus diambil secara langsung dari Matrik IFAS dan Matrik EFAS.
2. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot ini identik dengan yang ada pada Matrik IFAS dan EFAS. Bobot disajikan dalam kolom persis di samping kanan faktor keberhasilan kunci eksternal dan internal
3. Evaluasi matrik tahap 2 (pencocokan), dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan
4. Tentukan Nilai Daya Tarik (*Attractiveness Score – AS*) didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam set alternatif tertentu. Nilai Daya Tarik ditentukan dengan mengevaluasi masing-masing faktor internal atau eksternal kunci. Nilai Daya Tarik harus diberikan untuk masing-masing strategi untuk mengindikasikan daya tarik relatif dari suatu strategi atas strategi lainnya, dengan mempertimbangkan faktor tertentu. Jangkauan untuk Nilai Daya Tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Jika jawaban atas pertanyaan di atas jawabannya adalah tidak, mengindikasikan

bahwa faktor kunci tersebut tidak memiliki dampak terhadap pilihan spesifik yang dibuat, dengan demikian tidak perlu berikan bobot terhadap strategi dalam set tersebut. Gunakan tanda minus untuk mengindikasikan bahwa faktor utama tersebut tidak mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat.

5. Hitung Nilai Total Daya Tarik. Total Nilai Daya Tarik (*Total Attractiveness Score – TAS*) didefinisikan sebagai sebagai produk dari pengalian bobot (langkah 2) dengan Nilai Daya Tarik (langkah 4) dalam masing-masing baris. Total Nilai Daya Tarik mengindikasikan bahwa daya tarik relatif dari masing-masing alternatif strategi, dengan hanya mempertimbangkan pengaruh faktor keberhasilan kunci internal atau eksternal yang terdekat. Semakin tinggi Total Nilai Daya Tarik, semakin menarik alternatif strategi tersebut (dengan hanya mempertimbangkan faktor keberhasilan kunci terdekat).
6. Hitung penjumlahan Total Nilai Daya Tarik. Tambahkan Total Nilai Daya Tarik dalam masing-masing kolom strategi dari QSPM. Penjumlahan Total Nilai Daya Tarik (STAS) mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dari setiap set alternatif. Nilai yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang relevan yang dapat mempengaruhi keputusan strategis, tingkat perbedaan antara penjumlahan Total Nilai Daya Tarik dari set alternatif tertentu mengindikasikan tingkat kesukaan relatif dari satu strategi di atas yang lainnya.

4.6.2 Analisis Kualitatif

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan adalah analisis untuk menentukan peluang dan ancaman yang memiliki arti penting bagi perusahaan dimasa yang akan datang yang meliputi juga upaya penentuan kekuatan dan kelemahan perusahaan pada waktu sekarang atau yang mungkin berkembang (Kurniawan, 2006). Analisis lingkungan ini meliputi :

A. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal (EFA)

Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal dari agroindustri yang berpengaruh terhadap perusahaan sehingga dapat diidentifikasi tentang peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri. Tahap-tahap analisis lingkungan eksternal antara lain :

- Membuat tabel rincian faktor eksternal yang perlu dimonitor dan dievaluasi untuk mengenali kekuatan kunci dari faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Faktor-faktor eksternal yang perlu dimonitor antara lain faktor ekonomi, faktor politik dan pemerintahan, faktor pasar dan persaingan, faktor pemasok dan teknologi, serta faktor sosial dan geografi. Selanjutnya dari faktor-faktor tersebut dimasukkan dalam faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Untuk peluang, jika peluangnya kecil diberi rating 1 dan bila semakin besar diberi rating 4, sebaliknya jika ancamannya kecil diberi rating 4 dan diberi rating 1 apabila nilai ancaman semakin besar.
- Mengalikan bobot pada kolom (2) dengan rating pada kolom (3), untuk memperoleh nilai skor. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
- Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom (4), nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya

Tabel 6. Analisis Lingkungan Eksternal

Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (Bobot x Rating) (4)
Peluang			
•			
•			
Total Skor Peluang			
Ancaman			
•			
•			
Total Skor Ancaman			
Selisih Skor Peluang dan Ancaman			

Sumber : Umar (2002)

B. Analisis Lingkungan Internal (IFA)

Analisis lingkungan internal digunakan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dari agroindustri yang berpengaruh terhadap perusahaan sehingga dapat diidentifikasi sejauh mana tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri. Tahap-tahap analisis lingkungan eksternal antara lain :

- Membuat tabel rincian faktor internal yang perlu dimonitor dan dievaluasi untuk mengenali kekuatan kunci dari faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Faktor-faktor internal yang perlu dimonitor antara lain faktor finansial dan akuntansi, faktor produksi dan operasi, faktor pemasaran dan Distribusi, serta faktor SDM. Selanjutnya dari faktor-faktor tersebut dimasukkan dalam faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Untuk kekuatan, jika kekuatannya kecil diberi rating 1 dan bila semakin besar diberi rating 4, sebaliknya jika nilai kelemahan kecil diberi rating 4 dan diberi rating 1 apabila nilai kelemahan semakin besar.
- Mengalikan bobot pada kolom (2) dengan rating pada kolom (3), untuk memperoleh nilai skor. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.

- Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom (4), nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internal.

Tabel 7. Analisis Lingkungan Internal

Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (Bobot x Rating) (4)
Kekuatan			
•			
•			
Total Skor Kekuatan			
Kelemahan			
•			
•			
Total Skor Kelemahan			
Selisih Skor Kekuatan dan Kelemahan			

Sumber : Umar (2002)

2. Perumusan Strategi

A. Analisis Matrik SWOT

Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Rangkuti, 2006). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, strategi WT.

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
		Strategi SO	Strategi WO

OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Gambar 4. Diagram Matriks SWOT

B. Analisis Matrik Internal Eksternal

Untuk mendapatkan hasil pada matrik IE harus berdasarkan hasil pemberian bobot dan rating pada matrik EFAS dan IFAS. Skor total hasil perkalian kolom bobot dengan kolom rating digunakan sebagai dasar untuk menyusun Matrik IE. Faktor eksternal dan Internal dianalisis untuk melihat seberapa besar pengaruhnya bagi perkembangan perusahaan dan strategi yang sesuai untuk usaha tersebut.

Langkah-langkah yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Total skor dari Matrik IFAS pada sumbu X
2. Total skor Matrik EFAS pada sumbu Y
3. Penilaian dari Matrik IE dapat dilakukan dengan membagi tingkatan skor matriks menjadi tiga
4. Pada sumbu X, dengan menggunakan matrik IFAS, skor 1,0-1,99 menyatakan bahwa posisi internal adalah lemah; skor 2,0-2,99 menyatakan bahwa posisi internal adalah rata-rata; dan skor 3,0-4,0 posisi internal adalah kuat.
5. Pada sumbu Y, dengan menggunakan Matrik EFAS, skor 1,0-1,99 menyatakan bahwa posisi internal adalah rendah; skor 2,0-2,99 menyatakan bahwa posisi internal adalah sedang; dan skor 3,0-4,0 posisi internal adalah tinggi.
6. Implikasi dari penilaian akan mempengaruhi strategi yang tepat bagi agroindustri.

		Total Skor IFAS				Total Skor EFAS
		Kuat	Rata-Rata		Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0	
Tinggi		I	II	III		
Sedang		IV	V	VI		
Lemah		VII	VIII	IX		
		4,0	3,0	2,0	1,0	

Gambar 5. Matrik Internal Eksternal

C. Analisis Matrik *Grand Strategy*

Matrik *Grand Strategy* ini merupakan keterkaitan dari analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal, dimana penentuan keterkaitan ini untuk mengetahui posisi agroindustri emping jagung. Analisis internal ditentukan dari selisih unsur kekuatan dan kelemahan. Sedangkan analisis eksternal ditentukan dari selisih unsur peluang dan ancaman. Dari titik selisih keduanya kemudian di tarik garis dari titik absis dan ordinat yang bertemu di titik koordinat. Dengan demikian akan diketahui posisi atau kedudukan perusahaan dalam memasarkan produk emping jagung dengan menggunakan Matrik *Grand Strategy*.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Agroindustri Emping Jagung

5.1.1 Tingkat Pendidikan Produsen Emping Jagung

Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pemilik usaha dalam menjalankan usahanya. Tingkat pendidikan dapat menentukan kreatifitas dan juga inovasi dalam mengelola usaha emping jagung. Pada tabel 4 berikut adalah karakteristik produsen berdasarkan tingkat pendidikan :

Tabel 8. Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik Produsen	Jumlah	Presentase
• Tidak tamat SD	0	0
• SD	3	75%
• SMP	0	0
• SMA	1	25%
Total	4	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa 75% produsen emping jagung adalah pada tingkat sekolah dasar (SD). Sedangkan hanya satu orang responden yang mempunyai jenjang pendidikan SMA (SMK).

5.1.2 Tingkat Usia Produsen Emping Jagung

Menurut Anggun (2009), usia dapat dijadikan sebagai salah satu indikator tingkat produktivitas kerja dan kemampuan dalam pengambilan keputusan. Pada tabel 6 dibawah ini adalah karakteristik produsen berdasarkan tingkat usia.

Tabel 9. Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Tingkat Usia

Karakteristik Produsen	Jumlah	Presentase
• 20 - < 40	1	25%
• 40 - < 60	1	25%
• ≥ 60	2	50%
Total	4	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan tingkat usianya, dari empat responden atau produsen sebanyak 50% mempunyai umur 60 tahun lebih dan 50% lainnya berada pada tingkat usia 20 tahun sampai dengan 40 tahun. Dari hasil tersebut diketahui bahwa pada dua produsen sudah berusia lanjut. Oleh karena usia yang sudah lanjut, maka proses produksi atau proses manajemen pada dua pemilik usaha ini dibantu oleh anak mereka yang usianya masih dibawah tiga puluh tahun, sehingga tingkat produktivitas dapat terjaga karena dalam pengelolaan usaha emping jagung dibantu oleh anak dari pemilik usaha emping jagung. Pengaruh dari karakteristik

tingkat usia ini nantinya akan sama dengan karakteristik lama usaha produsen emping jagung.

5.1.3 Jenis Usaha Produsen Emping Jagung

Tabel 7 dibawah ini merupakan karakteristik produsen berdasarkan jenis usaha.

Tabel 10. Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Jenis Usaha

Karakteristik Produsen	Jumlah	Presentase
• Sampingan	0	0
• Utama	4	100%
Total	4	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa semua produsen menjalankan usaha agroindustri emping jagung sebagai jenis pekerjaan utama. Usaha emping jagung ini dapat membiayai seluruh keperluan anggota keluarga.

5.1.4 Lama Usaha Produsen Emping Jagung

Lama usaha menggambarkan pengalaman dari masing-masing produsen agroindustri emping jagung. Dengan adanya pengalaman usaha maka para produsen mampu bertahan bertahun-tahun dengan para pesaing sejenis.

Tabel 11. Karakteristik Produsen Emping Jagung Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik Produsen	Jumlah	Presentase
• 1 - < 10	0	0
• 10 - < 20	2	50%
• 20 - < 30	1	25%
• ≥ 30	1	25%
Total	4	100%

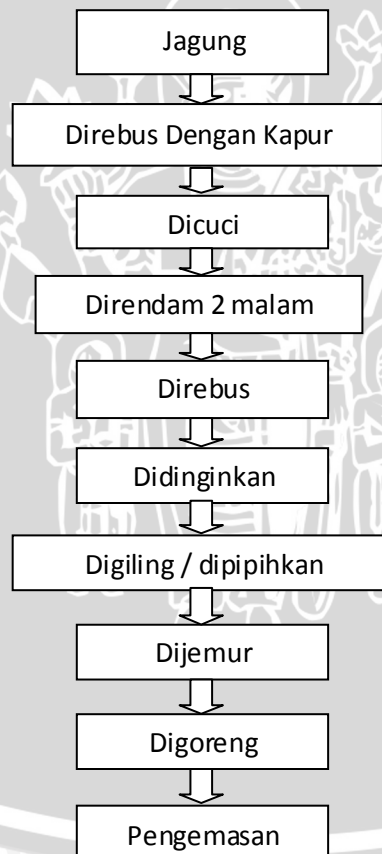
Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan lama usahanya, sebanyak 50% memiliki lama usaha 10 - < 20 tahun, kemudian 25% atau 1 produsen memiliki lama usaha 20- <30 tahun, dan terakhir 25% atau 1 produsen memiliki lama usaha lebih dari 30 tahun. Dengan demikian, para produsen emping jagung ini sudah mempunyai pengalaman yang cukup pada bidangnya masing-masing, sehingga mereka mampu menjalankan usahanya sampai dengan saat ini karena sudah mengetahui seluk-beluk maupun

kondisi apa yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan maupun mengatasi persaingan antar produsen emping jagung.

5.2 Proses Produksi Emping Jagung

Rangkaian kegiatan proses produksi emping jagung siap goreng dan siap konsumsi pada dasarnya mempunyai proses yang sama. Hal yang membedakan dari emping jagung siap goreng dan emping jagung siap konsumsi yaitu terletak pada proses akhir. Produk emping jagung siap konsumsi merupakan emping jagung siap goreng pada proses selanjutnya akan dimasak atau digoreng kemudian diberikan bumbu. Adapun tahapan proses pembuatan emping jagung secara umum adalah seperti pada gambar berikut :



Gambar 6. Proses Pembuatan Emping Jagung

Keterangan proses pembuatan emping jagung secara umum :

1. Jagung pipilan disiapkan dan dimasukkan kedalam drum-drum.

2. Jagung yang sudah dimasukkan kedalam drum kemudian ditambahkan kapur kemudian dimasak sampai setengah matang.
3. Setelah dimasak setengah matang, jagung dimasukkan ke dalam alat yang digunakan untuk mencuci. Kegunaannya adalah untuk membuang kulit jagung pipilan.
4. Jagung kemudian direndam ke dalam bak rendaman selama dua hari. Kegunaannya adalah untuk memisahkan kulit biji jagung yang masih tertinggal dan agar semua kotoran terbang.
5. Jagung yang sudah bersih kemudian dimasak kembali sampai matang
6. Setelah matang jagung didinginkan menggunakan kipas. Alasan pendinginan adalah jagung lebih baik hasilnya jika didinginkan terlebih dahulu.
7. Setelah dingin, kemudian jagung digiling atau digepengkan menggunakan mesin penggiling.
8. Hasil penggepengan kemudian dijemur menggunakan panas matahari sampai benar-benar kering selama 1 hari, tergantung intensitas penyinaran.
9. Setelah benar-benar kering jagung hasil penggepengan tersebut kemudian digoreng sampai matang, dimana proses penggorengan hanya memerlukan waktu kurang dari 1 menit.
10. Tahap akhir setelah penggorengan adalah pengemasan untuk dijual kepada konsumen.

Untuk produk emping jagung siap goreng proses yang dilakukan hanya pada proses nomor 1 sampai 8, yang kemudian emping jagung yang sudah kering dari hasil penjemuran dimasukkan ke dalam karung-karung.

Sedangkan untuk produk emping jagung siap konsumsi proses yang dilakukan mulai dari nomor 1 sampai dengan nomor 10, dimana sebelum pengemasan emping jagung dapat ditambahkan rasa sesuai kebutuhan. Pencampuran emping jagung dengan rasa ini menggunakan mesin molen (pencampur).

5.3 Nilai Tambah Pengolahan Emping Jagung

Nilai tambah dari dari komoditas jagung menjadi produk emping jagung diperoleh dari perhitungan nilai tambah yang didasarkan pada analisis nilai tambah Metode Hayami yang dilakukan dari tahap pengolahan sampai produk siap dijual kepada konsumen. Dengan menggunakan metode ini, dapat diuraikan proses produksi menurut sumbangan dari masing-masing faktor produksi dan mengetahui distribusi nilai tambah terhadap tenaga kerja serta pengusaha agroindustri yang bersangkutan.

Agroindustri emping jagung ini dibagi menjadi dua karakteristik produk. Pertama produsen yang memproduksi emping jagung siap goreng serta yang yang kedua adalah produsen yang memproduksi emping jagung siap konsumsi yang dapat diberi perasa. Perbedaan dari kedua jenis produk emping jagung tersebut terletak pada pengolahan akhir dari komoditas jagung, dimana dari produk emping jagung siap goreng masih dapat diolah kembali menjadi emping jagung siap konsumsi dengan berbagai rasa.

Dasar perhitungan nilai tambah dari agroindustri emping jagung, baik yang siap goreng dan siap konsumsi adalah satu kali proses produksi dengan output satuan jumlah produksi adalah emping jagung yang siap digoreng (kg). Dengan perhitungan ini diharapkan memperoleh informasi mengenai nilai tambah, imbalan tenaga kerja dan keuntungan dari agroindustri emping jagung dari setiap kilogram bahan baku jagung yang diolah dengan mempertimbangkan faktor produksi seperti : input bahan baku jagung pipilan, bahan penolong, serta upah tenaga kerja. Keuntungan pengusaha atau produsen diperoleh dari pengurangan nilai tambah dengan pendapatan tenaga kerja.

Produk olahan dari jagung ini diproduksi secara berkala atau terus menerus, dimana produk emping jagung siap goreng ini diproduksi dalam satu bulan sebanyak delapan kali, sedangkan untuk produk emping jagung siap konsumsi diproduksi sebanyak tujuh kali dalam satu bulan. Dalam produksi emping jagung siap goreng diperlukan input berupa jagung, bahan penolong seperti kapur, bahan bakar (serbuk gergaji, solar), kemasan, serta tenaga kerja yang melakukan kegiatan produksi, dan tambahan bumbu rasa untuk produk emping jagung siap konsumsi. Nilai tambah yang dihasilkan dalam satu kali

proses produksi pada agroindustri emping jagung siap goreng disajikan pada Tabel 9

Tabel 12. Rata-Rata Nilai Tambah Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Dalam Satu kali Proses Produksi pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

NO	Variabel	Rata-Rata	
		Emping Jagung Siap Goreng	Emping Jagung Siap Konsumsi
	Output, Input, Harga		
1	Hasil Produksi (Kg)	400	400
2	Input bahan baku jagung pipilan (Kg)	500	500
3	Input tenaga kerja (HOK)	1,5	5
4	Faktor konversi	0,8	0,8
5	Koefisien tenaga kerja	0,003	0,01
6	harga emping jagung (Rp/Kg)	3.600	10.300
7	Upah rerata per HOK (Rp)	40.000	33.750
	Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga input jagung pipilan (Rp/Kg)	2.125	2.100
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	252	462
10	Nilai produk (Rp)	2.880	8.240
11	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	503	5.678
	b. Rasio nilai tambah (%)	18	69
12	a. Pendapatan TK (Rp)	89	34
	b. Bagian tenaga kerja (dari nilai tambah) (%)	18	0,6
	c. Bagian tenaga kerja (dari nilai produk) (%)	3	0,4
13	a. Keuntungan (Rp)	413	5645
	b. Tingkat keuntungan (dari nilai tambah) (%)	82	99
	c. Tingkat keuntungan (dari nilai produk) (%)	14	69

Sumber : Data Primer Diolah 2009

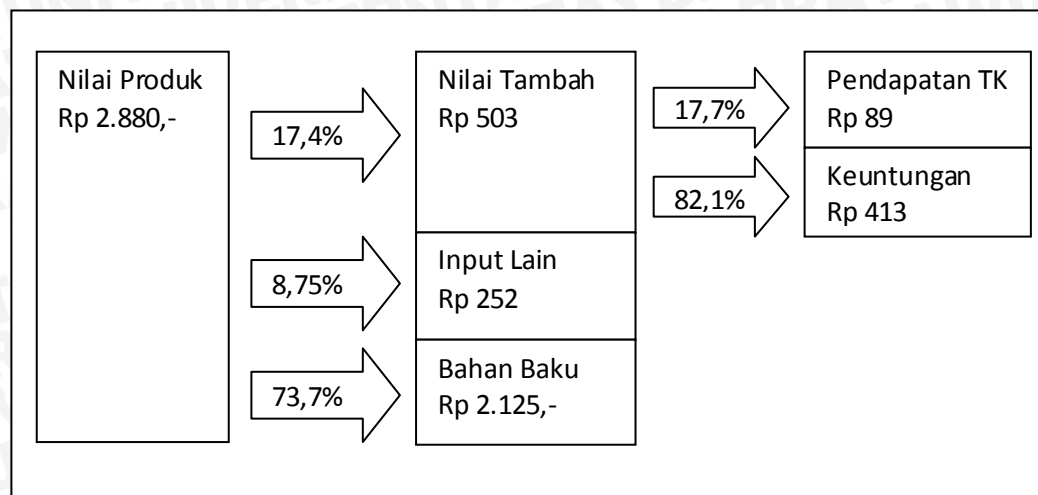
Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa dalam satu kali proses produksi, dengan menggunakan bahan baku berupa jagung pipilan sebanyak 500 kg dapat dihasilkan emping jagung siap goreng sebanyak 400 kg. Kegiatan ini mampu menyerap tenaga kerja sebesar 1,5 atau dibulatkan 2 orang per proses produksi. Dengan demikian, tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengolah 1 kg jagung menjadi emping jagung sebanyak 0,003 orang dimana upah rata-rata untuk 1 orang adalah Rp 40.000,-. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi, dengan menggunakan bahan baku sebanyak 575 kg dapat dihasilkan emping

jagung siap konsumsi sebanyak 460 kg. Tenaga kerja yang dapat diserap adalah sebesar 5 orang per proses produksi.

Dari hasil perhitungan didapatkan faktor konversi sebesar 0,8 yang artinya 1 kg jagung menghasilkan 0,8 kg emping jagung siap goreng dan juga menghasilkan emping jagung siap konsumsi, selain itu harga emping jagung siap goreng sebesar Rp 3.600,-/Kg sehingga diperoleh nilai produk sebesar Rp 2.880,-. Nilai produk ini dialokasikan untuk bahan baku jagung sebesar pipilan Rp 2.125,-/Kg dan input agroindustri lainnya sebesar Rp 252,-/kg. Pada agroindustri emping jagung siap konsumsi, harga emping jagung sebesar Rp 10.300,- sehingga diperoleh nilai produk 8.240,-. Nilai produk ini dialokasikan untuk bahan baku jagung pipilan sebesar Rp 2.100,- dan input lainnya sebesar Rp 462,-. Dengan demikian nilai tambah yang dihasilkan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 503,- atau 18% dari nilai produk. Untuk produk emping jagung siap konsumsi, nilai tambah yang diberikan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 5.678,- atau 69% dari nilai produk. Besarnya nilai tambah ini tergantung oleh besarnya biaya yang dikeluarkan dengan nilai produk emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi, dimana biaya disini meliputi biaya pembelian bahan baku dan biaya input lainnya (bahan penolong dan bahan pelengkap lainnya).

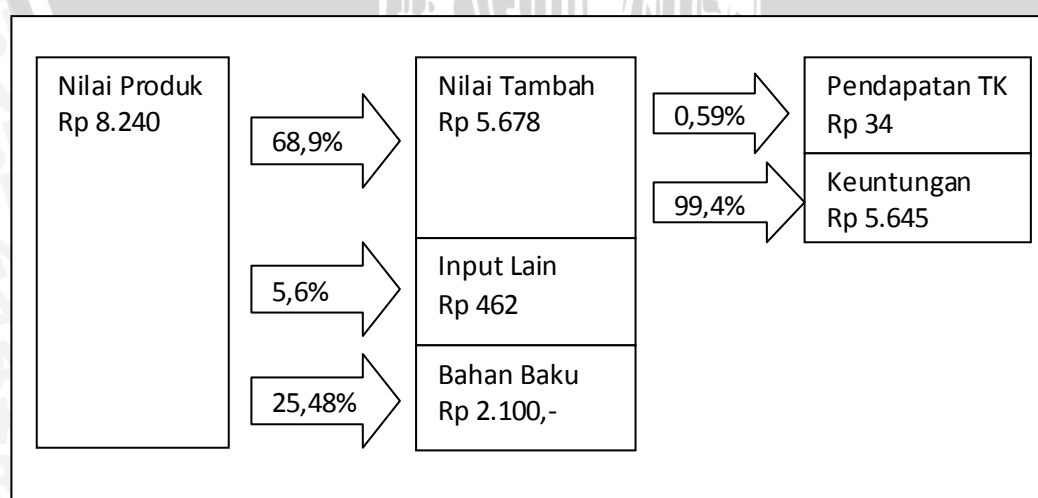
Rasio nilai tambah emping jagung siap goreng sebesar 18% dan emping jagung siap konsumsi sebesar 69% menunjukkan bahwa 18% dan 69% nilai produksi emping jagung siap goreng dan emping jagung siap konsumsi merupakan penambahan nilai yang dihasilkan dari pengolahan yang dilakukan terhadap bahan baku emping jagung yaitu jagung pipilan.

Distribusi nilai tambah bagi pendapatan tenaga kerja dan keuntungan pada agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada gambar 7 dan gambar 8.



Gambar 7. Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja serta Keuntungan pada Produksi Emping Jagung Siap Goreng per Proses Produksi

Pendapatan yang diterima tenaga kerja dari setiap kilogram jagung yang diolah adalah Rp 89,- atau 17,7% dari nilai tambah yang diperoleh. Dari tabel distribusi nilai tambah bagi keuntungan lebih, menunjukkan bahwa keuntungan yang diterima agroindustri emping jagung siap goreng sebesar Rp 413,7 dan tingkat keuntungan sebesar 82,1% dari nilai tambah, hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Rp 1 dari nilai produk akan meningkatkan keuntungan sebesar Rp 0,143.



Gambar 8. Distribusi Nilai Tambah Bagi Pendapatan Tenaga Kerja serta Keuntungan pada Produksi Emping Jagung Siap Konsumsi per Proses Produksi

Sedangkan pada agroindustri emping jagung siap konsumsi, pendapatan yang diterima dari setiap kilogram jagung yang diolah sebesar Rp 34,- atau 0,59% dari nilai tambah yang diperoleh. Keuntungan agroindustri emping jagung siap konsumsi adalah sebesar Rp 5.645,- atau tingkat keuntungan 99,4% dari nilai tambah, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Rp 1 dari nilai produk akan meningkatkan keuntungan sebesar Rp 5,645,-.

Setelah melakukan analisis nilai tambah maka dilakukan pengujian nilai tambah menurut Hubeis (1998) dalam Setiawan (2009) adalah sebagai berikut :

1. Rasio nilai tambah rendah apabila $< 15\%$
2. Rasio nilai tambah sedang apabila $15-40\%$
3. Rasio nilai tambah tinggi apabila $> 40\%$

Berdasarkan kriteria diatas, maka dapat diketahui bahwa agroindustri emping jagung yang memproduksi emping jagung siap goreng memberikan nilai tambah yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai tambah rata-rata adalah Rp 503,- per kilogram bahan baku jagung dengan rasio nilai tambah sebesar 18%. Sedangkan agroindustri yang memproduksi emping jagung siap konsumsi memberikan nilai tambah yang tinggi sebesar Rp 5.678,- per kilogram bahan baku dimana rasio nilai tambahnya adalah sebesar 69%. Dari kedua hasil analisis nilai tambah emping jagung, diketahui bahwa agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibanding emping jagung siap goreng. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan, bahwa nilai tambah agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng. Oleh karena itu, hipotesis awal dapat diterima dengan adanya hasil perhitungan nilai tambah agroindustri emping jagung siap konsumsi yang lebih besar dibanding emping jagung siap goreng.

5.4 Analisis Biaya Agroindustri Emping Jagung

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh pengusaha agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi, maka dilakukan analisis penerimaan dan keuntungan. Tahapan-tahapan dalam perhitungan tingkat keuntungan yang diperoleh agroindustri emping jagung siap goreng didapatkan dengan melakukan analisis biaya, penerimaan, dan

keuntungan. Analisis- analisis tersebut digunakan untuk menghitung total biaya, penerimaan, serta tahapan selanjutnya adalah menghitung keuntungan dari selisih antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Pada analisis biaya dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

5.4.1 Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang nilainya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi. Sehingga berapapun volume produksinya, tidak akan mempengaruhi besarnya biaya tetap. Biaya tetap yang dikeluarkan agroindustri emping jagung siap goreng meliputi biaya penyusutan peralatan yang digunakan dalam proses produksi, meliputi drum *stainless*, pompa air, sesek (anyaman bambu), keranjang, alat untuk mencuci, alat untuk menggiling, serta mesin diesel. Rincian biaya penyusutan peralatan agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada lampiran 1 dan 2.

Besarnya biaya penyusutan tersebut tergantung pada jumlah alat yang dimiliki, harga beli peralatan, harga jual peralatan dan umur ekonomis. Besarnya biaya penyusutan peralatan per proses produksi pada agroindustri emping jagung yang memproduksi emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 13. Total Biaya Tetap Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

No	Agroindustri	Total (Rp)
1	Emping Jagung Siap Goreng	42.204,9
2	Emping Jagung siap Konsumsi	93.367,2

Sumber : Data primer Diolah, 2009

Biaya total dihitung dari penyusutan alat berdasarkan umur penggunaan alat dengan asumsi nilai ekonomis suatu peralatan dihitung sampai dengan alat tersebut tidak bisa digunakan sama sekali atau sudah rusak. Perhitungan biaya penyusutan juga diperoleh dengan pembagian antara biaya penyusutan masing-masing alat selama setahun dibagi dengan dengan berapa kali jumlah proses produksi yang dilakukan selama setahun, yaitu sebanyak 96 kali proses produksi dengan asumsi satu bulan melakukan 8 kali proses produksi untuk produk emping

jagung siap goreng dan sebanyak 84 kali proses produksi dengan asumsi satu bulan melakukan 7 kali proses produksi untuk emping jagung siap konsumsi.

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa besarnya biaya tetap per satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 42.204,9,- untuk produksi emping jagung siap goreng dan Rp 93.367,2,- untuk produk emping jagung siap konsumsi. Untuk Alokasi biaya penyusutan masing-masing alat dapat dilihat pada lampiran 3 dan lampiran 4.

5.4.2 Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai input-input variabel meliputi biaya pembelian bahan baku, input lain, serta tenaga kerja yang secara langsung berkaitan dengan jumlah produk yang dihasilkan. Besarnya biaya variabel tergantung dari volume produksi yang ada. Besarnya biaya variabel yang dikeluarkan per proses produksi pada agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 14. Total Biaya Variabel Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

N0	Keterangan	Total (Rp)	
		Emping Jagung Siap Goreng	Emping Jagung Siap Konsumsi
1	Bahan baku Jagung (Kg)	484.500	870.000
2	Total sumbangan input lain	117.400	549.500
3	Tenaga kerja	73.000	157.500
	Total Biaya Variabel	1.255.400	1.577.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Tabel 11 menunjukkan bahwa biaya variabel emping jagung siap goreng adalah sebesar Rp 1.255.400,- per proses produksi dan sebesar Rp 1.577.000,- untuk emping jagung siap konsumsi. Biaya variabel terbesar digunakan untuk pembelian bahan baku utama jagung yaitu sebesar Rp 484.500,-. Hal ini dikarenakan rata-rata jumlah input bahan baku jagung yang diperlukan sebesar 500 kilogram. Biaya variabel kedua terbesar adalah pada biaya input lain yang digunakan pada agroindustri emping jagung siap goreng. Biaya input lain antara lain adalah biaya serbuk gergaji, kapur, solar, serta karung yang jika dijumlahkan adalah sebesar Rp 117.400,-. Biaya variabel terkecil terdapat pada biaya tenaga

kerja sebesar Rp 73.000,-. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi, biaya variabelnya sebesar Rp 1.577.000,- dengan biaya variabel terbesar terdapat pembelian bahan baku jagung sebesar Rp 870.000,-. Kemudian biaya variabel terbesar kedua digunakan untuk sumbangan input lain sebesar Rp 549.000,- dan biaya terbesar ketiga digunakan untuk tenaga kerja sebesar Rp 157.500,-. Rincian biaya variabel produksi emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi dapat dilihat pada lampiran 3 dan 4.

5.4.3 Biaya Total

Biaya total adalah biaya yang diperoleh dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Besarnya biaya total yang dikeluarkan agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 15. Biaya Total Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

N0	Keterangan	Total (Rp)	
		Emping Jagung Siap Goreng	Emping Jagung Siap Konsumsi
1	Total Biaya Variabel	1.255.400	1.577.000
2	Total Biaya Tetap	42.204,9	93.367,2
	Biaya Total	1.297.604,9	1.670.367,2

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan tabel 12 diatas, biaya tetap yang diperoleh dari penyusutan peralatan sebesar Rp 42.204,9,- dan untuk biaya variabel sebesar Rp 1.255.400,- untuk satu kali proses produksi, sehingga apabila dijumlahkan biaya total adalah sebesar Rp 1.297.604,9,- untuk produk emping jagung siap goreng. Sedangkan untuk produk emping jagung siap konsumsi biaya tetap yang dihasilkan dari penyusutan sebesar Rp 93.367,2,- dan biaya variabel Rp 1.577.000,-, sehingga apabila dijumlahkan biaya totalnya adalah sebesar Rp 1.670.367,2,-.

5.5 Analisis Penerimaan dan Keuntungan Emping Jagung

5.5.1 Analisis Penerimaan

Besarnya penerimaan yang diterima agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi per proses produksi dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 16. Penerimaan Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

No	Produk	Harga/ kg	Input (kg)	Output (kg)	Penerimaan (Rp)
1	Emping Jagung Siap Goreng	3600	500	400	1.440.000
2	Emping Jagung Siap Konsumsi	10.300	500	400	4.120.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan tabel 13, dapat diketahui bahwa dalam satu kali proses produksi, dengan menggunakan satuan input yang sama, penerimaan agroindustri emping jagung siap goreng adalah sebesar Rp 1.440.000,-. Sedangkan penerimaan agroindustri emping jagung siap konsumsi adalah sebesar Rp 4.120.000,-. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penggunaan input yang sama, produk emping jagung siap konsumsi menghasilkan penerimaan yang lebih besar dibanding produk emping jagung siap goreng.

5.5.2 Analisis Keuntungan

Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya total yang digunakan dalam proses produksi emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi dengan penggunaan input yang sama. Besarnya keuntungan yang diperoleh agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 17. Keuntungan Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

No	Produk	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)	Keuntungan per unit (kg)
1	Emping Jagung Siap Goreng	1.440.000	1.297.604,9	142.395,1	355,98
2	Emping Jagung siap Konsumsi	4.120.000	1.670.367,2	2.449.632,8	6124,08

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Dari tabel 14 dapat diketahui bahwa besarnya keuntungan per sekali proses produksi sebesar Rp 142.395,1,- untuk agroindustri emping jagung siap goreng. Sedangkan untuk agroindustri emping jagung siap konsumsi keuntungan per sekali proses produksi adalah sebesar Rp 2.449.632,8,-. Selain dari keuntungan per sekali proses produksi, dari tabel 14 dapat diketahui bahwa

keuntungan yang didapat dari emping jagung siap goreng per kilogramnya adalah sebesar Rp 355,98,- , sedangkan keuntungan untuk emping jagung siap konsumsi per kilogramnya adalah sebesar Rp 6124,08,-. Hasil dari keuntungan ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan dibanding produk emping jagung siap goreng. Dengan demikian, hipotesis awal dapat diterima dengan adanya pembuktian bahwa produk emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan. Rincian penerimaan dan keuntungan agroindustri emping jagung siap goreng dan siap konsumsi dapat dilihat pada lampiran 5 dan lampiran 6.

5.6 Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang (David, 2006). Strategi diperlukan karena mempunyai manfaat, antara lain : dapat meminimalkan resiko, dapat menentukan sumber daya yang lebih efektif, mengidentifikasi peluang yang ada, maupun memberikan kemampuan manajemen yang baik. Selain itu, menurut Anggun (2009), strategi dapat memberikan arah dalam pengembangan perusahaan.

Dari analisis nilai tambah, biaya, serta penerimaan dan keuntungan diketahui bahwa agroindustri emping jagung yang memproduksi emping jagung siap goreng ini menguntungkan. Dengan ditentukannya alternatif strategi-strategi diharapkan agroindustri emping jagung ini lebih berkembang baik dari segi kuantitas maupun berkembang menjadi industri skala usaha kecil dan nantinya dapat menjadi skala usaha menengah.

5.6.1 Analisis Lingkungan Agroindustri

Upaya pengembangan agroindustri emping jagung dirumuskan melalui strategi perencanaan dengan melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Dalam hal ini lingkungan internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Sedangkan lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan yang akan menciptakan peluang dan ancaman bagi perusahaan dimasa sekarang maupun masa mendatang. Adapun hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada agroindustri emping jagung siap goreng adalah sebagai berikut :

A. Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal dari agroindustri emping jagung yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting. Kekuatan merupakan kegiatan atau faktor apa saja yang dimiliki atau dilakukan dengan baik oleh para produsen emping jagung. Sedangkan kelemahan adalah kegiatan atau faktor-faktor yang tidak dapat dilakukan oleh para produsen dengan baik atau dibutuhkan akan tetapi tidak dimiliki.

Kekuatan

1. Kemudahan memperoleh bahan baku

Dalam memperoleh bahan baku utama, para produsen atau pengusaha tidak mengalami kesulitan. Hal ini dikarenakan bahan baku utama yaitu jagung dipasok dari daerah sekitar Malang (Singosari, Wajak) serta Kediri. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku ini sangat mendukung dalam memperlancar proses produksi, dimana apabila untuk daerah singosari tidak tersedia bahan baku dapat dicari alternatif penyedia bahan baku jagung lainnya seperti di Kediri. Dengan adanya kemudahan memperoleh bahan baku ini, selain dapat memperlancar proses produksi, bahan baku yang mudah diperoleh juga dapat digudangkan atau digunakan sebagai stok bahan baku, sehingga bahan baku dapat tersedia sepanjang waktu.

2. Daya tahan produk

Daya tahan produk emping jagung siap goreng dapat mencapai umur 6 bulan, sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi mencapai umur 4 bulan. Hal ini menguntungkan karena produk tidak cepat rusak apabila didistribusikan ke luar kota, dan juga dengan daya tahan produk yang lama dapat dilakukan penyimpanan di gudang dengan jangka waktu 6 bulan apabila terdapat permintaan yang rendah dari konsumen. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi, daya tahan produk maksimal 4 bulan karena produk emping jagung dalam keadaan siap konsumsi yang sudah diberi bumbu, sehingga daya tahan produk akan mempengaruhi rasa emping jagung.

3. Kapasitas produk tinggi

Untuk agroindustri emping jagung, baik untuk produsen emping jagung siap goreng dan emping jagung siap konsumsi, mempunyai kapasitas produksi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan bahan baku yang mencapai 600 kilogram satu kali proses produksi yang membutuhkan waktu tiga hari. Untuk produsen emping jagung siap goreng kapasitas produksi yang tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang semakin tinggi pula, setelah dikurangi biaya-biaya lainnya.

4. Pengalaman pemilik usaha

Pengalaman pemilik usaha juga dapat mempengaruhi kelangsungan usaha agroindustri emping jagung ini. Diantara para responden, terdapat responden yang sudah mempunyai pengalaman diatas 10 tahun, sehingga dalam jangka waktu sepuluh tahun atau lebih sudah mengetahui seluk beluk mengenai agroindustri emping jagung baik dari proses produksi sampai kepada pemasarannya.

5. Tenaga kerja terampil

Dalam kegiatan proses produksi emping jagung, dilakukan oleh beberapa tenaga kerja yang umumnya berjumlah 1 sampai 5 orang tenaga kerja. Seluruh tenaga kerja yang ada adalah laki-laki. Hal ini dikarenakan dalam proses produksi emping jagung membutuhkan tenaga fisik, hal ini dikarenakan kapasitas produksi yang tinggi. Tenaga kerja yang ada pada setiap usaha merupakan tenaga kerja yang sudah terampil pada bagiannya masing masing atau, menguasai seluruh proses kegiatan produksi. Tenaga kerja yang terampil ini dikarenakan sudah bertahun-tahun menjadi pekerja pada masing-masing industri tempat mrereka bekerja pada emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi sehingga proses produksi tidak membutuhkan waktu yang lama. Selain itu, tenaga kerja yang ada sebelumnya juga sudah mendapatkan pelatihan untuk menjalankan alat-alat atau kegiatan apa saja yang harus dilakukan untuk memproduksi emping jagung.

6. Kemampuan manajerial pengelola

Kemampuan manajerial pemilik usaha merupakan suatu kekuatan atau kelebihan bagi usaha yang dijalankan. Kegiatan manajerial yang dilaksanakan mulai dari pembagian tenaga kerja, penentuan harga jual, penentuan bahan baku, dan sebagainya. Walaupun hanya sederhana, akan tetapi pemilik mempunyai kemampuan manajerial yang cukup dalam menjalankan usaha agroindustri emping jagung.

7. Penjualan langsung

Salah satu kekuatan dari agroindustri emping jagung ini, baik yang memproduksi emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi, adalah sistem penjualan langsung pada lokasi agroindustri. Hal ini sangat menguntungkan, karena dapat mengurangi biaya transportasi.

8. Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha agroindustri ini tergolong strategis, karena terletak dengan jalan raya utama dan tidak jauh dengan sumber bahan baku penolong lainnya yang dibutuhkan. Selain itu, lokasi usaha yang umumnya berada dalam satu RW (Rukun Warga) baik produsen yang memproduksi emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi.

Kelemahan :

1. Kemasan produk sederhana

Salah satu kelemahan dari produk emping jagung siap goreng dan juga emping jagung siap konsumsi adalah kemasan produk yang tergolong sederhana. Untuk produk emping jagung siap goreng hanya dikemas menggunakan karung untuk didistribusikan. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi hanya dikemas dengan plastik transparan.

2. Penggunaan merek dan label

Penggunaan merek ataupun label tambahan lainnya hanya sederhana atau bahkan tidak ada pada beberapa produsen. Penggunaan merek hanya sebatas pada kertas kecil yang bertuliskan nama merek emping jagung. Bahkan pada produsen emping jagung siap goreng yang menggunakan karung sebagai kemasan tidak mencantumkan merek maupun label lainnya.

3. Bentuk promosi masih sederhana

Selain dari terbatasnya penggunaan merek dan label, kegiatan promosi yang dilakukan juga masih sederhana. Baik produsen emping jagung siap goreng dan siap konsumsi, bentuk promosi yang digunakan hanya pada promosi dari mulut ke mulut serta menggunakan kartu nama yang bertuliskan nama industri dan informasi tentang industri emping jagung yang bersangkutan.

4. Penggunaan teknologi yang sederhana

Teknologi yang digunakan dalam produksi emping jagung siap goreng dan siap konsumsi juga tergolong sederhana, karena tidak melibatkan mekanisasi peralatan pada setiap proses produksi. Mesin-mesin yang ada, seperti mesin atau alat untuk mencuci jagung pipilan, mesin atau alat untuk menggiling jagung pipilan, serta mesin pencampur rasa (mesin molen) masih memerlukan tenaga manusia untuk penggunaannya.

5. Proses pembukuan belum ada

Dari beberapa responden yang diwawancara, hampir seluruhnya belum melakukan kegiatan pembukuan, dalam artian hanya terbatas pada tanda bukti pembelian bahan-bahan yang diperlukan. Proses pembukuan selama sebulan atau selama proses produksi belum dilakukan.

6. Tenaga pemasar terbatas

Tenaga pemasar yang ada pada setiap produsen juga terbatas, dalam artian tidak semua produsen mempunyai tenaga kerja untuk melakukan pemasaran atau distribusi produk emping jagung. Pada salah satu produsen emping jagung siap konsumsi sudah mempunyai tenaga pemasar sendiri yang bertugas mempromosikan produknya, akan tetapi hanya sebatas pada memasarkan dari satu toko ke toko lainnya.

B. Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi para produsen emping jagung. Peluang merupakan suatu kesempatan atau kecenderungan positif yang dapat dicapai oleh produsen emping jagung dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mengurangi kelemahan yang ada. Sedangkan ancaman merupakan kondisi atau faktor yang

dapat menghadang para produsen emping jagung untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Peluang :

1. Permintaan produk tinggi

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha, diketahui jumlah permintaan emping jagung baik yang memproduksi emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari volume produksi yang belum mampu mencukupi semua kebutuhan pelanggan, khususnya pelanggan skala besar seperti distributor atau pabrik makanan ringan. Walaupun tidak setiap saat permintaan tinggi, akan tetapi menjelang hari-hari besar atau raya keagamaan permintaan menjadi tinggi.

2. Lokasi usaha mudah dijangkau oleh konsumen

Lokasi usaha baik produsen emping jagung siap saji dan produsen emping jagung siap konsumsi mudah ditemui oleh para pelanggan. Hal ini dikarenakan lokasi usaha yang strategis, dekat dengan jalan utama dan tidak sulit untuk ditemukan. Selain itu, lokasi usaha juga terpusat pada satu RW (Rukun Warga).

3. Dukungan pemerintah daerah

Salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para produsen emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi adalah adanya dukungan pemerintah daerah atau pemerintah Kota Malang. Dukungan pemerintah daerah dapat dilihat dengan dimasukkannya produk emping jagung ke dalam salah satu dari delapan produk unggulan Kota Malang yang dapat dilihat pada alamat situs pemerintah Kota Malang, sehingga akibatnya promosi mengenai emping jagung dilakukan secara tidak langsung lewat media elektronik. Selain itu, dukungan pemerintah juga dapat dilakukan dengan diberlakukan kembali ijin usaha satu atap. Izin usaha satu atap ini dapat diartikan bahwa dalam satu kawasan yang terdiri dari beberapa industri hanya dilakukan proses perizinan terhadap satu nama atau satu industri yang bertanggung jawab kepada beberapa industri sejenis lainnya.

4. Kontinuitas bahan baku

Peluang lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh para produsen emping jagung adalah kontinuitas dari bahan baku jagung. Selain dari kemudahan memperoleh bahan baku, ketersediaan dari bahan baku juga tercukupi. Hal ini dikarenakan, pembelian bahan baku tidak dilakukan pada satu lokasi saja, tetapi pada beberapa lokasi yang memproduksi jagung. Sehingga pada akhirnya pasokan bahan baku tidak tersendat, karena bahan baku dapat diperoleh di lain tempat yang dapat menyediakan bahan baku jagung pipilan.

5. Kemudahan pinjaman modal

Dari hasil wawancara diketahui bahwa sebenarnya terdapat kemudahan pinjaman modal yang disediakan oleh bank, akan tetapi kebanyakan modal yang ada adalah merupakan modal sendiri para pemilik usaha agroindustri emping jagung. Salah satu kegunaan dari tambahan modal ini dapat digunakan untuk menginvestasikannya kedalam pembelian mesin-mesin atau peralatan baru yang dapat memproduksi emping jagung secara lebih efisien.

6. Perluasan pasar

Faktor lainnya yang menjadi peluang bagi agroindustri emping jagung baik produsen emping jagung siap goreng serta siap konsumsi adalah pasar yang dapat diperluas lagi. Lokasi pemasaran tidak hanya terbatas pada kawasan lokal saja yaitu kawasan malang sekitar, akan tetapi dapat diperluas ke daerah-daerah atau pasar luar kota, hal ini terbukti dengan adanya permintaan emping jagung dari daerah atau kota-kota lain.

Ancaman :

1. Fluktuasi harga bahan baku

Faktor eksternal yang menjadi ancaman bagi agroindustri emping jagung baik produsen emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi adalah fluktuasi harga bahan baku jagung. Bahan baku mudah diperoleh dan tersedia sepanjang waktu, akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah harga bahan baku yang berubah-ubah. Hal ini dikarenakan faktor dari cuaca atau iklim atau musim panen yang menyebabkan harga bahan baku jagung yang berfluktuatif. Ketika musim hujan, umumnya harga bahan baku jagung naik akibat sedikitnya petani yang

menanam jagung pada musim hujan. Sebaliknya, ketika panen jagung tiba, harga menjadi relatif turun karena pasokan jagung berlimpah.

2. Masuknya pesaing baru

Karena terdiri dari beberapa produsen emping jagung, maka masuknya pengusaha emping jagung sejenis yang baru dapat menjadi ancaman. Masuknya pemain baru dapat dikatakan sebagai masuknya pesaing baru, karena dapat mengakibatkan terjadinya persaingan harga atau persaingan untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis yang tepat agar mampu bersaing dengan para pesaing lainnya.

3. Adanya produk substitusi

Faktor lainnya yang menjadi ancaman adalah adanya berbagai macam camilan yang terbuat dari jagung. Selain itu juga terdapat banyak camilan atau makanan ringan yang bukan terbuat dari jagung yang berbentuk emping atau keripik. Berbagai macam produk camilan atau makanan ringan tersebut dapat dikategorikan sebagai produk substitusi, karena apabila produk emping jagung tidak tersedia dipasaran maka konsumen dapat mengganti atau mensubstitusikan pilihan makanan ringan kepada makanan ringan lainnya selain emping jagung. Oleh karena itu, para produsen emping jagung harus memperhatikan produk camilan dari jagung lainnya yang dapat menggantikan pasar emping jagung, baik emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi.

4. Perubahan selera konsumen

Perubahan selera konsumen juga dapat dikatakan sebagai ancaman bagi produsen emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi. Bagi produsen emping jagung siap goreng, perubahan selera konsumen adalah kualitas dari bahan baku jagung yang diproduksi. Kualitas bahan baku jagung akan berkaitan dengan lamanya bahan baku dapat disimpan. Selain itu, bahan baku jagung yang berkualitas untuk emping jagung siap goreng ditandai dengan produk emping jagung siap goreng yang tidak mudah rusak ketika didistribusikan kepada konsumen. Hal tersebut mengakibatkan produsen emping jagung siap goreng harus mendapatkan bahan baku jagung yang berkualitas agar emping jagung siap goreng yang dihasilkan dapat sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sedangkan untuk produsen emping jagung siap konsumsi, perubahan selera

konsumen terletak pada rasa dari emping jagung yang diinginkan. Ada kalanya konsumen bosan akan rasa emping jagung siap konsumsi yang sudah ada. Oleh karena itu, inovasi rasa diperlukan bagi produsen emping jagung siap konsumsi.

5. Tidak ada ijin usaha

Izin usaha sangat diperlukan untuk keberlangsungan jalannya usaha. Pada beberapa responden produsen emping jagung diketahui belum mempunyai ijin usaha. Hanya terdapat satu produsen saja yang sudah mempunyai ijin usaha. Beberapa faktor yang menyebabkan belum diurusnya perizinan usaha dikarenakan skala usaha yang tergolong rumah tangga, sehingga para produsen berpikiran untuk tidak memproses ijin usaha. Alasan tidak adanya ijin usaha adalah bukan karena biaya administrasi atau lama proses perizinan usaha, akan tetapi karena alasan pajak yang harus dibayar. Keharusan membayar pajak ini dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh dari produksi emping jagung ini.

6. Ketersediaan tenaga kerja

Pada beberapa produsen emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi, tenaga kerja sulit untuk didapatkan. Hal ini dikarenakan, dibutuhkan keterampilan untuk memproduksi emping jagung. Selain itu memang tidak ada minat para pencari kerja untuk bekerja di agroindustri emping jagung.

5.6.2 Analisis Matrik IFA dan Analisis Matrik EFA

Matrik IFA (*Internal Factor Analysis* atau Analisis Lingkungan Internal) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal dari agroindustri yang berpengaruh terhadap perusahaan sehingga dapat diidentifikasi tentang peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri.

Penentuan skor analisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan analisis eksternal (peluang dan ancaman) diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan *rating*. Hasil penentuan skor analisis lingkungan internal (IFA) dan eksternal (EFA) bagi produsen emping jagung dapat dilihat pada tabel 11 dan tabel 15.

Tabel 18. Matrik IFA Pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

Faktor-Faktor Kunci Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan			
• Kemudahan memperoleh bahan baku	0,1	4	0,4
• Daya tahan produk	0,07	3	0,21
• Kapasitas produksi tinggi	0,1	4	0,4
• Pengalaman pemilik usaha	0,1	4	0,4
• Tenaga kerja terampil	0,07	3	0,21
• Kemampuan manajerial pengelola	0,07	2	0,14
• Penjualan langsung	0,05	2	0,1
• Lokasi usaha strategis	0,05	1	0,05
Total Skor Kekuatan			1,91
Kelemahan			
• Kemasan produk sederhana	0,07	3	0,21
• Tidak ada merek dan label	0,05	3	0,15
• Bentuk promosi masih sederhana	0,05	2	0,1
• Penggunaan teknologi yang sederhana	0,1	1	0,1
• Proses pembukuan belum ada	0,07	3	0,21
• Tenaga pemasar terbatas	0,05	2	0,1
Total Skor Kelemahan			0,87
Total Skor Kekuatan dan Kelemahan			2,78
Selisih Skor Kekuatan dan Kelemahan			1,04

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Tabel 19. Matrik EFA Pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

Faktor-Faktor Kunci Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang			
• Permintaan produk tinggi	0,1	3	0,3
• Lokasi usaha mudah dijangkau	0,05	1	0,05
• Dukungan pemerintah daerah	0,05	1	0,05
• Kontinuitas bahan baku	0,15	4	0,6
• Kemudahan pinjaman modal	0,05	1	0,05
• Perluasan pasar	0,15	4	0,6
Total skor peluang			1,65
Ancaman			
• Fluktuasi harga bahan baku	0,15	2	0,3
• Masuknya pesaing baru	0,05	1	0,05
• Adanya produk substitusi	0,05	3	0,15
• Perubahan selera konsumen	0,05	2	0,1
• Tidak ada ijin usaha	0,05	2	0,1
• Ketersediaan tenaga kerja	0,1	4	0,4
Total Skor Ancaman			1,1
Total Skor Peluang dan Ancaman			2,75
Selisih Skor Peluang dan Ancaman			0,55

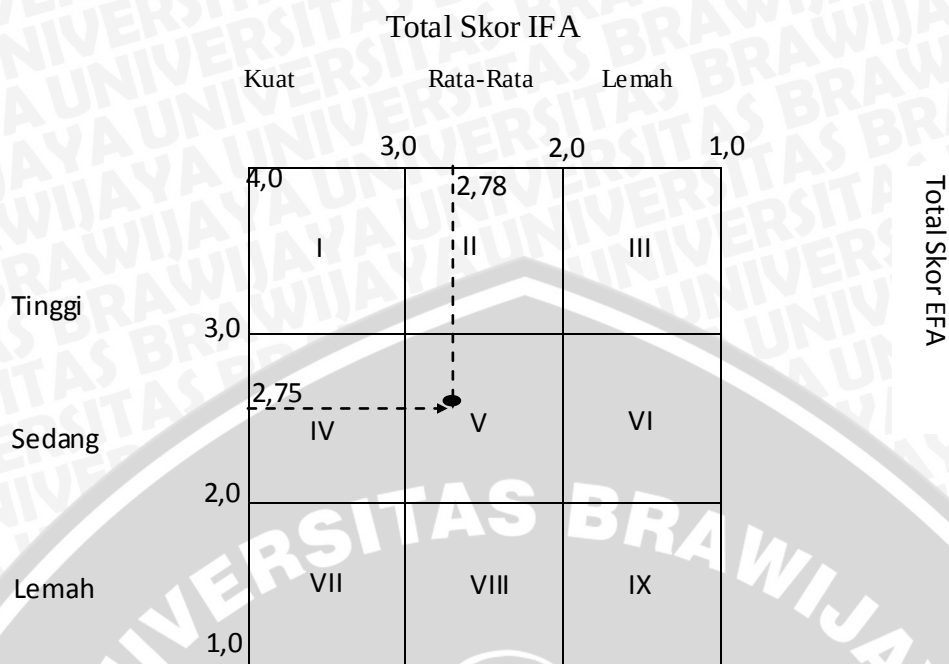
Sumber : Data Primer Diolah, 2009

5.6.3 Analisis Matrik Internal-Eksternal

A. Matrik Internal Eksternal

Matrik internal-eksternal dapat memberikan posisi atau letak perusahaan ke dalam matrik yang secara khusus terdiri atas sembilan sel atau sembilan kotak sel. Penentuan posisi agroindustri emping jagung didasarkan pada analisis skor total faktor internal (IFA) dan skor total faktor eksternal (EFA). Total skor IFA berada pada sumbu horizontal atau sumbu X, sedangkan total skor EFA berada pada sumbu vertikal atau sumbu Y.

Dari hasil analisis untuk agroindustri emping jagung diperoleh total skor faktor internal sebesar 2,78 (yang didapat dari penjumlahan total skor kekuatan dan total skor kelemahan) dan total skor eksternal sebesar 2,75 (yang didapat dari penjumlahan total skor peluang dan total skor ancaman). Posisi dari agroindustri emping jagung dilihat pada gambar 9.

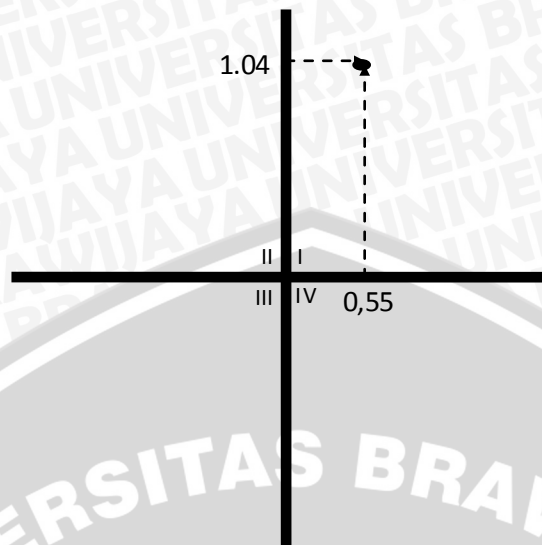


Gambar 9. Matriks Internal Eksternal Agroindustri Emping Jagung

Dari gambar matrik internal-eksternal terlihat kombinasi yang menunjukkan pada sel V yang merupakan daerah *Growth* dan *Stability*. Pada daerah tersebut strategi yang dapat diterapkan adalah integrasi horizontal. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Perusahaan yang berada dalam sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

B. Matrik Grand Strategy

Dengan matriks ini akan diketahui posisi perusahaan terletak dimana dari keempat kuadran yang tersedia dan selanjutnya dapat diketahui strategi alternatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha (setiawan, 2009). Gambar matriks *Grand Strategy* untuk agroindustri emping jagung dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10. Matriks *Grand Strategy* Agroindustri Emping Jagung

Pada matrik *Grand Strategy* untuk agroindustri emping jagung diatas dapat dilihat bahwa nilai 1,04 merupakan selisih dari skor kekuatan yaitu 1,91 dan skor kelemahan yaitu 0,87. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki agroindustri emping jagung lebih besar daripada kelemahan yang dimiliki. Selain itu, nilai 0,55 merupakan selisih dari skor peluang yaitu 1,6 dan skor ancaman yaitu 1,1. Nilai tersebut menunjukkan bahwa agroindustri emping jagung mempunyai peluang yang lebih besar dibanding ancaman yang harus diatasi.

Dari pemetaan matrik *Grand Strategy* diatas diketahui agroindustri emping jagung berada pada kuadran 1, sehingga sebaiknya agroindustri emping jagung siap goreng ini menerapkan kebijakan *Aggressive*. Posisi agresif merupakan posisi yang sangat menguntungkan dimana perusahaan mempunyai kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan dan mempunyai peluang yang lebih besar daripada ancaman. Pada posisi ini agroindustri mempunyai peluang dan kekuatan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal. Sehingga strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan kebijakan agresif antara lain integrasi vertikal (mempunyai usahatani jagung atau sekaligus menjadi distributor jagung) serta difersifikasi konglomerat (penambahan produk baru yang tidak berkaitan dengan jagung atau emping jagung).

5.6.4 Analisis Matrik SWOT

Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi agroindustri emping jagung dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Rangkuti, 2006).

Tabel 20. Penentuan Alternatif Strategi pada Pengembangan Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	• Kemudahan memperoleh bahan baku (S1) • Daya tahan produk (S2) • Kapasitas produksi tinggi (S3) • Pengalaman usaha pemilik (S4) • Tenaga kerja terampil (S5) • Kemampuan manajerial pengelola (S6) • Penjualan langsung (S7) • Lokasi industri strategis (S8)	• Kemasan produk sederhana (W1) • Tidak ada merek dan label produk (W2) • Bentuk promosi masih sederhana (W3) • Penggunaan Teknologi sederhana (W4) • Proses pembukuan yang belum ada (W5) • Tenaga pemasar terbatas (W6)
Faktor Eksternal	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Peluang (O) • Permintaan produk tinggi (O1) • Lokasi usaha mudah dijangkau (O2) • Dukungan pemerintah daerah (O3) • Kontinuitas bahan baku (O4) • Kemudahan pinjaman modal (O5) • Perluasan pasar (O6)	a) Meningkatkan volume dan kontinuitas produksi dengan cara perluasan areal produksi (S1,S3,O1,O4) b) Melakukan Pengembangan pasar disertai dengan inovasi produk (S2,O2,O6) c) Perbaikan proses manajemen yang tepat serta kerjasama dengan Pemda untuk melakukan kegiatan promosi (O3,O5,S4,S5,S6,S7,S8)	a) Penggunaan teknologi baru yang lebih efisien disertai perbaikan kemasan dan pemberian merek atau label (W1,W2,W3,W4,O4,O5) b) Melakukan pembukuan agar kondisi keuangan tercatat (O1,O2,O6,W5) c) Bekerjasama dengan pemerintah daerah serta penambahan tenaga pemasar untuk meningkatkan promosi (O3,W6)
	Strategi (ST)	Strategi (WT)
Ancaman (T) • Fluktuasi harga bahan baku (T1) • Masuknya pesaing baru (T2) • Adanya produk substitusi (T3) • Perubahan selera konsumen (T4) • Tidak ada ijin usaha (T5) • Ketersediaan tenaga kerja (T6)	a) Melakukan manajemen persediaan bahan baku dengan cara penyetoran atau pembelian saat harga murah (T1,S1,S2,S3,S4,S6) b) Menetapkan harga yang bersaing dengan pesaing lainnya (T2,T3,T4,S7,S8) c) Mengurus perizinan usaha dan menambah tenaga kerja (S5,T5,T6)	a) Meningkatkan kegiatan promosi (W1,W2,W3,T2,T3,T4) b) Menambah tenaga kerja baru yang terampil (W4,W5,W6,T6) c) Perbaikan proses manajemen persediaan bahan baku (T1) d) Mengurus izin usaha (T5)

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan tabel 15, diperoleh 12 strategi alternatif untuk agroindustri emping jagung. Strategi-strategi diatas akan disederhanakan lagi untuk mencari alternatif strategi yang tepat untuk pengembangan agroindustri emping jagung. Sehingga dari adanya 12 strategi tersebut akan disederhanakan dan diringkas menjadi 3 strategi besar yang bisa diterapkan untuk agroindustri emping jagung ini. Strategi alternatif tersebut antara lain :

1. Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai dengan selera konsumen (gabungan strategi SO : a, SO : b, serta WO : a).
2. Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan, dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik (gabungan strategi ST : a, ST : b, WO : b, WT : b , WT : c).
3. Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan (gabungan strategi SO : c, ST : c, WO : c, WT : a , WT : d).

5.6.5 Analisis QSPM (*Quantitative Strategies Planning Matrix*)

Analisis QSPM adalah alat yang direkomendasikan bagi para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategis alternatif secara objektif, berdasarkan kunci sukses faktor internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (Umar, 2001). Analisis ini digunakan untuk melihat strategi mana yang harus didahulukan untuk diterapkan pada agroindustri emping jagung. Pada perhitungan analisis QSPM diperoleh nilai 5,76 untuk strategi 1, nilai 4,6 untuk strategi 2, serta nilai 4,05 untuk strategi 3. Perhitungan analisis QSPM lebih lanjut untuk agroindustri emping dapat dilihat pada lampiran 7.

Pada perhitungan analisis QSPM, strategi-strategi yang harus dilakukan dan didahulukan dari antara ketiga alternatif strategi bagi agroindustri emping jagung adalah :

1. Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai dengan selera konsumen.
2. Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik.
3. Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan. Sebagai contoh penggunaan media cetak maupun elektronik.

5.7 Implementasi Strategi

Hasil dari perhitungan analisis QSPM akan menunjukkan strategi-strategi yang mana yang akan didahulukan untuk diterapkan pada agroindustri emping jagung. Strategi yang memiliki nilai yang paling tinggi maka strategi tersebut harus dilakukan terlebih dahulu kemudian dilanjutkan strategi lainnya yang memiliki nilai tertinggi kedua maupun selanjutnya. Urutan strategi-strategi yang dilakukan untuk agroindustri emping jagung ini antara lain :

1. Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai dengan selera konsumen. Peningkatan kuantitas dapat dilakukan dengan cara memperluas areal produksi, yaitu memperluas areal penjemuran agar volume produksi dapat lebih ditingkatkan, sehingga kontinuitas produksi dapat terjaga selama proses produksi berlangsung. Kedua, diperlukan juga pemilihan bahan baku jagung yang berkualitas agar produk emping jagung tidak gampang rusak atau terjadi perubahan fisik. Ketiga, pengembangan atau inovasi produk dilakukan agar produk emping jagung dapat memberikan apa yang diinginkan konsumen, mulai dari perbaikan kemasan yang dikemas dengan baik. Selain itu diperlukan adaptasi penggunaan mesin baru atau teknologi pengolahan baru yang dapat meningkatkan efisien dalam proses produksi.
2. Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan

baik. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan manajemen persediaan yang baik, yaitu pembelian serta mengatur persediaan bahan baku jagung agar kontinuitas produksi dapat terjaga. Selain itu diperlukan strategi penetapan harga yang dapat bersaing dengan para pesaing lainnya, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan kemudahan pembayaran kepada pelanggan dengan sistem kredit atau sistem bonus. Manajemen keuangan dapat dilakukan dengan adanya proses pembukuan baik yang sederhana ataupun proses pembukuan yang lebih rinci, hal ini dilakukan agar dapat mengetahui kondisi keuangan masing-masing produsen. Yang terakhir, dapat dilakukan manajemen tenaga kerja yang baik mulai dari perekrutan tenaga kerja baru sampai kepada tenaga yang terampil.

3. Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan antara lain dengan menambahkan label dan merek dari produk emping jagung yang diproduksi dan supaya produk lebih dikenal tidak pada lokal Kota Malang saja akan tetapi ke luar kota Malang. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya kerjasama dengan pemerintah daerah Kota Malang. Kerjasama dengan pemerintah daerah juga dapat dilakukan untuk perizinan usaha yang mudah dan tidak memberatkan para produsen agroindustri emping jagung. Yang terakhir, Penambahan tenaga pemasar dalam bidang promosi produk emping jagung juga dapat dilakukan guna meningkatkan kegiatan promosi.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng. Nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap konsumsi yang dihasilkan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 5.678,- atau 69% dari nilai produk, sedangkan nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap goreng yang dihasilkan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 503,- atau 18% dari nilai produk.
2. Agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan dibanding agroindustri emping jagung siap goreng, dimana agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan keuntungan sebesar Rp 2.449.632,8,- selama satu kali proses produksi sedangkan agroindustri siap goreng menghasilkan keuntungan Rp 142.395,1,- selama satu kali proses produksi.
3. Dari hasil analisis QSPM strategi yang harus dilakukan dan didahulukan antara lain adalah: a) Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai dengan selera konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan perluasan areal penjemuran, pemilihan bahan baku jagung yang baik, serta inovasi rasa emping jagung yang baru agar menarik minat konsumen; b) Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilakukan dengan mengatur persediaan bahan baku, memberikan kemudahan pembayaran kepada konsumen, melakukan proses pembukuan agar laporan keuangan tercatat dengan baik, serta melakukan pelatihan terhadap tenaga kerja baru; c) Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan. Hal ini dapat dilakukan

dengan penambahan tenaga pemasar untuk mempromosikan produk emping jagung serta dapat menambahkan label dan merek kepada produk dalam mempromosikan emping jagung.

6.2 Saran

Dalam rangka pengembangan agroindustri emping jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Produsen emping jagung dapat mensubstitusikan sebagian hasil produksinya untuk diproduksi menjadi emping jagung siap konsumsi dengan mempertimbangkan perolehan tingkat keuntungan yang lebih tinggi apabila memproduksi emping jagung siap konsumsi.
2. Untuk meningkatkan volume penjualan produk emping jagung, maka perlu dilakukan perluasan areal produksi terutama untuk proses penjemuran, memperluas daerah pemasaran baik di wilayah Malang maupun ke luar wilayah Malang, serta pemberian label dan merek pada produk emping jagung untuk melakukan kegiatan promosi produk emping jagung. Sedangkan dalam rangka peningkatan kualitas produk emping jagung perlu diperhatikan pemilihan kualitas bahan baku jagung pipilan yang akan digunakan, serta penggunaan teknik pengemasan yang menarik disertai dengan penggunaan rasa baru agar dapat menarik minat konsumen.
3. Diperlukan adanya izin usaha agar kedepannya agroindustri emping jagung ini tidak mendapatkan permasalahan mengenai perizinan usaha. Dalam hal ini, pemerintah daerah setempat dapat memberikan dukungan dengan memberlakukan kembali izin usaha satu atap.
4. Perlu dibentuk suatu kelembagaan atau sebuah kelompok yang didalamnya terdapat para produsen emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi. Dengan dibentuknya suatu kelembagaan ini maka diharapkan para produsen emping jagung memperoleh informasi pasar serta dapat memperkuat posisi tawar para produsen emping jagung agar mampu bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggun, Adhana Reswari. 2009. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Lempeng (Kerupuk Puli). Skripsi Jurusan Sosial ekonomi Pertanian
- Arsyad, Lincolin. 2000. Ekonomi Manajerial. BPFE. Yogyakarta
- BPS. 2009. Konsep Industri. Available at http://www.bps.go.id/aboutus.php?id_subyek=09&tabel=1&fl=2 (Verified 10 Oktober 2009)
- David, Fred. R. 2006. Manajemen Strategis Konsep. Salemba empat. Jakarta
- Demaswasti, Nungky. 2008. Strategi Pengembangan Agroindustri Bakpao Wuluh Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Skripsi Jurusan Sosial ekonomi Pertanian
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. 2007. Renstra Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (Revisi) 2007-2009. Available at <http://agribisnis.deptan.go.id/organisasi/renstra.pdf> (Verified 13 Oktober 2009)
- Hasan, M. Iqbal. 2002. Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Kastaman, Roni. 2007. Analisis Prospektif Pengembangan Produk Olahan Manggis (*Garcinia Mangostana*) Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Kecamatan Puspahiang Kabupaten Tasikmalaya. Available at http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdffiles/Pros_2007-B_1.pdf (Verified 13 Oktober 2009)
- Kurniawan, Indra. 2006. Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Dan Strategi Perusahaan Pada PT Plaza Araya Sentra Niaga Kota Malang. Skripsi Jurusan Manajemen
- Kusumawardani, Fenny. 2009. Nilai Tambah Agroindustri Blimbing Manis Dan Optimalisasi Output Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
- PEMKOT Malang. 2007. Produk Unggulan Kota Malang. Available at <http://www.pemkot-malang.go.id> (Verified 10 Oktober)
- Pindyck, Robert S., Daniel L. Rubinfeld. 2003. Mikro Ekonomi. PT INDEKS. Jakarta
- Ramadhiyanti, R. Nur. 2009. Analisis nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Sari Apel Brosem Di Kelurahan Sisir, Kabupaten Batu. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. 2006

Setiawan, Aris. 2009. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Sudiyono, armand. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.

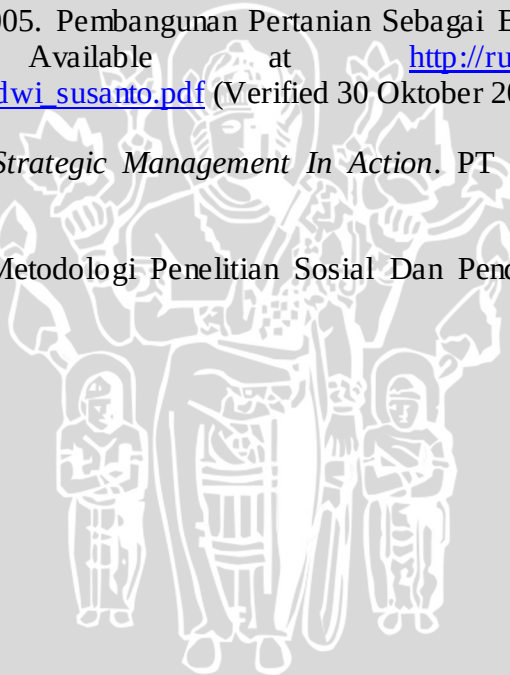
Supriyati dan Erma Suryani. 2006. Peranan, Peluang, dan Kendala Pengembangan Agroindustri Di Indonesia. Available at <http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/files/FAE24-2b.pdf> (Verified 13 Oktober 2009)

Supriyati. 2007. Peranan Agroindustri Perdesaan Dalam Perekonomian Dan Perspektif Pengembangannya. Available at http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/files/Pros_2007-B_1.pdf (Verified 13 Oktober 2009)

Susanto, Roni. Dwi. 2005. Pembangunan Pertanian Sebagai Basis Pertumbuhan Ekonomi. Available at http://rudycr.com/PPS702-ipb/10245/roni_dwi_susanto.pdf (Verified 30 Oktober 2009)

Umar, Husein. 2002. *Strategic Management In Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Zuriah, Nurul. 2007. Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan. PT Bumi Aksara. Jakarta



Lampiran 1. Biaya Penyusutan Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Dalam Satu Kali Proses Produksi

No	Alat	Produsen A	Produsen B	Rata-Rata	Penyusutan
1	Drum Stainless	500.000	500.000	500.000	5.208,3
2	Pompa Air	170.000	100.000	135.000	1.406,3
3	Sesek	3.000.000	720.000	1.860.000	19.375
4	Keranjang	150.000	180.000	165.000	1.718,8
5	Alat untuk mencuci	666.666,7	450.000	558.333,4	5.816,0
6	Mesin Giling	166.666,7	1.100.000	633.333,4	6.597,2
7	Mesin diesel	200.000	200.000	200.000	2.083,3
	Jumlah				42.204,9

Keterangan :

- Biaya total agroindustri emping jagung siap goreng diambil dari biaya penyusutan peralatan
- Jumlah Rp 42.204,- menunjukkan jumlah total penyusutan dari rata-rata penyusutan produsen A dan produsen B

Produsen A

No	Alat	Nilai Awal (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
1	Drum Stainless	1.000.000	0	4	250.000	2	500.000
2	Pompa Air	625.000	200.000	2,5	170.000	1	170.000
3	Sesek	12.000	0	2	6.000	500	3.000.000
4	Keranjang	15.000	0	0,5	30.000	5	150.000
5	Alat untuk mencuci	4.500.000	500.000	6	666.666,6	1	666.666,7
6	Mesin Giling	3.000.000	2.500.000	6	83.333,3	2	166.666,7
7	Mesin diesel	600.000	400.000	2	100.000	2	200.000
	TFC/tahun						4.853.333,3
	TFC/96 kali proses produksi						50.555,6

Produsen B

No	Alat	Nilai Awal (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total (Rp)
1	Drum Stainless	1.000.000	0	4	250.000	2	500.000
2	Pompa Air	250.000	50.000	4	50.000	2	100.000
3	Sesek	12.000	0	2	6.000	120	720.000
4	Keranjang	15.000	0	0,5	30.000	6	180.000
5	Alat untuk mencuci	4.500.000	0	10	450.000	1	450.000
6	Mesin Giling	8.000.000	2.500.000	10	550.000	2	1.100.000
7	Mesin diesel	600.000	400.000	2	100.000	2	200.000
	TFC/tahun						3.250.000
	TFC/96 kali proses produksi						33.854,2

Lampiran 2. Biaya Penyusutan Agroindustri Emping Jagung Siap Konsumsi Dalam Satu Kali Proses Produksi

No	Alat	Produsen A	Produsen B	Rata-Rata	Penyusutan
1	Drum Stainless	257.142,9	400.000	328.571,4	3.911,6
2	Drum Biasa	500.000	840.000	670.000	7.976,2
3	Pompa Air	1.500.000	750.000	1.125.000	13.392,9
4	Sesek	2.400.000	1.200.000	1.800.000	21.428,6
5	Keranjang	50.000	50.000	50.000	595,2
6	Alat untuk mencuci	153.846,2	150.000	151.923,1	1.808,6
7	Mesin Giling	307.692,4	300.000	303.846,2	3.617,2
8	Mesin diesel	3.200.000	3.200.000	3.200.000	38.095,2
9	Mesin Molen	120.000	130.000	125.000	1.488,1
10	Wajan	150.000	27.000	88.500	1.053,6
	Jumlah				93.367,2

Keterangan :

- Biaya total agroindustri emping jagung siap konsumsi diambil dari biaya penyusutan peralatan
- Jumlah Rp 93.367,- menunjukkan jumlah total penyusutan dari rata-rata penyusutan produsen A dan produsen B

Produsen A

No	Alat	Nilai Awal (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total Rp)
1	Drum Stainless	900.000	0	7	128.571,5	2	257.142,9
2	Drum Biasa	110.000	10.000	1	100.000	5	500.000
3	Pompa Air	2000.000	500.000	2	750.000	2	1.500.000
4	Sesek	12.000	0	2	6.000	400	2.400.000
5	Keranjang	50.000	0	2	25.000	2	50.000
6	Alat untuk mencuci	3.000.000	1.000.000	13	153.846,2	1	153.846,2
7	Mesin Giling	4.000.000	2.000.000	13	153.846,2	2	307.692,4
8	Mesin diesel	2.000.000	400.000	1	1.600.000	2	3.200.000
9	Mesin Molen	300.000	0	5	60.000	2	120.000
10	Wajan	150.000	0	3	50.000	3	150.000
	TFC/tahun						8.638.681,3
	TFC/84 kali proses produksi						102,841,4

Produsen B

No	Alat	Nilai Awal (Rp)	Nilai Akhir (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Penyusutan (tahun)	Jumlah (Unit)	Penyusutan Total Rp)
1	Drum Stainless	2.000.000	1.000.000	5	200.000	2	400.000
2	Drum Biasa	80.000	20.000	0,5	120.000	7	840.000
3	Pompa Air	2.000.000	500.000	2	750.000	1	750.000
4	Sesek	11.000	3.000	2	4.000	300	1.200.000
5	Keranjang	50.000	0	2	25.000	2	50.000
6	Alat untuk mencuci	2.500.000	1.000.000	10	150.000	1	150.000
7	Mesin Giling	3.000.000	2.000.000	10	100.000	3	300.000
8	Mesin diesel	2.000.000	400.000	1	1.600.000	2	3.200.000
9	Mesin Molen	2.800.000	1500.000	10	130.000	1	130.000
10	Wajan	175.000	40.000	5	27.000	1	27.000
	TFC/tahun						7.047.000
	TFC/84 kali proses produksi						83.892,9

Lampiran 3. Biaya Variabel Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Dalam Satu Kali Proses Produksi

N0	Keterangan	Produsen A	Produsen B	Biaya Rata-Rata
1	Bahan baku			
	Jagung (Kg)	129.000	840.000	484.500
2	Input lain			
	Total sumbangan input lain	135.200	99.600	117.400
3	Tenaga kerja	96.000	50.000	73.000
	TVC	1.521.200	989.600	1.255.400

Produsen A

N0	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Bahan baku				
	Jagung (Kg)	600	2.150		1290.000
2	Input lain				
	Serbuk gergaji (karung)	2	22.000	44.000	
	Kapur (Kg)	12	700	8.400	
	Solar (liter)	12	4.500	54.000	
	Karung	16	1.800	28.800	
	Total sumbangan input lain				135.200
3	Tenaga kerja	2	48.000		96.000
	TVC				1.521.200
4	Penyusutan alat (TFC)				50.555,6
	TC (TVC + TFC)				1.571.755,6
	TC/480				3.274,5

$$\begin{aligned}
 \text{Sumbangan input lain} &= \frac{\text{total sumbangan input lain (Rp)}}{\text{bahan baku (Kg)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 135.200}{600 \text{ Kg}} \\
 &= \text{Rp } 225,33 / \text{Kg bahan baku}
 \end{aligned}$$

Produsen B

N0	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Bahan baku				
	Jagung (Kg)	400	2.100		840.000
2	Input lain				
	Serbuk gergaji (karung)	5	8.000	40.000	
	Kapur (Kg)	8	700	5.600	
	Solar (liter)	8	4.500	36.000	
	Karung	10	1.800	18.000	
	Total sumbangan input lain				99.600
3	Tenaga kerja	1	50.000		50.000
	TVC				989.600
4	Penyusutan alat (TFC)				3.385,2
	TC (TVC + TFC)				1.023.454,2
	TC/320				3.198,3

$$\begin{aligned}
 \text{Sumbangan input lain} &= \frac{\text{total sumbangan input lain (Rp)}}{\text{bahan baku (Kg)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 99.600}{400 \text{ Kg}} \\
 &= \text{Rp } 249 / \text{Kg bahan baku}
 \end{aligned}$$

Lampiran 4. Biaya Variabel Agroindustri Emping Jagung Siap Konsumsi Dalam Satu Kali Proses Produksi

N0	Keterangan	Produsen A	Produsen B	Rata-Rata
1	Bahan baku			
	Jagung (Kg)	840.000	900.000	870.000
2	Input lain			
	Total sumbangan input lain	752.700	346.300	549.500
3	Tenaga kerja	240.000	75.000	157.500
	TVC	1832.700	1321.300	1.577.000

Produsen A

N0	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Bahan baku				
	Jagung (Kg)	400	2.100		840.000
2	Input lain				
	Serbuk gergaji (karung)	5	15.000	75.000	
	Kapur (Kg)	9	700	6.300	
	Solar (liter)	4	12.000	48.000	
	Minyak goreng (liter)	77	7.200	554.400	
	Plastik (roll)	1	69.000	69.000	
	Perasa (Balado) (Kg)	12	12.000	144.000	
	Total sumbangan input lain				752.700
3	Tenaga kerja	8	30.000		240.000
	TVC				1832.700
4	Penyusutan alat (TFC)				102.841,4
	TC (TVC + TFC)				1.935.541,4
	TC/320				6048,5

$$\begin{aligned}
 \text{Sumbangan input lain} &= \frac{\text{total sumbangan input lain (Rp)}}{\text{bahan baku (Kg)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 752.200}{400 \text{ Kg}} \\
 &= \text{Rp } 1881,8 / \text{Kg bahan baku}
 \end{aligned}$$

Produsen B

N0	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Bahan baku				
	Jagung (Kg)	750	1.200		900.000
2	Input lain				
	Serbuk gergaji (karung)	5	15.000	75.000	
	Kapur (Kg)	8	700	5.600	
	Solar (liter)	15	4.500	67.500	
	Minyak goreng (Kg)	68	1.900	129.200	
	Plastik (roll)	1	69.000	69.000	
	Perasa (Asin) (Kg)	5	700	3.500	
	Total sumbangan input lain				346.300
3	Tenaga kerja	2	37.500		75.000
	TVC				1321.300
4	Penyusutan alat (TFC)				83.892,9
	TC (TVC + TFC)				1.405.192,9
	TC/600				2.341,9

$$\begin{aligned}
 \text{Sumbangan input lain} &= \frac{\text{total sumbangan input lain (Rp)}}{\text{bahan baku (Kg)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 346.300}{750 \text{ Kg}} \\
 &= \text{Rp } 461,7 / \text{Kg bahan baku}
 \end{aligned}$$

Lampiran 5. Penerimaan dan Keuntungan Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Dalam Satu Kali Proses Produksi

No	Produk	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)
1	Produsen A	1.728.000	1.571.755,6	156.244,4
2	Produsen B	1.152.000	1.023.454,2	128.545,8
	Rata-Rata	1.440.000	1.297.604,9	142.395,1

Produsen A

No	Produk	Harga/kg (Rp)	Jumlah Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)	Keuntungan per unit (Rp)
1	Emping Jagung siap Goreng	3.600	480	1.728.000	1.571.755,6	156.244,5	325,5

Produsen B

No	Produk	Harga/kg (Rp)	Jumlah Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)	Keuntungan per unit (Rp)
1	Emping Jagung siap Goreng	3.600	320	1.152.000	1.023.454,2	128.545,8	267,8

Lampiran 6. Penerimaan dan Keuntungan Agroindustri Emping Jagung Siap Konsumsi Dalam Satu Kali Proses Produksi

No	Produk	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)
1	Produsen A	3.392.000	1.935.541,4	1.456.458,6
2	Produsen B	6.000.000	1.405.192,9	4.594.807,1
	Rata-Rata	4.696.000	1.670.367,2	3.025.632,8

Produsen A

No	Produk	Harga/kg (Rp)	Jumlah Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)	Keuntungan per unit (Rp)
1	Emping Jagung siap Goreng	10.600	320	3.392.000	1.935.541,4	1.456.458,6	4.551,4

Produsen B

No	Produk	Harga/kg (Rp)	Jumlah Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)	Keuntungan per unit (Rp)
1	Emping Jagung siap Goreng	10.000	600	6.000.000	1.405.192,9	4.594.807,1	7.658,01

Lampiran 7. Analisis QSPM Untuk Penentuan Strategi Pada Agroindustri Emping Jagung

Faktor-Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		(AS)	(TAS)	(AS)	(TAS)	(AS)	(TAS)
Kekuatan							
Kemudahan memperoleh bahan baku	0,1	4	0,4	2	0,2	2	0,2
Daya tahan produk	0,07	4	0,28	2	0,14	2	0,14
Kapasitas produksi tinggi	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Pengalaman pemilik usaha	0,1	2	0,2	4	0,4	1	0,1
Tenaga kerja terampil	0,07	2	0,14	4	0,28	1	0,07
Kemampuan manajerial pengelola	0,07	1	0,07	4	0,28	4	0,28
Penjualan langsung	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,1
Lokasi usaha strategis	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,15
Kelemahan							
Kemasan produk sederhana	0,07	4	0,28	1	0,07	2	0,14
Tidak ada merek dan label	0,05	4	0,2	1	0,05	4	0,2
Bentuk promosi masih sederhana	0,05	2	0,1	1	0,05	4	0,2
Penggunaan teknologi yang sederhana	0,1	4	0,4	1	0,1	1	0,1
Proses pembukuan belum ada	0,07	2	0,14	4	0,28	1	0,07
Tenaga pemasar terbatas	0,05	1	0,05	4	0,2	4	0,2
Peluang							
Permintaan produk tinggi	0,1	4	0,4	1	0,1	3	0,3
Lokasi usaha mudah dijangkau	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05
Dukungan pemerintah daerah	0,05	1	0,05	2	0,1	4	0,2
Kontinuitas bahan baku	0,15	4	0,6	1	0,15	1	0,15
Kemudahan pinjaman modal	0,05	1	0,05	4	0,2	1	0,05
Perluasan pasar	0,15	4	0,6	1	0,15	1	0,15
Ancaman							
Fluktuasi harga bahan baku	0,15	4	0,6	4	0,6	1	0,15
Masuknya pesaing baru	0,05	2	0,1	4	0,2	4	0,2
Adanya produk substitusi	0,05	4	0,2	1	0,05	1	0,05
Perubahan selera konsumen	0,05	4	0,2	1	0,05	4	0,2
Tidak ada ijin usaha	0,05	1	0,05	4	0,2	4	0,2
Ketersediaan tenaga kerja	0,1	1	0,1	4	0,4	1	0,1
Jumlah			5,76		4,6		4,05

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Pembuatan Emping Jagung



Bahan Baku Jagung



Bak Rendaman



Jagung Yang Sedang Diredam



Pemasakan Jagung



Pencucian Jagung



Jagung Yang Telah Dicuci



Mesin Penggiling



Proses Pengeringan



Proses Penggorengan



Proses Mencampur Dengan Rasa



Proses Penimbangan



Produk Emping Jagung Dalam Kemasan

