

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 KARAKTERISTIK AGROINDUSTRI

5.1.1 Profil Perusahaan

Agroindustri Ledre Super Moro Tresno merupakan salah satu agroindustri Ledre di Kabupaten Bojonegoro. Ledre merupakan produk utama yang di produksi oleh agroindustri ini yang merupakan makanan tradisional yang berbentuk gulungan dan beraroma pisang raja, berbentuk gulungan karena pada cara pembuatannya dilakukan dengan cara digulung-gulung dan beraroma pisang raja karena bahan baku yang digunakan adalah pisang raja.

Agroindustri ini berada di Kecamatan Padangan dan didirikan pada tahun 1995 oleh Bapak Agus sebagai pemilik sekaligus pimpinan agroindustri hingga saat ini. Awal mula agroindustri ini berdiri yaitu dengan menjual produk Ledre dari rumah ke rumah, hingga pada akhirnya pemilik bisa menarik pelanggan dan menjualnya dalam skala besar. Rata-rata omset setiap harinya kurang lebih bisa mencapai Rp. 10.000.000. Dari hasil penjualan yang diterima digunakan untuk membeli bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi produk Ledre serta untuk membayar upah tenaga kerja.

Tenaga kerja agroindustri Ledre Super Moro Tresno berasal dari sekitar daerah tempat agroindustri tersebut berdiri, yang sebagian besar terdiri dari tenaga kerja perempuan. Tenaga kerja agroindustri terdiri dari bagian administrasi, pemasaran, pelayanan serta bagian produksi. Dari pembagian tenaga kerja tersebut, tenaga kerja bagian produksi yang memiliki jumlah yang lebih banyak dari tenaga kerja lainnya, hal ini dikarenakan tenaga kerja bagian produksilah yang bertugas untuk memproduksi ledre serta yang menentukan jumlah produksi yang dihasilkan. Proses produksi ledre tidak dilakukan di agroindustri, namun proses produksi dilakukan di tempat tinggal para tenaga kerja yang dikemudian dapat disetorkan. Sehingga pemilik perusahaan tinggal mengambil produk yang sudah jadi ke rumah para tenaganya.

Hasil proses produksi yang dilakukan, produsen memberikan imbalan bagi tenaga kerja. Bahan baku dan bahan penunjang lainnya yang digunakan untuk memproduksi ledre diperoleh dengan dua cara, yaitu dari produsen dan membeli

sendiri. Jika tenaga kerja mengambil bahan baku utama dan bahan baku penunjang dari produsen maka hasil upah produksi yang diperoleh tenaga kerja dikurangi untuk membayar bahan baku utama dan bahan baku penunjang tersebut. Namun jika tenaga kerja membeli sendiri maka hasil upah tersebut juga dikurangi untuk biaya pembelian bahan baku.

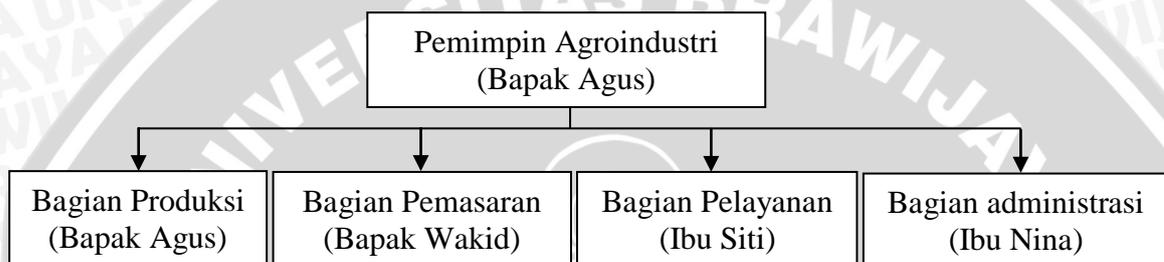
Dari produksi yang diperoleh tenaga kerja untuk setiap kerdus ledre dihargai Rp 5.000. Namun nilai tersebut belum dikurangi biaya bahan baku yang dibeli di agroindustri. jika dihitung biaya bahan baku serta bahan penunjang lainnya sebesar Rp 2.224, jadi upah yang diterima oleh tenaga kerja sebesar Rp 2.273 untuk setiap satu kerdus ledre. Harga dari produk ledre yaitu sebesar Rp 11.000, serta biaya kemasan sebesar Rp 2.000. sehingga jika dihitung secara keseluruhan, pendapatan yang diperoleh agroindustri untuk setiap satu kerdus ledre pisang original sebesar Rp. 3.503.

Setiap kali proses produksi ledre yang dilakukan, rata-rata tenaga kerja mampu menghasilkan ledre sebesar 2.500 kerdus. Dari jumlah ledre yang dihasilkan tersebut, jumlah tenaga kerjanya sebanyak 125. Sehingga rata-rata setiap tenaga kerja mampu menghasilkan sebanyak 20 kerdus. Awal mula tenaga kerja bisa bergabung di agroindustri Ledre Super Moro Tresno yaitu tenaga kerja yang ingin bergabung menjadi anggota dilakukan pelatihan terlebih dahulu. Dimana tenaga kerja di berikan pelatihan untuk dapat membuat ledre yang diinginkan, agar sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan oleh produsen. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada tenaga kerja bagaimana cara membuat ledre, dikarenakan untuk membuat ledre yang sesuai dengan keinginan produsen dibutuhkan tenaga kerja yang terampil sehingga tidak sembarang orang bisa membuat ledre, sehingga dibutuhkan keahlian khusus untuk bisa memproduksi ledre.

Sampai dengan saat ini agroindustri sudah mampu memenuhi permintaan di Jawa Timur meliputi Bojonegoro, Tuban, Lamongan, Surabaya, Malang, Gresik, Jombang, Mojokerto, Ngawi, Madiun, Kediri, dan Tulungagung. Selain itu, kota di Jawa Tengah seperti Yogyakarta, Magetan, Klaten, Semarang, Demak, Kudus, Demak, Pati, dan Rembang, serta sebagian Kota yang ada di Jawa Barat seperti Cirebon, Bandung, Bogor, dan Purwakarta. Serta beberapa kota besar yang

ada diluar Jawa. Meskipun Penyebaran produk Ledre di Indonesia belum merata, pemilik selalu mengusahakan untuk bisa memenuhi permintaan pasar. Untuk bisa memenuhi permintaan konsumen, pemilik meningkatkan produksi Ledre yang dihasilkan.

Agroindustri Ledre Super Moro Tresno pada saat ini dipimpin oleh pemimpin agroindustri sekaligus pemilik perusahaan yaitu Bapak Agus. Pemimpin agroindustri bertanggungjawab untuk seluruh kegiatan mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran produk. Struktur organisasi di agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Struktur Organisasi Agroindustri Ledre Super Moro Tresno

Ledre Super Moro Tresno diproduksi oleh tenaga kerja yang berasal dari daerah sekitar agroindustri yaitu di Kecamatan Padangan. Jumlah tenaga kerja kurang lebih sebanyak 400 karyawan. Tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja produksi, pelayanan dan pemasaran. Untuk tenaga kerja produksi dikerjakan oleh para wanita, hal ini dikarenakan wanita memiliki tingkat ketrampilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki dalam hal memproduksi Ledre.

Dibalik nama Agroindustri Ledre Super Moro Tresno memiliki makna tersendiri. Ledre Super memiliki makna istimewa, sehingga diharapkan produk Ledre yang istimewa mudah diingat oleh para konsumennya. Moro Tresno diambil dari nama warung lesehan yang dimiliki oleh pemilik agroindustri yang memiliki arti sendiri, yang mana dua kata tersebut berasal dari bahasa jawa yang maknanya “Moro” berarti datang, dan “Tresno” berarti senang atau cinta. Sehingga diharapkan para konsumen yang datang dan membeli di agroindustri Ledre Super Moro Tresno akan langsung senang ataupun jatuh cinta sehingga akan kembali berkunjung untuk membeli produk dari Agroindustri Ledre Super Moro Tresno.

5.1.2 Karakteristik Produsen

Produsen atau pemilik agroindustri Ledre Super Moro Tresno merupakan penduduk asli dari Desa Padangan yang bernama Bapak Agus. Beliau merupakan laki-laki yang berumur 50 tahun dengan pendidikan terakhir S1 jurusan ekonomi. Beliau mengawali karir usahanya dengan menjadi pengusaha kayu. Setelah itu pada tahun 1995, beliau membuka usaha agroindustri Ledre dengan jumlah karyawan sebanyak 4 orang hingga pada akhirnya sekarang jumlah tenaga kerja kurang lebih mencapai 400 karyawan.

Latar belakang pendidikan beliau yang merupakan lulusan sarjana ekonomi membuat beliau ingin menyalurkan ilmunya sebagai pengusaha sukses. Beliau ingin menciptakan strategi-strategi bisnis yang tepat untuk selalu bisa mengembangkan agroindustri yang dimiliki. Disamping itu, beliau ingin memperkenalkan makanan ringan dengan bahan baku utama pisang, yaitu Ledre menjadi makanan yang terkenal di seluruh wilayah di Indonesia bahkan bisa mencapai ke seluruh dunia.

5.1.3 Proses Produksi

Proses produksi merupakan suatu kegiatan mengolah atau menciptakan suatu produk yaitu buah pisang sebagai bahan baku utama dalam pembuatan Ledre. Jenis pisang yang digunakan untuk memproduksi Ledre, yaitu pisang raja, hal ini dikarenakan pisang raja memiliki tekstur dan rasa yang khas. Cara memproduksi Ledre masih menggunakan teknologi yang tradisional. Alasan menggunakan teknologi yang tradisional, yaitu agar bisa menghasilkan cita rasa khas dan tradisional. Pembuatan ledre diperlukan alat dan bahan untuk melakukan proses produksi. Adapun alat dan bahan yang digunakan untuk melakukan proses produksi antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bahan

a. Pisang Raja

Pisang raja merupakan bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi Ledre.

b. Tepung Beras

Tepung beras digunakan sebagai adonan bahan tambahan pembuatan Ledre.

- c. Tepung Tapioka
Tepung beras digunakan sebagai adonan bahan tambahan pembuatan Ledre.
- d. Gula Pasir
Gula pasir digunakan untuk memberikan rasa manis pada produk Ledre.
- e. Kelapa
Buah kelapa diambil santannya yang digunakan sebagai penglarut bahan tambahan adonan pembuatan Ledre.
- f. Vanili
Vanili digunakan untuk memberikan aroma pada adonan Ledre.
- g. Minyak Kacang
Minyak kacang digunakan untuk membersihkan wajan agar tidak lengket.

2. Alat

- a. Arang
Arang digunakan sebagai bahan bakar untuk memproduksi Ledre.
- b. Baskom
Baskom sebagai tempat mencampurkan adonan tambahan pembuatan Ledre.
- c. Wajan
Wajan digunakan sebagai tempat untuk memasak Ledre.
- d. Lethok
Lethok digunakan sebagai alat untuk meratakan adonan yang dimasak diwajan.
- e. Centong
Centong merupakan alat yang digunakan sebagai sendok untuk memindahkan adonan dari baskom ke wajan.
- f. Pisau
Pisau digunakan untuk mengiris buah pisang.
- g. Kemasan
Kemasan yaitu digunakan sebagai tempat untuk menyimpan Ledre.
- h. Angklo
Angklo digunakan sebagai kompor untuk memasak Ledre.
- i. Spatula

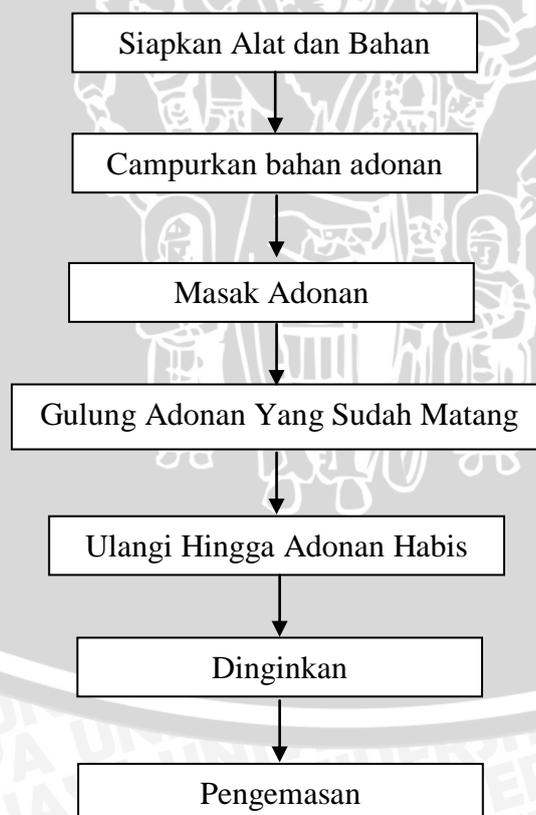
Spatula digunakan untuk mengambil Ledre yang sudah matang dari wajan.

j. Alat Press

Alat press merupakan alat yang digunakan untuk mengepress kemasan Ledre.

3. Tahapan Proses Produksi

Tahapan proses produksi merupakan suatu tahap proses pengolahan buah pisang beserta bahan penunjang lainnya menjadi Ledre. Untuk melakukan proses produksi Ledre masih menggunakan teknologi yang sederhana, seperti alat yang digunakan untuk memasak masih menggunakan wajan yang terbuat dari besi, arang sebagai bahan bakar, kayu atau lethok sebagai pencetak Ledre, dan angklo sebagai kompor. Waktu yang digunakan untuk memproduksi juga cukup lama karena dalam proses pemasakan adonan Ledre akan menghasilkan satu gulungan Ledre. Sehingga diperlukan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan Ledre dalam jumlah yang banyak. Adapun tahapan proses produksi Ledre Super Moro Tresno adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Alur proses produksi Ledre Super Moro Tresno

Penjelasan :

- a. Siapkan alat dan bahan yang digunakan untuk memasak Ledre

- b. Campurkan adonan seperti tepung beras, tepung tapioka, vanili, serta santan. Aduk hingga merata.
- c. Masukkan adonan dalam wajan yang sudah diolesi minyak kacang agar tidak lengket. Ratakan dengan lethok, taburkan gula dan tambahkan pisang raja lalu ratakan kembali dengan lethok. Fungsi lethok untuk meratakan adonan serta membuat adonan menjadi titis. Kemudian tutup hingga matang atau adonan berubah warna menjadi putih ke coklat-coklatan, lalu angkat dari wajan.
- d. Gulung adonan seketika setelah adonan diangkat dari wajan. Gulung dalam keadaan panas, karena jika tidak segera di gulung makan adonan akan mengeras dan tidak dapat digulung.
- e. Ulangi hingga semua adonan habis.
- f. Dinginkan Ledre sebelum dilakukan proses pengemasan
- g. Lakukan proses pengemasan pada produk Ledre yang sudah jadi.

5.1.4 Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen diperoleh berdasarkan hasil dari kuisioner yang berjumlah 30 responden, dari jumlah tersebut sudah bisa mewakili karakteristik konsumen sebagai konsumen produk Ledre Super Moro Tresno. Metode penentuan responden menggunakan non probability sampling yaitu dengan menggunakan *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dengan mempertimbangkan bahwa orang tersebut memenuhi syarat sebagai sumber data yaitu responden merupakan konsumen dari Ledre Super Moro Tresno.

1. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui jenis kelamin dari konsumen Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	14	46,67
2	Perempuan	16	53,33
	Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 10 diatas dapat dijelaskan mengenai karakteristik konsumen Ledre Super Moro Tresno berdasarkan jenis kelamin, dari data diatas dapat diketahui jumlah konsumen yang membeli produk Ledre Super Moro Tresno. Dari data tersebut dijelaskan bahwa perempuan memiliki presentase yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki yaitu sebesar 53,33% dengan jumlah responden sebanyak 16 responden. Sedangkan untuk responden laki-laki presentasinya sebesar 46,67% dengan jumlah responden sebanyak 14 responden. Hal ini dikarenakan, pengunjung yang datang merupakan rombongan dari berbagai wilayah yang berjenis kelamin perempuan serta perempuan memiliki kecenderungan membeli makanan khas dari suatu daerah yang di kunjungi.

2. Karakteristik konsumen berdasarkan usia

Karakteristik konsumen berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui tingkat usia rata-rata sebagai konsumen Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan karakteristik konsumen Ledre Super Moro Tresno berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Karakteristik konsumen berdasarkan usia

No	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	< 20	2	6,67
2	21 – 30	17	56,67
3	31 – 40	6	20
4	41 – 50	4	13,33
5	> 51	1	3,33
	Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 11 diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen Ledre Super Moro Tresno berasal dari semua kalangan usia, mulai dari <20 tahun sampai dengan >51 tahun. Tingkat usia >51 tahun memiliki hasil presentase paling rendah yaitu sebesar 3,33% sedangkan tingkat usia 21 – 30 memiliki hasil presentase paling tinggi yaitu 56,67 %. Hal ini menunjukkan bahwa usia tersebut masuk dalam usia produktif, dimana pada usia tersebut telah mampu untuk memutuskan melakukan pembelian suatu produk dan telah mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

3. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan

Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan bertujuan untuk mengetahui tingkat pendidikan dari konsumen Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan karakteristik konsumen Ledre Super Moro Tresno berdasarkan tingkat dapat dilihat pada tabel 12 dibawah ini.

Tabel 12. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	1	3,33
3	SMA	15	50
4	D3	0	0
5	S1	14	46,67
	Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 12 diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen Ledre Super Moro Tresno berasal dari tingkat pendidikan yang berbeda. Dari hasil pengisian kuisioner yang diperoleh tingkat pendidikan konsumen Ledre Super Moro Tresno yaitu SMP, SMA, dan S1. Hasil presentase tingkat pendidikan terendah yaitu SMP sebesar 3,33%, sedangkan untuk tingkat pendidikan tertinggi yaitu SMA sebesar 50%.

4. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan

Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk mengetahui jenis pekerjaan dari konsumen Ledre Super Moro Tresno. Berikut ini merupakan karakteristik konsumen Ledre Super Moro Tresno berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	Dosen	1	3,33
2	Swasta	8	26,67
3	TNI	1	3,33
4	Polri	1	3,33
5	Guru	2	6,67
6	Ibu Rumah Tangga	3	10
7	Pelajar	1	3,33
8	Mahasiswa	4	13,33
9	Wiraswasta	3	10

Tabel 13. (Lanjutan)

10	Pegawai	1	3,33
11	PNS	5	16,67
	Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 13 diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen Ledre Super Moro Tresno memiliki jenis pekerjaan yang berbeda. Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh konsumen Ledre Super Moro Tresno yaitu dosen, TNI, POLRI, guru, pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, pegawai, wiraswasta, PNS, serta swasta. Dari hasil presentase diatas yang jenis pekerjaan yang dimiliki konsumen paling rendah sebesar 3,33% yaitu dosen, TNI, Polri, Pelajar, dan pegawai. Sedangkan jenis pekerjaan paling tinggi yaitu pegawai swasta sebesar 26,67%. Hal ini dikarenakan konsumen tersebut sudah memiliki pekerjaan tetap dan memiliki penghasilan yang dapat menunjang konsumen untuk membeli produk Ledre.

5. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendapatan

Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk mengetahui tingkat pendapatan dari konsumen Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan karakteristik konsumen Ledre Super Moro Tresno berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendapatan

No	Kriteria	Presentase (%)
1	≤ 500.000	30
2	500.000 – 1.000.000	10
3	1.000.000 – 2.000.000	16,67
4	2.000.000 – 3.000.000	6,66
5	≥ 3.000.000	36,67
	Jumlah	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 14 diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen Ledre Super Moro Tresno memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Dari hasil pengisian kuisioner yang diperoleh tingkat pendapatan konsumen Ledre Super Moro Tresno yaitu SMP, SMA, dan S1. Untuk presentase tingkat pendapatan paling rendah memiliki pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 dengan hasil presentasinya sebesar 6,66%. Sedangkan presentase tingkat pendapatan paling tinggi memiliki pendapatan >Rp.3.000.000 keatas hasil presentasinya yaitu

36,67%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan diatas Rp. 3.000.000 telah mampu untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno.

6. Karakteristik konsumen berdasarkan Pengetahuan Produk

a. Informasi produk

Pengetahuan produk berdasarkan informasi produk bertujuan untuk mengetahui tingkat informasi produk dari konsumen Ledre Super Moro Tresno. Informasi produk ini untuk mengetahui dari mana konsumen memperoleh informasi tentang keberadaan dari produk Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan pengetahuan produk Ledre Super Moro Tresno berdasarkan informasi produk dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Pengetahuan produk berdasarkan informasi produk

No	Keterangan	Kriteria	Frekuensi	Presentase (%)
1	Informasi Produk	Teman	14	46,67
		Saudara	7	23,33
		Internet	1	3,33
		Iklan	6	20
		Lainnya,...	2	6,67
		Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 15 diatas bahwa cara memperoleh informasi mengenai produk Ledre Super Moro Tresno dapat diperoleh dari berbagai cara yaitu melalui teman, saudara, internet, iklan, dan lainnya. Dari hasil kuisioner sebanyak 30 responden menyatakan informasi produk paling tinggi diperoleh dari teman yaitu sebesar 46,67%. Hal ini dikarenakan konsumen memperoleh informasi produk Ledre yang berasal dari hasil oleh-oleh yang diberikan oleh teman mereka.

b. Alasan Konsumsi

Pengetahuan produk berdasarkan alasan mengkonsumsi produk bertujuan untuk mengetahui tingkat pendapat konsumen mengenai alasan konsumen mengkonsumsi Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan pengetahuan produk Ledre Super Moro Tresno berdasarkan alasan konsumsi dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Pengetahuan produk berdasarkan alasan konsumsi

No	Keterangan	Kriteria	Frekuensi	Presentasi (%)
1	Alasan Konsumsi	Rasa	22	73,33
		Menyehatkan	0	0
		Daya Tahan	1	3,33
		Sekedar Ingin Tahu	5	16,67
		Lainnya,.....	2	6,67
		Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 16 diatas menjelaskan cara untuk memperoleh informasi mengenai alasan konsumen mengkonsumsi produk Ledre Super Moro Tresno. Dari hasil kuisioner sebanyak 30 responden menyatakan bahwa alasan konsumen mengkonsumsi ledre karena rasa memiliki presentasi paling tinggi yaitu sebesar 73,33%. Hal ini dikarenakan rasa dari produk Ledre Super Moro Tresno memiliki rasa yang khas dibandingkan dengan produk Ledre pesaing.

c. Tingkat Konsumsi

Pengetahuan produk berdasarkan tingkat konsumsi bertujuan untuk mengetahui tingkat konsumsi dari konsumen Ledre Super Moro Tresno. Tingkat konsumsi ini mengetahui seberapa sering konsumen mengkonsumsi produk Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan pengetahuan produk Ledre Super Moro Tresno berdasarkan tingkat konsumsi dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Pengetahuan produk berdasarkan tingkat konsumsi

No	Keterangan	Kriteria	Frekuensi	Presentasi (%)
1	Tingkat Konsumsi	1 kali	1	3,33
		>1 kali	3	10
		Kadang-kadang	24	80
		Setiap hari	1	3,33
		Lainnya,.....	1	3,33
		Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan dari tabel 17 diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat konsumsi konsumen Ledre super Moro Tresno paling rendah sebesar 3,33% yaitu tingkat konsumsi dengan kriteria 1 kali, setiap hari, dan lainnya. Sedangkan presentase paling tinggi sebesar 80% yaitu tingkat konsumsi dengan kriteria kadang-kadang.

Hal ini dikarenakan, konsumen mengkonsumsi produk Ledre hanya pada waktu tertentu saja seperti pada saat membeli produk Ledre untuk dijadikan oleh-oleh, serta mendapat oleh-oleh dari teman atau saudara.

7. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapat konsumen

a. Harga Produk

Pendapat konsumen berdasarkan harga produk bertujuan untuk mengetahui pendapat konsumen Ledre Super Moro Tresno mengenai harga produk. Dari pendapat konsumen mengenai harga produk inilah dapat diketahui apakah harga produk Ledre Super Moro Tresno yang ditawarkan oleh produsen sudah sesuai dengan harapan dari konsumen. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan harga produk Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 18 dibawah ini.

Tabel 18. Pendapat konsumen berdasarkan harga produk

No	Keterangan	Kriteria	Jawaban		
			Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Harga Produk	Sangat tidak sesuai	1	1	3,33
		Tidak sesuai	2	0	0
		Cukup sesuai	3	18	60
		Sesuai	4	10	33,34
		Sangat sesuai	5	1	3,33
		Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 18 diatas dijelaskan mengenai pendapat konsumen berdasarkan harga produk. Dari hasil pendapat konsumen diketahui bahwa Presentase paling rendah sebesar 3,33% yaitu harga yang ditawarkan sangat tidak sesuai dan sangat sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan presentase paling tinggi sebesar 60% menyatakan bahwa harga produk yang ditawarkan cukup sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga produk Ledre Super Moro Tresno yang ditawarkan oleh produsen cukup sesuai dengan harapan dari konsumen.

b. Kemudahan memperoleh produk

Pendapat konsumen berdasarkan kemudahan memperoleh produk bertujuan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai kemudahan konsumen

dalam memperoleh produk Ledre Super Moro Tresno. Dari hasil pendapat konsumen ini dapat diketahui apakah untuk mendapatkan produk Ledre Super Moro Tresno itu sulit atau mudah. Sehingga dapat diperoleh pendapat konsumen mengenai tingkat kemudahan untuk memperoleh produk Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan kemudahan memperoleh produk Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 19 dibawah ini.

Tabel 19. Pendapat konsumen berdasarkan kemudahan memperoleh produk

No	Keterangan	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Kemudahan memperoleh produk	Sangat sulit	1	0	0
		Cukup sulit	2	0	0
		Biasa	3	11	36,67
		Mudah	4	17	56,67
		Sangat mudah	5	2	6,66
		Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 19 diatas dijelaskan mengenai pendapat konsumen berdasarkan kemudahan memperoleh produk. Dari hasil pendapat konsumen diketahui bahwa presentase paling tinggi sebesar 56,67% menyatakan bahwa untuk mendapatkan produk ledre Super Moro Tresno itu mudah. Hal ini menunjukkan bahwa produk Ledre mudah didapatkan dan dibeli di toko oleh-oleh yang dikunjungi.

c. Pertimbangan daya tahan produk

Pendapat konsumen berdasarkan pertimbangan daya tahan produk bertujuan untuk mengetahui pendapat konsumen dalam mempertimbangkan daya tahan pada pembelian produk Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan pertimbangan daya tahan produk Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 20 dibawah ini.

Tabel 20. Pendapat konsumen berdasarkan pertimbangan daya tahan produk

No	Keterangan	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pertimbangan daya tahan produk	Sangat tidak mempertimbangkan	1	0	0
		Tidak mempertimbangkan	2	0	0
		Cukup mempertimbangkan	3	9	30
		Mempertimbangkan	4	13	43,33
		Sangat mempertimbangkan	5	8	26,67
		Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 20 diatas dengan jumlah 30 responden, bahwa presentase tertinggi sebesar 43,33% menyatakan mempertimbangkan daya tahan dalam pembelian produk Ledre Super Moro Tresno. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan daya tahan pada saat membeli suatu produk, yang berupa produk makanan.

d. Kemasan produk

Pendapat konsumen berdasarkan kemasan produk bertujuan untuk mengetahui pendapat dari konsumen Ledre Super Moro Tresno mengenai kemasan produk. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan kemasan produk Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 21 dibawah ini.

Tabel 21. Pendapat konsumen berdasarkan kemasan produk

No	Keterangan	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Kemasan Produk	Sangat tidak menarik	1	0	0
		Tidak menarik	2	0	0
		Cukup menarik	3	6	20
		Menarik	4	18	60
		Sangat menarik	5	6	20
				30	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan kuisioner konsumen dengan jumlah 30 responden, bahwa bahwa presentase sebesar 60% menyatakan bahwa kemasan produk Ledre Super Moro Tresno sudah menarik. Hal ini membuktikan bentuk kemasan yang

digunakan sudah sesuai dengan harapan dari konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno.

e. Pertimbangan label dan merek kemasan

Pendapat konsumen berdasarkan pertimbangan label dan merek kemasan bertujuan untuk mengetahui pertimbangan dari konsumen pada pembelian produk Ledre Super Moro Tresno mengenai label dan merek kemasan. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan pertimbangan label dan merek kemasan produk Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 22 dibawah ini.

Tabel 22. Pendapat konsumen berdasarkan pertimbangan label dan merek kemasan

No	Keterangan	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pertimbangan label dan merek kemasan	Sangat tidak mempertimbangkan	1	0	0
		Tidak mempertimbangkan	2	2	6,67
		Cukup mempertimbangkan	3	10	33,33
		Mempertimbangkan	4	12	40
		Sangat mempertimbangkan	5	6	20
		Jumlah			30

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan tabel 22 diatas dapat dijelaskan bahwa dari hasil presentase tertinggi kuisoner konsumen sebanyak 40% yang menyatakan bahwa konsumen mempertimbangkan label dan merek kemasan dalam pembelian produk Ledre Super Moro Tresno. Sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk Ledre jika memiliki label dan merek kemasan.

f. Tekstur produk

Pendapat konsumen berdasarkan tekstur produk bertujuan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai tekstur produk Ledre Super Moro Tresno. Dari hasil pengisian kuisoner diperoleh jawaban sebesar 63,33% menyatakan produk Ledre Super Moro Tresno mudah rusak, selain itu sebesar 36,67% menyatakan produk Ledre Super Moro Tresno tidak memiliki tekstur yang mudah rusak. Untuk jumlah perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 7.

Adanya pernyataan bahwa produk Ledre Super Moro Tresno dapat mempengaruhi terhadap pembelian produk. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan pengaruh tekstur produk terhadap pembelian dapat dilihat pada tabel 23 dibawah ini.

Tabel 23. Pendapat konsumen berdasarkan pengaruh tekstur produk terhadap pembelian

No	Keterangan	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pengaruh tekstur produk terhadap pembelian	Sangat tidak mempengaruhi	1	0	0
		Tidak mempengaruhi	2	0	0
		Cukup mempengaruhi	3	7	36,84
		Mempengaruhi	4	8	42,11
		Sangat mempengaruhi	5	4	21,05
		Jumlah		19	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Dari tabel 23 diatas dapat dijelaskan bahwa tekstur Ledre Super Moro Tresno yang mudah rusak mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno hal ini dapat dibuktikan dengan hasil kuisioner konsumen mengenai pengaruh tekstur yang mudah rusak terhadap pembelian dengan presentase tertinggi yaitu sebesar 42,11% mempengaruhi konsumen terhadap pembelian produk Ledre Super Moro Tresno.

g. Diversifikasi produk

Pendapat konsumen berdasarkan diversifikasi produk bertujuan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai diversifikasi produk Ledre Super Moro Tresno. Dari hasil pengisian kuisioner diperoleh jawaban sebesar 83,33% menyatakan diperlukan diversifikasi produk pada produk Ledre Super Moro Tresno, sedangkan sebesar 16,67% menyatakan tidak memerlukan diversifikasi produk pada produk Ledre Super Moro Tresno.

Untuk jumlah perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 7. Adanya pernyataan bahwa diperlukan diversifikasi produk pada produk Ledre Super Moro Tresno dapat mempengaruhi terhadap pembelian produk. Berikut merupakan pendapat konsumen berdasarkan pengaruh diversifikasi produk terhadap pembelian dapat dilihat pada tabel 24 dibawah ini.

Tabel 24. Pendapat konsumen berdasarkan pengaruh diversifikasi produk terhadap pembelian

No	Keterangan	Kriteria	Bobot	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pengaruh diversifikasi produk terhadap pembelian	Sangat tidak mempengaruhi	1	0	0
		Tidak mempengaruhi	2	1	4
		Cukup mempengaruhi	3	8	32
		Mempengaruhi	4	9	36
		Sangat mempengaruhi	5	7	28
		Jumlah			25

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Dari tabel 24 diatas dapat dijelaskan bahwa adanya diversifikasi produk dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno hal ini dapat dibuktikan dengan hasil kuisioner konsumen mengenai pengaruh diversifikasi produk terhadap pembelian produk dengan presentase tertinggi yaitu sebesar 36% mempengaruhi konsumen terhadap pembelian produk Ledre Super Moro Tresno. Sehingga produsen harus bisa memenuhi selera konsumen dengan menciptakan diversifikasi produk.

5.2 ANALISIS NILAI TAMBAH

Dalam analisis nilai tambah ini metode yang digunakan yaitu analisis kuantitatif yang meliputi analisis biaya dan analisis nilai tambah.

5.2.1 Analisis Biaya

Analisis biaya digunakan untuk menghitung besar biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi serta menghitung besar tingkat keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan produk Ledre Super Moro Tresno. Sehingga dari perhitungan analisis biaya dapat mengetahui besar biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk setiap kegiatan produksinya seta besar keuntungan yang diperoleh agroindustri. Berikut ini merupakan penjelasan dari analisis biaya pada Agroindustri Ledre Super Moro Tresno.

1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah jenis biaya yang tingkat kapasitas produksi tertentu selalu tetap jumlahnya atau tidak berubah walaupun volume produksi berubah. Biaya tetap pada Agroindustri Ledre Super Moro Tresno

meliputi biaya penyusutan peralatan yang digunakan untuk memproduksi Ledre. Rata-rata untuk setiap bulannya terdapat 10 kali proses produksi. Perhitungan biaya tetap pada produk Ledre Super Moro Tresno dalam satu kali produksi dapat dilihat dari tabel 25 dibawah ini.

Tabel 25. Biaya tetap produksi Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Penyusutan	6.000.748
2	Pajak	5.000.000
	Total Biaya Per tahun	11.000.748
	Total Biaya Per Bulan	916.729
	Total Biaya Per Produksi	91.672,9

Sumber : Data Primer Diolah 2015

Berdasarkan hasil perhitungan total biaya tetap diperoleh sebesar Rp. 91.672,9 setiap proses produksi. Hasil perhitungan tersebut diperoleh dari perhitungan biaya penyusutan yang kemudian dikalikan dengan jumlah tiap inputnya, setelah itu dijumlahkan dengan pajak secara keseluruhan. Untuk perhitungan biaya tetap dapat dilihat pada lampiran 2.

2. Biaya variabel

Biaya variabel (*Variable Cost*) adalah macam-macam biaya yang besar kecilnya tergantung pada sedikit banyaknya volume produksi. Apabila volume produksi Ledre bertambah maka biaya variabel akan meningkat, sebaliknya apabila volume produksi Ledre berkurang maka biaya variabel akan menurun. Biaya variabel pada pengolahan Ledre Super Moro Tresno yaitu keseluruhan biaya input produksi yang dikeluarkan, seperti pisang raja, tenaga kerja, serta bahan-bahan penunjang lainnya. Berikut ini rincian biaya variabel pada produk Ledre Super Moro Tresno pada tabel 26.

Tabel 26. Biaya variabel produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah biaya
1	Pisang Raja	2.500.000
2	Tenaga Kerja	5.681.250
3	Kemasan	5.000.000
4	Bahan-bahan Penunjang	5.468.750
5	Total biaya per produksi	18.650.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari perhitungan biaya variabel pada tabel diatas diperoleh sebesar Rp. 18.650.000. Biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku yaitu pisang raja, kemasan, tenaga kerja, serta bahan penunjang lainnya. Dari perhitungan biaya variabel tersebut dapat menghasilkan 2.500 kerdus Ledre pisang raja original. Untuk rincian perhitungan biaya variabel dapat dilihat dilampiran 3.

3. Biaya Total

Biaya total (Total cost) adalah keseluruhan biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan sejumlah output. Biaya total yang dikeluarkan oleh Agroindustri Ledre Super Moro Tresno diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel. Perhitungan biaya total pada produk Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 27.

Tabel 27. Biaya Total produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah Biaya
1	Biaya Tetap	91.672,9
2	Biaya Variabel	18.650.000
	Biaya Total	18.741.672,90

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Pada tabel 27 diatas diketahui bahwa jumlah biaya total yang dikeluarkan oleh Agroindustri Ledre Super Moro Tresno untuk setiap kegiatan produksinya sebesar Rp. 18.741.672,90. Perhitungan tersebut diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel.

4. Analisis Penerimaan

Penerimaan adalah sejumlah pendapatan yang diperoleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno hasil dari penjualan hasil produksinya. Analisis penerimaan yang diterima agroindustri Ledre Super Moro Tresno diperoleh dari harga produk yang dikalikan dengan jumlah produksi. Berikut ini perhitungan penerimaan agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 28 dibawah ini.

Tabel 28. Penerimaan produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah
1	Harga produk	Rp. 11.000
2	Jumlah Produksi	2.500
	Jumlah	Rp. 27.500.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Dari perhitungan penerimaan diatas diperoleh sebesar Rp. 27.500.000. seperti yang sudah dijelaskan diatas untuk setiap proses produksi menghasilkan 2.500 kerdus dengan harga per kerdusnya mencapai Rp. 11.000. sehingga total penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 27.500.000.

5. Analisis Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah penerimaan penghasilan dikurangi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Berikut perhitungan pendapatan agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 29 dibawah ini:

Tabel 29. Pendapatan produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah
1	Total penerimaan	Rp. 27.500.000
2	Total biaya	Rp. 18.741.672,90
	Jumlah	Rp. 8.758.327,10

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan perhitungan analisis pendapatan, keuntungan agroindustri Ledre Super Moro Tresno diperoleh dari total penerimaan yang dikurangi total biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh agroindustri, sehingga diperoleh hasil perhitungan analisis pendapatan sebesar Rp. 8.758.327,10.

6. R/C Rasio

R/C ratio adalah perbandingan antara penerimaan total dan biaya total yang menunjukkan nilai penerimaan yang diperoleh dari setiap rupiah yang dikeluarkan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Adapun nilai R/C ratio agroindustri Ledre dapat dilihat pada tabel 30 dibawah ini.

Tabel 30. R/C rasio produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah
1	Total Penerimaan	Rp. 27.500.000
2	Total biaya	Rp. 18.741.672,90
	Jumlah	Rp. 1,47

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan hasil perhitungan kelayakan R/C rasio yaitu sebesar Rp. 1,47 menunjukkan bahwa agroindustri Ledre Super Moro Tresno layak untuk dikembangkan, hal ini dilihat dari kriteria penilaian R/C rasio jika hasil R/C rasio > 1, maka usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

7. BEP (Break Even Point)

BEP atau biasa disebut dengan titik impas merupakan titik yang menunjukkan tingkat dimana penjualan sama dengan biaya. BEP ada dua yaitu BEP unit produksi dan BEP harga. Berikut perhitungan BEP unit dan BEP harga pada agroindustri Ledre Super Moro Tresno.

a. BEP unit

Berikut perhitungan BEP unit pada agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 31 dibawah ini.

Tabel 31. BEP unit produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah
1	Total Biaya	Rp. 18.741.672,90
2	Harga produk	Rp. 11.000
	Jumlah	1.704

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan perhitungan BEP unit didapatkan hasil sebesar 1.704 unit. Itu artinya, agroindustri Ledre Super Moro Tresno akan memperoleh titik impas jika agroindustri mampu menjual produk sebanyak 1.704 unit. Sedangkan produksi Ledre Super Moro Tresno untuk setiap kali produksinya sebesar 2.500 kardus. Dimana jika agroindustri mampu menjual sebanyak 1.704 unit, agroindustri tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian.

b. BEP Harga

Berikut perhitungan BEP harga pada agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada tabel 32 dibawah ini.

Tabel 32. BEP harga produk Ledre Super Moro Tresno per produksi

No	Keterangan	Jumlah
1	Total biaya	Rp. 18.741.672,90
2	Jumlah produksi	2.500
3	Jumlah	Rp. 7.497

Sumber : Data Primer Diolah, 2015.

Berdasarkan perhitungan BEP harga diatas diperoleh sebesar Rp. 7.497. sedangkan harga jual Ledre yang ditetapkan sebesar Rp. 11.000 per kerdusnya. Sehingga agroindustri Ledre Super Moro Tresno akan mengalami titik impas ketika agroindustri harga Ledre tiap kerdus nya sebesar Rp. 7.497.

5.2.2 Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengolah. Nilai tambah digunakan untuk menghitung selisih antara harga bahan baku dan harga barang jadi setelah dilakukannya proses pengolahan. Besarnya nilai tambah terjadi karena proses pengolahan Ledre diperoleh dari pengurangan biaya bahan baku ditambah input lainnya terhadap nilai produk Ledre yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Jika presentase nilai tambah tinggi maka imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengolah juga akan tinggi. Namun sebaliknya, jika nilai tambah rendah maka imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengolah juga kan rendah.

Untuk menghitung besarnya nilai tambah produk Ledre Super Moro Tresno menggunakan metode Hayami dalam Sudiyono (2004). Dasar perhitungan metode analisis nilai tambah ini menggunakan perhitungan satu Sisir/Cengkeh yang digunakan sebagai bahan baku utama yaitu pisang. Setelah itu menghitung biaya bahan baku yang digunakan, bahan-bahan penunjang lainnya, serta tenaga kerja. Berikut adalah perhitungan nilai tambah Ledre Super Moro Tresno dengan metode Hayami yang disajikan pada tabel 33.

Tabel 33. Perhitungan nilai tambah Ledre Super Moro Tresno

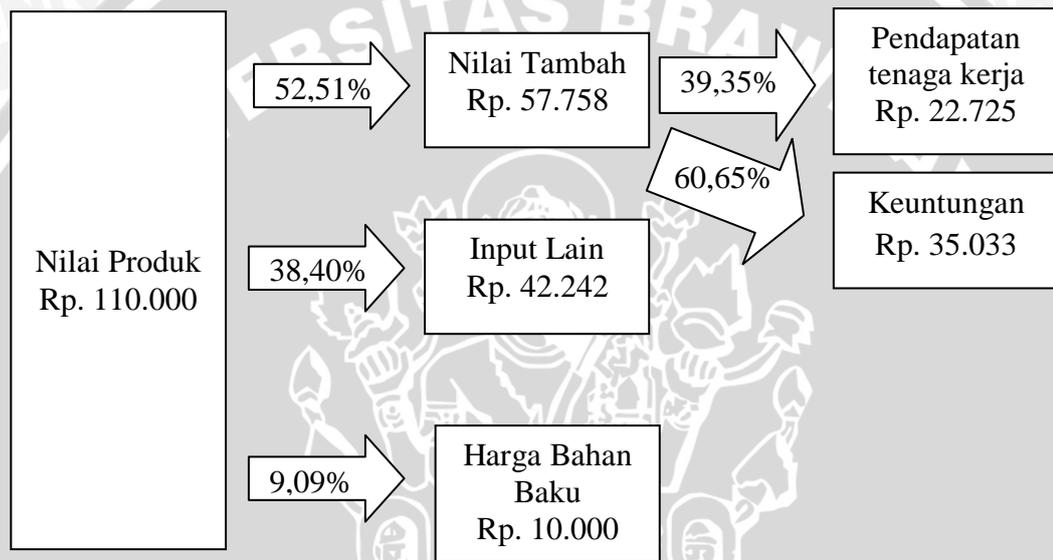
No	Uraian Input, Output, Harga	Rumus	Nilai
1	Hasil Produksi (dus/produksi)	A	2500
2	Input (Sisir/Produksi)	B	250
3	Tenaga Kerja (HOK)	C	125
4	Faktor Konversi	$a/b = m$	10
5	Koefisien Tenaga Kerja	$c/b = n$	0,5
6	Harga Produk (Rp/Sisir)	D	11.000
7	Upah Rata-rata (Rp/Produksi)	E	45.450
8	Harga Bahan Baku (Rp/Sisir)	F	10.000
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Sisir)	G	42.242
10	Nilai Produk (Rp/Sisir)	$m \times d = k$	110.000
11	Nilai Tambah (Rp/Sisir)	$f - k - g = l$	57.758
	Rasio Nilai Tambah (%)	$(l/k) \times 100\% = h$	52,51
12	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/sisir)	$n \times e = p$	22.725
	Bagian Tenaga Kerja (dari nilai tambah) (%)	$(p/l) \times 100\% = q$	39,35%
13	Keuntungan (Rp/sisir)	$l - p = s$	35.033
	Tingkat keuntungan (dari nilai tambah) (%)	$(s/l) \times 100\% = t$	60,65

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tabel 33 diatas, dapat dilihat bahwa untuk setiap produksi rata-rata akan menghasilkan 2500 kerdus Ledre dengan membutuhkan bahan baku pisang sebesar 250 sisir. Faktor konversi merupakan perbandingan antara output dan input. Dimana, untuk setiap 1 sisir pisang mampu menghasilkan 10 kerdus Ledre. Tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menghasilkan 2500 kerdus Ledre dalam tiap proses produksi sebanyak 125 orang, dengan upah rata-rata sebesar Rp. 45.450 untuk setiap 20 kerdus Ledre.

Harga yang ditetapkan untuk produk Ledre Super Moro Tresno untuk setiap kerdusnya sebesar Rp. 11.000. sementara untuk mengetahui nilai produknya yaitu dengan mengalikan jumlah produksi Ledre untuk setiap satu sisir pisang dengan harga yang telah ditetapkan oleh agroindustri. Nilai produk Ledre Super Moro Tresno untuk satu sisir pisang yaitu sebesar Rp. 110.000. Harga buah pisang untuk setiap sisirnya mencapai Rp. 10.000. sedangkan nilai sumbangan input lain sebesar Rp. 42.242, untuk perhitungan nilai sumbangan input lain dapat dilihat pada lampiran 2 dan lampiran 3. Sehingga besar nilai tambah yang diperoleh agroindustri untuk setiap sisir pisang sebesar Rp. 57.758.

Perhitungan nilai tambah diperoleh dari nilai produk yang dikurangi dengan harga bahan baku serta nilai sumbangan lain. Dari perhitungan nilai tambah diperoleh sebesar Rp. 57.758. Hasil dari rasio nilai tambah sebesar 52,51%. Untuk imbalan tenaga kerja sebesar 39,35% dari besar nilai tambah yang dikeluarkan atau senilai Rp. 22.725. Sedangkan keuntungan yang diperoleh untuk satu sisir buah pisang sebesar Rp. 35.033 atau presentase nilainya 60,65% dari nilai tambah. Berikut pembagian nilai tambah bagi pendapatan tenaga kerja dan keuntungan untuk agroindustri Ledre Super Mooro Tresno untuk produk Ledre original dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 5. Pembagian nilai tambah bagi pendapatan tenaga kerja dan keuntungan untuk agroindustri Ledre Super Moro Tresno

Nilai analisis nilai tambah produk Ledre Super Moro Tresno menunjukkan rasio sebesar 52,51 %. Dimana disebutkan bahwa kriteria pengujian nilai tambah menurut Hubeis dalam Chairani (2013) adalah rasio nilai tambah rendah apabila < 15%, rasio nilai tambah sedang apabila 15 – 40%, rasio nilai tambah tinggi apabila > 40%. Jika nilai tambah yang diperoleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno sebesar 52,51% maka masuk kriteria nilai tambah tinggi, hal ini dikarenakan nilai tambah yang diperoleh lebih dari 40%. Sehingga hipotesis penelitian sesuai dengan kenyataan dilapang yaitu sebesar 52,51%.

5.3 ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN

5.3.1 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu agroindustri termasuk faktor lingkungan internal. Sedangkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu agroindustri termasuk faktor lingkungan eksternal.

1. Analisa Faktor Internal (IFE)

Analisis lingkungan internal yaitu untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Berikut adalah komponen kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno.

a. Produksi

1) Ketersediaan Bahan Baku

Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi Ledre adalah buah Pisang. Pisang yang digunakan untuk menghasilkan Ledre yang nikmat yaitu Pisang Raja. Bahan baku utama untuk membuat Ledre diperoleh dari para pemasok dari daerah sekitar Kecamatan Padangan. Sehingga agroindustri tidak kesulitan untuk mendapatkan pisang sebagai bahan baku utama pembuatan Ledre. Namun jika pada musim panen harga buah Pisang akan naik. Karena permintaan pisang yang cukup tinggi, namun jumlah produksi pisang dipasaran menurun. Sehingga para pemasok menaikkan harga buah pisang.

2) Teknologi produksi masih sederhana

Teknologi yang digunakan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno tergolong masih sederhana. Untuk menghasilkan Ledre teknologi yang digunakan seperti alat yang digunakan untuk memasak masih menggunakan wajan yang terbuat dari besi, arang sebagai bahan bakar, kayu atau lethok sebagai pencetak Ledre, dan angklo sebagai kompor. Penggunaan teknologi yang masih sederhana inilah yang dirasa belum maksimal untuk memperoleh produksi dalam jumlah tinggi.

3) Kesulitan produksi

Dilihat dari teknologi yang digunakan untuk memproduksi Ledre masih sederhana, hal inilah yang membuat Ledre dalam jumlah yang besar membutuhkan waktu yang lama. Yang menjadi kesulitan untuk membuat Ledre yaitu pada saat Ledre masak dari wajan lalu Ledre dalam keadaan panas harus cepat-cepat digulung, karena jika cepat digulung maka Ledre akan mengeras sehingga sulit untuk digulung. Untuk memasak satu roll Ledre membutuhkan waktu yang lama, mulai dari membuat adonan, memasukkan Ledre ke wajan masak hingga menggulung Ledre menjadi roll. Rata-rata untuk dapat menghasilkan satu kerdus Ledre kurang lebih membutuhkan waktu satu jam. Sehingga untuk menghasilkan Ledre dalam jumlah yang banyak dibutuhkan waktu yang cukup lama.

b. Pemasaran

1) Harga jual lede

Harga merupakan faktor utama yang diperhitungkan pada saat proses terjadinya pembelian. Agroindustri Ledre Super Moro Tresno dalam menetapkan harga untuk produk Ledre tiap bungkusnya masing-masing memiliki isi 15 x 2 buah adalah Rp. 11.000, sedangkan untuk isi 15 x 4 buah adalah Rp. 22.000, serta 15 x 6 buah adalah Rp. 33.000. harga yang ditetapkan ini didasarkan pada biaya produksi serta jumlah keuntungan yang di inginkan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Penetapan harga Ledre ini dinilai telah sesuai kualitas produk yang dihasilkan.

Penetapan harga Ledre ini dinilai telah sesuai kualitas produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil kuisioner dengan jumlah 30 responden, diperoleh bahwa sebesar 60% konsumen menyatakan cukup sesuai dengan harga yang ditawarkan, sedangkan yang menyatakan sangat tidak sesuai sebesar 3,33%, sesuai sebesar 33,34%, dan sangat sesuai 3,33 %.

2) Memiliki diversifikasi produk

Diversifikasi produk Ledre dalam hal ini berhubungan dengan pengembangan produk. Awalnya agroindustri ini hanya memproduksi Ledre dengan rasa pisang original. Saat ini agroindustri ini mampu menciptakan Ledre dengan berbagai macam varian rasa yaitu rasa coklat, durian, kacang

hijau, strawberry, waluh, keju, kawis, susu, serta nangka. Diversifikasi produk ini dilakukan dengan tujuan untuk menjaga resistensi pelanggan. Selain itu untuk memberikan pilihan rasa dari produk Ledre.

Berdasarkan kuisioner konsumen dengan jumlah 30 responden menyatakan bahwa sebanyak 83,33% diperlukan adanya diversifikasi produk, sedangkan 16,67% menyatakan tidak diperlukan adanya diversifikasi produk. Dengan adanya diversifikasi produk dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno hal ini dapat dibuktikan dengan hasil kuisioner konsumen mengenai pengaruh diversifikasi produk terhadap pembelian dengan presentase tertinggi yaitu sebesar 36% mempengaruhi konsumen terhadap pembelian produk Ledre Super Moro Tresno.

3) Daya tahan produk

Daya tahan produk merupakan seberapa lama produk tersebut dapat bertahan. Daya tahan produk merupakan salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam pembelian produk Ledre Super Moro Tresno. Daya tahan Ledre Super Moro Tresno yaitu sekitar 8 bulan. Produk Ledre Super Moro Tresno dalam proses produksinya tanpa menggunakan bahan pengawet dan adanya perlakuan penggunaan kemasan yang kedap udara.

Berdasarkan kuisioner konsumen dengan jumlah 30 responden, bahwa sebanyak 30% cukup mempertimbangkan daya tahan, sedangkan sebesar 43,33% mempertimbangkan, serta sebanyak 26,67% menyatakan sangat mempertimbangkan.

4) Kemasan menarik

Kemasan dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli suatu produk. Bentuk kemasan dari Ledre Super Moro Tresno menarik. Bentuk kemasan Ledre Super Moro Tresno menggunakan plastik, yang kemudian dikemas dengan kotak kardus yang terdapat merek dan label yang disertai dengan komposisi produk. Dengan adanya kemasan yang menarik diharapkan mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk Ledre sehingga dapat meningkatkan volum penjualan.

Menurut hasil kuisioner konsumen dengan jumlah 30 responden menyatakan bahwa sebanyak 20% kemasan produk cukup menarik,

sedangkan sebesar 60% kemasan produk menarik, serta sebanyak 20% menyatakan kemasan sangat menarik.

5) Memiliki label dan merek kemasan

Label dan merek pada kemasan digunakan untuk memperkenalkan suatu produk untuk dapat membedakan dengan produk lain. Selain itu juga sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam membeli produk. Adanya label dan merek pada kemasan Ledre dapat memberikan nilai tersendiri bagi konsumen dan konsumen semakin tertarik terhadap Ledre yang nantinya akan menambah jumlah konsumen, sehingga dapat meningkatkan keuntungan serta dapat dijadikan sebagai strategi penjualan oleh perusahaan. Adanya label dan merek kemasan dapat dijadikan konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk.

Adanya label dan merek kemasan dapat dijadikan konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk. Dari hasil presentase tertinggi kuisoner konsumen sebanyak 40% menyatakan bahwa konsumen mempertimbangkan label dan merek kemasan dalam pembelian produk Ledre Super Moro Tresno.

6) Produk mudah rusak

Ledre merupakan makanan ringan yang terbuat dari buah pisang serta tepung sebagai bahan tambahannya, teksturnya lembut dan tipis. Sehingga jika digigit mudah hancur. Selain itu mudah rusak jika terkena benturan. Hal ini dikarenakan produk Ledre tidak menggunakan bahan pengawet dan bahan kimia sejenisnya. Sehingga dalam proses pembuatan dan pengemasannya diperlukan ketelitian dan kehati-hatian, agar produk Ledre tidak hancur. Untuk menjaga agar produk Ledre tidak hancur, agroindustri membuat kemasan yang terbuat dari dus untuk bisa menjaga produk agar tetap terlindungi dari tingkat kerusakan yang mungkin akan terjadi. Meskipun kemasannya sudah bisa melindungi produk, namun jika terjadi tekanan yang kuat maka produk Ledre juga akan rusak. Sehingga untuk meminimalkan terjadinya kerusakan saat pendistribusian, diperlukan penataan yang rapi untuk bisa menjaga kualitas dari Ledre.

Menurut hasil kuisioner konsumen dengan jumlah 30 responden sebanyak 63,33% menyatakan bahwa tekstur Ledre Super Moro Tresno mudah rusak, sedangkan 36,67% menyatakan tidak. Tekstur Ledre Super Moro Tresno yang mudah rusak mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno hal ini dapat dibuktikan dengan hasil kuisioner konsumen mengenai pengaruh tekstur yang mudah rusak terhadap pembelian dengan presentase tertinggi yaitu sebesar 42,11% mempengaruhi konsumen terhadap pembelian produk Ledre Super Moro Tresno.

7) Promosi masih sederhana

Promosi merupakan bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu agroindustri untuk memperkenalkan produk dagangannya kepada konsumen supaya dapat meningkatkan volume penjualannya. Bentuk promosi yang dilakukan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno untuk mengiklankan produk Ledre yaitu dengan papan reklame. Serta bentuk promosi yang lainnya yaitu melalui iklan radio dan internet. Namun iklan di radio dilakukan hanya pada saat menjelang lebaran. Bentuk promosi tersebut dirasa masih memiliki kelemahan yaitu jangkauan lokasi promosi masih terbatas, sehingga dinilai bentuk promosi yang dilakukan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno masih kurang efektif.

Seperti dari hasil kuisioner konsumen bahwa dari presentase 100% menyatakan bahwa hanya sebanyak 20% informasi produk berasal dari iklan dan sisanya informasi diperoleh dari teman, saudara dan internet. Sehingga masih diperlukan bentuk promosi lain untuk lebih bisa memperkenalkan produk dan menarik minat beli kepada konsumen.

8) Produk belum dikenal

Ledre merupakan makanan khas dari Kabupaten Bojonegoro. Produk Ledre biasa dijadikan oleh-oleh para wisatawan saat berkunjung di Kabupaten Bojonegoro. Pemasaran produk Ledre Super Moro Tresno sudah bisa mencapai luar kota, namun pada kenyataanya banyak masyarakat yang belum mengetahui produk Ledre. Hal ini dikarenakan bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh agroindustri belum optimal. Sehingga produk Ledre belum banyak dikenal khususnya masyarakat di luar daerah Bojonegoro.

c. Sumber Daya Manusia

1) Tenaga Kerja Terampil

Tenaga kerja di Agroindustri Ledre Super Moro Tresno merupakan masyarakat yang ada di Kecamatan Padangan serta Kecamatan Purwosari. Untuk bisa membuat Ledre yang baik dibutuhkan tenaga kerja yang terampil. Awalnya tenaga kerja tersebut memperoleh pelatihan terlebih dahulu untuk bisa memproduksi Ledre. Namun untuk selanjutnya para tenaga kerja yang ingin bergabung menjadi tenaga kerja pembuat Ledre ke Agroindustri Ledre Super Moro Tresno tenaga kerja tersebut bisa belajar atau berlatih ke tenaga kerja yang sudah bergabung sebelumnya ke agroindustri. Disamping itu, diperlukan hubungan yang baik antara produsen dan tenaga kerja agar tercipta hubungan kerja yang baik antara produsen dan tenaga kerja.

Untuk membuat Ledre dibutuhkan waktu yang cukup lama. Mulai dari memasak Ledre hingga melipat Ledre menjadi bentuk roll. Sehingga untuk memperoleh bentuk Ledre yang sempurna dibutuhkan keahlian khusus dan terampil karena untuk memperoleh gulungan yang diinginkan tenaga kerja harus berhati-hati dan teliti. Ledre yang sudah dingin tidak dapat digulung hal ini disebabkan Ledre sudah dalam keadaan mengeras. lalu untuk menggulung Ledre harus dalam keadaan panas. Sehingga dibutuhkan tenaga kerja yang terampil untuk memproduksi Ledre.

2) Pengalaman Pengusaha

Agroindustri Ledre Super Moro Tresno sudah berdiri dari tahun 1995. Awal mula bisnis ini berdiri hanya memiliki 4 karyawan. Namun hingga saat ini agroindustri sudah memiliki tenaga kerja kurang lebih 400 orang. Pemilik pengusaha sebelum membuka usaha ini, beliau menjadi pengusaha kayu. Namun karena keinginannya untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat beliau mendirikan agroindustri ini. Selain itu beliau yang juga lulusan fakultas ekonomi ingin menyalurkan ilmunya yang diperoleh selama kuliah sehingga bisa menciptakan strategi-strategi bisnis yang tepat untuk memajukan agroindustri. Dari hal tersebut sudah diketahui bahwa pengalaman pengusaha sudah tidak diragukan lagi.

d. Keuangan

1) Pembukuan Keuangan

Pembukuan keuangan yang dimiliki oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno masih kurang lengkap. Hal ini diketahui bahwa pembukuan hanya dilakukan pada permintaan dan hasil penjualan yang diperoleh agroindustri. Namun agroindustri tidak mencatat administrasi mengenai besarnya biaya yang dikeluarkan. Agroindustri tidak mengetahui pasti tentang biaya yang dikeluarkan dan besar keuntungan yang diperoleh. Agroindustri hanya bisa mengetahui besar penerimaannya tanpa mengetahui besar pendapatan yang diperoleh.

2. Analisa Faktor Eksternal (EFE)

Analisis lingkungan eksternal yaitu untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Berikut adalah komponen peluang dan ancaman yang dimiliki oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno.

a. Pasar

1) Perluasan Pasar

Agroindustri Ledre Super Moro Tresno memiliki peluang untuk bisa memperluas pasarnya. Dapat diketahui dari tingginya daya beli konsumen pada produk Ledre. Hal ini dapat diketahui adanya permintaan dari wilayah luar Jawa serta luar negeri. Namun karena masih terkendala dengan jumlah produksi yang belum mampu mencukupi kebutuhan, maka agroindustri belum bisa memperluas pasarnya. Pemasaran produk Ledre Super Moro Tresno terdapat pada kota-kota besar yang ada di Jawa. Diharapkan dengan meningkatkan produksi Ledre, agroindustri mampu memperluas pasarnya sehingga bisa lebih memperkenalkan produk Ledre kepada masyarakat.

2) Produk Inovatif

Ledre merupakan makanan ringan yang berbahan dasar dari buah pisang. Ledre terbuat dari buah pisang raja serta bahan penunjang seperti tepung beras, santan, vanili serta bahan penunjang lainnya. Selain itu proses pembuatannya yang masih tradisional memberikan cita rasa yang khas pada produk Ledre. Sehingga produk ini di merupakan produk inovatif yang belum

ada dipasarkan. Selain itu Produk Ledre masih diproduksi oleh masyarakat asli dari Kabupaten Bojonegoro dan dijadikan makanan khas dari Kabupaten Bojonegoro.

3) Permintaan Tinggi

Permintaan terhadap Ledre Super Moro Tresno dapat dikatakan tinggi. Hal dapat diketahui dari adanya permintaan dari wilayah luar Jawa dan luar negeri. Selain itu permintaan produk Ledre untuk wilayah Jawa juga tinggi. Hal ini terlihat dari permintaan pengiriman produk yang tinggi bahkan terkadang ada beberapa wilayah yang tidak bisa terpenuhi kebutuhannya yang dikarenakan keterbatasan produksi. Bahkan pada saat libur lebaran dan tahun baru permintaan Ledre bisa mencapai 2 kali lipat dari hari biasanya. Hal ini dikarenakan Produk ini sering dijadikan oleh wisatawan sebagai oleh-oleh. Disamping itu produk ini merupakan produk makanan ringan dengan inovasi baru, dimana buah pisang sebagai bahan baku utamanya. Berikut merupakan tabel 34 rata-rata permintaan Ledre Super Moro Tresno untuk per minggu.

Tabel 34. Jumlah Rata-rata Permintaan Ledre Super Moro Tresno Per Minggu

No	Kota/Kabupaten	Jumlah rata-rata permintaan Ledre Super Moro Tresno Per Minggu		
		Isi 15 x 2	Isi 15 x 4	Isi 15 x 6
1	Bojonegoro	500	1000	100
2	Tuban, Lamongan	700	100	200
3	Surabaya, Gresik	1000	100	-
4	Jombang, Malang, Mojokerto	1100	100	-
5	Ngawi, Madiun	1100	100	-
6	Kediri, Tulungagung	1100	100	-
7	Jogja, Magelang, Klaten	1100	100	-
8	Semarang, Kudus, Demak, Pati, Rembang	1100	100	-
9	Jawa Barat	1100	100	-

b. Teknologi

1) Upaya pengembangan teknologi

Dalam memproduksi produk Ledre agroindustri Ledre Super Moro Tresno masih menggunakan teknologi yang sederhana. Dapat dilihat dari penggunaan wajan besi untuk memasak Ledre, angklo sebagai kompornya dan arang sebagai bahan bakarnya. Selain itu dalam proses produksinya

masih dilakukan dengan cara manual, seperti proses pemasakan masih menggunakan tangan manusia mulai dari memasak adonan sampai dengan menggulung ledre hingga berbentuk seperti roll. Sehingga untuk menghasilkan ledre dalam jumlah yang besar membutuhkan waktu yang cukup lama. Dari kendala tersebut diperlukan upaya pengembangan teknologi untuk bisa meningkatkan produksi produk ledre.

2) Ketersediaan tenaga kerja

Ketersediaan tenaga kerja merupakan faktor terpenting dalam menjalankan suatu usaha. Tenaga kerja yang dibutuhkan oleh Agroindustri Ledre Super Moro Tresno harus memiliki keahlian khusus dan terampil, terutama tenaga kerja pada bagian produksi. Pada bagian proses produksi ledre mulai dari proses pengolahan dan cara pemasakan inilah menentukan kualitas produk yang akan dihasilkan.

Jumlah tenaga kerja di Agroindustri Ledre Super Moro Tresno kurang lebih 400 orang dan hampir semuanya wanita. Namun jumlah tersebut bisa berkurang pada saat musim tanam ataupun musim panen. Hal ini terjadi disebabkan pada musim tanam ataupun musim panen para pengrajin akan beralih untuk membantu suaminya untuk bercocok tanam. Sehingga hal ini akan mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan, seperti yang diketahui untuk membuat Ledre masih menggunakan teknologi yang sederhana sehingga membutuhkan banyak tenaga kerja untuk menghasilkan Ledre dalam jumlah yang tinggi.

c. Konsumen

1) Perubahan selera konsumen

Munculnya produk olahan sejenis dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Ledre. Konsumen yang sudah terlalu sering membeli produk Ledre akan mudah berubah ke produk lain yang sejenisnya. Untuk itu, produsen harus pandai untuk menciptakan strategi agar konsumen tidak beralih ke produk lain. Strategi yang tepat untuk menjaga loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan cara melakukan inovasi atau diversifikasi produk. Dengan begitu, produsen tidak khawatir akan kehilangan para konsumen Ledre.

d. Pesaing

1) Munculnya pesaing

Munculnya pesaing baru dapat memberikan ancaman besar bagi suatu agroindustri. Apabila pada saat persaingan bisnis terjadi dan suatu agroindustri tidak mampu bersaing, maka agroindustri tersebut dapat mengalami kerugian dan bahkan akan gulung tikar. Kurang lebih terdapat 8 Agroindustri Ledre di Kabupaten Bojonegoro. Diperlukan strategi yang tepat agar bisa bersaing dengan agroindustri pesaing.

5.3.2 Penyusunan Matrik

1. Matrik IFE

Analisa faktor-faktor internal (IFE) digunakan untuk menganalisis lingkungan internal mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Untuk memperoleh skor masing-masing faktor lingkungan internal diberikan bobot dan rating. Kriteria pemberian bobot yaitu dengan menggunakan matrik urgensi. Sedangkan pemberian rating dengan menggunakan *rating scale*. Berikut adalah hasil penyusunan matrik IFE dapat dilihat pada tabel 35.

Tabel 35. Penyusunan matrik IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
A	Ketersediaan Bahan Baku	0,141	4	0,564
B	Harga Jual Ledre	0,076	3	0,228
C	Memiliki Diversifikasi Produk	0,109	4	0,436
D	Daya Tahan Produk	0,087	3	0,261
E	Kemasan Menarik	0,120	3	0,360
F	Memiliki Label dan Merek Kemasan	0,098	3	0,294
G	Tenaga Kerja Terampil	0,098	4	0,392
H	Pengalaman Pengusaha	0,065	3	0,195
Total skor kekuatan				2,730
Kelemahan				
I	Teknologi Produksi Masih Sederhana	0,043	3	0,129
J	Kesulitan Produksi	0,043	3	0,129
K	Produk Mudah Rusak	0,033	2	0,066

Tabel 35. (Lanjutan)

L	Promosi Masih Sederhana	0,022	3	0,066
M	Pembukuan Keuangan	0,022	2	0,044
N	Produk belum dikenal	0,043	3	0,129
	Total skor kelemahan			0,563
	Total skor kekuatan dan kelemahan			3,293
	Selisih skor kekuatan dan kelemahan			2,167

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil penyusunan matrik IFE diatas dapat disimpulkan bahwa skor total faktor internal kekuatan sebesar 2,730 dengan skor tertinggi yaitu ketersediaan bahan baku sebesar 0,564. Skor terendah pada faktor internal kekuatan mengenai pengalaman pengusaha yaitu sebesar 0,195. Sedangkan untuk skor total faktor internal kelemahan sebesar 0,563 dengan skor tertinggi yaitu teknologi produksi masih sederhana, produk belum dikenal dan kesulitan produksi sebesar 0,129, serta skor terendah faktor internal kelemahan yaitu pembukuan keuangan sebesar 0,044.

2. Matrik EFE

Analisa faktor-faktor eksternal (EFE) digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Untuk memperoleh skor masing-masing faktor lingkungan internal diberikan bobot dan rating. Kriteria pemberian bobot yaitu dengan menggunakan matrik urgensi. Sedangkan pemberian rating dengan menggunakan *rating scale*. Berikut adalah hasil penyusunan matrik EFE dapat dilihat pada tabel 36.

Tabel 36. Penyusunan matrik EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
A	Perluasan Pasar	0,286	4	1,144
B	Permintaan tinggi	0,190	4	0,760
C	Upaya Pengembangan Teknologi	0,095	3	0,285
D	Produk Inovatif	0,190	3	0,570
	Total skor peluang			2,759
	Ancaman			
E	Ketersediaan tenaga kerja	0,143	3	0,429
F	Perubahan selera	0,048	2	0,096

Tabel 36. (Lanjutan)

	konsumen			
G	Munculnya Pesaing	0,048	1	0,048
	Total skor ancaman			0,573
	Total skor peluang dan ancaman			3,332
	Selisih skor peluang dan ancaman			2,186

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil penyusunan matrik EFE diatas dapat disimpulkan bahwa skor total faktor eksternal peluang sebesar 2,759 dengan skor tertinggi yaitu perluasan pasar sebesar 1,144. Skor terendah pada faktor eksternal peluang mengenai upaya pengembangan teknologi yaitu sebesar 0,285. Sedangkan untuk skor total faktor eksternal ancaman sebesar 0,573 dengan skor tertinggi yaitu produk ketersediaan tenaga kerja sebesar 0,429, serta skor terendah faktor eksternal ancaman yaitu munculnya pesaing sebesar 0,048.

Sementara itu, total skor dari keseluruhan nilai faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan sebesar 3,293 dengan selisih skor kekuatan dan kelemahan sebesar 2,167. Sedangkan total skor keseluruhan faktor eksternal peluang dan ancaman sebesar 3,332 dengan selisih skor peluang dan ancaman sebesar 2,186.

5.3.3 Matrik Internal Eksternal (IE)

Matrik internal eksternal diperoleh dari hasil pemberian bobot dan rating pada matrik IFE dan EFE. Skor total hasil perkalian kolom bobot dengan kolom rating digunakan sebagai dasar penyusunan matrik IE. Dari penyusunan analisis IFE dan EFE diperoleh hasil bahwa total skor dari matrik IFE yaitu sebesar 3,293 lalu dipetakan pada sumbu X dan total skor matrik EFE yaitu sebesar 3,332 dipetakan pada sumbu Y. Berikut merupakan analisis matrik internal eksternal dapat dilihat pada tabel 37.

Tabel 37. Analisis Matrik Internal Eksternal

		Skor Bobot Total IFE		
		Kuat 3,0	Sedang 2,0	Lemah 1,0
Skor Bobot Total EFE	Tinggi 3,0 – 4,0	1	2	3
	Sedang 2,0 – 2,99	4	5	6
	2,0			
	Rendah 1,0 – 1,99	7	8	9
	1,0			

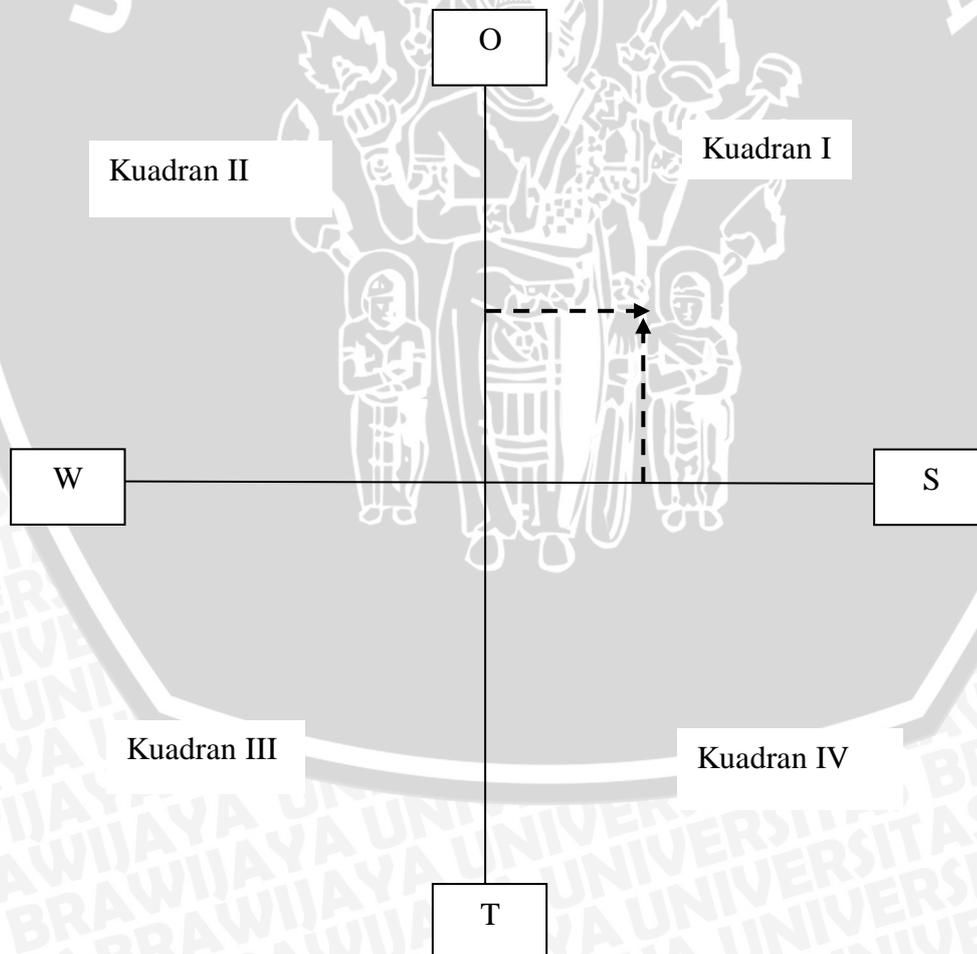
Agroindustri pada gambar diatas menunjukkan bahwa posisi Agroindustri Ledre Super Moro Tresno berada pada sel 1. Menurut David (2009) menyatakan Pada sel 1,2, atau 4 posisi agroindustri dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Pada posisi sel 1 Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat pada divisi-divisi ini.

Pada posisi agroindustri Ledre Super Moro Tresno yang berada pada sel 1 menggunakan strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, seta pengembangan produk. Selain itu strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan menggunakan strategi integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal. Untuk integrasi ke belakang, strategi yang dapat dilakukan seperti menjalin kerja sama dan melakukan pengawasan terhadap suplier bahan baku Ledre agar kualitas dan kontinuitasnya tetap terjaga, untuk integrasi ke kedepan yaitu seperti mengendalikan jalur distribusi terhadap distributor agar proses distribusi Ledre berjalan lancar, sedangkan strategi melalui integrasi horizontal

seperti memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi lain, serta meningkatkan jenis produk.

5.3.4 Matrik *Grand Strategy*

Matrik *Grand Strategy* merupakan keterkaitan antara analisis faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk mengetahui posisi agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Analisis faktor internal terkait selisih unsur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri. Sedangkan analisis faktor eksternal terkait selisih unsur peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri. Dari titik selisih keduanya kemudian ditarik garis dari titik absisi dan ordinat yang bertemu pada koordinat tertentu. Sehingga nantinya akan diketahui posisi atau kedudukan agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Berikut merupakan penjelasan mengenai matrik *Grand Strategy* pada agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat dilihat pada gambar 6 dibawah ini.



Gambar 6. Matrik *Grand Strategy* Agroindustri Ledre Super Moro Tresno

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa nilai selisih dari faktor internal kekuatan dan kelemahan yaitu 2,167, sedangkan nilai selisih faktor eksternal peluang dan ancaman yaitu 2,186, Sehingga agroindustri Ledre Super Moro Tresno berada pada kuadra I (posisi agresif). Pada kuadran I posisi agroindustri Ledre Super Moro Tresno memiliki posisi yang menguntungkan. Seperti yang dijelaskan oleh David (2009) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan yang berada dalam kuadran I matrik *grand strategy* memiliki posisi strategi yang sempurna. Perusahaan-perusahaan pada kuadran I memiliki sumberdaya yang memadai untuk mengambil keuntungan dari berbagai peluang eksternal yang muncul diberbagai bidang.

Berdasarkan posisi agroindustri Ledre Super Moro Tresno pada analisis matrik *Grand Strategy* terdapat pada kuadran I Strategi yang dapat digunakan yaitu melakukan penetrasi pasar melalui memperluas penyebaran produk dengan meningkatkan strategi promosi, pengembangan pasar dengan memperluas pasar, serta pengembangan produk dengan meningkatkan inovasi produk Ledre. Di samping itu juga dapat melakukan strategi integrasi ke belakang dengan menjalin kerja sama dan melakukan pengawasan terhadap suplier bahan baku Ledre agar kualitas dan kontinuitasnya tetap terjaga, integrasi ke depan dengan mengendalikan jalur distribusi terhadap distributor agar proses distribusi Ledre berjalan lancar, serta integrasi horizontal dengan memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi lain, dan melakukan diversifikasi produk.

5.3.5 Matrik SWOT

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi agroindustri dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Hasil identifikasi matrik SWOT pada Agroindustri Ledre Super Moro Tresno disajikan pada tabel 38 dibawah ini.

Tabel 38. Analisis Matrik SWOT

<p>IFE</p> <p>EFE</p>	<p>Kekuatan (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku 2. Harga jual Ledre 3. Memiliki diversifikasi produk 4. Daya tahan produk 5. Kemasan menarik 6. Memiliki label dan merek kemasan 7. Tenaga kerja terampil 8. Pengalaman pengusaha 	<p>Kelemahan (weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi produksi masih sederhana 2. Kesulitan produksi 3. Produk mudah rusak 4. Promosi masih sederhana 5. Pembukuan keuangan 6. Produk belum di kenal
<p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan pasar 2. Permintaan tinggi 3. Upaya penembangan teknologi 4. Produk Inovatif 	<p>SO Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk untuk meningkatkan volume penjualan (S1,S2,S3,S4,S5,S6,P2,P4) 2. Pengembangan teknologi baru dengan dibantu tenaga kerja terampil (S7,P3) 3. Memperluas pasar dengan meningkatkan produksi produk dengan menambah jumlah tenaga kerja produksi (S8,P1) 	<p>WO Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah tenaga kerja produksi dan tenaga pemasar untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk (W2,W3,W4,W5,W6,O1,O2,O4) 2. Meningkatkan pemanfaatan teknologi (W1,O3)
<p>Ancaman (Treaths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan tenaga kerja 2. Perubahan selera konsumen 3. Munculnya pesaing 	<p>ST Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan diversifikasi produk untuk mempertahankan konsumen tidak pindah ke produk pesaing lain (S1,S3,S4,S5,S6,S7,T1,T2) 2. Menetapkan strategi harga untuk meningkatkan volume penjualan (S8,T3) 	<p>WT Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan Promosi serta melakukan meningkatkan kinerja pembukuan keuangan (W4,W5,T3) 2. Melakukan diversifikasi produk dan meningkatkan kualitas produk (W1,W2,W3,W6,T1,T2)

Dari hasil analisis SWOT dari faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan agroindustri serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan, antara lain :

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Alternatif strategi SO yang dapat dirumuskan adalah :

a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk untuk meningkatkan volume penjualan

Produk Ledre Super Moro Tresno merupakan produk makanan ringan yang berbahan dasar buah Pisang. Produk ledre ini mempunyai cita rasa yang khas dari pisang raja. Sehingga banyak masyarakat yang menyukai produk ledre. Untuk meningkatkan volume penjualan produk ledre diperlukan peningkatan kualitas dan kuantitas produk ledre, seperti meningkatkan rasa dan aroma, melakukan diversifikasi produk, serta meningkatkan produksi produk ledre.

b. Pengembangan teknologi baru dengan dibantu tenaga kerja terampil

Untuk memproduksi produk ledre masih menggunakan teknologi produksi yang masih sederhana. Serta dibutuhkan tenaga kerja yang terampil untuk bisa menghasilkan ledre sesuai dengan apa yang diinginkan. Penggunaan teknologi produksi yang masih sederhana dirasa masih belum maksimal untuk memperoleh produksi dalam jumlah yang besar. Pengembangan teknologi baru sangat diperlukan untuk bisa menghasilkan ledre dalam skala yang besar sehingga produksi ledre dapat terpenuhi, serta dibantu dengan tenaga kerja terampil.

c. Memperluas pasar dengan meningkatkan produksi produk dengan menambah tenaga kerja produksi

Wilayah pemasaran produk Ledre Super Moro Tresno yaitu sebagian besar kota di Jawa dan beberapa kota di luar Jawa. Untuk memperluas wilayah pemasaran ledre masih dihadapkan dengan kendala produksi produk ledre.

Sehingga dibutuhkan peningkatan produksi ledre untuk memperluas pasar dengan cara menambah jumlah tenaga kerja pada bagian produksi.

2. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*)

Strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Alternatif strategi WO yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Menambah tenaga kerja produksi dan tenaga pemasar untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk

Tenaga kerja pada agroindustri Ledre Super Moro Tresno terdiri dari tenaga kerja produksi, keuangan, dan keuangan. Untuk meningkatkan produksi produk ledre dibutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak. Sehingga diperlukan penambahan tenaga kerja produksi untuk mencukupi permintaan produk ledre. Disamping itu juga dibutuhkan penambahan tenaga kerja pemasar untuk membantu pendistribusian produk ledre super moro tresno.

- b. Meningkatkan pemanfaatan teknologi

Penggunaan teknologi yang masih sederhana dalam proses produksi ledre dirasa belum bisa menghasilkan produksi yang maksimal. Untuk menghasilkan produk ledre diperlukan pemanfaatan teknologi agar menghasilkan produksi yang maksimal. Sehingga permintaan produk ledre dipasaran dapat terpenuhi.

3. Strategi ST (*Strength – Threat*)

Strategi yang menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Alternatif strategi ST yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan diversifikasi produk untuk mempertahankan konsumen tidak pindah ke produk pesaing lain.

Agar konsumen tidak berpindah ke produk sejenis milik pesaing diperlukan strategi yang tepat. Strategi yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan kualitas dari produk Ledre Super Moro Tresno dengan melakukan penambahan varian rasa pada produk Ledre.

- b. Menetapkan strategi harga untuk meningkatkan volume penjualan

Harga yang ditawarkan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno sudah sesuai dengan harapan konsumen. Namun untuk bisa bersaing dengan agroindustri ledre pesaing, bisa melakukan penetapan strategi harga seperti memberikan potongan harga setiap melakukan transaksi tertentu, sehingga hal ini bisa lebih menarik konsumen untuk membeli produk Ledre Super Moro Tresno.

4. Strategi WT (*Weakness – Threat*)

Strategi yang merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi WT yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Meningkatkan kegiatan Promosi serta melakukan meningkatkan kinerja pembukuan keuangan

Promosi yang dilakukan oleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno untuk memperkenalkan produknya yaitu dengan menggunakan media papan reklame, serta menggunakan media elektronik yaitu radio. Dengan adanya bentuk promosi seperti itu, dirasa masih kurang efektif. Sehingga diperlukan penambahan kegiatan promosi seperti melalui media elektronik yaitu televisi. Selain itu dapat dilakukan melalui media cetak seperti koran dan brosur. Disamping itu, agroindustri dapat meningkatkan kinerja pembukuan keuangan dengan cara melakukan pencatatan semua pengeluaran dan penjualan yang diperoleh agroindustri Ledre Super Moro Tresno. Maka dengan adanya peningkatan kinerja pembukuan keuangan agroindustri bisa melihat alur kas yang masuk dan keluar, sehingga pemilik dapat mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh.

- b. Melakukan diversifikasi produk dan meningkatkan kualitas produk

Untuk menjaga loyalitas konsumen serta meningkatkan volume penjualan dapat dilakukan diversifikasi produk dan meningkatkan kualitas produk. Agroindustri Ledre Super Moro Tresno dapat menambah varian rasa produk ledre yang lebih variatif, sehingga akan menarik minat beli konsumen.