

III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran

Saat ini banyak berkembang agroindustri dengan jenis olahan ubi jalar. Berdasarkan data dari BPS (2011), Indonesia merupakan negara penghasil ubi jalar kedua terbesar di dunia setelah Cina, dan memiliki produksi ubi jalar pada tahun 2011 sebesar 13.305 ton dengan luas areal panen sebesar 1.300 ha. Kebutuhan ubi jalar yang semakin meningkat sebagai bahan konsumsi dan bahan baku industri yang memiliki prospek cerah, sehingga dibutuhkan berbagai upaya untuk meningkatkan produksinya. Salah satu agroindustri yang mengolah ubi jalar yaitu CV. New Sehati yang berlokasi Desa Kemiri Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. Agroindustri ini merupakan salah satu usaha yang potensial untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan ubi jalar banyak dibudidayakan di kecamatan Pacet tempat dimana CV. New Sehati berada.

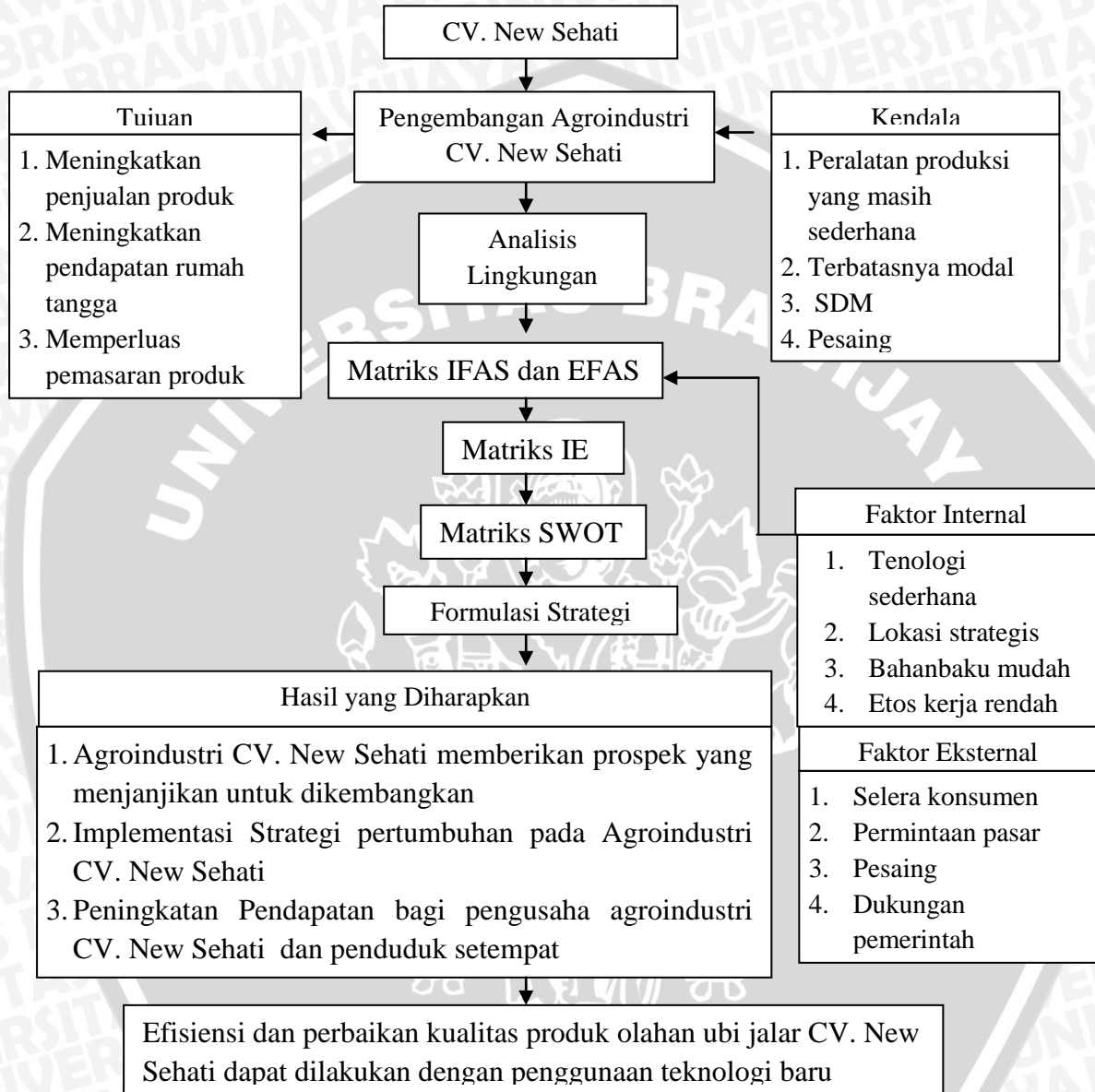
Penelitian mengenai analisis strategi pengembangan usaha pada agroindustri CV. New Sehati yang berlokasi di Desa Kemiri Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto ini dilakukan berdasarkan pemikiran dan permasalahan yang ada di lokasi penelitian. Komoditas pertanian terutama tanaman pangan merupakan komoditas unggulan dari negara Indonesia. Salah satu tanaman yang memiliki banyak manfaat yaitu umbi-umbian. Umbi-umbian memiliki beberapa macam yaitu ubi jalar ungu, ubi jalar putih, ubi jalar kuning dan lain-lain. Dari beberapa macam umbi-umbian yang biasa digunakan sebagai bahan baku pembuatan keripik ubi jalar di CV. New Sehati adalah ubi jalar ungu dan ubi jalar kuning. Ubi jalar ungu dan ubi jalar kuning ini dapat dikonsumsi jika sudah melalui proses pengolahan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah dari ubi jalar itu sendiri itu sendiri.

Agroindustri CV. New Sehati yang berlokasi di Desa Kemiri Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto bergerak di bidang produksi olahan ubi jalar ini didirikan untuk mengambil peluang yang ada dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk ini yang digunakan sebagai makanan ringan yang memberikan citarasa yang lezat. Dalam pendirian CV. New Sehati ini belum pernah dilakukan analisis strategi pengembangan usaha.

Agroindustri ini belum dikenal masyarakat luas hal ini dikarenakan agroindustri ini memasarkan produknya di hanya beberapa daerah seperti Mojokerto, Surabaya dan Malang. Apabila dilihat dari keadaan lapang maka dapat diketahui bahwa agroindustri CV. New Sehati ini memiliki potensi yang cukup besar dalam berbagai segi antara lain menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga serta meningkatkan daya jual ubi jalar. Selain itu, agroindustri ini mempunyai banyak peluang untuk dikembangkan, hal ini dikarenakan keripik ubi jalar memiliki banyak peminat sehingga permintaan pasar juga meningkat dan memiliki prospek pasar yang bagus untuk kedepannya.

Agroindustri CV. New ini belum melakukan sebuah pengembangan usaha yang signifikan. Produsen tidak membukukan dan kurang memperhitungkan biaya produksi dan efisiensi usahanya. Sehingga agroindustri ini kurang berkembang. Berdasarkan pemikiran inilah, peneliti mengambil topik permasalahan yang ada pada agroindustri tersebut dengan tujuan dapat mengetahui kelayakan usaha dan mengembangkan usahanya untuk lebih maju dan berkembang lagi agar lebih dikenal oleh masyarakat lebih luas lagi dengan memasarkan produknya secara lebih meluas.

Menuju upaya pengembangan usaha, kendala-kendala yang dimiliki akan semakin diperparah dengan semakin banyaknya pesaing. Dengan munculnya pesaing apabila tidak dilakukan pengembang usaha maka agroindustri ini akan kalah sebelum bertanding. Agar hal tersebut tidak terjadi maka perlu dilakukan suatu manajemen strategi yang tepat agar nantinya agroindustri dapat menentukan keputusan yang sesuai. Dalam mendukung perkembangan agroindustri perlu dilakukan beberapa tahapan kegiatan analisis. Skema kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Analisis Startegi Pengembangan Usaha Pada Agroindustri Keripik Ubi Jalar di CV. New Sehati

3.2. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga agroindustri CV. New Sehati yang diusahakan di Desa Kemiri ini memiliki prospek yang menjanjikan dan layak dikembangkan.
2. Diduga agroindustri CV. New Sehati yang diusahakan di Desa Kemiri sudah efisien.

3.3. Pembatasan Masalah

Untuk mempersempit ruang lingkup penelitian maka dilakukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah yang dapat diartikan sebagai berikut :

1. Analisis usaha yang dianalisis meliputi analisis biaya, penerimaan, keuntungan dan efisiensi usaha.
2. Analisis usaha dilakukan pada produk olahan ubi jalar CV. New Sehati yaitu keripik dan stik ubi jalar.
3. Lingkungan internal yang diteliti antara lain teknologi yang masih sederhana, lokasi yang strategis, bahan baku mudah didapatkan dan etos kerja rendah.
4. Lingkungan eksternal yang diteliti antara lain selera konsumen, permintaan pasar, pesaing dan dukungan pemerintah.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk menghindari luasnya pokok bahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan definisi operasional dan pengukuran variabel sebagai berikut :

1. Biaya tetap ialah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi (input) yang tidak dapat diubah jumlahnya. Biaya yang termasuk disini adalah kompor minyak, kompor gas, baskom, kukusan, meja stainless. Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tetap adalah biaya penyusutan atas penggunaan peralatan yang digunakan selama proses produksi (Rp/bulan).

2. Biaya variabel ialah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. Biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah upah tenaga kerja, biaya transportasi, biaya operasional (pengeluaran untuk minyak tanah, elpiji, kemasan, striker kemasan), biaya pembelian bahan baku dan biaya untuk pembelian input penolong (Rp/bulan).
3. Biaya total ialah keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Biaya ini diperoleh dari penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel (Rp/bulan).
4. Penerimaan ialah nilai uang yang dihasilkan dari penjualan produk, merupakan hasil perkalian antara produksi yang dihasilkan dengan harga jual yang berlaku di pasar (Rp/bulan).
5. Keuntungan merupakan hubungan selisih antara penerimaan yang diperoleh oleh agroindustri dengan semua biaya yang dikeluarkan untuk produksi (Rp/bulan).
6. Efisiensi usaha adalah perbandingan antara penerimaan total dengan total biaya yang dikeluarkan yang dinyatakan dalam angka.
7. *Break Even Point* (BEP) merupakan salah satu bentuk perhitungan yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume produksi. Dalam hal ini BEP digunakan untuk mengetahui berapakah volume produksi minimum dimana perusahaan tidak mengalami kerugian dan juga tidak memperoleh laba.
8. R/C ratio yaitu imbalan antara penerimaan dengan total biaya produksi. Suatu usaha dikatakan layak apabila nilai hasil perhitungan R/C ratio > 1 , sedangkan impas jika R/C ratio $= 1$, dikatakan rugi apabila R/C ratio < 1 . Semakin tinggi R/C ratio maka akan semakin menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.
9. Metode *Balanced Scorecard* adalah salah satu bentuk atau alat yang digunakan untuk mengukur kinerja serta sebagai salah satu cara untuk menyusun strategi dalam mencapai tujuan agroindustri.
10. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang

(*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

11. Analisis lingkungan internal dan eksternal adalah analisis yang digunakan untuk menilai lingkungan agroindustri secara keseluruhan.
12. Lingkungan internal merupakan lingkungan agroindustri yang berada di dalam agroindustri tersebut dan secara normal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada agroindustri. Lingkungan internal diimplementasikan dengan kekuatan dan kelemahan khususnya pada aspek pemasaran, produksi dan sumberdaya.
13. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan yang berada di luar agroindustri dimana agroindustri tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja agroindustri. Khususnya aspek pemerintah, pesaing dan pasar.
14. Strategi pengembangan agroindustri ialah strategi dalam peningkatan pendapatan dan sekaligus membuka lapangan pekerjaan . dimana di dalamnya terdapat suatu upaya pengolahan keripik ubi jalar yang menjadi produk olahan.
15. Matrik keterkaitan analisis lingkungan internal dan eksternal ialah matrik yang menunjukkan adanya keterkaitan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya dalam faktor internal dan eksternal.
16. Implementasi ialah suatu proses pelaksanaan strategi, dimana didalamnya terdapat proses pengembangan struktur, pengembangan program, *budget* dan prosedur pelaksanaan.