

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 *Company Profile* Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

5.1.1 Sejarah Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Agroindustri sambal pecel Cap Bharata merupakan salah satu produsen sambal pecel di kota Madiun. Usaha ini didirikan oleh Bapak Tirto Tanoyo bersama istrinya pada tahun 1988. Pendirian usaha sambal pecel ini dilatar belakangi oleh kegemaran istrinya dalam membuat sambal pecel sendiri. Keluarga dan kerabat sangat menggemari sambal pecel buatan istri dari Bapak Tirto Tanoyo. Oleh karena itu, Bapak Tirto Tanoyo berencana untuk memiliki suatu usaha yang nantinya mampu memberikan tambahan penghasilan bagi keluarganya. Akhirnya beliau memutuskan untuk mendirikan usaha sambal pecel karena mendapat motivasi dari keluarga dan kerabat.

Adapun kapasitas produksi sambal pecel Cap Bharata pada saat awal berdirinya ialah sekitar 10 kg kacang tanah, itupun kegiatan produksi ini tidak dilakukan setiap hari. Kondisi ini disebabkan karena belum adanya pelanggan tetap yang membeli produk sambal pecel Cap Bharata. Dalam pembuatan sambal pecel itu sendiri masih menggunakan lumpang sebagai penggiling kacang dan cabe. Pada masa itu juga belum ada kendaraan sebagai alat transportasi. Dalam menjual sambal pecel hanya dilakukan dirumah saja atau dipasarkan dirumah sendiri belum lewat toko. Seiring berjalannya waktu, usaha sambal pecel yang didirikan Bapak Tirto Tanoyo beserta dukungan istrinya semakin berkembang dan daerah pemasarannya pun semakin luas serta alat-alat yang digunakan juga sebagian ada yang diganti dengan mesin-mesin modern. Daerah pemasaran inipun menjadi sudah mulai menjangkau di seluruh Kota Madiun. Untuk mendukung pemasaran produk sambal pecel Cap Bharata khususnya dalam meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya tersebut aman dikonsumsi, maka pada tahun 1993 pihak sambal pecel Cap Bharata mengajukan nomor PIRT ke

Dinas kesehatan Kota Madiun. Akan tetapi karena prosedur yang lama dalam proses registrasi tersebut, akhirnya pihak sambal pecel Cap Bharata baru mendapat nomor PIRT pada tahun 1996 dengan nomor seri, yaitu PIRT NO. 215257701025. Selain itu sambal pecel Cap Bharata juga mendapatkan hak merk dagang dengan nomor seri 528665 atas merk Bharata.

5.1.2 Lokasi Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Kota Madiun yang merupakan ibukota Madiun, Jawa Timur ini memiliki wilayah seluas 33,23 km². Kota Madiun merupakan kota transit pada jalur selatan yang menghubungkan kota-kota di Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat seperti Surabaya, Jombang, Madiun, Solo, Jogjakarta sampai DKI Jakarta, sehingga kota Madiun sangat cocok untuk mengembangkan sektor industri, perdagangan, jasa maupun angkutan. Hal ini tampak dari keberadaan sarana dan prasarana di kota Madiun sehingga dapat melayani kepentingan dalam skala regional dan nasional seperti pendidikan, kesehatan serta komoditi hasil produksi industri. Salah satu sarana yang mendukung peranan perekonomian dalam skala regional adalah jaringan jalan yang kondisinya sangat baik untuk menghubungkan kota Madiun, dengan daerah di luar Kota Madiun yaitu Magetan, Nganjuk, Ponorogo, Jombang, Ngawi dan Kediri.

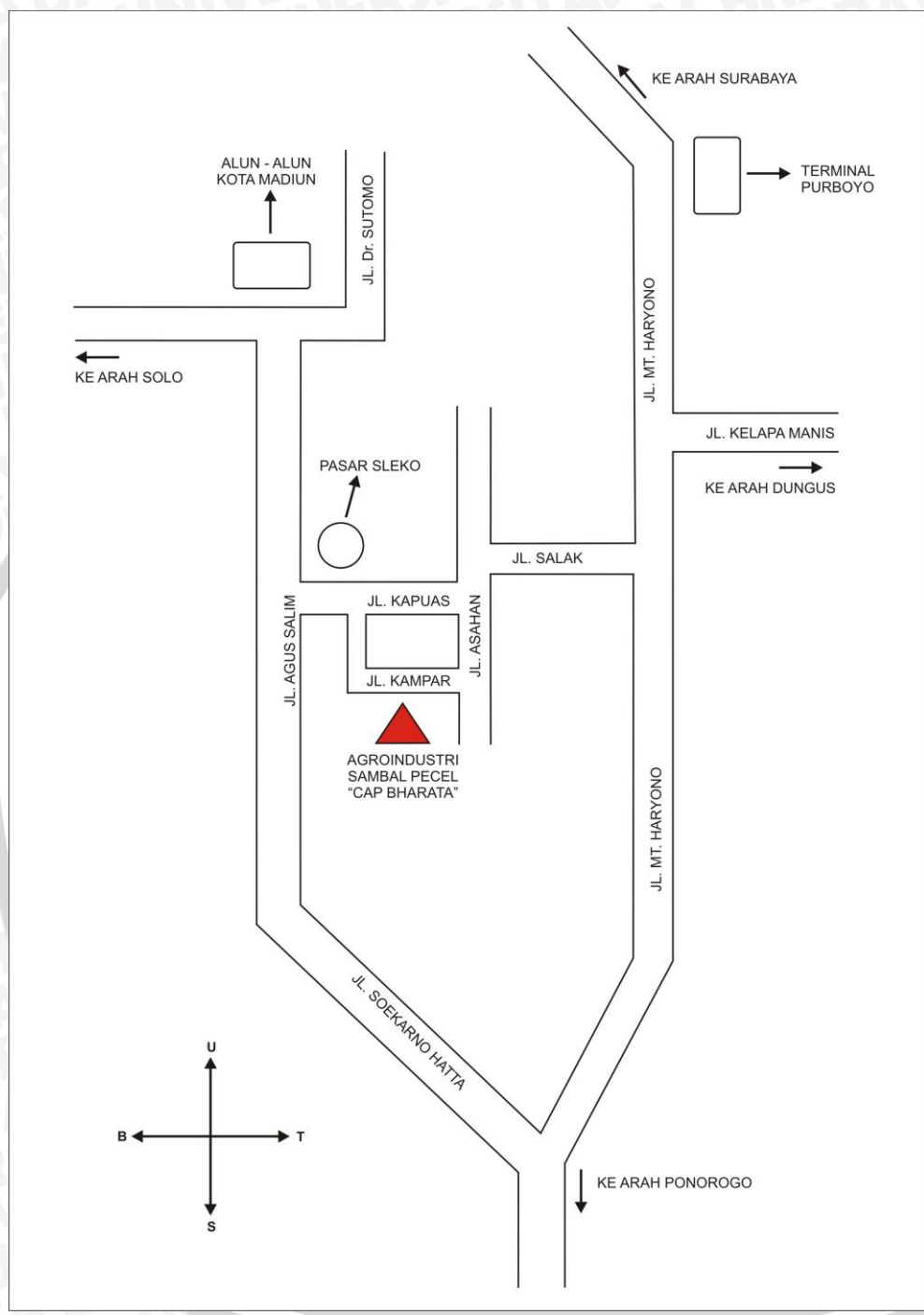
Secara astronomis terletak di antara 111°29'45"-111°33'30" Bujur Timur dan 7°35'45"- 7°40' Lintang Selatan. Adapun batas-batas administrasinya adalah sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------|------------------------------------------|
| Batas wilayah utara | : Kecamatan Sawahan dan Kecamatan Madiun |
| Batas wilayah timur | : Kecamatan Wungu |
| Batas wilayah selatan | : Kecamatan Geger |
| Batas wilayah barat | : Kecamatan Jiwan |



Gambar 6. Peta Kota Madiun
Sumber: BPS Kota Madiun (2010)





Keterangan:
▲ = Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Gambar 7. Denah Lokasi Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Sumber: Data Primer 2012

Agroindustri sambal pecel Cap Bharata terletak di jalan Kamar no.36, Kecamatan Taman, Kota Madiun, Provinsi Jawa Timur. Lokasi ini merupakan tempat produksi sambal pecel Cap Bharata sekaligus tempat tinggal pemilik usaha. Luas bangunan tempat usaha sekitar 250 m². Lokasi produksi yang dimiliki oleh agroindustri sambal pecel Cap Bharata ini dapat dikatakan strategis karena berada dekat dengan jalan raya dan dapat dilalui transportasi dengan mudah. Oleh karena itu, dengan lokasi strategis yang dimiliki oleh agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memudahkan selama pengangkutan barang dan mendukung kelancaran usaha.



Gambar 8. Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata
Sumber: Data Primer 2012

5.1.3. Visi, Misi, dan Tujuan Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Pada dasarnya, agroindustri sambal pecel Cap Bharata belum memiliki pernyataan secara tertulis mengenai visi, misi, dan tujuan perusahaan. Akan tetapi secara umum ketiga hal tersebut telah tersirat dalam wawancara dengan pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Visi merupakan apa yang ingin kita capai, apa yang ingin kita peroleh, dan kita ingin menjadi apa di masa depan. Sedangkan misi menyatakan langkah apa yang harus dikerjakan atau dilakukan. Visi akan dilengkapi dengan misi perusahaan yang menyatakan tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat digambarkan bahwa visi agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah menjadi produsen sambal pecel yang memiliki kualitas terbaik dan mampu membuat

loyalitas tinggi kepada pelanggan. Sedangkan misi agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah menyediakan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas sambal pecel. Berdasarkan visi dan misi agroindustri sambal pecel Cap Bharata tersebut, maka tujuan perusahaan adalah dapat memperbaiki perekonomian keluarga pada khususnya dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar pada umumnya. 100 persen tenaga kerja merupakan masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Oleh karena itu, keberadaan agroindustri sambal pecel Cap Bharata tidak hanya menguntungkan secara finansial bagi pemilik usaha, tetapi juga menguntungkan secara sosial bagi masyarakat di sekitar lokasi produksi.

5.1.4 Struktur Organisasi Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Struktur organisasi dimaksudkan untuk mempermudah jalannya koordinasi antara berbagai satuan kerja yang terdapat didalamnya dan sebagai alat untuk mengawasi atau mengendalikan para anggotanya. Dikarenakan agroindustri sambal pecel Cap Bharata merupakan satuan unit bisnis maka didalam agroindustri tersebut tidak ada pembagian struktur organisasi sehingga hanya ada satu orang yang bertanggung jawab atas semua fungsi-fungsi organisasi seperti dalam hal pengawasan pemasaran produk, pengawasan pengolahan, maupun dalam hal keuangan .

Pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah Bapak Tirto Tanoyo yang bertugas sebagai pengelola utama dan bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan yang terkait dengan seluruh aktivitas perusahaan. Selain sebagai pengelola utama, Bapak Tirto Tanoyo juga bertanggung jawab terhadap pemasaran produk dan proses produksi sambal pecel Cap Bharata. Hal-hal yang berkaitan dengan agen atau sales sambal pecel Cap Bharata dan pengawasan aktivitas produksi mulai dari pengovenan, penumbukan, penggilingan, pencampuran, penimbangan, dan pengemasan penimbangan juga dilakukan Bapak Tirto Tanoyo. Keberhasilan Bapak Tirto Tanoyo dalam mengembangkan agroindustri sambal pecel Cap Bharata juga tidak terlepas dari dukungan istrinya. Dalam pengelolaan agroindustri sambal pecel Cap Bharata, istri dari Bapak Tirto Tanoyo bertugas sebagai pihak yang bertanggung

jawab terhadap segala hal yang berkaitan dengan masalah keuangan pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata, misalnya, pembayaran upah karyawan, pengadaan bahan baku, kasir, serta keluar masuk arus kas keuangan agroindustri sambal pecel Cap Bharata.

Karyawan pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata hampir sebagian besar bertugas dalam proses produksi pembuatan sambal pecel, hal ini karena bidang produksi adalah bagian yang paling banyak membutuhkan tenaga kerja manusia, meskipun ada beberapa bagian pada bidang produksi yang telah menggunakan peralatan modern, yaitu proses penggilingan dan pengovenan. Biasanya dalam menjalankan aktivitas perusahaan, hubungan antara pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata dengan karyawannya lebih bersifat hubungan kekeluargaan sehingga hubungan yang terbentuk antara pemilik dan karyawan lebih cenderung ke arah hubungan yang informal.

5.2 Analisis Lingkungan Internal Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Lingkungan internal merupakan lingkungan yang berada didalam perusahaan serta berpengaruh langsung terhadap arah dan tindakan perusahaan. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Faktor-faktor internal yang dianalisis meliputi: 1) aspek manajemen, 2) pemasaran, 3) keuangan dan akuntansi, 4) produksi dan operasi, 5) sumber daya manusia.

5.2.1 Manajemen

Ada empat fungsi manajemen yang dapat dianalisa pada usaha sambal pecel Cap Bharata, antara lain perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

1) Perencanaan

Sekarang ini usaha sambal pecel Cap Bharata belum memiliki perencanaan tertulis baik untuk jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang. Terlihat dari belum terdapat visi, misi dan tujuan perusahaan yang

dirumuskan secara tertulis. Namun hal ini tidak mempengaruhi pemilik sambal pecel Cap Bharata dalam mengembangkan usahanya. Keputusan yang diambil oleh pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata untuk meningkatkan produksinya, dapat dilihat dari jumlah agen dan sales serta konsumen sambal pecel Cap Bharata yang semakin meningkat.

2) Pengorganisasian

Struktur organisasi agroindustri sambal pecel Cap Bharata menunjukkan bahwa posisi manajemen dipegang sendiri oleh pemilik. Pemilik bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kelancaran usaha, produksi dan pemasaran. Dalam pengelolaan agroindustri sambal pecel Cap Bharata, untuk bagian keuangan merupakan tanggung jawab istri dari Bapak Tirta Tanoyo terhadap segala hal yang berkaitan dengan masalah keuangan, antara lain, pembayaran upah karyawan, pengadaan bahan baku, kasir, serta keluar masuk arus kas keuangan agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Dalam melaksanakan operasional, pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata menerapkan pendekatan top down, dimana seluruh komando dilakukan langsung oleh pemilik kemudian unit-unit dibawahnya hanya melakukan hal-hal yang sudah direncanakan.

3) Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan sesuai dengan rencana pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Komunikasi yang terjalin antara pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata dengan para karyawan tidak bersifat kaku sehingga kondisi seperti ini memudahkan pemilik dalam memberikan tugas kepada karyawan atau sebaliknya, jika para karyawan ingin menyampaikan sesuatu kepada pemilik yang berkaitan dengan masalah kerja.

4) Pengendalian

Pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata biasanya lebih fokus melakukan pengendalian pada bidang produksi, terutama pada pengadaan

bahan baku serta pengolahan. Hal penting dilakukan karena berkaitan dengan proses produksi agar kontinuitas pembuatan sambal pecel dan mutu tetap terjaga.

Lamanya pengalaman usaha yang dimiliki pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata membuat pemilik memiliki kemampuan manajerial walaupun masih sangat sederhana. Kemampuan manajerial yang dimilikinya antara lain penentuan jumlah bahan baku yang diproses pada saat musim liburan, penentuan jumlah pembelian bahan baku dan bahan penunjang, penentuan harga jual produk, jumlah tenaga kerja yang digunakan, dan sebagainya. Tanpa adanya kemampuan manajerial tersebut, maka pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata tidak dapat meneruskan usahanya hingga saat ini.

5.2.2 Pemasaran

Pemasaran terkait dengan bauran pemasaran, yaitu aspek produk, harga, distribusi, dan promosi. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai masing-masing bauran pemasaran pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata :

1) Produk

Produk sambal pecel sambal pecel Cap Bharata tidak hanya terdiri dari satu macam saja, namun saat ini sambal pecel Cap Bharata telah memproduksi tiga macam dengan rasa yang berbeda, yaitu pedas, sedang, dan sumer. Aneka macam sambal pecel inilah yang membedakan dengan produsen lainnya. Selain itu produk sambal pecel Cap Bharata mengutamakan kualitas rasa terhadap produk yang dijualnya. Kualitas rasa dilakukan dengan pemilihan bahan baku yang terbaik dan mempertahankan komposisi bahan pembuatan. Segmentasi pasar untuk produk sambal pecel Cap Bharata adalah kelas menengah ke bawah dengan target utama adalah ibu rumah tangga dan pemilik usaha warung serta rumah makan.

Sebanyak 35% responden menyatakan sangat tertarik dengan adanya varian rasa yang disuguhkan oleh agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Varian rasa ini ditujukan untuk minat konsumen terhadap tingkat

kepedasan sambal pecel yang berbeda-beda. Varian rasa yang terdapat pada produk sambal pecel Cap Bharata adalah pedas, sedang dan sumer. Sehingga konsumen dapat membeli produk sambal pecel Cap Bharata sesuai dengan keinginan dan minat.

Rasa merupakan faktor terpenting yang dipertimbangkan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian produk sambal pecel Cap Bharata. Dari segi rasa, sebanyak 62,5% konsumen menyatakan bahwa rasa sambal pecel Cap Bharata sangat enak dan sebanyak 20% konsumen menyatakan enak. Hal ini dikarenakan karena rasa pada produk sambal pecel Cap Bharata memiliki kekhasan yang berbeda dibandingkan dengan produk sambal pecel merk lain.

Produk sambal pecel Cap Bharata dapat bertahan lama hingga tiga bulan apabila disimpan pada tempat yang sejuk dan walaupun disimpan dengan batas waktu yang sudah ditetapkan pada tanggal kadaluarsa yang tertera pada kemasan tidak akan mengurangi ataupun merubah kualitas rasa sambal pecel Cap Bharata. Dengan adanya pencantuman tanggal kadaluarsa ini sangat penting untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang jangka waktu sebuah produk yang aman dikonsumsi.

Daya tahan produk dinilai konsumen sangat mempengaruhi pada pembelian produk sambal pecel Cap Bharata. Sebanyak 92,5% menyatakan bahwa daya tahan produk sangat mempengaruhi pembelian sambal pecel Cap Bharata. Hal ini dikarenakan adanya keterangan seberapa lama daya tahan produk membuat konsumen merasa aman dalam pengonsumsi sambal pecel Cap Bharata. Daya tahan produk berkaitan dengan penginformasian kepada konsumen terhadap batas waktu yang aman untuk dikonsumsi sehingga akan timbul rasa kepercayaan konsumen terhadap produk sambal pecel Cap Bharata.

Produk sambal pecel Cap Bharata telah dilengkapi nomor PIRT dengan nomor registrasi, yaitu PIRT No. 215357701025. Upaya sambal pecel Cap Bharata untuk melakukan registrasi ke Dinas Kesehatan

merupakan bentuk perlindungan konsumen. Produk yang telah memiliki nomor PIRT berarti produk tersebut secara legal aman untuk dikonsumsi.

Izin dari Dinas Kesehatan merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk. Sebanyak 92,5% konsumen mengatakan bahwa adanya izin dari Dinas Kesehatan merupakan faktor penting dalam pembelian produk sambal pecel terutama pada produk sambal pecel Cap Bharata. Dengan adanya izin dari Dinas Kesehatan membuat konsumen merasa aman dalam pengonsumsi sambal pecel Cap Bharata. Karena dinilai bahwa produk sambal pecel Cap Bharata telah mendaftarkan produknya pada Dinas Kesehatan. Sehingga terjamin bahwa produk sambal pecel Cap Bharata aman untuk dikonsumsi.

Kemasan yang digunakan untuk membungkus sambal pecel Cap Bharata adalah plastik kemudian diberi mika. Kemasan ini digunakan untuk semua produk sambal pecel. Dalam hal labelisasi kemasan sambal pecel Cap Bharata sudah cukup baik karena telah dilengkapi dengan nomor PIRT dari Dinas Kesehatan Kota Madiun, komposisi bahan baku, nama merk, sertifikat merk, lokasi produksi sambal pecel dan yang tidak kalah penting adalah pencantuman tanggal kadaluarsa. Hal ini berkaitan dengan penginformasian kepada konsumen atas batas waktu aman dikonsumsi sehingga akan timbul rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Dari kemasannya, sebanyak 50% konsumen menyatakan bahwa kemasan sambal pecel Cap Bharata cukup menarik. Selama ini kemasan produk sambal pecel Cap Bharata hanya berupa plastik bening yang kemudian diberi mika untuk mencegah kerusakan produk agar tidak mudah terbelah. Konsumen berpendapat bahwa dengan harga produk sambal pecel Cap Bharata yang cukup terjangkau maka kemasan produk yang dilakukan juga sudah cukup baik. Akan tetapi sebaiknya kemasan produk sambal pecel Cap Bharata sangat perlu perbaikan karena kemasan produk dapat dijadikan salah satu daya tarik bagi konsumen agar melakukan pembelian.



Gambar 9. Contoh Produk Sambal Pecel Cap Bharata
Sumber : Data Primer 2012

2) Harga

Penetapan harga pada produk sambal pecel Cap Bharata didasarkan pada pendekatan persaingan, yaitu penetapan harga dilakukan setelah setelah meneliti harga yang ditetapkan oleh pesaing dekatnya. Sehingga pihak sambal pecel Cap Bharata melakukan penetapan harga tidak terlalu jauh perbedaannya dengan pesaingnya. Secara umum penetapan harga jual sambal pecel Cap Bharata dibagi menjadi dua, yaitu penetapan harga jual untuk pelanggan yang dikonsumsi dan harga jual yang bukan untuk dikonsumsi sendiri melainkan untuk dijual kembali, misalnya sales, dan pengecer. Untuk pelanggan yang dikonsumsi sendiri mendapatkan harga normal penjualan, sedangkan untuk sales dan pengecer ada potongan harga 5% jika membeli minimal 25 kg. Berikut penetapan harga jual sambal pecel Cap Bharata pada Tabel 10:

Tabel 10. Penetapan Harga Jual Sambal Pecel Cap Bharata

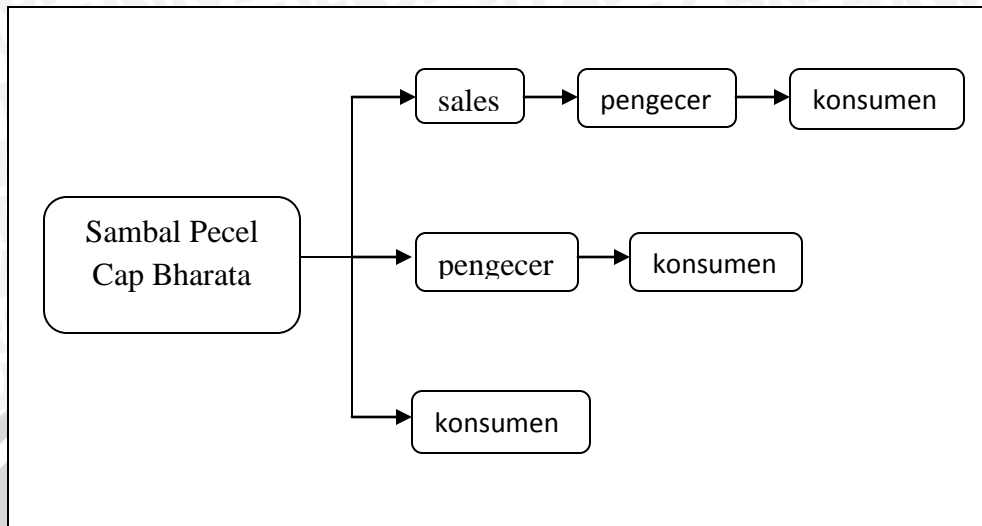
No	Jenis Sambal Pecel	Penetapan Harga Jual
1	Pedas	Rp. 7.500
2	Sedang	Rp. 7.500
3	Sumer	Rp. 7.500

Sumber: Data Primer 2012

Prosentase sebesar 60% konsumen menyatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh sambal pecel Cap Bharata dengan harga Rp. 7.500 termasuk standar. Karena banyak produsen sambal pecel lain yang memasang tarif harga baik lebih murah maupun lebih tinggi daripada ketetapan harga yang dipatok oleh sambal pecel Cap Bharata namun kualitas rasa tidak sesuai dengan penetapan harga produsen lain. Harga yang ditetapkan oleh sambal pecel Cap Bharata dinilai standar oleh konsumen karena sesuai dengan rasa yang sangat enak dan rasa yang khas.

3) Distribusi

Biasanya hampir sebagian besar perusahaan atau seorang produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produknya dengan cara membangun saluran distribusi, yaitu sekelompok organisasi yang tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial (Umar, 1999). Agroindustri sambal pecel Cap Bharata mendistribusikan produknya dengan 3 pola saluran. Berikut penjelasan masing-masing saluran distribusi pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata.



Gambar 10. Saluran Distribusi Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata
Sumber: Data Primer 2012

Pada gambar 10 menunjukkan saluran distribusi pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata terdiri dari tiga pola saluran. Pola saluran pertama adalah agroindustri sambal pecel Cap Bharata menyalurkan produknya kepada sales kemudian disalurkan ke pengecer, dari pengecer disalurkan ke konsumen. Pada umumnya, sales ini berada di sekitar Kota Madiun. Untuk pengambilan produk dilakukan dengan mendatangi langsung ke lokasi agroindustri produksi sambal pecel Cap Bharata atau ada yang menggunakan jasa pengiriman. Untuk pembelian lebih dari 25 kg maka agroindustri sambal pecel Cap Bharata akan memberikan fasilitas bebas biaya transportasi. Biasanya jumlah sambal pecel yang diambil para sales adalah 25-40 kg. Oleh sales biasanya dikirim ke luar kota, misalnya Surabaya, Madura, Jakarta, Bogor, Yogyakarta. Pola saluran yang kedua, adalah agroindustri sambal pecel Cap Bharata menyalurkan produknya kepada pengecer, dari pengecer disalurkan ke konsumen. Para pengecer biasanya toko oleh-oleh maupun warung dan rumah makan di sekitar lokasi agroindustri sambal pecel Cap Bharata sehingga untuk pengambilan produk dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi produksi. Pola saluran

terakhir adalah penjualan langsung kepada konsumen. Biasanya konsumen ini langsung mendatangi lokasi produksi. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah pembayaran secara tunai dan biasanya dilakukan pada saat pengambilan produk sambal pecel Cap Bharata dan berlaku untuk semua pelanggan mulai dari sales, pengecer maupun konsumen akhir.

4) Promosi

Dalam memasarkan produknya, kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh pihak sambal pecel Cap Bharata adalah melakukan penjualan personal dan promosi penjualan. Untuk penjualan personal dilakukan melalui penerimaan pesanan untuk acara-acara arisan, pengajian, syukuran maupun pernikahan. Sedangkan untuk promosi penjualan, dilakukan dengan memberikan potongan harga untuk pembelian 25 kg sambal pecel. Akan tetapi, salah satu hal penting yang dilakukan agroindustri sambal pecel Cap Bharata untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, yaitu dengan membuat citra baik melalui pengutamaan kualitas rasa dan dengan harga yang terjangkau.

Prosentase sebanyak 32,5% menyatakan bahwa promosi yang dilakukan agroindustri sambal pecel Cap Bharata kurang mempengaruhi pembelian. Selama ini promosi yang dilakukan agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah berupa promosi dari mulut ke mulut saja karena pihak sambal pecel Cap Bharata beranggapan bahwa keberadaan agroindustri sambal pecel Cap Bharata telah lama berdiri sehingga telah banyak diketahui oleh masyarakat sekitar. Alasan lain, yaitu produk sambal pecel bukan merupakan produk yang baru di masyarakat karena produk tersebut merupakan makanan tradisional. Akan tetapi sebaiknya untuk pengembangan agroindustri sambal pecel Cap Bharata dilakukan kegiatan promosi yang lebih efektif sehingga berpengaruh terhadap volume penjualan dan kemajuan usaha.

Lokasi agroindustri sambal pecel Cap Bharata di Kecamatan Taman, Kota Madiun dapat dikatakan sangat strategis keberadaannya karena hanya berjarak kurang lebih 2 kilometer dari pusat kota. Sarana transportasi umum untuk menuju atau keluar lokasi agroindustri sambal pecel Cap Bharata juga cukup tersedia. Hal ini dapat memudahkan produsen dalam memasarkan produknya dan memudahkan pula konsumen menjangkau lokasi agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Sebanyak 50% responden mengaku bahwa lokasi pembelian yang terjangkau sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk.

Agroindustri sambal pecel Cap Bharata di Kecamatan Taman, Kota Madiun mempunyai kekuatan dibanding dengan agroindustri lainnya, yaitu berlokasi dekat dengan pusat kota. Lokasi agroindustri yang strategis ini tentunya akan sangat memudahkan produsen dalam memasarkan hasil produksinya karena tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi yang besar pada kegiatan distribusi barang. Sedangkan keuntungan bagi konsumen adalah lokasi yang terjangkau sehingga mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian produk sambal pecel Cap Bharata langsung ke lokasi produksinya.

5.2.3 Keuangan dan Akuntansi.

Modal agroindustri sambal pecel Cap Bharata yang digunakan untuk mendirikan usaha sepenuhnya berasal dari modal sendiri. Hal ini karena pada saat baru berdiri belum memiliki kapasitas produksi sebesar sekarang ini. Meskipun demikian, agroindustri sambal pecel Cap Bharata juga pernah mendapat pinjaman modal dari dinas koperasi perindustrian dan perdagangan untuk membantu menunjang peningkatan produksi. Permasalahan saat ini pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah keterbatasan modal. Keterbatasan modal dapat menghambat berbagai hal salah satunya adalah penambahan peralatan modern untuk mendukung proses produksinya. Hal ini yang dapat

mempengaruhi agroindustri sambal pecel Cap Bharata untuk meningkatkan kapasitas produksinya.

Salah satu kelemahan usaha yang berskala kecil dan menengah adalah keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dengan rapi dan baik. Hal ini juga terjadi pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata dimana perusahaan tidak memiliki sumber daya manusia yang ahli dalam hal pembukuan keuangan. Pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata menganggap bahwa usaha yang telah dijalankan telah berlangsung lama sehingga mampu untuk memperkirakan besarnya biaya produksi yang dikeluarkan dan total pendapatan yang diperoleh tanpa harus membuat pembukuan secara jelas dan berpedoman pada prinsip-prinsip akuntansi. Biaya transaksi yang terjadi hanya dicatat dalam bentuk nota dan itupun tidak disimpan secara baik, sehingga sumber dana yang dimiliki tidak digunakan secara efektif untuk pengembangan usaha bahkan terkadang modal usaha juga ikut digunakan untuk kebutuhan rumah tangga. Walaupun pengelolaan keuangan belum tertata rapi, tetapi hal yang berkaitan dengan absensi karyawan dan kegiatan selama proses produksi biasanya dicatat oleh istri pemilik yang digunakan sebagai kontrol dalam pemberian upah kepada karyawan setiap produksinya.

5.2.4 Produksi dan Operasi

Kontinuitas bahan baku merupakan salah satu faktor utama yang harus diperhatikan dalam pembuatan produk sambal pecel. Bahan-bahan dalam pembuatan proses produksi sambal pecel, adalah:

- 1) **Bahan Baku**

Bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan sambal pecel Cap Bharata adalah kacang tanah. Kacang tanah yang digunakan adalah kacang tanah yang berkualitas tinggi di pasar dengan harga Rp. 18.500/kg varietas gajah. Dalam memperoleh bahan baku untuk produksi, pengusaha tidak mengalami kesulitan. Karena banyaknya penjual kacang tanah yang ada di Kota Madiun khususnya di Pasar Besar Kota Madiun. Dengan alasan

ketersediaan bahan baku yang selalu ada dipasar maka pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata tidak melakukan kerjasama secara khusus dengan pemasok atau supplier bahan baku. Pembelian bahan baku biasanya dilakukan satu hingga dua hari sebelum proses produksi dimulai.

2) Bahan Penunjang

Bahan penunjang dalam pembuatan sambal pecel adalah bawang putih, gula merah, gula putih, cabe rawit, cabe merah, garam, asam, daun jeruk purut dan bumbu-bumbu lain yang dirahasiakan. Tanpa adanya bahan penunjang maka tidak akan terbentuk sambal pecel yang diinginkan.

3) Bahan Bakar

Pembuatan sambal pecel pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata sudah tidak lagi menggunakan minyak tanah sebagai bahan bakar. Melainkan menggunakan gas elpiji ukuran 12kg sebanyak 1 buah.

4) Pengemasan

Kemasan yang digunakan oleh agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah plastik yang kemudian diberi mika. Pada kemasan sambal pecel Cap Bharata sudah tercantum merek, sertifikat merek, nomor PIRT, komposisi bahan baku, lokasi produksi, pencantuman tanggal kadaluarsa.

Akses bahan baku sangat penting untuk keberlangsungan pelaksanaan produksi. Pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata membeli bahan baku sendiri ke pasar besar kota Madiun. Di pasar besar kota Madiun, pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata sudah memiliki langganan pemasok bahan baku. Jika pemasok yang menjadi langganan sedang tidak tersedia barang yang dimiliki maka pemilik mencari pemasok lain yang berada di pasar besar kota Madiun itu. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya kekurangan barang yang nantinya dapat menghambat proses produksi.

Dalam menunjang proses produksi untuk pembuatan sambal pecel, saat ini pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata telah memiliki beberapa peralatan modern yang tidak dikerjakan secara manual, yaitu mesin oven untuk kacang yang hasil rekayasa sendiri, timbangan, dan mesin giling, akan tetapi jumlah

peralatan yang dimiliki masih dirasa kurang. Padahal dengan adanya penggunaan teknologi modern akan sangat membantu dalam proses produksi yakni efektifitas penggunaan tenaga kerja sehingga jam kerja juga akan lebih singkat. Oleh karena itu kondisi ini menghambat agroindustri sambal pecel Cap Bharata untuk meningkatkan kapasitas produksinya. Untuk menjaga loyalitas pelanggan, agroindustri sambal pecel Cap Bharata selalu mengutamakan kualitas rasa yang diproduksinya sehingga pelanggan benar-benar memperoleh produk yang berkualitas. Proses pembuatan produk sambal pecel Cap Bharata adalah:

1) Penimbangan Bahan Baku

Semua bahan baku yang akan diproduksi ditimbang dulu masing-masing untuk menyeimbangkan adonan dalam satu kali produksi sebelum kegiatan produksi dimulai. Hal ini untuk menjaga kualitas rasa agar selalu sama dengan adonan yang lalu.

2) Pengovenan

Bahan baku utama kacang tanah yang sudah ditimbang dimasukkan kedalam alat pengovenan. Pada proses ini memerlukan waktu sekitar 20 menit dengan kapasitas 25 kg.

3) Penggilingan

Semua bahan baku dimasukkan kedalam mesin penggilingan yang dilakukan dengan mesin penggiling dengan kapasitas 25 kg.

4) Pencampuran bahan baku

Pencampuran bahan baku dilakukan setelah semua bahan baku selesai digiling. Pencampuran ini dimaksudkan agar semua bahan baku tercampur dengan rata. Pencampuran bahan baku ini dilakukan secara manual oleh tangan manusia. Bahan-bahan dimasukkan ke dalam baskom besar lalu karyawan mulai mengaduk bahan-bahan tersebut.



Gambar 11. Proses Pencampuran Bahan Baku
Sumber : Data Primer 2012

5) Penimbangan Adonan

Adonan yang telah tercampur dan sudah jadi ditimbang. Hal ini perlu dilakukan karena nantinya adonan akan mempunyai berat yang seragam, yaitu 250 gr.

6) Pencetakan Adonan

Setelah ditimbang maka adonan dimasukkan kedalam cetakan berbetuk persegi. Hal ini juga disesuaikan dengan kemasannya.

7) Pengemasan

Proses produksi terakhir adalah pengemasan. Pengemasan produk sambal pecel Cap Bharata menggunakan dua macam kemasan. Pertama hasil adonan dibungkus dengan plastik kemudian dimasukkan ke tempat mika.

5.2.5 Sumber Daya Manusia

Saat ini dalam usaha semakin meluas kesadaran bahwa sumber daya manusia merupakan asset dan unsur perusahaan yang sangat penting. Hal ini karena sumber-sumber lain dalam sebuah perusahaan seperti modal, mesin, dan bahan lainnya merupakan benda mati dan akan memiliki fungsi yang optimal jika digerakkan oleh manusia. Disamping itu hanya manusia yang memiliki rasa, akal, nalar, harkat, dan martabat.

Pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata tidak melakukan perekrutan tenaga kerja secara formal. Tenaga kerja juga tidak diharuskan memiliki ketrampilan membuat sambal pecel dan tidak diharuskan memiliki pendidikan tinggi. Namun yang harus dimiliki oleh tenaga kerja agroindustri sambal pecel Cap Bharata adalah sifat yang ulet, pekerja keras, cekatan, dan semangat kerja yang tinggi. Karyawan agroindustri sambal pecel Cap Bharata sebagian besar hanya lulusan SMP. Oleh karena itu biasanya pemilik akan melakukan training kepada calon tenaga kerja selama 2 kali produksi dengan melibatkan tenaga kerja tersebut pada setiap proses pembuatan sambal pecel.

Pada umumnya tenaga kerja agroindustri sambal pecel Cap Bharata berasal dari sekitar lokasi produksi. Saat ini jumlah tenaga kerja agroindustri sambal pecel Cap Bharata sebanyak 15 orang, terdiri dari 10 tenaga kerja wanita dan 5 tenaga kerja pria. Hampir semua tenaga kerja bekerja pada bagian produksi, karena bagian produksi dapat menghasilkan produk yang akan dijual kepada pembeli, mulai dari persiapan bahan baku sampai pada pengemasan produk sambal pecel Cap Bharata, sehingga pada bagian produksi membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak. Sedangkan sisanya sebesar 4 orang membantu pemilik saat pemasaran produk sebagai sopir dan kernet atau juga membantu jika ada kerusakan alat dan mesin-mesin yang sedang mengalami masalah atau kerusakan.

Untuk hari kerja, biasanya dilakukan pada hari senin dan kamis. Karena memang hanya melakukan dua kali produksi dalam satu minggu. Waktu yang digunakan dalam proses produksi adalah mulai pukul 08.00 pagi hingga selesai. Jika pekerja cepat dalam pelaksanaan proses produksi maka waktu kerja mereka bisa lebih cepat lagi. Namun tetap dalam pengawasan pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata dan juga istri. Upah atau biasa disebut gaji yang diberikan oleh pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata diberikan kepada tenaga kerja setelah selesai melakukan kerja. Pemberian upah diberikan sama rata yaitu sebesar Rp. 25.000.

5.3 Analisis Lingkungan Eksternal Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Lingkungan eksternal adalah situasi yang berasal dari luar perusahaan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Faktor-faktor eksternal yang dianalisis meliputi: 1) aspek perekonomian, 2) sosial budaya, 3) politik dan hukum, 4) teknologi, 5) persaingan.

5.3.1 Kondisi Perekonomian

Salah satu cara untuk mengetahui laju pertumbuhan ekonomi suatu daerah tertentu maka dapat digunakan PDRB atas harga berlaku. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang dihasilkan oleh suatu daerah serta nilai PDRB yang besar menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang besar.

Tabel 11. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Madiun Berdasarkan PDRB Berlaku Tahun 2006-2010

Tahun	Sektor Industri Pengolahan
2006	4,59
2007	4,77
2008	10,77
2009	14,56
2010	21,22

Sumber: PDRB Kota Madiun Tahun 2010

Berdasarkan tabel 11 dalam lima tahun terakhir terjadi pergeseran ekonomi yang berarti, dimana sektor industri pengolahan merupakan sektor yang menjadi andalan di Kota Madiun. Hal ini dikarenakan sumbangan terhadap total PDRB Kota Madiun berkisar 21,22%. Industri pengolahan salah satunya termasuk agroindustri sambal pecel.

Bahan bakar juga memiliki fungsi yang sama besarnya dalam proses produksi pembuatan sambal pecel. Adanya isu bahan bakar akan mengalami kenaikan pada tahun 2012 karena mengikuti tren harga minyak dunia yang semakin meningkat dapat menjadi ancaman bagi agroindustri sambal pecel khususnya agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Terdapat kestabilan harga Bahan Bakar Minyak pada tahun 2010 sampai dengan 2011. Namun pada tahun 2012 adanya isu kenaikan tren harga minyak dunia dapat mengakibatkan harga Bahan Bakar Minyak di Indonesia ikut merangkak naik. Kondisi seperti ini dapat menjadi ancaman yang berarti bagi kelangsungan suatu usaha. Dengan adanya peningkatan harga Bahan Bakar Minyak maka dapat menaikkan biaya transportasi. Adanya isu kecenderungan harga BBM yang meningkat merupakan ancaman bagi agroindustri sambal pecel Cap Bharata untuk mengembangkan usahanya. Hal ini karena jumlah peningkatan harga BBM dapat menyebabkan biaya produksi juga semakin meningkat.

Industri sambal pecel merupakan salah satu bagian dari industri makanan dimana menggunakan bahan baku utama kacang tanah dalam proses produksi. Saat ini harga kacang tanah didalam negeri cenderung naik. Dengan adanya kenaikan harga kacang tanah dapat memberikan dampak yang tidak cukup baik terhadap industri di dalam negeri.

Tabel 12. Tren Perkembangan Harga Rata-Rata Kacang Tanah

Waktu	Harga
September 2011	Rp. 16.994
Oktober 2011	Rp. 16.680
November 2011	Rp. 16.534
Desember 2011	Rp. 16.444
Januari 2012	Rp. 17.556

Sumber: Kementerian Perdagangan diolah oleh Pusdatin, Kementerian Pertanian

Jika dibandingkan maka harga rata-rata kacang tanah pada umumnya adalah menurun walaupun pada bulan Januari 2012 terjadi peningkatan harga

kacang tanah dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Kondisi seperti menguntungkan bagi pelaku usaha yang bekerja pada bidang industri makanan khususnya yang menggunakan bahan utama kacang tanah. Karena dapat mengurangi biaya produksi.

Selain kacang tanah, salah satu bahan baku penunjang yang lain adalah cabe merah. Berbeda dengan harga kacang tanah yang cenderung turun, maka harga cabe merah terjadi sebaliknya dimana harga cabe merah justru menunjukkan tren kenaikan jika dibandingkan mulai bulan September 2011 dengan Desember 2011. Berikut merupakan perkembangan harga cabe merah di dalam negeri:

Tabel 13. Tren Perkembangan Harga Rata-Rata Cabe Merah

Waktu	Harga
September 2011	Rp. 9.198
Oktober 2011	Rp. 11.280
November 2011	Rp. 11.893
Desember 2011	Rp. 11.893

Sumber: *Kementrian Perdagangan diolah oleh Pusdatin, Kementrian Pertanian*

Tabel 13 menunjukkan adanya tren kenaikan harga mulai dari September 2011 sampai dengan tahun Desember 2011. Kondisi seperti ini menjadi ancaman keberadaan industri makanan yang menggunakan cabe merah sebagai salah satu bahan baku dalam pembuatan produknya. Hal ini karena adanya kenaikan harga cabe merah maka dapat menambah biaya produksi. Ketersediaan bahan baku terjamin di pasar, namun kondisi berupa fluktuasi bahan baku akan mengancam kemajuan agroindustri. Jika harga bahan baku meningkat maka akan mengakibatkan biaya produksi agroindustri sambal pecel Cap Bharata juga meningkat.

5.3.2 Faktor Sosial Budaya

Tabel 14 menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk periode 2007-2011 sebesar 0,46 persen. Jumlah penduduk Kota Madiun yang semakin meningkat

merupakan peluang dan pangsa pasar bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka. Apalagi kebutuhan yang semakin meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk adalah kebutuhan pangan. Sambal pecel merupakan salah satu makanan yang diminati oleh masyarakat Kota Madiun. Sehingga mengakibatkan adanya kelebihan permintaan terhadap produk sambal pecel Cap Bharata.

Tabel 14. Jumlah Penduduk Kota Madiun Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Penduduk (ribu jiwa)	Pertumbuhan (%)
2007	192.581,4	0,41
2008	193.659,9	0,56
2009	194.570,0	0,47
2010	195.465,0	0,46
2011	196.422,8	0,49
Rata-Rata		0,46

Sumber : BPS Kota Madiun (2010)

Jumlah penduduk yang makin bertambah sejalan dengan peningkatan jumlah permintaan terhadap produk konsumsi. Walaupun produk sambal pecel dikenal sebagai makanan tradisional, namun permintaan terhadap produk sambal pecel Cap Bharata akan tetap besar dikarenakan segmen pasar yang mengkonsumsi produk sambal pecel tidak mengenal usia dan tingkat pendapatan. Adanya permintaan pasar yang besar memberi peluang bagi agroindustri untuk mengembangkan usahanya salah satunya dengan cara meningkatkan jumlah produksi.

Munculnya keberagaman produk konsumsi di pasar mengakibatkan konsumen melakukan pemilihan secara selektif sebelum membeli produk. Konsumen yang jenuh terhadap suatu produk akan mudah melakukan perubahan dalam mengkonsumsi dikarenakan ketersediaan produk yang beragam saat ini. Sehingga konsumen bisa saja bosan mengkonsumsi sambal pecel dan beralih ke produk konsumsi lain.

5.3.3 Faktor Politik dan Hukum

Aspek penting yang mempengaruhi usaha di suatu Negara salah satunya adalah faktor politik dan hukum. Keadaan ini apabila tidak stabil akan memberikan dampak negatif terhadap keberlangsungan suatu usaha karena pelaku usaha merasa tidak nyaman terhadap usaha yang dijalankannya, begitu juga sebaliknya. Dalam kondisi seperti diatas maka pemerintah selaku pengambil keputusan harus mempertimbangkan secara hati-hati terhadap setiap keputusan yang akan diambil. Ada beberapa kebijakan pemerintah yang memiliki pengaruh terhadap perkembangan industri sambal pecel.

Pemerintah mengamanatkan Bupati/Walikota melalui Dinas Kesehatan untuk membina industri pangan siap saji. Produsen pangan siap saji harus melakukan registrasi ke Dinas Kesehatan untuk mendapatkan nomor izin Depkes. Pada umumnya terdapat tiga jenis registrasi untuk kelompok produk pangan, yaitu pangan hasil industri rumah tangga diberi kode registrasi PIRT, kode MD untuk pangan hasil dalam negeri, kode ML untuk pangan yang berasal dari impor. Nomor PIRT (Pangan hasil Industri Rumah Tangga) merupakan bentuk sertifikasi terhadap produk yang dapat diupayakan oleh pelaku usaha untuk membuktikan bahwa produknya aman dikonsumsi serta wujud pemerintah melalui Dinas Kesehatan terhadap perlindungan konsumen. Agroindustri sambal Pecel “ Cap Bharata” telah memiliki sertifikasi PIRT sebagai bentuk perlindungan konsumen.

Pemerintah telah meluncurkan program KUR (Kredit Usaha Rakyat) dengan fasilitas pinjaman kredit dari pemerintah melalui PT. Asuransi Kredit Indonesia (PT. Askrindo) dan Perum Sarana Pengembangan Usaha. Bank pelaksana yang menyalurkan KUR adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Tabungan Negara (BTN), Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), dan Bank Bukopin. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan fasilitas pembiayaan yang memiliki usaha yang layak namun mempunyai kendala agunan. Dengan adanya KUR maka pelaku usaha agroindustri sambal pecel

Cap Bharata memiliki peluang untuk mendapatkan tambahan modal dengan persyaratan yang mudah untuk mengembangkan usaha.

Saat ini banyak keberadaan lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan bantuan pinjaman untuk modal usaha dengan bunga rendah. Syarat-syarat yang digunakan untuk pengajuan kredit pun juga semakin mudah. Dengan adanya kemudahan ini maka menjadi peluang agroindustri sambal pecel Cap Bharata untuk pengajuan kredit guna pengembangan usaha.

5.3.4. Teknologi

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa dengan adanya teknologi yang modern membuat berbagai kemudahan bagi siapa saja termasuk pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Kemudahan-kemudahan dapat dilihat dari aspek produksi dan aspek pemasaran.

a) Perkembangan Teknologi pada Aspek Produksi

Mesin dan alat yang digunakan dalam pembuatan sambal pecel, misalnya alat oven untuk proses mengoven kacang dimana pengovenan adalah step cara kerja yang utama untuk mengolah kacang tanah dengan kapasitas 25 kg. Mesin penggiling fungsinya adalah menggiling bahan baku dan bahan penunjang dengan kapasitas 25 kg, alat untuk mencampur/mengaduk bahan baku agar menjadi tercampur secara merata. Adanya penggunaan teknologi secara optimal, membuat proses produksi semakin lebih cepat dan menghasilkan produk dalam jumlah besar daripada dikerjakan secara manual. Saat ini agroindustri sambal pecel Cap Bharata telah memiliki mesin dan alat seperti dijelaskan diatas meskipun jumlah dan kapasitas terbatas dalam mendukung proses produksi pembuatan sambal pecel.

b) Perkembangan Teknologi pada Aspek Pemasaran

Perkembangan teknologi pada aspek pemasaran berkaitan dengan teknologi di bidang telekomunikasi dan transportasi. Adanya perkembangan teknologi di bidang telekomonikasi dapat mempermudah

komunikasi antara pelaku usaha dengan pemasok maupun dengan konsumen bisa melalui telepon maupun *handphone*. Untuk perkembangan teknologi transportasi, contohnya jasa pengiriman akan mempercepat pendistribusian dari produsen kepada konsumen, sehingga mempercepat proses pemasaran produk. Agroindustri sambal pecel Cap Bharata telah memiliki telepon, mobil, dan motor yang biasa digunakan pengangkutan bahan baku dari pasar, dan pendistribusian produk ke konsumen.

Teknologi yang berkembang pesat memungkinkan produsen untuk menggunakan mesin pengolahan dalam proses produksi. Penggunaan mesin produksi akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan usaha, efisiensi waktu kerja atau peningkatan kapasitas produksi. Perkembangan teknologi media cetak dan elektronik juga dapat dimanfaatkan oleh pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata sebagai media promosi produk. Pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memanfaatkan radio lokal atau brosur-brosur sederhana untuk berpromosi sehingga produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas.

5.3.5. Persaingan

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Madiun menunjukkan bahwa usaha yang bergerak dibidang pembuatan sambal pecel semakin meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2011, jumlah perusahaan sambal pecel di Kota Madiun sebanyak 42 unit dibandingkan pada tahun 2010 yang hanya berjumlah 34 unit. Persaingan yang terjadi dalam industri sambal pecel cukup kompetitif. Bertambahnya jumlah perusahaan sambal pecel berarti semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi di antara produsen sambal pecel. Skala usaha juga beragam, mulai dari skala rumah tangga, kecil, sampai menengah. Persaingan yang terjadi dalam industri sambal pecel diantaranya persaingan pangsa pasar, mutu, dan harga produk.

Persaingan yang terjadi dalam suatu industri merupakan hal yang wajar, oleh karena itu pelaku usaha mau tidak mau harus memiliki ide kreatif dalam

meletakkan produknya di benak konsumen dan berupaya supaya produk dapat diterima oleh pasar. Pesatnya pertumbuhan agroindustri di beberapa daerah maka mengakibatkan munculnya persaingan antar agroindustri untuk produk sejenis maupun agroindustri produk lain. Persaingan bisnis merupakan ancaman besar bagi suatu usaha karena apabila usaha tersebut tidak mampu bersaing di pasar maka akan berakibat usaha mengalami gulung tikar. Hal ini yang dapat mengancam keberadaan agroindustri sambal pecel Cap Bharata.

5.4 Strategi Pengembangan Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah menentukan strategi untuk mengembangkan usaha agroindustri sambal pecel Cap Bharata yang berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki oleh agroindustri ini dalam menyusun strategi ini ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu: 1) analisis IFAS, 2) analisis EFAS, 3) matriks IE, 4) matriks *Grand Strategy*, 5) matriks SWOT, dan 6) implementasi strategi.

5.4.1 Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Penentuan skor analisis lingkungan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting dan dapat memberikan pengaruh terhadap kelangsungan usaha. Beberapa faktor penting yang menyusun IFAS disusun berdasarkan klasifikasinya, yaitu kekuatan dan kelemahan, setelah itu diberikan bobot, rating, dan skor dengan kaidah yang telah dijelaskan pada bab IV. Matrik IFAS dapat dilihat pada tabel 15.

Dari tabel 15 dapat diketahui bahwa total skor kekuatan yang dimiliki sambal pecel Cap Bharata lebih besar daripada skor kelemahan yang dimilikinya, dimana skor kekuatan sebesar 2,599 sedangkan skor kelemahan sebesar 0,362 dimana pada sisi kekuatan dari usaha sambal pecel Cap Bharata adalah produk telah memiliki izin dari Dinas Kesehatan. Sedangkan faktor kelemahan yang berpengaruh pada usaha ini adalah pada keterbatasan modal sendiri. Dari skor kekuatan dan kelemahan tersebut terdapat selisih antara

kekuatan dan kelemahan sebesar 2,237 yang artinya agroindustri sambal pecel Cap Bharata memiliki posisi internal yang kuat, karena mampu menggunakan kekuatan yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki. Sedangkan total skor antara kekuatan dan kelemahan agroindustri ini adalah sebesar 2,961 yang mengindikasikan bahwa agroindustri sambal pecel Cap Bharata berada diatas rata-rata dari keseluruhan kekuatan internalnya.

Tabel 15. Matrik IFAS Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

No	Faktor strategis internal	Bobot	Peringkat	Skor
	Kekuatan			
1	Kemampuan manajerial pemilik	0,076	3	0,228
2	Lokasi agroindustri strategis	0,067	3	0,201
3	Daya tahan produk	0,076	4	0,304
4	Harga produk terjangkau	0,076	4	0,304
5	Memiliki kekhasan rasa	0,076	4	0,304
6	Daerah pemasaran yang luas	0,085	3	0,255
7	Produk telah memiliki izin dari Dinas Kesehatan	0,096	4	0,384
8	Variasi rasa produk	0,057	3	0,171
9	Ketersediaan bahan baku	0,076	4	0,304
10	Pembagian kerja antar karyawan	0,048	3	0,144
	Total kekuatan	0,733		2,599
	Kelemahan			
11	Kemasan produk sederhana	0,057	2	0,114
12	Promosi kurang efektif	0,067	1	0,067
13	Administrasi keuangan kurang rapi	0,038	2	0,076
14	Keterbatasan modal sendiri	0,048	1	0,048
15	Teknologi sederhana	0,057	1	0,057
	Total kelemahan	0,267		0,362
	Total kekuatan dan kelemahan	1,000		2,961
	Selisih skor kekuatan dan kelemahan			2,237

Sumber: lampiran 6, 7,10, 11, 14

5.4.2 Analisis EFAS (Eksternal Factor Analysys Summary)

Pada sisi eksternal, agroindustri sambal pecel Cap Bharata terdiri dari beberapa faktor yang memiliki pengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Faktor tersebut secara garis besar dibedakan menjadi peluang dan ancaman, faktor tersebut disusun dalam sebuah matrik EFAS dengan cara yang sama seperti

pembuatan matriks IFAS. Hasil penyusunan matrik EFAS dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Matrik EFAS Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

No	Faktor strategis eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang				
1	Permintaan pasar yang meningkat	0,156	4	0,624
2	Kemudahan kredit modal usaha	0,133	4	0,532
3	Kebutuhan pangan meningkat seiring pertumbuhan penduduk	0,111	3	0,333
4	Dukungan pemerintah daerah	0,111	4	0,444
5	Perkembangan teknologi sebagai sarana produksi dan promosi	0,089	3	0,267
Total peluang		0,600		2,200
Ancaman				
6	Fluktuasi harga bahan baku	0,111	2	0,222
7	Perubahan selera konsumen	0,067	1	0,067
8	Adanya pesaing	0,067	2	0,134
9	Adanya isu kecenderungan harga BBM meningkat	0,133	2	0,266
10	Hambatan masuk kedalam persaingan industri kecil (<i>barriers to entry</i>)	0,022	1	0,022
Total ancaman		0,400		0,711
Total peluang dan ancaman		1,000		2,911
Selisih skor peluang dan ancaman				1,489

Sumber: lampiran 8, 9, 12, 13, 15

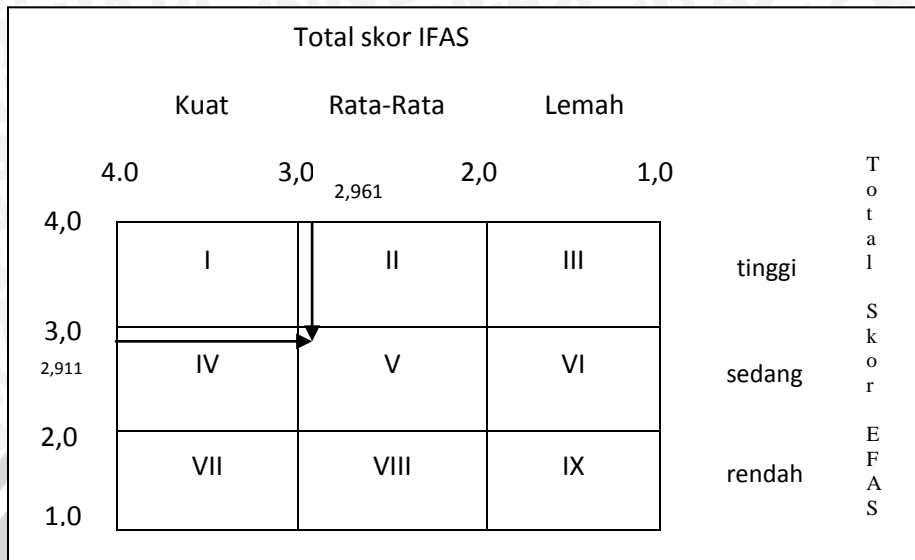
Dari tabel 16 dapat diketahui bahwa jumlah total skor antara peluang dan ancaman adalah 2,911. Sedangkan skor untuk peluang adalah 2,200 dimana variabel yang paling besar skornya adalah permintaan pasar yang meningkat. Skor ancaman adalah 0,711 dan variabel yang memiliki skor terendah adalah hambatan untuk masuk kedalam industri sambal pecel kecil. Dari peluang dan ancaman tersebut terdapat selisih skor sebesar 1,489 yang artinya agroindustri sambal pecel Cap Bharata memiliki posisi eksternal yang kuat, karena mampu menggunakan peluang yang ada untuk menghindari ancaman. Sedangkan total skor antara peluang dan ancaman agroindustri ini adalah sebesar 2,911 yang mengindikasikan bahwa agroindustri sambal pecel Cap Bharata berada di atas

rata-rata dalam upayanya untuk menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

5.4.3 Matriks Internal-Eksternal (IE)

Analisis menggunakan matriks Internal-Eksternal (IE) memiliki tujuan untuk mengetahui posisi perusahaan yang lebih detail. Matriks IE terdiri dari Sembilan sel yang pada masing-masing sel tersebut terdapat strategi yang sesuai untuk diaplikasikan pada perusahaan yang dianalisis. Strategi pada sel dipengaruhi oleh total skor pada matriks sebelumnya, yaitu matriks IFAS dan EFAS. Pada Matrik IFAS dan EFAS total skor masing-masing adalah dimana skor IFAS diletakkan pada sumbu X dan skor EFAS diletakkan pada sumbu Y pada matriks IE. Matrik IE untuk agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat dilihat pada gambar 12.

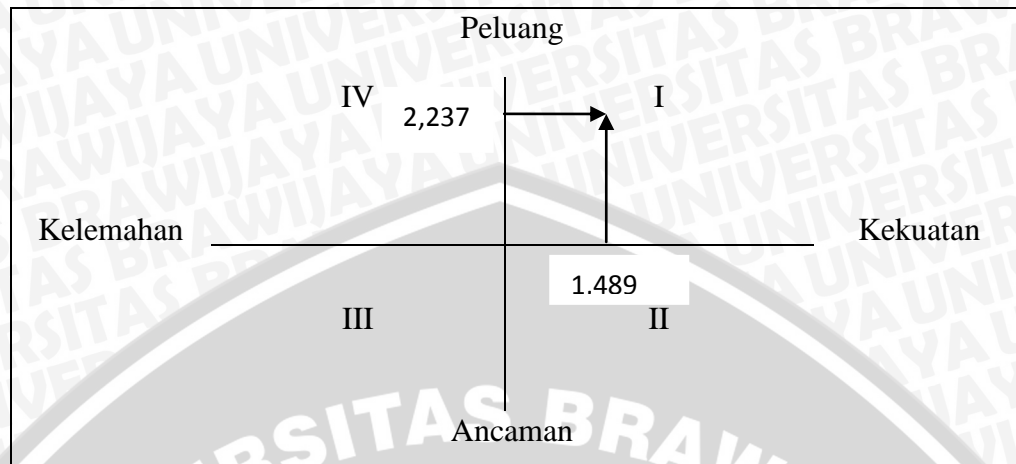
Dari matriks pada gambar 12, berdasarkan skor IFAS dan EFAS agroindustri sambal pecel Cap Bharata terletak pada sel V dan berada pada daerah *growth and stability*. Pada daerah ini strategi yang dapat diterapkan adalah menggunakan strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal dan strategi stabilitas. Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi integrasi horizontal yaitu penetrasi pasar dan pengembangan pasar (*market penetrations and product development*). Dimana agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memperluas usaha dengan cara mencari pangsa pasar yang lebih besar dari produk sambal pecel Cap Bharata melalui usaha pemasaran yang lebih gencar untuk menambah jangkauan distribusi dan juga memperbaiki produk yang sudah ada atau mengembangkan produk baru sambal pecel Cap Bharata. Selain itu produk sambal pecel Cap Bharata juga harus melakukan konsolidasi dengan cara bekerja sama dengan pihak lain dalam pengembangan usahanya, seperti mencari dukungan pemerintah. Sedangkan strategi stabilitas adalah strategi yang ditetapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ada, seperti kemampuan manajerial pemilik dalam memahami perubahan permintaan konsumen.



Gambar 12. Matriks IE Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata
 Sumber: Data Primer Diolah, 2012

5.4.4 Matriks Grand Strategy

Matriks *grand strategy* memiliki empat buah kuadran yang pada masing-masing kuadran terdapat alternatif strategi yang mungkin sesuai dengan keadaan agroindustri sambal pecel Cap Bharata. Tujuan matrik *grand strategy* membantu perencanaan strategi dengan berupaya menyesuaikan keinginan akan pertumbuhan baik internal maupun eksternal perusahaan, serta keinginan untuk mengatasi kelemahan dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Penyusunan matrik ini dilakukan dengan meletakkan selisih total skor pada matrks IFAS dan EFAS pada sumbu absis dan ordinat. Melalui pertemuan dua titik tersebut dapat diketahui letaknya pada salah satu kuadran yang ada. Hasil analisis matrik *grand strategy* pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat dilihat pada gambar 13 berikut:



Gambar 13. Matriks *grand strategy* agroindustri sambal pecel Cap Bharata

Pada gambar 13 dapat diketahui bahwa posisi agroindustri sambal pecel Cap Bharata ada pada kuadran I diantara peluang dan kekuatan. Menurut David (2006), kuadran I merupakan kuadran dimana perusahaan yang menempatnya berada pada strategi agresif, perusahaan berada pada posisi pertumbuhan pasar yang tinggi serta memiliki kompetitif yang kuat. Pada strategi ini perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi kelemahan serta meraih peluang untuk menghindari ancaman. Jadi dengan adanya kekuatan yang dimiliki maka agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

Strategi yang tepat untuk digunakan oleh suatu perusahaan adalah strategi *SO (Strength-Opportunity)*. Sedangkan strategi yang umum digunakan adalah mengoptimalkan saluran distribusi yang ada untuk memenuhi keinginan konsumen. Selain itu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan cara mengoptimalkan teknologi untuk peningkatan volume produksi, pengembangan produk dan promosi guna memenuhi kepuasan konsumen dan peningkatan pendapatan pemilik agroindustri sambal pecel Cap Bharata.

5.4.5 Matriks SWOT

Penilaian pada analisis matriks SWOT didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi hambatan. Matriks SWOT disusun berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang terdapat pada agroindustri sambal pecel Cap Bharata.

Pada usaha yang diteliti akan didapatkan dua lingkungan yang mempengaruhi keberadaan usaha, yaitu lingkungan internal yang didalamnya terdapat dua kategori faktor yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan serta lingkungan eksternal perusahaan yang di dalamnya terdapat dua kategori faktor yaitu peluang dan ancaman. Di dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut terdapat beberapa variabel yang masing-masing variabel digabungkan ke dalam salah satu kolom yang berisi kombinasi antara dua variabel. Pembuatan matrik SWOT untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel 17. pada tabel 17 terdapat beberapa notasi tentang gabungan masing-masing variabel hingga menjadi kesatuan strategi.

Berdasarkan gambar 13 tentang matriks *grand strategy* dengan posisi agroindustri sambal pecel Cap Bharata yang terletak pada kuadran I adalah strategi SO. Karena pada kuadran I menggambarkan kekuatan dan peluang yang lebih besar daripada kelemahan dan ancaman, maka dengan menerapkan strategi SO diharapkan agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mencapai peluang yang ada sehingga usaha ini dapat lebih berkembang.

Tabel 17. Matriks SWOT Agroindustri Sambal Pecel Cap Bharata

<p>IFAS</p>	<p>Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan manajerial pemilik 2. Lokasi agroindustri strategis 3. Daya tahan produk 4. Harga produk terjangkau 5. Memiliki kekhasan rasa 6. Daerah pemasaran yang luas 7. Produk telah memiliki izin dari Dinas Kesehatan 8. Variasi rasa produk 9. Ketersediaan bahan baku 10. Pembagian kerja antar karyawan 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan produk sederhana 2. Promosi kurang efektif 3. Administrasi keuangan kurang rapi 4. Keterbatasan modal sendiri 5. Teknologi sederhana
<p>EFAS</p> <p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar yang meningkat 2. Kemudahan kredit modal usaha 3. Kebutuhan pangan meningkat seiring pertumbuhan penduduk 4. Dukungan pemerintah daerah 5. Perkembangan teknologi sebagai sarana produksi dan promosi 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan saluran distribusi yang ada dan memperluas wilayah pemasaran (S2,S6,O1) 2. Meningkatkan volume produksi (S9,O3) 3. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan dengan mengoptimalkan teknologi untuk produksi dan promosi (S3,S4,S5,S7,S8,O5) 4. Meningkatkan kualitas SDM (S1,S10,O1) 5. Memanfaatkan skim kredit yang ditawarkan pemerintah (S1,O2,O4) 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan teknologi untuk promosi dan perbaikan kemasan produk (W1,W2,W5,O1,O3,O5) 2. Melakukan kredit usaha (W4,O2,O4) 3. Perbaikan sistem manajemen dengan pencatatan dan pembukuan (W3,O5)
<p>Treats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Perubahan selera konsumen 3. Adanya pesaing 4. Adanya isu kecenderungan harga BBM meningkat 5. Hambatan masuk kedalam persaingan industri kecil (<i>barriers to entry</i>) 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan konsumen (S2,S3,S4,S5,S6,S7,S8,S10,T2) 2. Menetapkan harga bersaing (S1,T3,T5) 3. Pembelian bahan baku saat harga bahan baku murah (S9,T1,T4) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengaturan dalam pengalokasian keuangan perusahaan (W3,W4,T1,T4) 2. Memanfaatkan teknologi dalam peningkatan kemasan dan promosi agar konsumen tertarik dan berbeda dengan produk produsen lain (W1,W2,W5,T2,T3,T5)

Sumber: Data Primer Diolah, 2012

Berdasarkan analisis Matriks SWOT maka alternatif atau pilihan strategi yang dapat diberikan untuk pengembangan agroindustri sambal pecel Cap Bharata:

A. Strategi S-O

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk meraih peluang yang sebesar-besarnya. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan usaha sambal pecel Cap Bharata: 1. Mengoptimalkan saluran distribusi yang ada dan memperluas wilayah pemasaran, 2. Meningkatkan volume produksi, 3. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan dengan mengoptimalkan teknologi untuk produksi, 4. Meningkatkan kualitas SDM, 5. Memanfaatkan skim kredit yang ditawarkan pemerintah.

B. Strategi W-O

Strategi ini dibuat dengan meminimalkan kelemahan dengan peluang yang ada. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan usaha sambal pecel Cap Bharata: 1. Mengoptimalkan teknologi untuk promosi dan perbaikan kemasan produk, 2. Melakukan kredit usaha, 3. Perbaikan sistem manajemen dengan pencatatan dan pembukuan.

C. Strategi S-T

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang dihadapi. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan usaha sambal pecel Cap Bharata: 1. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan konsumen, 2. Menetapkan harga bersaing, 3. Pembelian bahan baku saat harga bahan baku murah.

D. Strategi W-T

Strategi ini dibuat dengan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman dari lingkungan eksternal agroindustri yang ada. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan usaha sambal pecel Cap Bharata: 1. Melakukan pengaturan dalam pengalokasian keuangan perusahaan, 2. Memanfaatkan teknologi dalam peningkatan kemasan dan promosi agar konsumen tertarik dan berbeda dengan produk produsen lain.

5.4.6 Implementasi Strategi

Hasil alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha agroindustri sambal pecel Cap Bharata yaitu Strategi SO. Strategi ini dibuat berdasarkan usaha pemanfaatan kekuatan yang dimiliki oleh agroindustri dalam merebut peluang sebesar-besarnya. Alternatif strategi tersebut antara lain:

1. Mengoptimalkan saluran distribusi yang ada dan memperluas wilayah pemasaran.

Saat ini perantara yang digunakan agroindustri sambal pecel Cap Bharata dalam mendistribusikan produknya adalah sales, pengecer (pedagang eceran). Dengan adanya perantara dalam pendistribusian produk, maka saat ini produk sambal pecel Cap Bharata tidak hanya dipasarkan di Kota Madiun saja namun sudah merambah hingga luar Kota Madiun ditambah lagi lokasi agroindustri yang strategis memudahkan konsumen dalam memperoleh produk. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan saluran distribusi yang ada maka agroindustri sambal pecel Cap Bharata harus menjaga kerja sama yang terjalin dengan baik dengan masing-masing perantara, sehingga situasi seperti ini dapat berdampak terhadap meningkatnya tingkat penjualan produk dalam memenuhi permintaan pasar bahkan dapat meraih pangsa pasar baru. Dengan demikian apabila di saat konsumen di dalam daerah mengalami penurunan, maka jumlah konsumen di luar daerah mengalami peningkatan

sehingga volume penjualan tidak mengalami penurunan. Membuat daftar jumlah agen, sales, dan pengecer secara rapi juga dibutuhkan, hal ini berguna untuk mengetahui besarnya produk sambal pecel Cap Bharata yang didistribusikan melalui saluran perantara

2. Meningkatkan volume produksi

Dengan adanya peluang kebutuhan pangan meningkat seiring pertumbuhan penduduk disertai adanya ketersediaan bahan baku di pasar maka hendaknya agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan cara meningkatkan volume produksi dan nilai penjualan. Penambahan volume produksi dan nilai jual akan dapat meningkatkan pendapatan pengusaha.

3. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan dengan mengoptimalkan teknologi untuk produksi dan promosi.

Adanya kekuatan dalam usaha sambal pecel seperti memiliki daya tahan produk, harga produk terjangkau, memiliki kekhasan rasa, serta produk memiliki izin dari Dinas Kesehatan maka agroindustri sambal pecel Cap Bharata harus mampu mempertahankan pasar konsumen yang sudah ada. dalam situasi seperti ini, pihak sambal pecel Cap Bharata harus mampu menjaga bahkan meningkatkan mutu produk yang dihasilkan, misalnya melanjutkan pengawasan mutu produk dalam hal pemilihan bahan baku utama seperti kacang tanah, sortasi produk, tekstur sambal pecel, penampilan fisik sambal pecel, nilai gizi yang dikandung sambal pecel, dan rasa sambal pecel. Selain peningkatan mutu produk, pelayanan kepada pelanggan juga harus ditingkatkan, sehingga loyalitas pelanggan terhadap produk sambal pecel Cap Bharata semakin meningkat. Untuk meningkatkan mutu produk dan jumlah peningkatan produksi salah satunya adalah penggunaan peralatan dan teknologi modern. Peralatan modern dengan kapasitas yang lebih tinggi dapat membantu meningkatkan mutu produksi dan peningkatan jumlah hasil produksi sambal pecel Cap Bharata

yang berarti pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memenuhi permintaan yang semakin meningkat. Dengan adanya peralatan modern, pihak Agroindustri sambal pecel Cap Bharata juga dapat memperbaiki kemasan produk sehingga dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk sambal pecel Cap Bharata. Promosi yang dilakukan agroindustri sambal pecel Cap Bharata belum dikatakan efektif karena hanya melalui cara *mouth to mouth* saja. Teknik promosi tersebut mempunyai kelemahan yaitu terbatasnya jangkauan promosi. Konsumen yang tidak dapat mengkonsumsi sambal pecel Cap Bharata bisa saja dikarenakan wilayahnya belum terjangkau oleh pemasaran sambal pecel Cap Bharata. Oleh sebab itu, pihak sambal pecel Cap Bharata dapat melakukan teknologi modern untuk memasarkan produknya salah satunya dengan cara media promosi yang tepat misalnya iklan melalui radio lokal, menyebar brosur, atau mengikuti pameran-pameran produk makanan yang diadakan daerah-daerah.

4. Meningkatkan kualitas SDM

Kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya adalah kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, sehingga sumber daya manusia yang berkualitas merupakan salah satu aset perusahaan yang secara tidak langsung mendukung kelancaran usaha. Salah satunya adalah dapat memproduksi produk dengan kualitas yang lebih baik, perusahaan juga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen dan masih banyak kelebihan dari memiliki karyawan atau sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh karena itu, dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia sambal pecel Cap Bharata, pemilik dapat melakukan seleksi pada saat rekrutmen atau menempatkan karyawan sesuai dengan ketrampilan yang dimiliki. Membuat daftar pembagian tugas, wewenang ataupun tanggung jawab yang jelas kepada tiap-tiap karyawan, sehingga

karyawan semakin mengerti akan tanggung jawab pekerjaan masing-masing. Peningkatan kualitas sumber daya manusia juga dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan khususnya kepada karyawan baru mengenai proses produksi sambal pecel Cap Bharata.

5. Memanfaatkan skim kredit yang ditawarkan pemerintah.

Untuk memenuhi permintaan pasar pihak agroindustri sambal pecel Cap Bharata dapat memanfaatkan skim kredit yang ditawarkan pemerintah. Dengan demikian maka pihak sambal pecel Cap Bharata dapat menambah jumlah teknologi dan peralatan yang modern, melakukan kegiatan promosi perbaikan kemasan produk seiring dengan peningkatan permintaan pasar atas produk sambal pecel Cap Bharata. Sehingga dengan adanya skim kredit dapat membantu pengembangan agroindustri sambal pecel Cap Bharata.

