

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI GULA KELAPA
(Studi Kasus di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian,
Kabupaten Lumajang)**

SKRIPSI

ARIS SETIAWAN



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2009**

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI GULA KELAPA
(Studi Kasus di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian,
Kabupaten Lumajang)**

Oleh:

**ARIS SETIAWAN
NIM. 0210440011-44**



SKRIPSI

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

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
MALANG
2009**



***skripsi ini kupersembahkan untuk**
Bapak (alm) dan Ibu (alm) di Solo
Ayah dan Ibu serta Kedua Adikku di Lumajang*

PERNYATAAN

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

Malang, Juli 2009

Aris Setiawan
NIM. 0210440011-44



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan
Agroindustri Gula Kelapa
(Studi Kasus di Dusun Siluman, Desa Bades,
Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang)**

Nama Mahasiswa : Aris Setiawan
NIM : 0210440011-44
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Utama,

Dr. Ir. H. Abdul Wahib M, MS
NIP. 131 574 869

Pendamping,

Ir. H. Imam Syafi'i, MS
NIP. 130 518 967

**Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian**

Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS
NIP. 130 936 227

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I,

Dr. Ir. H. Abdul Wahib M, MS
NIP. 131 574 869

Penguji II,

Ir. H. Imam Syafi'i, MS
NIP. 130 518 967

Penguji III,

Ir. Heru Santoso HS, MS
NIP. 130 935 080

Penguji IV,

Silvana Maulidah, SP, MP
NIP. 132 323 645

Tanggal Lulus :



RINGKASAN

ARIS SETIAWAN 0210440011-44. ANALISIS NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA KELAPA (Studi Kasus di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang). Dibawah bimbingan Dr. Ir. H. Abdul Wahib M, MS dan Ir. H. Imam Syafi'i, MS

Pertanian merupakan salah satu sektor yang potensial dan berperan penting dalam pembangunan, sedangkan dilain pihak sektor industri diandalkan bisa meningkatkan peranannya menjadi tulang punggung pembangunan dengan landasan pertanian yang tangguh. Sehingga diperlukan suatu industri yang sesuai untuk dikembangkan agar dapat menjembatani kedua sektor yang sangat penting tersebut, yaitu industri pertanian (Agroindustri).

Sebagai salah satu penggerak pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pembangunan, pertumbuhan ekonomi, maupun stabilitas nasional, untuk mewujudkan harapan itu maka harus dilihat potensi yang ada. Oleh karena itu pembangunan pertanian yang dikaitkan dengan perkembangan industri pertanian perlu diarahkan ke arah pedesaan.

Salah satu agroindustri produk olahan yang ada di Kabupaten Lumajang adalah agroindustri Gula Kelapa yang salah satu diantaranya bersentra di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian. Gula Kelapa memberikan nilai tambah terhadap komoditas hasil pertanian yakni Nira Kelapa (Legen). Dengan demikian agroindustri mempunyai potensi untuk dikembangkan. Akan tetapi agroindustri tersebut ternyata belum mampu menjalankan usahanya secara maksimal dikarenakan masih dihadapkan pada beberapa kendala, salah satunya bermunculannya agroindustri lain di daerah sekitar menimbulkan situasi pasar yang kompetitif. Sehingga diperlukan adanya strategi yang tepat dalam upaya menghadapi persaingan pasar serta untuk pengembangan usaha.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis seberapa besar nilai tambah agroindustri Gula Kelapa sebagai agroindustri skala rumah tangga (2) Menganalisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri Gula Kelapa dalam melaksanakan kegiatan usahanya serta menyusun strategi yang tepat untuk mengembangkan agroindustri Gula Kelapa berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) pada sentra Agroindustri Gula Kelapa yang terletak di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang. Metode penentuan responden untuk Agroindustri Gula Kelapa digunakan metode *Simple Random Sampling*. Populasi pengrajin gula kelapa di daerah penelitian sebanyak 196 produsen. Dari populasi pengrajin gula diambil 20 % sebagai sampel sehingga diperoleh 40 orang pengrajin gula kelapa. Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisis nilai tambah, analisis matrik SWOT, serta analisis grand strategy.

Hasil perhitungan dari penelitian ini menunjukkan bahwa rata – rata nilai tambah yang diberikan dari pengolahan komoditas nira setelah diolah menjadi produk gula kelapa adalah rata-rata sebesar Rp 541,28,- per kilogram produk atau sekitar 51,90 %. Selain itu besarnya keuntungan rata – rata yang diberikan dari agroindustri gula kelapa adalah Rp. 286,31,- per liter per satu kali produksi atau sebesar 52,30 %, dengan demikian menunjukkan bahwa agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang layak untuk diusahakan.

Dari analisis lingkungan internal perusahaan diperoleh hasil bahwa yang menjadi kekuatan dari agroindustri gula kelapa antara lain Kemudahan memperoleh bahan baku, Lokasi agroindustri strategis, Daya tahan produk, harga produk terjangkau, kapasitas produksi tinggi, pembagian kerja sesuai keahlian, tenaga kerja terampil, pengalaman usaha, kemampuan manajerial pemilik. Sedangkan yang menjadi kelemahannya antara lain teknologi sederhana, administrasi keuangan tidak tercatat, tidak ada inovasi produk, kemasan produk sederhana, tidak ada merek produk, pemasaran belum luas, promosi belum efektif, tenaga pemasar terbatas, standar kealitas produk belum terjaga.

Selanjutnya dari analisis lingkungan eksternal perusahaan diperoleh hasil bahwa yang menjadi peluang dari agroindustri gula kelapa antara lain Permintaan pasar yang besar, Perluasan pasar, Dukungan pemerintah daerah, Inovasi produk, Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau, Ketersediaan TK yang banyak dan murah, Perkembangan teknologi sbg sarana promosi dan produksi, Kontinuitas bahan baku, Kemudahan kredit modal usaha. Sedangkan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan adalah Fluktuasi harga produk, Masuknya pesaing baru, Adanya produk substitusi.

Berdasar matrik *Grand Strategy* maka strategi yang dapat diterapkan oleh agroindustri gula kelapa untuk pengembangan usaha adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan *agresive*. Sedangkan dari matrik SWOT dapat diketahui bahwa salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pengrajin gula kelapa adalah strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan agroindustri untuk meraih peluang yang ada. Alternatif strategi tersebut antara lain meningkatkan volume produksi dan nilai penjualan, melakukan kredit untuk pengembangan usaha, difersivikasi / inovasi produk, serta meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar.

SUMMARY

ARIS SETIAWAN 0210440011-44. VALUE ADDED ANALYSIS AND DEVELOPMENT STRATEGY OF COCONUT-PALM SUGAR AGROINDUSTRY (Case Study at Siluman Orchard, Bades village, Pasirian subdistrict, Lumajang regency). Supervisor: Dr. Ir. H. Abdul Wahib M, MS and Ir. H. Imam Syafi'i, MS

Agriculture is one of potential sector and important role in building, in other side industry sector certifiable can increase its roles became a back bone of development with strong agriculture base. So, its needed the industry that appropriate to developed, in order to bridge both of sectors, that is industry of agriculture (agroindustry).

As the one of activator agriculture development, its hope for agroindustry can play important roles in region development activity, both in development aim, economic growth, although national stability, to create it so must face the potency. Therefore, agriculture development which be keyed to industry development need directed to the countryside.

One of the agroindustry processing product in Lumajang regency is Coconut-palm Sugar agroindustry one other thing sentralized in Siluman Orchard, Bades village, Pasirian subdistrict. Coconut-palm Sugar given value added to agriculture comodity, that is Coconut-palm Nira (Legen). There by agroindustry has potency to develop. But then agroindustry in fact not yet capable to perform the effort with maximally because still faced in some problems, one of them is appear another agroindustry in area around cause competitive market situation. So its needed the strategy which exactly in efforts to againts market competition and effort development.

Therefore, this study proposed to (1) analyze how big is value added of Coconut-palm Sugar agroindustry as home industry, (2) analyze the strengths and weaknesses also opportunities and threats that faced Coconut-palm Sugar agroindustry in perform effort activity also arrange the strategy that exactly to develop this agroindustry based on internal and external business condition.

Research determination done purposively in centra Coconut-palm Sugar agroindustry that located at Siluman orchard, Bades village, Pasirian subdistrict, Lumajang regency. Respondent sampling in Coconut-palm Sugar agroindustry done by *Simple Random Sampling* method. Population of coconut-palm sugar agroindustry in research territory are 196 produsen. From Coconut-palm Sugar produsen population taked 20% as sample so result 40 Coconut-palm Sugar. Analysis method that used in this research include to value added analysis, SWOT Matriks analysis, and Grand Strategy analysis.

The calculation result shows that average value added which give from Coconut-palm Nira after process as Coconut-palm Sugar product is Rp 541,28,- per kilograms product or about 51,90. Beside that, the bigness of average profit that gives from agroindustry is Rp. 286,31,- per liter per one time production process or as big as 52,30 %, Its shows that Coconut-palm Sugar agroindustry in

Siluman orchard, Bades village, Pasirian subdistrict, Lumajang regency feasible to done.

A result identification of internal and external environmental shows that strengths of agroindustry include of easy to get raw material, strategic location, endurable product, achievable price product, production capacity is high, job ceiling, skill labour, experience, and capability managerial of entrepreneur. pembagian kerja sesuai keahlian, tenaga kerja terampil, pengalaman usaha, even tough the weaknesses include of simple technology, none financial accounting, none inovation product, none product merk, narrow market, promotion, limited distributor, and standart of product quality none occurring.

Furthermore from external environment analysis shows that opportunities in this agroindustry include of market demand is big, entention market, support of government, product inovation, selling location is strategic, availability of labour which big and cheap, technology changing, raw material continuity, and easy to get credit. Even tough the threats that faced by agroindustry include of price fluctuation, competitor entry, and there are substitution product.

Based on Grand Strategy Matriks known that strategy that can used by Coconut-palm Sugar agroindustry to development their industry is support aggressive growth policy. Even tough from SWOT Matriks knows that one of strategy that can used by entrepreneur is SO strategy, that is strategy which benefitted the strengths agroindustry to reach opportunity. The alternative strategy are increasing of production volume and selling value, take credit to effort development, diversification/ inovation product, also increasing of quality, quantity, and continuity product in market.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Karanganyar, pada tanggal 16 februari 1983 sebagai anak tunggal dengan ayah bernama Waluyo (alm) dan ibu bernama Indarti (alm).

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN Nglebak I Tawangmangu, Karanganyar (1989-1995), dan melanjutkan ke SLTP Negeri 1 Tawangmangu (1995-1998), kemudian meneruskan studi di SMU Negeri Tempel (1998-2001). Penulis menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, program studi Agribisnis, pada tahun 2002 melalui jalur SPMB.

Selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian, penulis pernah ikut dalam kegiatan ekstra, antara lain dewan pengurus Perhimpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (PERMASETA) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya periode 2003-2004 sebagai staff divisi Minat dan Bakat dibawah departemen Pengembangan Sumber Daya Mahasiswa (PSDM), kemudian pada periode 2004-2004 sebagai Ketua Departemen (Kadept) Pengembangan Sumber Daya Mahasiswa (PSDM) Perhimpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (PERMASETA) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya, serta aktif dalam berbagai kegiatan kepanitiaan di Perhimpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (PERMASETA) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya (2002-2007).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, taufik serta hidayah-Nya dan juga sholawat serta salam yang senantiasa tercurah pada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa (Studi Kasus di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang).

Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Segala kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah semata-mata karena kekhilafan penulis dan kelebihan yang ada hanya berasal dari-Nya.

Atas terselesaikannya laporan skripsi ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. H. Abdul Wahib M, MS selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan saran, arahan, dukungan dan nasihat selama proses penyusunan skripsi.
2. Bapak Ir. H. Imam Syafi’I, MS selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan saran, arahan, dukungan dan nasihat selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Unibraw Malang.
4. Semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan sehingga dapat tersusunnya laporan skripsi ini

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun senantiasa penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi semua pihak yang memerlukan.

Malang, Juli 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
SUMMARY.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan tentang Agroindustri.....	7
2.2.1. Pengertian Agroindustri.....	7
2.2.2. Peranan Agroindustri.....	13
2.2.3. Pengembangan Agroindustri.....	16
2.2.4. Permasalahan dalam Pengembangan Agroindustri.....	18
2.3 Tinjauan Umum Gula Kelapa.....	22
2.3.1. Tanaman Kelapa.....	22
2.3.1.1. Klasifikasi dan Karakteristik Tanaman Kelapa.....	22
2.3.1.2. Jenis-Jenis Kelapa.....	23
2.3.2. Nira Kelapa dan Gula Kelapa.....	23
2.3.2.1. Nira Kelapa.....	23
2.3.2.2. Gula Kelapa.....	24
2.3.3. Pemanfaatan dan Kandungan Gizi Gula Kelapa.....	25
2.3.4. Prospek Ekonomi Gula Kelapa.....	26
2.4 Konsep Nilai Tambah.....	27
2.5 Pengertian Strategi.....	29
2.6 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	30
2.7 Perumusan Strategi.....	31
2.7.1. Matrik Grand Strategy.....	31
2.7.2. Analisa SWOT.....	33
2.8. Bauran Pemasaran.....	35



III. KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran.....	41
3.2 Hipotesis Penelitian.....	45
3.3 Batasan Masalah.....	45
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45

IV. METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi.....	48
4.2. Metode Penentuan Responden.....	48
4.3. Metode Pengumpulan Data.....	49
4.4. Metode Analisis Data.....	49

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

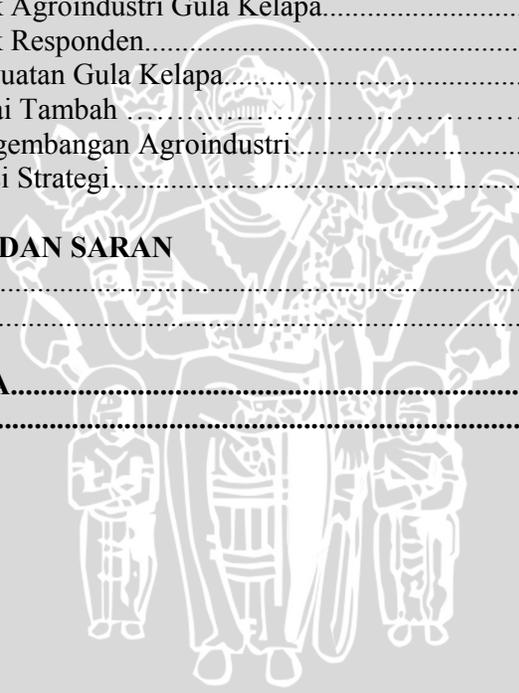
5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	55
5.2. Karakteristik Agroindustri Gula Kelapa.....	57
5.3. Karakteristik Responden.....	59
5.4. Proses Pembuatan Gula Kelapa.....	62
5.5. Analisis Nilai Tambah.....	65
5.6. Strategi Pengembangan Agroindustri.....	68
5.7. Implementasi Strategi.....	84

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	90
6.2. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA.....	93
----------------------------	-----------

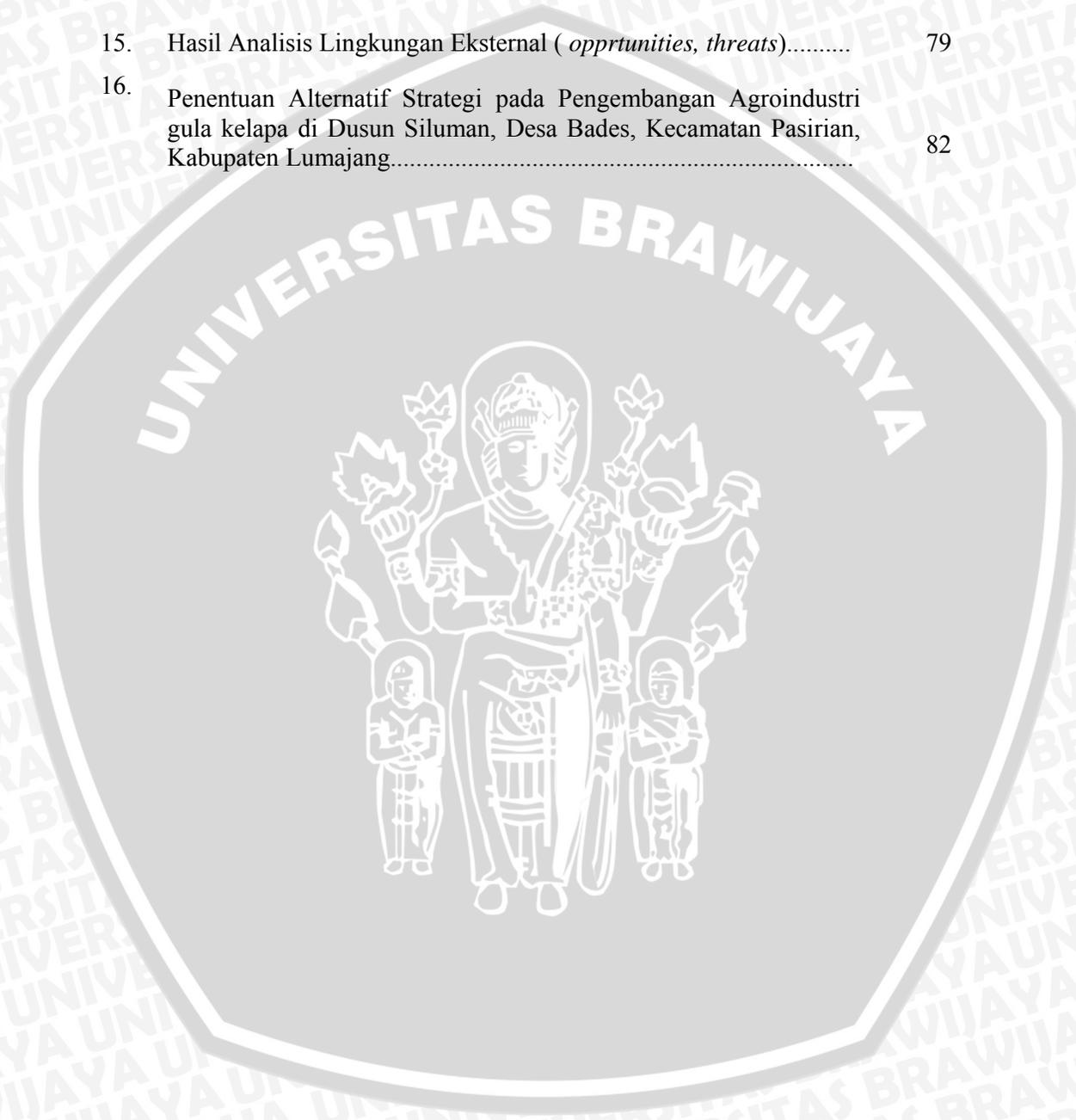
LAMPIRAN.....	97
----------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perbandingan Kandungan Gizi Pada Beberapa Jenis Gula per 100 gram bahan.....	25
2.	Syarat Mutu Gula Kelapa.....	26
3.	Format Analisis SWOT.....	34
4.	Format Nilai Tambah Pengolah Agroindustri gula kelapa di desa Bades.....	50
5.	Analisis Lingkungan Internal (<i>strength, weakness</i>).....	51
6.	Analisis Lingkungan Eksternal (<i>opportunity, threat</i>).....	53
7.	Jumlah Penduduk Berdasar Tingkat Pendidikan Terakhir di Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang Tahun 2008.....	56
8.	Jumlah Penduduk Berdasar Mata Pencaharian Penduduk di Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang Tahun 2008.....	56
9.	Karakteristik Perajin Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Usia.....	60
10.	Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Pendidikan.....	61
11.	Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Jenis Usaha.....	61
12.	Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa Di Desa Karangbendo Tahun 2005 Berdasarkan Lama Usaha.....	62
13.	Hasil Analisis Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa.....	66
14.	Hasil Analisis Lingkungan Internal (<i>strength, weakness</i>).....	78

Nomor	Teks	Halaman
15.	Hasil Analisis Lingkungan Eksternal (<i>opprtunities, threats</i>).....	79
16.	Penentuan Alternatif Strategi pada Pengembangan Agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.....	82



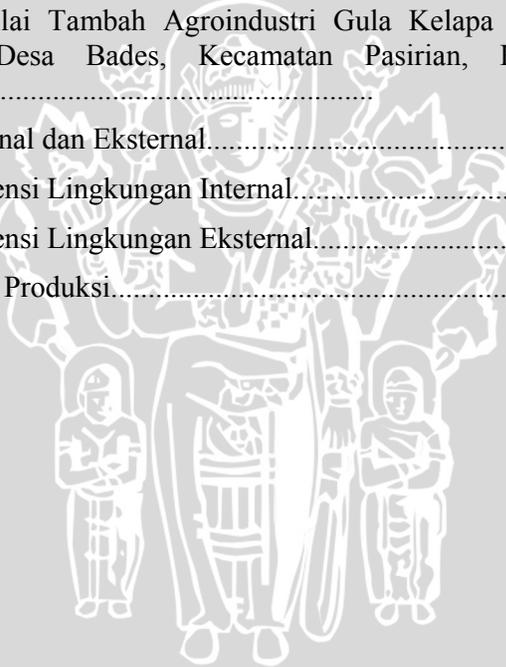
DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Gambar Kerangka Pemikiran Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa.....	44
2.	Diagram Posisi Agroindustri.....	54
3.	Diagram Matrik SWOT	54
4.	Penentuan Koordinat pada Matriks <i>Grand Strategy</i>	80
5.	Posisi Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Responden Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.....	98
2.	Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Gula Kelapa.....	100
3.	Perhitungan Upah Tenaga Kerja Pada Agroindutri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.....	114
4.	Analisis Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.....	16
5.	Faktor Internal dan Eksternal.....	121
6.	Matrik Urgensi Lingkungan Internal.....	122
7.	Matrik Urgensi Lingkungan Eksternal.....	123
8.	Foto Proses Produksi.....	124



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor yang potensial dan berperan penting dalam pembangunan, selain itu pihak sektor industri diandalkan bisa meningkatkan peranannya menjadi tulang punggung pembangunan dengan landasan pertanian yang tangguh. Sehingga diperlukan suatu industri yang sesuai untuk dikembangkan agar dapat menjembatani kedua sektor yang sangat penting tersebut, yaitu industri pertanian (Agroindustri).

Sebagai salah satu penggerak pembangunan pertanian, agroindustri diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pembangunan, pertumbuhan ekonomi, maupun stabilitas nasional. Untuk mewujudkan harapan itu maka harus dilihat potensi yang dimiliki. Oleh karena itu pembangunan pertanian yang dikaitkan dengan perkembangan industri pertanian perlu diarahkan ke arah pedesaan.

Agroindustri dipedesaan berperan sebagai pengolah hasil pertanian dan meningkatkan nilai produk pertanian tersebut. Perkembangan agroindustri telah membawa perubahan pada struktur perekonomian masyarakat pedesaan dan ketenagakerjaan. Sektor pertanian yang semula menjadi mata pencaharian utama masyarakat pedesaan, berkembang menjadi agroindustri. Dalam rangka pengembangan agroindustri di pedesaan, maka dukungan sektor penunjang dalam bentuk sarana dan prasarana fisik serta ekonomi di pedesaan perlu ditingkatkan.

Gula merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok masyarakat Indonesia dimana tingkat kebutuhan terhadap gula meningkat secara signifikan pada masing-masing tahun sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan perkembangan teknologi. Pada tahun 1984, konsumsi gula di Indonesia mencapai 2,4 juta ton, sedangkan produksi gula sebesar sekitar 1,27 ton. Untuk mengatasi kekurangan tersebut, selain dengan melakukan import gula juga dilakukan peningkatan kualitas dan kuantitas industri gula yang berasal dari selain tebu (Anonymous, 1985).

Di Indonesia, gula kelapa sering disebut sebagai gula merah atau gula jawa. Saat ini gula tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Gula kelapa dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan akan gula yang terus meningkat tersebut. Pembuatan gula kelapa ini sudah berlangsung sebelum terciptanya gula tebu (gula pasir). Kehadiran gula kelapa sering tidak dapat digantikan oleh pemanis jenis lain, terutama pada pembuatan aneka jenis makanan tradisional. Hal ini disebabkan oleh aroma dan rasa gula kelapa lebih sedap dan khas dibandingkan dengan gula putih. Dengan kelebihan tersebut tidak mengherankan bila kebutuhannya meningkat terus menerus sepanjang tahun. Di dalam negeri, prospek permintaan gula kelapa terus meningkat seiring dengan berkembangnya industri pangan yang menggunakan bahan baku gula.

Salah satu agroindustri pangan yang keberadaannya sudah mendapat tempat dimasyarakat adalah agroindustri yang pengolahan nira kelapa yang diambil dari pohon kelapa menjadi produk olahan gula kelapa. Komoditas kelapa (*Cocos nucifera Linn*) dinilai sangat bermanfaat bagi masyarakat dengan segala macam bentuk diversifikasinya, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara yang menempati urutan pertama dalam luas areal kelapa dengan 97,4% areal lahan yang merupakan perkebunan rakyat, namun produksinya masih menempati urutan kedua setelah Filipina yang juga penghasil kelapa terbesar (Asnawi, 1985).

Di Jawa Timur, perkembangan luas areal tanaman kelapa menunjukkan kenaikan, yaitu dari tahun 1989 sampai tahun 1992 seluas 250.982 hektar menjadi 254.621 hektar. Petani sebagai produsen memanfaatkan tanaman kelapa mulai dari pohon, daun, bunga dan buah untuk meningkatkan pendapatannya, salah satunya adalah pemanfaatan bunga kelapa berupa nira yang disadap dari mayang kemudian diproses menjadi gula kelapa (Syafi'i, 2000).

Kabupaten Lumajang juga merupakan salah satu penghasil gula kelapa yang potensial di Jawa Timur. Produk gula kelapa di Kabupaten Lumajang mempunyai ciri khas yaitu, tahan lama (sampai 5 bulan), rasa manis kadar seratnya rendah dan memenuhi standart ekspor, dengan rata-rata produksi 60

kwintal / hari. Di daerah penelitian, yaitu Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang, industri gula kelapa berkembang pesat dengan meningkatnya jumlah perajin gula kelapa. Pada tahun 1997 di Desa Bades jumlah perajin gula kelapa sebanyak 122 unit, kemudian meningkat menjadi 350 unit pada tahun 2001, dan menjadi 800 unit pada tahun 2008, dari jumlah tersebut, 196 diantaranya berada di Dusun Siluman. Oleh karena itu, agroindustri gula kelapa sebagai alternatif untuk menambah pendapatan warga dusun siluman. Investasi pada agroindustri gula kelapa diharapkan mampu memenuhi tujuan petani untuk menambah pendapatan tersebut (anonymous, 2008).

Gula kelapa merupakan salah satu makanan khas tradisional Indonesia yang berasal dari nira kelapa. Selama ini yang kita ketahui nira kelapa yang dihasilkan dari pohon kelapa merupakan salah satu bahan utama pembuatan minuman keras (tuak) ataupun dapat digunakan minuman segar atau yang lebih dikenal dengan nama es legen. Akan tetapi dengan adanya produk olahan berupa gula kelapa ini maka dapat memberikan nilai tambah terhadap komoditas hasil pertanian yakni nira kelapa.

Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang, sudah cukup lama diusahakan, namun agroindustri tersebut ternyata belum mampu menjalankan usahanya secara maksimal. Hal ini dikarenakan pengembangan agroindustri masih dihadapkan pada beberapa kendala, seperti terbatasnya pemasaran, teknologi produksi yang sederhana, keterbatasan modal, dll.

Selain kendala-kendala tersebut diatas, ancaman lain adalah bermunculannya agroindustri-agroindustri lain di daerah sekitar sehingga menimbulkan situasi pasar yang kompetitif. Oleh karena itu diperlukan adanya strategi yang tepat dalam upaya menghadapi persaingan pasar dan untuk mengembangkan usaha. Dengan adanya prospek yang menjanjikan dari perkembangan agroindustri ini berkaitan dengan nilai tambah produk dan masih terdapatnya kendala agroindustri, maka sasaran penelitian ini adalah menganalisis seberapa besar nilai tambah dan mengevaluasi kondisi lingkungan internal berupa kekuatan, kelemahan dan lingkungan eksternal perusahaan berupa peluang,

ancaman yang mana semua hal tersebut terkait dengan perumusan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha agroindustri Gula Kelapa.

1.2. Perumusan Masalah

Agroindustri gula kelapa skala rumah tangga di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang merupakan salah satu sentra produksi gula kelapa di Kabupaten Lumajang yang proses produksinya masih dikerjakan dalam skala rumah tangga. Permintaan akan gula kelapa yang cenderung terus meningkat merupakan peluang bagi petani untuk mengembangkan agroindustri gula kelapa sebagai salah satu alternatif pengganti gula pasir. Namun permintaan besar ini tidak sepenuhnya dapat dipenuhi karena keterbatasan lahan yang dimiliki, kurangnya modal untuk sarana produksi, rendahnya tingkat pendidikan petani, merupakan beberapa masalah yang menyebabkan petani kurang optimal dalam memanfaatkan sumber daya. Oleh karena beberapa di atas, sehingga petani tidak dapat membuat rencana untuk perkembangan agroindustri gula kelapa selanjutnya.

Upaya pengembangan merupakan upaya sadar yang dilakukan untuk mencapai suatu kemajuan dan pertumbuhan ke arah yang lebih baik, karena itu maka suatu kegiatan pengembangan tidak dapat dilakukan tanpa adanya strategi yang terencana dengan baik pula. Suatu perencanaan strategi mutlak diperlukan dalam kegiatan pengembangan usaha, demikian halnya dengan pelaksanaan pengembangan agroindustri gula kelapa skala rumah tangga yang ditujukan pada pertumbuhan produksi yang optimal dan keuntungan maksimum.

Oleh karena itu agar perajin gula kelapa dapat terus mengembangkan usahanya serta memperluas pasar maka diperlukan adanya strategi yang tepat dan harus senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal. Strategi tersebut juga tidak dapat dipisahkan dengan komponen bauran pemasaran yakni *produk, price, promotion, place*. Komponen bauran pemasaran termasuk beberapa hal yang penting diperhatikan dalam penentuan strategi pengembangan. Sehingga dengan adanya strategi yang tepat akan dapat mencapai keberhasilan dalam memanfaatkan potensi sumberdaya alam secara optimal

dengan cara memberikan nilai tambah terhadap komoditas pertanian serta usaha tersebut mampu berkembang dalam persaingan pasar yang kompetitif.

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

1. Seberapa besar nilai tambah yang diberikan oleh agroindustri gula kelapa?
2. Apa saja kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri gula kelapa serta strategi apa yang tepat untuk mengembangkan agroindustri gula kelapa?

1.3. Tujuan

1. Menganalisis seberapa besar nilai tambah agroindustri gula kelapa sebagai agroindustri skala rumah tangga.
2. Menyusun strategi pengembangan agroindustri gula kelapa dengan menggunakan analisis SWOT.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi para petani di Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang, khususnya petani agroindustri gula kelapa dalam mengembangkan agroindustri mereka dan meningkatkan pendapatan.
2. Dapat menjadi bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan nilai tambah dan strategi pengembangan pada agroindustri gula kelapa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Menurut Handayati (1999) dalam penelitiannya tentang Analisis Nilai Tambah dan Efisiensi Agroindustri Suwar Suwir di Kabupaten Jember menyatakan bahwa agroindustri suwar-suwir pada skala sedang menciptakan nilai tambah yang lebih besar terhadap bahan baku tape daripada agroindustri skala kecil. Rasio nilai tambah yang tergolong tinggi merupakan indikator kemampuan transformasi industri berupa nilai tambah yaitu semakin efektif pengolahan yang dilakukan.

Menurut Putri (2007) dalam Strategi Pengembangan Agroindustri Sambel Pecel menyatakan bahwa pengembangan agroindustri sambel pecel dipengaruhi oleh faktor luar dan faktor dalam. Usaha pengembangan agroindustri sambel pecel yang berasal dari dalam lingkungan usaha terdiri dari penyediaan sarana produksi berupa bahan baku, modal, tenaga kerja, dan teknologi. Sedangkan faktor luar lingkungan usaha meliputi kondisi sosial budaya dan kegiatan pemasaran. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri sambel pecel yaitu strategi SO. Strategi ini dibuat berdasarkan usaha pemanfaatan kekuatan yang dimiliki oleh agroindustri dalam merebut peluang sebesar-besarnya.

Hartatik (2004) dalam Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan menyatakan bahwa faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan produsen adalah pengalaman usaha, motivasi dan etos kerja sedangkan yang menjadi kelemahan adalah modal, manajerial, SDM, diversifikasi produk. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang produsen adalah daya serap pasar, sarana dan prasarana transportasi, kesetiaan pelanggan, selera konsumen, dan dukungan pemerintah sedangkan ancamannya adalah persaingan antar produk yang sejenis. Strategi yang sesuai untuk dirumuskan adalah strategi WO, dimana strategi ini berupaya untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh produsen agar dapat memanfaatkan peluang pasar yang ada. Strategi ini

cocok menurut penulis karena selama ini kendala yang dihadapi oleh produsen adalah kelemahan di lingkungan internal yang harus segera diatasi apabila ingin mengembangkan agroindustri kerupuk ikan.

Retnaningtyas (2008) dalam Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan Jamu Beras Kencur menyimpulkan bahwa strategi yang perlu diterapkan oleh perusahaan jamu beras kencur untuk meningkatkan penjualan adalah strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk. Implementasi dari rencana perusahaan untuk produk adalah dengan mengembangkan produk baru, mempertahankan kualitas produk, meningkatkan kemampuan daya tahan produk serta memperbaiki penampilan produk untuk menarik minat konsumen. Dari segi distribusi adalah dengan membuka stan atau outlet di tempat-tempat strategis, serta menambah distributor. Dari segi promosi yakni dengan melakukan periklanan, mengikuti pameran serta membuat brosur yang berisi informasi dan manfaat produk yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai tambah pada tiap skala agroindustri berbeda – beda, tergantung pada jumlah bahan baku yang digunakan, jumlah hasil produksi dan harga jual produk yang ditetapkan. Sedangkan faktor – faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman tiap agroindustri bersifat relatif, tergantung pada situasi internal dan eksternal dari agroindustri yang bersangkutan.

2.2. Tinjauan tentang Agroindustri

2.2.1. Pengertian Agroindustri

Menurut Soekartawi (2001), memberikan definisi agroindustri meliputi aktivitas yang berhubungan dengan proses produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, keuangan, pemasaran dan penyaluran dari produk lain yang spesifik.

Ahli yang lain (Soeharjo, 1991; Soekartawi, 1991 dan Badan Agribisnis DEP-TAN, 1995) dalam Soekartawi (2001), menyebutkan bahwa agroindustri adalah pengolahan hasil pertanian, dan karena itu agroindustri merupakan bagian

dari subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan, usaha tani, pengolahan hasil (agroindustri), pemasaran, sarana dan pembinaan.

Agroindustri pada dasarnya merupakan perpaduan antara dua hal, yaitu pertanian dan industri. Keterkaitan antara dua hal inilah yang kemudian menjadi sistem pertanian dengan basis industri yang selanjutnya dinamakan agroindustri, yakni industri yang terkait dengan pertanian terutama pada sisi penanganan pasca panen (Hanani, 2003).

Selanjutnya Soekartawi (2000) menyatakan bahwa agroindustri merupakan bagian dari enam subsistem agribisnis yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan, usahatani, pengolahan hasil, pemasaran, sarana dan pembinaan. Dalam penelaahan selanjutnya, agroindustri diartikan dua hal yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dimana menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan. Arti kedua, agroindustri adalah sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan industri.

Agroindustri sebagai suatu subsistem dapat dipandang sebagai kegiatan yang memerlukan input dan merubahnya untuk mencapai tujuan tertentu. Input dalam kegiatan industri terdiri dari bahan mentah hasil pertanian maupun bahan tambahan, tenaga kerja, modal dan faktor pendukung lainnya. Kegiatan agroindustri meliputi usaha untuk meningkatkan nilai tambah produk-produk pertanian melalui pengolahan lebih lanjut.

1. Bahan baku

Menurut Santoso (2008), terdapat karakteristik dari suatu sistem pengadaan bahan baku agroindustri yang efektif sehingga mampu mendukung penyediaan untuk operasi pengolahan. Pengadaan bahan baku secara umum harus bisa menyediakan suatu bahan baku dalam jumlah yang cukup, memenuhi syarat mutu dan bisa diterima di waktu yang sesuai dengan biaya yang layak. Dalam mengembangkan sistem pengadaan bahan baku, keberhasilannya tergantung pada sistem yang dibangun, baik internal perusahaan maupun dengan pihak eksternal khususnya rantai pasokan bahan baku.

Rancangan agroindustri sangat unik disebabkan tiga karakter dari bahan baku yakni :

1) Seasonalitas

Bahan baku agroindustri bersifat biologis, persediaanya bersifat musiman, tersedia pada akhir panen atau siklus reproduksi ternak. Meskipun persediaan bahan baku biasanya hanya tersedia selama satu atau dua periode pendek dalam satu tahun, akan tetapi permintaan produk jadi relatif tetap sepanjang tahun.

2) Perishabilitas

Berbeda dengan bahan baku yang digunakan pada perusahaan non agroindustri, bahan baku biologis tidak tahan lama dan mudah rusak. Karena alasan ini, produk agroindustri memerlukan perawatan yang lebih besar dalam penanganan dan penyimpanan, yang juga dapat mempengaruhi kualitas nutrisi produk makanan dengan mereduksi kualitas atau pembusukan bahan baku.

3) Variabelitas

Karakteristik distingtif terakhir agroindustri adalah ketidaktetapan pada kualitas dan kuantitas bahan baku. Kualitas yang tidak pasti disebabkan perubahan cuaca atau kerusakan panen. Mutu bervariasi karena standarisasi bahan baku yang kurang diperhatikan dalam proses agroindustri dan adanya perbedaan yang jelas pada spesifikasi untuk bahan baku standart yang digunakan di industri lain yang sejenis. Variasi ini memerlukan tekanan tambahan pada suatu jadwal produksi agroindustrial dan operasi pengawasan kualitas.

Sebagai bahan tambahan, dua karakteristik lain harus ditekankan meskipun mereka tidak unik pada agroindustri. Bahan baku pada agroindustri biasanya menjadi komponen biaya utama. Dengan demikian operasi pengadaan bahan baku pada dasarnya membentuk ekonomi suatu perusahaan. Banyak agroindustri memerlukan keterlibatan dan minat pemerintah (*political will*) dalam kegiatan pemasaran agroindustri sehingga mampu bersaing di pasar. Selain itu pemerintah akan membuat kondisi sosial, ekonomi, dan pertimbangan politik sangat relevan dengan analisis pengembangan agroindustri.

2. Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah orang yang bekerja pada suatu organisasi, baik pada instansi pemerintahan maupun pada perusahaan atau usaha – usaha sosial dimana ia memperoleh suatu balas jasa tertentu (Handoko, 1993). Tenaga kerja merupakan salah satu input yang sangat vital dan berpengaruh langsung terhadap produksi dan tujuan perusahaan. Tenaga kerja dapat bertindak sebagai operator dalam mengoperasikan mesin-mesin produksi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi sehingga diperlukan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Handoko (1993), Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi tenaga kerja langsung dan tenaga tidak langsung. Tenaga kerja langsung yakni yang langsung terlibat dalam proses produksi. Sedangkan tenaga kerja tidak langsung yakni yang tidak secara langsung terlibat dalam proses produksi. Adanya manajemen tenaga kerja sangat diperlukan dalam suatu perusahaan selain ketrampilan yang harus dimiliki. Manajemen tenaga kerja pada dasarnya bertujuan kearah pendayagunaan segenap potensi tenaga kerja secara cermat, ekonomis, dan sistematis untuk mencapai sasaran yang telah direncanakan.

3. Modal

Pendirian industri merupakan suatu usaha untuk mencari keuntungan, oleh karena itu dalam perencanaan pabrik penanaman modal merupakan hal yang penting. Biaya dalam pendirian pabrik terdiri atas biaya pertama dan biaya operasi dan produksi. Untuk biaya pertama terdiri dari modal tetap dan modal kerja dengan komponen sebagai berikut :

- 1) Modal tetap, yang terdiri dari pengadaan lahan untuk lokasi, perijinan, bangunan, peralatan dan fasilitas.
- 2) Modal kerja terdiri dari persediaan bahan baku, gaji tenaga kerja, utilitas kebutuhan energi, pemasaran, administrasi serta pemeliharaan.

Dalam Santoso (2008), kebijakan keuangan dapat mempengaruhi agroindustri. Kebijakan keuangan menentukan tingkat bunga dan tingkat ketersediaan kredit untuk suatu pengembangan agroindustri tertentu dan dapat mengarahkan sumberdaya ke agroindustri – agroindustri dari jenis, ukuran, dan

penempatan yang berbeda. Selain itu terjadinya inflasi juga berpengaruh terhadap ekonomi pengembangan agroindustri.

Menurut Zulkifli (2003) *dalam* Santoso (2008), adanya potensi resiko di sektor riil termasuk juga agroindustri mengakibatkan perbankan konvensional lebih tertarik kepada pasar uang dengan cara meminjamkan ke bank lain atau menempatkan dananya di Bank Indonesia. Di lain sisi, adanya sistem bunga menyebabkan iklim usaha kurang kondusif karena pengusaha harus menyediakan dana untuk membayar bunga kepada bank walaupun dalam kondisi rugi.

4. Teknologi

Pemilihan teknologi adalah suatu keputusan yang paling utama di dalam desain operasi pengolahan agroindustri. Kriteria – kriteria yang utama untuk memilih teknologi adalah kebutuhan kualitatif, kebutuhan proses, biaya ekonomi sosial, pemanfaatan kapasitas, kemampuan manajemen, dan konsekuensi perihal gizi. Pada pemilihan peralatan proses produksi, perusahaan cenderung menentukan persyaratan-persyaratan pada peralatan yang digunakan antara lain:

- 1) Faktor manusiawi dalam pemilihan mesin, kemudahan pengoperasian peralatan dan segi keselamatan yang diselenggarakan.
- 2) Standarisasi peralatan untuk mengurangi biaya pemeliharaan, bagian untuk mereparasi dalam jumlah yang sedikit dan para karyawan pemeliharaan lebih terbiasa dengan peralatan tersebut.
- 3) Pembelian lawan penyewaan peralatan. Untuk suatu pabrik yang sudah menghasilkan produk dan telah mempunyai peralatan adalah logis untuk memakai peralatan sebanyak – banyaknya sebelum menyewa atau membeli peralatan baru. Bila dikehendaki untuk menambah ada tiga kemungkinan yakni peralatan tersebut dibeli, peralatan dapat disewa atau peralatan dapat dibuat dalam pabrik. (Sukanto dan Indriyo, 1980 *dalam* Santoso 2008).

Menurut Ahyari (1997) *dalam* Santoso (2008), dari segi operasi produksi yang dilaksanakan pada perusahaan, maka mesin dan peralatan dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu :

1) Manual

Mesin atau peralatan produksi yang digunakan untuk melaksanakan proses produksi dengan tangan.

2) Mekanis

Mesin dan peralatan yang digunakan untuk keperluan tertentu (baik bersifat umum maupun khusus).

3) Automatis

Merupakan mesin atau peralatan yang digunakan dalam perusahaan secara *full otomatis* (semua dijalankan dengan mesin) sedangkan tenaga manusia hanya untuk mengontrol saja.

5. Pengendalian mutu

Menurut Organisasi Pengendalian Mutu Eropa (EOQC), mutu merupakan totalitas dari keistimewaan dan karakteristik suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan tertentu. Selanjutnya menurut Assauri (1993) dalam Santoso (2008), didalam penentuan mutu suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

1) Fungsi suatu barang

Suatu barang yang dihasilkan hendaknya memperhatikan fungsi untuk apa suatu barang tersebut digunakan / dimaksudkan, sehingga barang yang dihasilkan harus benar – benar memenuhi fungsi tersebut. Pemenuhan fungsi tersebut bisa memberikan kepuasan konsumen karena semakin tinggi tingkat kepuasan konsumenn dapat diartikan mutu produk semakin baik.

2) Biaya barang tersebut

Pada umumnya harga atau biaya suatu barang akan dapat menentukan mutu barang tersebut. Ini dapat dilihat dari barang yang harganya mahal maka mutunya relative baik, demikian pula sebaliknya bila harga suatu barang murah maka mutunya relative rendah. Hal ini dikarenakan pada barang yang mahal dalam proses produksinya memerlukan biaya yang relative mahal pula.

3) Wujud luar

Salah satu faktor konsumen dalam menentukan mutu suatu produk adalah wujud luar dari produk baik mengenai bentuk, warna, kemasan, dan atribut produk lain.

Pengembangan agroindustri memandang pengendalian mutu sangat strategis karena beberapa hal yaitu : (1) mutu terkait dengan kepuasan konsumen, (2) mutu terkait dengan biaya produksi, (3) mutu terkait dengan kemampuan mempertahankan pasar yang telah dimiliki dan menjadi modal untuk meraih pasar baru.

Pengendalian mutu merupakan kegiatan atau program yang tidak terpisahkan dari semua proses produksi, industri dan pemasaran komoditas. Pengendalian mutu dalam suatu industri pertanian (agroindustri) melibatkan pengamatan, analisis, dan penilaian sifat – sifat barang yang dihasilkan. Pada tingkat yang paling sederhana, pengendalian mutu dilakukan dengan alat indra manusia yakni dengan cara melihat, membau, mencicipi, meraba atau kadang juga dengan cara mendengarkan bunyi tertentu pada barang yang diamati. Pada tingkat yang modern, penilai mutu barang sudah banyak menggunakan instrument fisik namun pada banyak produk penilaian mutunya masih menggunakan cara organoleptik dan fisik bersama-sama, terutama barang – barang konsumsi yang erat hubungannya dengan selera konsumen. Lebih – lebih pada produk pertanian dan terutama pada agroindustri khususnya pangan maka peranan organoleptik sangat penting meskipun juga disertai dengan penilaian mutu secara fisik (Susanto, 1994 dalam Santoso, 2008)

2.2.2. Peranan Agroindustri

Agroindustri memiliki lima alasan utama yang menyatakan pentingnya agroindustri untuk menjadi sebuah pemimpin pertumbuhan ekonomi nasional masa depan, yakni karena :

1. Industri pengolahan mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing (kompetitif), yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing produk agribisnis Indonesia.
2. Produk agroindustri memiliki nilai tambah dan pangsa pasar yang besar sehingga kemajuan yang dicapai dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian nasional secara keseluruhan.

3. Memiliki keterkaitan yang besar baik ke hulu maupun ke hilir (*forward and backward linkages*), sehingga mampu menarik kemajuan sektor – sektor lainnya.
4. Memiliki basis bahan baku lokal (keunggulan komparatif) yang dapat diperbaharui sehingga terjamin kelangsungannya.
5. Memiliki kemampuan untuk mentransformasikan struktur ekonomi nasional dari pertanian ke industri dengan agroindustri sebagai motor penggerak.

Pada saat ini dan untuk beberapa dasawarsa yang akan datang, kemiskinan dan pengangguran di pedesaan tetap merupakan masalah penting yang harus dihadapi. Pengangguran menurunkan daya beli masyarakat yang kemudian menghambat pertumbuhan ekonomi. Agroindustri sangat diharapkan peranannya dalam mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, sekaligus sebagai penggerak industrialisasi di pedesaan. Dampak positif dari agroindustri yang tumbuh dan berkembang di daerah pedesaan adalah membuka hubungan antara suatu desa dan desa selainnya dan juga dengan kota, sehingga memberikan kesempatan yang lebih variatif kepada penduduk desa untuk memperoleh pendapatannya (Soeharjo, 1991).

Lebih lanjut dinyatakan, sebagian besar produk pertanian merupakan produk makanan pokok yang umumnya perlu diproses untuk dapat dikonsumsi secara layak. Penanganan pasca panen dan pengolahan produk hasil pertanian akan memberikan nilai tambah cukup besar. Proses pengolahan baik yang menggunakan peralatan manual maupun mekanis akan memberikan nilai tambah dari aspek daya guna, daya simpan, dan efisiensi penyediaannya bagi konsumen. Hal ini yang menjadi salah satu faktor adanya kecenderungan kebutuhan dan permintaan produk olahan makin meningkat.

Agroindustri menjadi salah satu pendukung keberhasilan produk pertanian karena keterbatasan waktu jual segar dapat diatasi dengan pengolahan produk melalui agroindustri. Meningkatnya permintaan bahan baku hasil pertanian dalam bentuk segar untuk agroindustri akan membuka peluang usaha baru di bidang agribisnis. Dengan demikian gairah produksi pertanian akan meningkat sehingga menambah pendapatan petani.

Pada kasus lain, agroindustri memacu daerah – daerah yang selama ini belum optimal memanfaatkan lahan produksi pertanian untuk berproduksi guna mendukung pengembangan agroindustri baru. Dampak berikutnya akan terjadi upaya perbaikan infrastruktur seperti jalan yang menyediakan akses ke bahan baku, instansi listrik untuk operasi produksi atau fasilitas irigasi untuk mendukung produksi pertanian. Selanjutnya agroindustri sebagai salah satu bentuk pemberdayaan petani di pedesaan melalui kelompok usaha agroindustri skala kecil. Hal ini mendorong berbagai aktifitas bisnis penunjang sehingga dapat menggerakkan aktivitas pengembangan masyarakat terkait.

Agroindustri menjadi salah satu rantai utama pembangunan pertanian karena akan terkait mulai dari perencanaan produksi pertanian sampai pada pemasaran produknya. Dalam sistem agroindustri terdapat sejumlah komponen yakni : pemasaran, pengadaan bahan baku, dan pengolahan. Pertanian dan agroindustri harus dipandang sebagai satu komponen sistem pembangunan yang saling melengkapi.

Menurut Sastowardoyo (1993), kegiatan agroindustri mempunyai peran yang besar dalam memberikan sumbangan yang diwujudkan dalam bentuk :

1. Penciptaan lapangan kerja dengan memberikan kehidupan bagi masyarakat yang bergerak di sektor pertanian.
2. Peningkatan kualitas produk pertanian untuk menjamin pengadaan bahan baku industri hasil pengolahan pertanian.
3. Perwujudan pemerataan pembangunan pada berbagai daerah yang mempunyai potensi dalam bidang pertanian.
4. Mendorong terjadinya ekspor komoditi pertanian.
5. Peningkatan nilai tambah produk hasil pertanian.

Lebih lanjut Soekartawi (2000) menyatakan, pentingnya agroindustri sebagai suatu pendekatan pembangunan pertanian dapat dilihat kontribusinya terhadap :

1. mampunya kegiatan agroindustri untuk meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis.
2. mampu menyerap banyak tenaga kerja.

3. mampu meningkatkan perolehan devisa.
4. mampu mendorong tumbuhnya industri yang lain.

2.2.3. Pengembangan Agroindustri

Tiga ciri utama pengembangan agroindustri berkelanjutan antara lain :

1. secara ekonomi layak dan memberikan keuntungan yang memadai
2. secara sosial tidak menimbulkan ketimpangan, persoalan dan justru menguatkan lembaga lokal.
3. secara lingkungan tidak menimbulkan persoalan degradasi, pencemaran, dan menjadi keberlanjutan pemanfaatan sumberdaya di masa mendatang.

Strategi dasar yang dapat ditempuh dalam mengembangkan agroindustri adalah :

1. Pengembangan kawasan sentra produksi sebagai pengembangan agroindustri terpadu. Kebijakan pengembangan kawasan sentra produksi dilakukan melalui pewilayahan komoditas yang dapat dikembangkan dengan mengatur perusahaan komoditas berdasarkan potensi lahan dan volume pengusahaannya, sehingga diharapkan untuk komoditas – komoditas tertentu tidak terjadi produksi yang berlimpah di suatu daerah, sementara di daerah lain terdapat kekurangan produksi.
2. Pengembangan sistem kelembagaan kemitraan usaha. Mengembangkan hubungan kemitraan antara petani, kelompok tani, KUD, BUMN dan BUMS melalui bentuk kerjasama yang saling menguntungkan dan berkesinambungan.
3. Kebijakan permodalan yang mendukung pengembangan agroindustri. Kebijakan pemerintah di bidang permodalan antara lain melalui penetapan pola perkreditan dengan tingkat bunga di bawah bunga komersial disertai persyaratan yang tidak rumit.
4. Penelitian dan pengembangan teknologi produksi budidaya dan teknologi pengolahan. Teknologi produksi dimulai dengan pembibitan sampai dengan pasca panen. Selanjutnya penelitian penanganan pasca panen dan pengolahan hasil diarahkan kepada teknologi untuk mempertahankan mutu, mengurangi kehilangan (susut panen), untuk diversifikasi produk olahan dan diversifikasi bahan baku (Santoso, 2008)

Menurut Direktorat Jenderal Bina Pengolahan Dan Pemasaran Hasil Pertanian di tahun 2005 tentang Revitalisasi Pertanian Melalui Agroindustri Perdesaan, agar pengembangan agroindustri menjadi lebih akseleratif, terpadu dan berkelanjutan maka diperlukan sebuah kerja besar yang dikemas dalam Gerakan Industrialisasi Pertanian di Pedesaan (GERINDA 2020) yang merupakan perwujudan terbentuknya agribisnis modern yang berkerakyatan dengan bertumpu pada *high technology*, SDM bermutu tinggi, usaha padat modal, unit bisnis yang tangguh dan derajat kompatibilitas antar sub sistem agribisnis yang tinggi.

Secara umum Gerinda 2020 akan dicirikan dengan tumbuhnya budaya industri di kalangan masyarakat desa khususnya pelaku yang berusaha di sektor pertanian. Gerinda 2020 pada intinya memiliki tujuan dan sasaran :

1. Meningkatkan nilai tambah hasil pertanian dan dinikmati oleh keluarga dalam masyarakat pedesaan.
2. Meningkatkan kesempatan kerja baik bagi laki-laki maupun perempuan di pedesaan yang sekaligus mencegah arus urbanisasi.
3. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga petani melalui penciptaan sumber pendapatan tambahan dalam rumah tangga petani.
4. Merupakan proses pembelajaran bagi perkembangan industrialisasi pedesaan yang diawali dengan industrialisasi pertanian.
5. Membangun pusat-pusat pertumbuhan ekonomi yang dimotori oleh industri pengolahan hasil pertanian sebagai trigger dan prasyarat pembangunan ekonomi wilayah.
6. Mendorong pengembangan sektor pertanian *on farm* melalui penyediaan alternatif pasar yaitu industri pengolahan di pedesaan sekaligus memanfaatkan secara optimal produk utama dan *by product* hasil pertanian.
7. Mendorong terwujudnya ekonomi kerakyatan sebagai prasyarat ketahanan ekonomi nasional melalui peningkatan daya beli, usaha-usaha produktif dan kesempatan kerja.
8. Menyediakan kesempatan kerja yang sebanyak-banyaknya bagi angkatan kerja di pedesaan baik laki-laki maupun perempuan dalam bidang industri kecil dan rumah tangga pengolahan dan pemasaran.

9. Mendorong berkembangnya “*Workshop*” industri penunjang di pedesaan yang menghasilkan alat-alat panen, pasca panen dan alat-alat pengolahan serta komponen pendukung lainnya.

2.2.4. Permasalahan dalam Pengembangan Agroindustri

Beberapa permasalahan agroindustri di dalam negeri antara lain:

1. Beragamnya permasalahan berbagai agroindustri menurut macam usahanya, khususnya kurang tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinyu.
2. Kurang nyatanya peran agroindustri di pedesaan karena masih konsentrasinya agroindustri di perkotaan.
3. Kurang konsistennya kebijakan pemerintah terhadap agroindustri.
4. Kurang fasilitas permodalan (perkreditan) dan walaupun ada prosesnya sangat ketat.
5. Keterbatasan pasar
6. Lemahnya infrastruktur
7. Kurangnya perhatian terhadap penelitian dan pengembangan
8. Lemahnya keterkaitan industri hulu dan hilir
9. Kualitas produksi dan processing yang belum mampu bersaing
10. Lemahnya *entrepreneurship* (Soekartawi, 2000)

Dinyatakan oleh Santoso (2008), dengan menggunakan analisa SWOT, maka beberapa permasalahan yang dihadapi agroindustri antara lain :

a. Kekuatan

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

b. Kelemahan

1. Produk – produk agroindustri yang ada kebanyakan masih belum mempunyai daya tembus ke pasar dunia / ekspor.
2. SDM yang terlibat dalam usaha agroindustri belum banyak yang berkualifikasi andal dan professional, utamanya pula di bidang kewirausahaan. Pengusaha agroindustri umumnya masih belum mampu memenuhi permintaan pasar yang menuntut kestabilan mutu, jumlah pesanan yang besar, *delivery* cepat dan tepat waktu.
3. Kemampuan permodalan masih terbatas, dan kemampuan mengakses sumber – sumber dana / permodalan juga terbatas, antara lain tertumbuk masalah kolateral, biaya konsultasi, biaya promosi penjualan (pameran, brosur, biaya pengujian mutu, pengiriman sampel, dan sebagainya)

c. Peluang

Berbagai peluang yang sangat menjanjikan untuk pengembangan agroindustri antara lain :

1. Memanfaatkan dampak positif penurunan nilai tukar rupiah sehingga harga tetap stabil karena bahan bakunya dari dalam negeri.
2. Keinginan dunia usaha yang makin meningkat untuk menanamkan modalnya di bidang agrobisnis dan agroindustri.
3. Meningkatkan semangat ilmuwan untuk menemukan teknologi tepat guna.
4. Tingginya dukungan politis dan komitmen pemerintah serta masyarakat untuk dikembangkannya agroindustri sebagai basis peningkatan ekonomi yang berwawasan lokal dan bervisi nasional.
5. Masih potensialnya ketersediaan sumberdaya alam sebagai bahan baku agroindustri di tiap daerah yang belum didayagunakan secara optimal untuk mengembangkan agroindustri.
6. Tersedianya SDM angkatan kerja dalam jumlah besar yang masih belum terdayagunakan secara produktif.
7. Potensialnya peluang pasar di dalam negeri, yang kebutuhannya akan produk – produk barang hasil agroindustri masih belum terpenuhi.

8. Mampu meningkatkan nilai tambah (*added value*) produk – produk mentah hasil pertanian sehingga didukung oleh petani sebagai sub sistem yang pertama (penghasil bahan baku) sehingga praktek pertanian tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan keluarga (*subsisten*) tetapi juga berorientasi pada pasar (*market oriented*).

d. Ancaman

1. Persaingan dari produk – produk agroindustri yang berasal dari impor akan semakin tajam sebagai akibat dari semakin terbukanya lalu lintas perdagangan lintas – batas sebagai konsekuensi dari globalisasi dan liberalisasi ekonomi, sebagaimana dihadapi sesuai dengan komitmen terhadap ketentuan WTO.
2. Masih rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keandalan produk – produk agroindustri dalam negeri.

Lebih lanjut dalam kajian yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Petanian Departemen Pertanian tahun 2005 tentang Revitalisasi Pertanian Melalui Agroindustri Perdesaan dinyatakan bahwa faktor – faktor yang menyebabkan lambatnya penyerapan penerapan teknologi pengolahan hasil pertanian yang berimplikasi pada Industri pedesaan yang kurang berkembang antara lain faktor teknis, sosial dan ekonomi.

1. Faktor Teknis

Dari segi teknis beberapa hal yang menjadi penyebab antara lain :

- a. Tingkat pengetahuan dan kesadaran petani akan pentingnya penerapan teknologi pengolahan hasil masih sangat terbatas
- b. Kurangnya tenaga yang terampil (*Technical Skill*) dalam mengoperasikan alat mesin pengolahan
- c. Dukungan perbengkelan dalam perbaikan, perawatan dan penyediaan suku cadang alat mesin pertanian masih rendah karena kemampuan permodalan bengkel mesin masih lemah dan kesulitan dalam memperoleh permodalan.
- d. Introduksi beberapa teknologi belum sesuai dengan kebutuhan petani dan belum bersifat lokal spesifik.

- e. Belum memadainya infrastruktur seperti jalan yang memadai sehingga menyulitkan petani/kelompok dalam memasarkan produk olahannya.
 - f. Penyebaran alat dan mesin pengolahan masih terbatas.
 - g. Kurangnya tenaga pembina yang terampil dalam bidang pengolahan dibanding tenaga pembina pada kegiatan-kegiatan pra panen.
2. Faktor Sosial

Dari segi sosial beberapa hal yang menjadi penyebab antara lain :

- a. Introduksi teknologi pengolahan pada daerah-daerah yang padat penduduknya ada kecenderungan menimbulkan gesekan/friksi sosial
- b. Kebiasaan petani dalam melakukan kegiatan pengolahan secara tradisional menyulitkan dalam penerapan teknologi yang baik dan benar.
- c. Daerah-daerah tertentu yang mempunyai budaya pengolahan hasil yang teknologinya diterima secara turun temurun, sehingga mereka sering mempunyai sifat tertutup terhadap introduksi teknologi.
- d. Terbatasnya kemampuan akses informasi masyarakat tentang teknologi pengolahan,
- e. Karena rendahnya pendidikan.

3. Faktor Ekonomi

Dari segi ekonomi beberapa hal yang menjadi penyebab antara lain :

- a. Daya beli petani terhadap teknologi pengolahan rendah, sehingga permintaan mesin juga relatif rendah.
- b. Harga alat dan mesin pengolahan relatif tinggi sehingga kurang efisien.
- c. Belum tersedianya skim kredit khusus untuk pengadaan alat dan mesin untuk usaha pengolahan hasil.

2.3 Tinjauan Umum Gula Kelapa

2.3.1 Tanaman Kelapa

2.3.1.1 Klasifikasi dan Karakteristik Tanaman Kelapa

Kelapa merupakan salah satu komoditi perkebunan yang penting bagi Indonesia disamping kakao, kopi, lada dan vanili. Komoditi ini telah lama dikenal

dan sangat berperan bagi kehidupan bangsa Indonesia baik ditinjau dari aspek ekonomi maupun dari aspek sosial budaya (Palungkun, 1993).

Kelapa sudah lama dikenal sebagai tanaman serba guna. Seluruh bagian tanaman ini bermanfaat bagi kehidupan.

Klasifikasi tanaman kelapa adalah sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Divisio	: Spermatophyta
Klas	: Monocotyledoneae
Ordo	: Palmae
Genus	: cocos
Spesies	: Cocos Nucifera L

Kelapa merupakan salah satu jenis tanaman buah tahunan. Umurnya sangat panjang, dapat mencapai puluhan tahun. Tanaman kelapa berbentuk pohon besar, berbatang kayu yang lurus dan tingginya rata-rata berkisar antara 30 meter, batangnya berwarna kekuningan. Pohon kelapa tidak berkambium, sehingga tidak memiliki pertumbuhan sekunder dan batangnya tidak bercabang.

Tanaman kelapa mempunyai akar serabut yang cukup kuat dan banyak sehingga daya taha terhadap lingkungannya sangat kuat karena kemampuan akat yang utama adalah untuk mencari air dan nutrisi. Diameter batangnya cukup besar, sekitar 30 – 40 cm.

Daun tanaman kelapa bersejajar dari pangkal sampai ujung pelepahnya sehingga terlihat seperti sirip ikan. Daun duduk melingkari batang dengan daun mengumpul pada batang. Bagian – bagian daun terdiri dari tangkai / pelepah daun tulang atau poros daun dan helai daun yang menyirip berjumlah 100 – 130 lembar (Setyamidjaja, 1995).

2.3.1.2 Jenis – Jenis Kelapa

Beberapa varietas kelapa yang pada umumnya dijumpai adalah sebagai berikut :

1. Varietas dalam

Varietas ini terdapat di berbagai negara produsen kelapa. Varietas ini berbatang tinggi dan besar, tingginya mencapai 30m atau lebih. Kelapa dalam

mulai berbuah agak lambat, yaitu antara 6 – 8 tahun setelah tanam. Umurnya dapat mencapai 100 tahun atau lebih.

2. Varietas Genjah

Tanaman kelapa varietas genjah berbatang ramping, tinggi batang mencapai 5m atau lebih, masa berbuah 3 – 4 tahun setelah tanam, dan dapat mencapai umur 50 tahun.

3. Varietas Hibrida

Kelapa hibrida diperoleh dari persilangan antara kelapa varietas genjah dan vareitas dalam. Salah satu hasil persilangan itu merupakan kombinasi sifat – sifat yang baik dari kedua jenis kelapa asalnya.

2.3.2 Nira Kelapa dan Gula Kelapa

2.3.2.1 Nira Kelapa

Nira adalah cairan getah yang keluar dari bunga kelapa atau bunga pohon penghasil nira yang lain seperti aren dan siwalan yang dipotong pada saat masih muda, dan dalam keadaan segar mempunyai rasa manis, khas, berbau harum dan tidak berwarna (Sardjono, 1991).

Nira kelapa merupakan cairan jernih yang keluar dari hasil penyedapan malai bunga kelapa. Nira mengandung sejumlah gula tertentu, lemak dan protein (Sunantyo dan Martoyo, 2002).

Komposisi nira dari satu jenis tanaman dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : iklim, kesehatan tanaman, umur tanaman, varietas tanaman dan lain sebagainya. Nira kelapa diperoleh dengan cara menyadap bunga kelapa atau manggar. Bunga kelapa yang paling baik untuk disadap adalah yang belum membuka atau bunga yang baru berumur sekitar satu bulan agar hasilnya optimal. Untuk mendapat nira kelapa dibutuhkan waktu penyadapan antara 10 sampai 12 jam (Suhardiono, 1988).

Kotoran atau benda – benda lain yang bukan gula dan terdapat dalam nira hasil penyadapan dapat mempengaruhi mutu gula kelapa yang dihasilkan. Kotoran tersebut harus dihilangkan selama proses pengolahan (Purnomo, 1997).

2.3.2.2 Gula Kelapa

Gula kelapa adalah gula merah yang terbuat dari bahan dasar nira bunga kelapa (manggar) atau biasa disebut dengan nira kelapa (legen) yang diolah, biasanya yang berasal dari pohon kelapa (*Cocos nucifera Linn*), pohon aren (*Arenga pinnata merr*) ataupun pohon lontar (*Borrassus flabeliferlinn*), nira tersebut kemudia dididihkan terus menerus hingga terbentuk gula pekat. Nira kelapa yang memiliki komposisi terdiri dari surkosa, protein, lemak, kadar air dan abu, menyebabkan gula kelapa memiliki cita rasa yang khas, disamping rasa manis juga terasa gurih (Hanik, 2002).

Gula kelapa adalah gula yang dihasilkan dari penguapan nira pohon kelapa (*Cocos nucifera Linn*). Gula kelapa atau dalam perdagangan dikenal sebagai “Gula Jawa” atau “Gula Merah” biasanya dipasaran dijual dalam 4 macam bentuk, yaitu gula kotak berbentuk empat persegi panjang, gula bumbung dicetak dari bambu yang berbentuk silinder, gula semut berbentuk seperti gula pasir dengan warna kuning kecoklatan, dan gula batok (Anonymous, 1992). Gula batok inilah yang paling banyak terdapat dipasaran, berbentuk seperti tempurung kelapa dalam bentuk setengah mangkok atau setengah elips. Bentuk demikian ini dihasilkan dari cetakan yang digunakan berupa setengah tempurung kelapa (Jawa: bathok).

Sesungguhnya gula kelapa merupakan salah satu unsur dari bahan pokok. Hampir seluruh ibu rumah tangga menggunakan gula kelapa untuk berbagai kebutuhan. Selain itu gula kelapa juga dimanfaatkan dalam industri pengolahan makanan, *industrial user* dan sebagainya. Penggunaan gula kelapa tidak dapat diganti dengan gula lainnya, jika dipaksakan, maka produk yang dihasilkan akan kehilangan aroma dan rasa yang khas.

Nilai gizi gula kelapa lebih baik bila dibandingkan dengan gula lainnya, karena gula kelapa mengandung protein dan lemak yang besar sehingga cita rasanya lebih enak. Nilai gizi gula kelapa jika dibandingkan dengan gula lainnya dapat dilihat sebagai berikut ini.

Tabel 1. Perbandingan Kandungan Gizi Pada Beberapa Jenis Gula per 100 gram bahan

Komposisi	Jenis Gula			
	Kelapa	Aren	Merah Tebu	Pasir
Kalori (kal)	316	368	368	319
Protein (g)	3,0	0,0	0,4	0,0
Lemak (g)	0,0	0,0	0,5	0,0
Hidrat Arang (g)	76,0	92,0	90,5	94,0
Kalsium (mg)	76,0	75,0	51,0	5,0
Fosfor (mg)	37,0	35,0	44,0	1,0
Besi (mg)	2,6	3,0	4,2	0,1
Air (g)	10,0	7,0	7,5	5,5

Sumber : Sarengat et al, 1986

Cita rasanya yang khas menyebabkan gula kelapa banyak digunakan dalam industri –industri tertentu yang sebagian besar menggunakan gula kelapa sebagai bahan dasarnya, diantaranya adalah seperti industri kembang gula, industri pembuatan jenang dodol, industri kecap, industri pembuatan dendeng, dan sebagainya (Sarengat et al, 1986)

2.3.3 Pemanfaatan dan Kandungan Gizi Gula Kelapa

Gula kelapa memiliki banyak sekali manfaat dan kegunaan dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya gula kelapa biasa digunakan pada industri gula kristal (pemanis roti tawar) dan untuk komoditi input pabrik beberapa jenis roti. Banyaknya gula kelapa yang ditambahkan pada tiap-tiap produknya berbeda-beda sesuai kebutuhan, misalnya pada masakan 1 – 5 %, kue 40–60 %, sambal 1–15 %, bubur 5 – 40 %, minuman 10 – 60 % (Sulaeman, 1992).

Disamping itu, masyarakat Jawa masih banyak yang menggunakan gula kelapa sebagai bahan untuk bumbu masak, karena gula kelapa memiliki rasa dan aroma yang khas, selain itu gula kelapa juga dimanfaatkan untuk keperluan industri (Hartati, 2002).

Untuk standar mutu gula kelapa telah ditentukan oleh pemerintah dengan melalui Standar Industri Indonesia (SII) yang dapat dilihat pada tabel. 2. berikut ini :

Tabel 2. Syarat Mutu Gula Kelapa (SII No. 0268 – 85)

Karakteristik	Persyaratan
- Penampilan	
- Bentuk	Padatan normal
- Warna	Kuning kecoklatan sampai coklat
- Rasa dan Aroma	Khas
- Kadar Sukrosa	Minimum 77 %
- Kadar Gula Reduksi	Maksimum 12 %
- Kadar Air	Maksimum 10 %
- Kadar Abu	Maksimum 2 %
- Kadar SO ₂ sisa	Maksimum 300 mg / kg
- Bagian yang tidak larut dalam air	Maksimum 1 %
- Logam berat (Pb, Cu, Zn, As)	Tidak ada
- Pemanis buatan (Sakarin, siklamat dan garam-garamnya)	Tidak ada

Sumber : Standar Industri Indonesia, 1985 (Palungun, 1993)

2.3.4. Prospek Ekonomi Gula Kelapa

Upaya diversifikasi hasil tanaman kelapa semakin berkembang. Salah satu produknya adalah gula kelapa yang terbuat dari nira kelapa. Nira adalah cairan yang disadap dari mayang (Bunga kelapa) yang berumur satu bulan atau belum mekar. Di Filipina, Nira kelapa disebut *tuba*, sedangkan di Srilanka dan Malaysia disebut *tody*. Setiap mayang dapat menghasilkan nira sebanyak 0,5 – 1,75 liter per hari selama 10 – 35 hari. Jika setiap pohon kelapa menghasilkan rata-rata 250 liter nira / tahun, maka setiap tahun dapat dihasilkan 37,5 kg gula kelapa / pohon. Namun baru sebagian kecil pohon kelapa di Indonesia yang dimanfaatkan niranya untuk pengolahan gula kelapa. Di dalam negeri, permintaan gula kelapa terus bertambah seiring dengan berkembangnya industri pangan yang menggunakan

bahan baku gula. Berdasarkan data Departemen Perindustrian dan Perdagangan, produksi gula kelapa di Indonesia mencapai 295,3 ribu ton, sedangkan kebutuhannya pada tahun yang sama mencapai 295,4 ribu ton. Pada tahun 1990, kebutuhan gula kelapa telah melonjak hingga 364,9 ribu ton, atau meningkat 30,34 % dari produksi tahun 1985 dan kebutuhannya mencapai 385,6 ribu ton.

Pada umumnya industri gula kelapa merupakan industri pedesaan dan berskala rumah tangga. Ditinjau dari kualitas gula yang dihasilkan, sebagian besar berkualitas kurang baik dan tidak seragam, hal ini dikarenakan kurang baiknya kualitas nira yang digunakan dan proses pengolahannya yang kurang benar (Anonymus, 1992). Secara keseluruhan, kontribusi gula kelapa terbesar adalah Jawa Tengah yang mencapai 36 % dari total produksi, kemudian berturut-turut adalah Jawa Timur (23 %), Jawa Barat (12 %), Sumatera Barat dan Bali (masing-masing 5 %), kemudian Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan dan Daerah Istimewa Aceh (2 %) (Anonymous, 1992). Sedangkan untuk Jawa Timur sendiri, sentra gula kelapa cetak terbesar adalah pada Kabupaten Blitar (4.342 unit usaha) dan berikutnya diikuti oleh Pacitan (3.595 unit usaha) (Anonymous, 1992).

2.4. Konsep Nilai Tambah

Nilai tambah adalah selisih antara bahan baku dan harga barang jadi setelah proses pengolahan. Nilai tambah yang besar dapat menjadi parameter untuk pengembangan usaha suatu agroindustri. Apabila produk mempunyai nilai tambah yang tinggi artinya produk layak untuk dikembangkan dan berarti pula bahwa keuntungan bagi pengusaha serta memberi lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai tambah adalah dengan melakukan diversifikasi dan melakukan kegiatan pengolahan yang sifatnya lebih efisien serta memberikan nilai ekonomi yang tinggi (Swastha, 1979).

Menurut Semaoen dan Kiptiyah (1997), kegunaan menghitung nilai tambah adalah untuk mengukur besarnya imbalan jasa terhadap para pemilik faktor produksi. Lebih lanjut Hayami dan Fujisaka (1987) menegaskan tentang faktor produksi yang mempengaruhi nilai tambah adalah kapasitas produksi,

bahan baku yang terlibat dalam proses dan tenaga kerja yang digunakan. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, harga bahan baku dan nilai input lain, selain bahan bakar dan tenaga kerja.

Soeharjo (1991) menyatakan bahwa produk primer dari produsen ke konsumen sering diberi perlakuan sehingga menimbulkan nilai tambah. Besarnya nilai tambah tergantung dari teknologi yang digunakan dan dari perlakuan terhadap produk. Penerapan teknologi yang cenderung padat karya akan memberikan proporsi bagian lebih besar terhadap tenaga kerja daripada bagian keuntungan bagi pengusaha. Sedangkan pada padat modal, proporsi tenaga kerja menjadi kecil. Besar kecilnya proporsi tidak terkait dengan imbalan kerja dalam rupiah. Analisis nilai tambah dipergunakan sebagai informasi bagi investor atau pengusaha lain untuk menanam modal pada agroindustri tersebut, sehingga ada peluang kerja bagi masyarakat sekitar (penyerapan tenaga kerja).

Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan diperoleh dari pengurangan nilai produk yang dihasilkan terhadap biaya bahan baku dan biaya pengurangan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja. Dengan demikian nilai tambah secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

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

Keterangan : K = Kapasitas produksi

B = Bahan baku yang digunakan

U = Upaha tenaga kerja

H = Harga output

h = Harga bahan baku

L = Nilai input lain (nilai dan semua korbanan yang terjadi selama proses perlakuan untuk menambah nilai)

Dengan mengetahui perkiraan nilai tambah agroindustri diharapkan berguna bagi pengusaha agar dapat mengetahui besarnya imbalan terhadap balas jasa dan faktor – faktor produksi yang digunakan serta dapat pula menunjukkan besarnya kesempatan kerja yang ditambahkan karena kegiatan menambah kegunaan.

Agroindustri pengolahan hasil pertanian yang ada sekarang ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah. Nilai tambah ini diperoleh dari selisih antara nilai jual bahan baku dengan produk yang telah mengalami proses pengolahan. Nilai tambah menunjukkan balas jasa untuk modal, tenaga kerja dan manajemen produsen. Dalam perhitungan nilai tambah dihasilkan keluaran sebagai berikut :

1. Perkiraan besarnya nilai tambah
2. Rasio nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan
3. Imbalan kerja bagi tenaga kerja (upah)
4. Imbalan bagi modal dan manajemen / keuntungan yang diterima oleh pengolah. (Sudiyono, 2001).

Adapun kriteria pengujian nilai tambah menurut Hubeis (*dalam* Hermawatie, 1998) adalah sebagai berikut :

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

2.5. Pengertian Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam Rangkuti (2001) dinyatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumberdaya. Sedangkan formulasi strategi adalah proses penyusunan perencanaan jangka panjang. Pengertian strategi menurut pendapat Glueck dan Jauch (1998) adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang berskala besar dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran perusahaan. Strategi mencerminkan kepekaan perusahaan untuk mengenal bagaimana, kapan, dan

dimana ia harus bersaing, dengan siapa bersaing, dan untuk maksud apa. Pada mulanya strategi berangkat dari konsep bagaimana menggunakan sumberdaya secara efektif dalam perubahan lingkungan. Strategi yang efektif dapat dicapai melalui analisa lingkungan karena dengan analisa ini dapat diketahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancamannya.

Sedangkan menurut Steiner (1982), strategi adalah pelaksanaan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai. Strategi unggulan adalah sumber yang dibutuhkan dalam mengembangkan keputusan strategis agar perusahaan mampu berkompetisi dan memenangkan persaingan (Vanary, 2002).

2.6. Analisis Lingkungan Perusahaan

Lingkungan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang langsung maupun tak langsung bersentuhan atau punya potensi atau kemungkinan untuk mempengaruhi operasi perusahaan dalam ruang gerak usaha perusahaan (Siagian, 1998). Menurut Glueck dan Jauch (1998), analisa lingkungan adalah suatu proses yang digunakan perencanaan strategi untuk memantau sektor lingkungan menentukan peluang dan ancaman terhadap perusahaan.

Adapun faktor – faktor tersebut berpengaruh untuk memberi peluang maupun menimbulkan hambatan / ancaman bagi perusahaan. Mengingat besarnya pengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan, maka sangat penting bagi pimpinan perusahaan untuk secara terus – menerus memantau perusahaan sebagai jawaban dan tanggapan terhadap perubahan dan tantangan yang muncul agar tujuan dan sasaran dapat tercapai (Siagian, 1998).

Menurut David (2006), lingkungan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori besar antara lain : (1) lingkungan ekonomi; (2) lingkungan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan; (3) lingkungan politik, pemerintah, dan hukum; (4) lingkungan teknologi; (5) lingkungan kompetitif. Perubahan dalam lingkungan eksternal mengakibatkan dalam perubahan dalam permintaan

konsumen untuk barang industri dan konsumsi serta jasa. Lingkungan eksternal mempengaruhi tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan positioning, tipe jasa yang ditawarkan, dan pilihan bisnis yang ingin diakuisisi atau dijual. Lingkungan eksternal secara langsung mempengaruhi pemasok dan distributor. Identifikasi dan evaluasi peluang dan ancaman eksternal memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan misi bisnis yang jelas, mendesain strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang, dan mengembangkan kebijakan untuk mencapai tujuan tahunan.

Sedangkan lingkungan internal perusahaan yang dievaluasi antara lain adalah (1) faktor finansial perusahaan; (2) faktor produksi dan operasi; (3) faktor pemasaran dan distribusi; (4) faktor personel dan hubungan perburuhan (SDM). Evaluasi terhadap lingkungan internal memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Selanjutnya jika kekuatan / kelemahan internal digabungkan dengan peluang / ancaman eksternal dan pernyataan misi yang jelas menjadi dasar untuk penetapan tujuan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan (David, 2006).

2.7. Perumusan Strategi

2.7.1. Matriks Grand Strategy

Matriks ini menjadi alat yang populer bagi perusahaan dalam merumuskan strategi alternatif. Dengan matriks ini akan diketahui posisi perusahaan terletak dimana dari keempat kuadran yang tersedia dan selanjutnya dapat diketahui strategi alternatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha. Matriks ini terdiri dari empat kuadran yaitu :

1. Kuadran I (*Strategi Agresif*)

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

2. Kuadran II (*Strategi Diversifikasi*)

agroindustri mempunyai kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan dan mempunyai ancaman yang lebih besar daripada peluang. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, agroindustri mempunyai keunggulan sumberdaya. Agroindustri pada posisi ini dapat menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

3. Kuadran III (*Strategi Defensif*)

agroindustri mempunyai kelemahan yang lebih besar daripada kekuatan dan mempunyai ancaman yang lebih besar daripada peluang. Merupakan kondisi yang serba tidak menguntungkan karena agroindustri menghadapi berbagai ancaman eksternal sementara sumberdaya yang dimiliki mempunyai banyak kelemahan.

4. Kuadran IV (*Strategi Vertikal / Turn Arrond*)

agroindustri mempunyai kelemahan yang lebih besar daripada kekuatan dan mempunyai peluang yang lebih besar daripada ancaman. Pada posisi ini perusahaan menghadapi peluang yang lebih besar tetapi sumberdayanya lemah. Oleh karena itu, tidak dapat memanfaatkan peluang secara optimal. Fokus dari strategi ini adalah meminimalkan kendala – kendala internal agroindustri. (Sun Tzu, 2005)

2.7.2. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2000), Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi, berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Jadi, analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Pearce dan Robinson (1997) menguraikan analisis SWOT sebagai berikut :

1. Peluang

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan – kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan,

perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

2. Ancaman

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar – menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

3. Kekuatan

Kekuatan adalah sumberdaya, ketrampilan, atau keunggulan – keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetisi khusus (*distinctive competence*) yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli – pemasok, dan faktor – faktor lain.

4. Kelemahan

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan, dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, ketrampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

Dalam analisis SWOT digunakan Matriks SWOT yang mana menampilkan delapan kotak, yaitu dua kotak sebelah kiri menampilkan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dua kotak paling atas menampilkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil pertemuan antara faktor eksternal dan internal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Matriks SWOT digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3. Format Analisis SWOT

Eksternal Internal	Opportunity	Treaths
Strength	<i>SO strategies</i>	<i>ST strategies</i>
Weakness	<i>WO strategies</i>	<i>WT strategies</i>

Keterangan Matriks SWOT tersebut sebagai berikut:

- a. *SO strategies* : ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
- b. *ST strategies* : dalam situasi ini perusahaan menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c. *WO strategies*: dalam situasi ini perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi juga menghadapi beberapa kendala / kelemahan internal. Fokus strategi pada situasi ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- d. *WT strategies*: ini merupakan situasi yang serba tidak menguntungkan karena perusahaan mempunyai kelemahan internal dan secara bersamaan harus menghadapi berbagai ancaman dari luar perusahaan.

2.8. Bauran Pemasaran

Menurut Syafrial (2006), bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh *firm* untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. *Marketing mix* adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seseorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Beberapa variabel yang dapat digunakan untuk mempengaruhi tanggapan pembeli antara lain:

2.8.1. Produk - produk yang ditawarkan

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya tetapi pada jasa yang dapat diberikannya. Oleh karena itu dalam membuat produk harus memperhatikan produk fisik dan jasa yang diberikan produk tersebut. Produk mempunyai arti yang sangat penting bagi perusahaan. Sebab disamping sebagai dasar menentukan kebijakan pemasaran juga merupakan gambaran perusahaan di mata masyarakat konsumen. Jika produk yang ditawarkan dapat memuaskan keinginan konsumen merupakan gambaran keberhasilan, demikian sebaliknya. Tentunya produk di sini tidak hanya terbatas wujud fisik, tetapi juga kualitas model dan apa saja yang dapat memuaskan keinginan konsumen (Syahyunan, 2008).

Pengelompokan produk dibagi menjadi 2 macam kelompok :

1. *Consumer's Goods* / Organisasi Konsumsi

Barang yang digunakan secara langsung oleh konsumen dan tidak dijual kembali.

2. *Industrial Goods* / Barang Produsen

Barang yang dibeli untuk diperdagangkan lebih lanjut atau barang yang akan dipakai dalam proses pengolahan lebih lanjut. Meliputi *Raw materials*, *Instalasi*, *Fabricating materials*, *operating supplies*, dsb.

Selanjutnya terdapat beberapa macam perlakuan terhadap produk agar permintaan terhadap produk meningkat, antara lain :

1) *Packing*

Pengemasan atau pembungkusan barang dengan tujuan melindungi barang agar tidak rusak dan tetap utuh, agar kemasan menarik lucu, dan agar konsumen berminat untuk membeli.

2) *Branding*

Nama atau simbol yang digunakan pada suatu produk agar produsen dapat memperkenalkan produknya guna membedakan dengan produk yang lain. Karakteristik *brand name* yang baik adalah mudah untuk diucapkan dan diingat, pendek, memberikan arti tambahan yang benar terhadap pembeli, dan tidak dikacaukan kata-katanya oleh produk yang lain.

3) *Labelling*

Selebar kertas, metal atau benda lain yang dibubuhkan pada produk yang menunjukkan tanda (informasi) tentang isi, milik, dan sumber. Informasi tersebut dapat berupa kualitas barang, deskripsi produk dan informatif produk (kadar kimia, berat, ukuran, petunjuk pemakaian, dll). Pemberian label dapat berfungsi :

- Mengidentifikasi produk atau merk
- Menggolongkan produk
- Menjelaskan beberapa hal mengenai produk sekaligus sebagai alat promosi.

4) *Warranty / garansi*

Suatau jaminan dari produsen apabila barang – barang yang terbeli tidak sesuai dengan pesanan sehingga dengan adanya garansi dapat memberikan kepastian yang lebih meyakinkan konsumen.

5) *Service*

Suatu aktivitas yang ditawarkan kepada orang lain / konsumen dan tidak menghasilkan suatu kepemilikan.

2.8.2. Harga

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran / transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa (Syafriah, 2006). Syahyunan (2008) menyatakan

bahwa keputusan tentang harga jual mempunyai implikasi yang cukup luas terhadap perusahaan maupun konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat menimbulkan kemungkinan menurunnya daya jual. Sebaliknya harga rendah dapat menyebabkan kerugian, khususnya bila biaya produksi meningkat. Hal ini terutama akan menjadi masalah bagi perusahaan yang baru berdiri. Oleh karena itu harga produk harus sebanding dengan penawaran nilai kepada pelanggan. Tujuan penetapan harga akan sangat mempengaruhi tingkat harga jual yang akan ditetapkan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga jual adalah :

1) *Untuk Survival*

Bila perusahaan berada dalam kondisi menghadapi persaingan yang sangat gencar, pergeseran keinginan konsumen adanya kapasitas menganggur, maka yang diinginkan perusahaan adalah bagaimana untuk bertahan hidup. Dalam kondisi untuk tetap eksis dalam dunia bisnisnya maka perusahaan akan menetapkan harga jual sekedar dapat menutupi tetap dan variabel saja.

2) *Penetrasi Pasar*

Jika perusahaan ingin memperkuat market share dari produk yang dipasarkannya, maka perusahaan akan menetapkan harga jual yang rendah. Dengan kebijakan harga jual yang rendah diharapkan pembeli akan sangat peka terhadap harga, biaya per unit akan semakin kecil seiring dengan semakin meningkatnya penjualan dan akan mendesak pesaing.

3) *Maksimumkan Laba Dalam Jangka Pendek*

Jika perusahaan menetapkan untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin, maka akan ditetapkan harga jual tinggi.

4) *Mendapatkan Uang Secepat Mungkin.*

Jika perusahaan berada dalam kesulitan keuangan, maka perusahaan akan menetapkan harga jual rendah dengan maksud untuk mendapatkan uang tunai dengan cepat.

5) *Untuk Keunggulan Dalam Kualitas Produk*

Suatu perusahaan mungkin bertujuan agar kualitas produk yang dipasarkannya selalu yang terbaik. Untuk itu perlu di lakukan penelitian dan pengembangan yang terus menerus. (Syahyunan, 2008)

Dalam Syafrial (2006) dinyatakan bahwa citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Penetapan harga baik itu penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam tujuan ini perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan diferensiasi produk atau dengan jalan melayani segmen pasar khusus.

2.8.3. Penyaluran / lokasi

Lokasi pemasaran yang dekat dan jauh mempengaruhi biaya produksi. Keputusan saluran akan mempengaruhi dua hal, yaitu jangkauan penjualan dan biaya. Setiap alternatif saluran yang dipilih jelas dipengaruhi unsur-unsur lain yang terdapat dalam bauran pemasaran perusahaan. Misalnya tujuan yang ingin dicapai, ciri-ciri pasar yang dijadikan sasaran dan karakteristik produk yang ditawarkan (Syahyunan, 2008).

Adapun fungsi saluran distribusi antara lain sebagai alat memperlancar keuangan perusahaan karena mempercepat uang tunai masuk ke perusahaan jika dibanding menjual sendiri produknya, sebagai alat komunikasi untuk memperoleh informasi / masukan dari agen mengenai keluhan konsumen terhadap produk, dan sebagai alat bantu penjualan / promosi (Syafrial, 2006). Ada beberapa alternatif yang mungkin di pilih penjual dalam distribusikan produknya kepada konsumen, yaitu :

1. Manufacturer - Konsumen
2. Manufacturer - Pedagang eceran - Konsumen
3. Manufacturer - Pedagang besar - Pedagang eceran - Konsumen
4. Manufacturer - Agen - Pedagang besar - Pedagang eceran - Konsumen

Perlu disadari bahwa alternatif manapun yang dipilih saluran distribusi akan menghubungkan arus fisik, hak milik, pembayaran, informasi promosi. Untuk itu sebelum ditetapkan satu alternatif saluran perlu diketahui dan ditetapkan sasaran dan kendalanya, jenis perantara, jumlah perantara serta syarat, tanggung jawab dan hak setiap anggota saluran perantara. Penilaian terhadap alternatif saluran didasarkan kriteria ekonomis, efektifitas dan pengendalian. Tiap alternatif saluran yang dipilih memenuhi kriteria tersebut. Untuk itu perantara yang dipilih

sebagai anggota saluran harus diseleksi, dimotifasi secara berkala dan dievaluasi kembali (Syahyunan, 2008).

Untuk memilih apakah perusahaan itu memakai saluran distribusi panjang atau pendek tergantung dari :

1. Lokasi
2. Daya beli masyarakat
3. kebutuhan konsumen
4. kebijakan manajemen
5. mudah / tidaknya barang tersebut rusak
6. pelayanan terhadap konsumen
7. macam / jenis barang (barang konsumsi / barang produksi)(Syafrial, 2006)

2.8.4. Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yakni berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk / mengingatkan pasar sasaran atas keberadaan perusahaannya dan produknya agar konsumen bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Kebijakan bauran pemasaran tentu akan lebih berhasil jika apa telah diprogramkan, dikomunikasikan dengan baik. Mengkomunikasikan program perusahaan kepada masyarakat konsumen dapat dilakukan dengan lima spesifikasi, yaitu :

- 1) *Periklanan* : Bentuk presentasi dan promosi non personal, disuarakan / visual tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Pesan tersebut disebut iklan yang bisa disiarkan melalui satu atau lebih media (media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media lini bawah).
- 2) *Personal selling*: Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang bertujuan memperkenalkan produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk untuk menciptakan penjualan. Penjualan tatap muka merupakan cara yang paling efektif dan mempunyai tiga kualitas yakni berhadapan langsung secara pribadi, keakraban dan tanggapan dari pembeli.

- 3) *Publisitas*: Pendorong permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung. *Publisitas* merupakan pemanfaatan nilai-nilai berita yang terkandung di dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan. Dibanding dengan iklan, *publisitas* mempunyai kredibilitas lebih baik karena pembenaran baik langsung maupun tak langsung dilakukan oleh pihak lain selain pemilik iklan.
- 4) Promosi penjualan : Kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan *publisitas* yang mendorong pembelian konsumen dan efektifitas pengecer (meningkatkan kinerja pemasaran perantara).
- 5) *Direct marketing* merupakan system pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan tanggapan atau respon terukur atau transaksi di sembarang lokasi. *Direct marketing* memberi manfaat bagi konsumen maupun penjual. Manfaat yang diperoleh konsumen adalah penghematan waktu berbelanja. Bagi produsen adalah dapat memilih calon pembeli secara selektif, dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan memperoleh peluang pelanggan baru yang lebih menguntungkan. Akan tetapi kelemahannya adalah adanya orang yang terganggu dengan adanya penjualan yang agresif, munculnya citra buruk terhadap perusahaan jika ada salah satu *direct marketing* yang menipu atau mengecewakan planggan, mengganggu privasi orang lain, dsb (Syafrial, 2006).

Keputusan tentang bauran promosi akan mencakup : Penyampaian pesan, penerimaan pesan dari media yang digunakan, tanggapan dan umpan balik serta gangguan. Untuk itu sebelum keputusan bauran promosi ditetapkan, maka perlu terlebih dahulu diidentifikasi khalayak yang dijadikan sasaran, dana yang tersedia, sifat produk yang ditawarkan, faktor bauran pemasaran yang lain, ditentukan tujuan promosi, merancang pesan, menetapkan sasaran promosi dan menyeleksi media yang digunakan. Selanjutnya pelaksanaan promosi harus terkoordinasi, konsisten, tepat waktu dan dievaluasi (Syahyunan, 2008).

III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran

Kemajuan teknologi dan permintaan pasar telah mendorong terjadinya diversifikasi lahan dan produk kelapa, sehingga peranan hasil diversifikasi produk dari pohon kelapa dalam perekonomian masa mendatang ini akan meningkat sebagai sumber pendapatan petani dan penyerapan tenaga kerja, pemenuhan konsumsi masyarakat dan sumber devisa. Meningkatnya peranan ini didukung oleh besarnya peluang yang dimanfaatkan, seperti ketersediaan sumberdaya alam, sumberdaya manusia, teknologi dan modal. Usaha perkebunan rakyat saat ini mendominasi 96% area perkebunan kelapa di Indonesia. Sejak awal pembangunan, perkebunan rakyat ditempatkan pada posisi “tulang punggung” pembangunan perkebunan dengan perkebunan besar milik swasta dan BUMN sebagai pendukung dan penunjang. Untuk itu langkah – langkah operasional yang perlu dilaksanakan diantaranya adalah meningkatkan produksi, diversifikasi lahan dan produk, pengembangan kelembagaan, kemitraan usaha dan menemukan teknologi baru melalui kegiatan penelitian dan pengembangan (Damanik (2000) dalam Ramadhani 2006).

Salah satu agroundustri pangan yang mempunyai potensi untuk dikembangkan adalah agroindustri gula kelapa, yang banyak diusahakan di Kabupaten Lumajang. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi sentra penghasil kelapa di Indonesia, dengan Kabupaten Lumajang sebagai salah satu pemasok terbanyak dari perkebunan kelapa rakyat yang dimilikinya khususnya di Desa Bades, Kecamatan Pasirian sebagai penghasil utama nira kelapa sekaligus sentra penghasil gula kelapa.

Dengan tersedianya sumberdaya manusia sebagai tenaga kerja di tingkat rumah tangga dan adanya sumberdaya alam nira kelapa yang menjadi bahan baku dan komoditas utama di Desa Bades, maka mampu mendorong terbentuknya agroindustri usaha pengolahan gula kelapa skala rumah tangga, sebagai bentuk peningkatan nilai tambah dari bahan baku nira yang telah tersedia tersebut dan

untuk peningkatan pendapatan petani nira kelapa dan produsen gula kelapa itu sendiri.

Nilai tambah komoditi pertanian dapat ditingkatkan melalui industrialisasi di bidang pertanian dengan memanfaatkan teknologi dan kekuatan sumberdaya alam serta sumberdaya manusia (Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Petanian Departemen Pertanian, 2005). Menurut Astuti (2004), agroindustri skala rumah tangga memberikan nilai tambah yang lebih besar dibanding agroindustri skala kecil, dikarenakan faktor konversi output produksi per bahan baku yang lebih besar dengan harga produk rata – rata per unit sama.

Permintaan yang tinggi terhadap produk olahan, tidak hanya direspon oleh satu agroindustri saja, akan tetapi juga oleh pihak lain yang ingin mendapatkan keuntungan dari proses pengolahan hasil pertanian sehingga munculah berbagai agroindustri. Dengan makin banyaknya keberadaan agroindustri akan menyebabkan terjadinya persaingan pasar baik antar agroindustri sejenis maupun agroindustri lain yang mana mereka berusaha menarik perhatian konsumen.

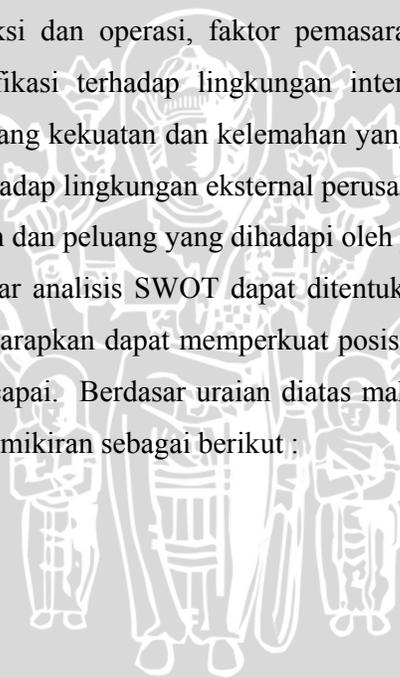
Menurut Kotler (1997) dinyatakan bahwa perusahaan tidak dapat bertahan hidup tanpa disertai dengan kerja keras agar dapat berhasil di pasar. Dikarenakan saat ini konsumen / pembeli menghadapi banyak pilihan dalam usaha memuaskan kebutuhan mereka, sehingga mereka mencari mutu yang terunggul dan biaya yang layak bila melakukan pembelian produk. Bagi produsen mengenal dan memuaskan pelanggan dengan produk yang bermutu tinggi merupakan kunci prestasi yang menguntungkan. Pada persaingan yang makin ketat tersebut, apabila suatu agroindustri mampu bersaing maka memperoleh keuntungan yang besar akan tetapi sebaliknya apabila agroindustri tersebut tidak mampu bersaing maka dapat dimungkinkan perusahaann akan menderita kerugian dan akhirnya gulung tikar.

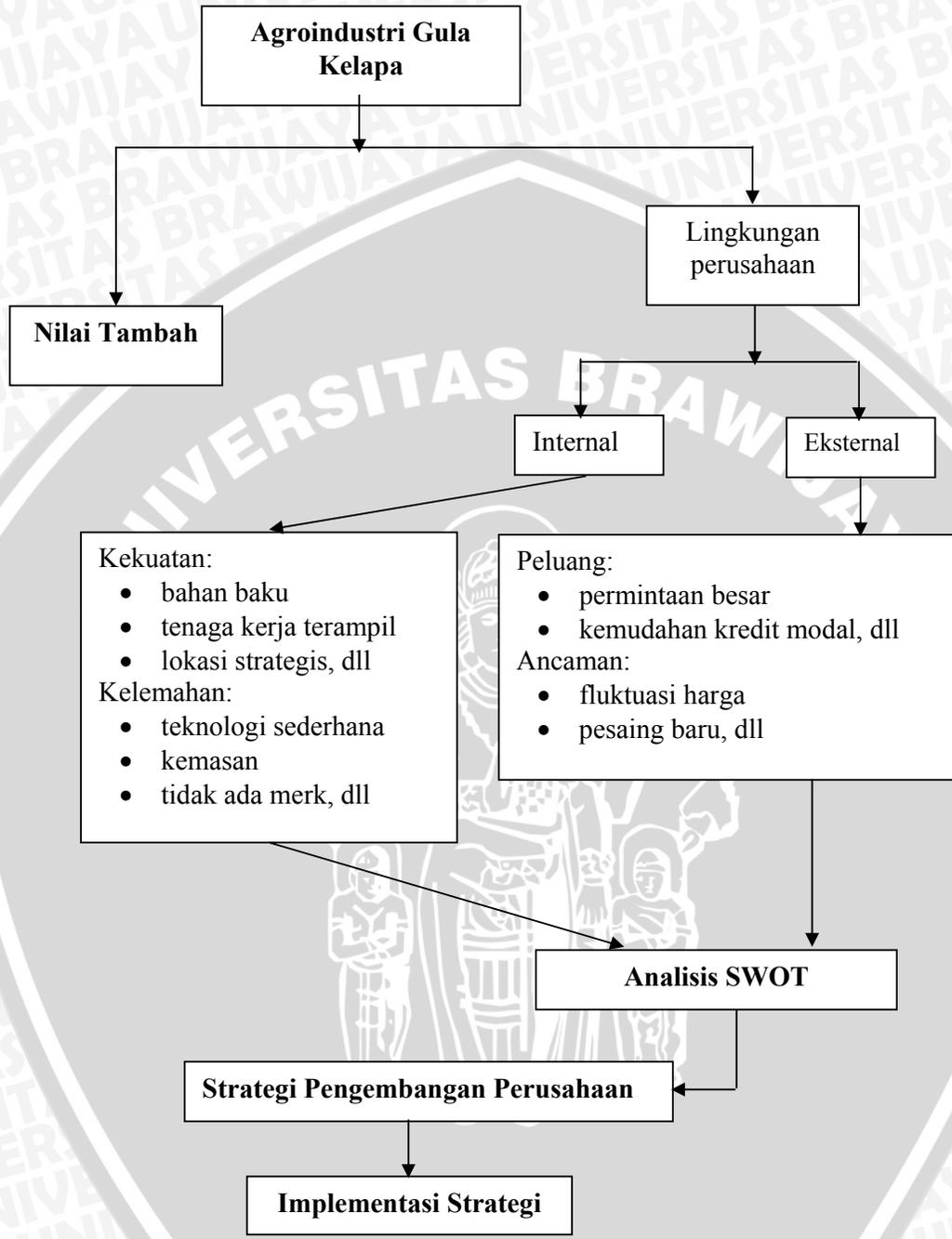
Oleh karena itu, agar suatu agroindustri dapat bertahan ditengah persaingan pasar yang makin ketat, maka diperlukan adanya strategi yang tepat karena dengan adanya strategi dapat memberikan arah dalam upaya pengembangan perusahaan. Strategi dapat digunakan sebagai alat / cara dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan baik tujuan jangka pendek maupun jangka

panjang sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara maksimal. Menurut Winardi (2002), secara keseluruhan dapat diketahui pentingnya strategi pada suatu perusahaan yaitu dapat memadukan antara kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan sehingga dapat bersaing bahkan dapat menempatkan perusahaan di atas perusahaan lain atau para pesaingnya.

Dalam upaya pengembangan agroindustri perlu dilakukan analisis terhadap lingkungan perusahaan yang meliputi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal meliputi faktor ekonomi, faktor politik / pemerintahan, faktor pasar dan persaingan, faktor pemasok dan teknologi, faktor social dan geografi. Sedangkan faktor internal meliputi faktor finansial perusahaan, faktor produksi dan operasi, faktor pemasaran / distribusi, faktor personel (SDM). Identifikasi terhadap lingkungan internal perusahaan akan mengetahui gambaran tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, sedangkan identifikasi terhadap lingkungan eksternal perusahaan akan mengetahui gambaran tentang ancaman dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan.

Selanjutnya berdasar analisis SWOT dapat ditentukan berbagai alternatif strategi yang tepat dan diharapkan dapat memperkuat posisi perusahaan sehingga kemajuan usaha dapat tercapai. Berdasar uraian diatas maka dapat digambarkan dengan skema kerangka pemikiran sebagai berikut :





Gambar 1. Gambar Kerangka Pemikiran Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa

3.2. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis yakni :

1. Diduga agroindustri skala rumah tangga gula kelapa memiliki nilai tambah yang tinggi.
2. Diduga pihak agroindustri gula kelapa skala rumah tangga belum dapat mengembangkan perusahaannya secara optimal karena kurangnya perhatian terhadap lingkungan internal dan eksternal agroindustri.

3.3. Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan pada Perajin Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.
2. Penelitian hanya terbatas pada menganalisis nilai tambah dan analisis faktor internal eksternal pada agroindustri gula kelapa yang ada di Desa Bades, Kecamatan Pasirian, kabupaten Lumajang.
3. Lingkungan eksternal yang dimonitor adalah faktor ekonomi, faktor politik dan pemerintahan, faktor pasar dan persaingan, faktor pemasok dan teknologi, faktor sosial dan geografi.
4. Faktor internal yang dievaluasi adalah faktor finansial perusahaan, faktor produksi dan operasi, faktor pemasaran dan distribusi, faktor personel (SDM).

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel

1. Gula kelapa adalah hasil fisik proses produksi yang diperoleh dari agroindustri.
2. Agroindustri gula kelapa adalah suatu unit usaha pengolahan komoditas pertanian berbahan baku nira kelapa menjadi suatu produk olahan berupa gula kelapa.
3. Nilai Tambah adalah besarnya biaya yang diperoleh dari perhitungan nilai produk setelah dikurangi biaya input lain (tidak termasuk biaya tenaga kerja)

- dan harga bahan baku. Nilai tambah dinyatakan dalam satuan Rp/kg bahan baku.
4. Rasio nilai tambah adalah hasil dari nilai tambah (Rp/kg) dibagi dengan nilai jual produk.
 5. Bahan baku adalah bahan – bahan utama yang digunakan untuk proses produksi yang dinyatakan dalam satuan Kg.
 6. Harga Bahan Baku adalah besarnya nilai yang harus dikeluarkan untuk pembelian bahan dalam proses produksi dan dinyatakan dalam satuan Rupiah/kg.
 7. Hasil Produksi adalah sejumlah produk yang dihasilkan dari proses produksi dalam kurun waktu satu hari. Dinyatakan dalam satuan kg/hari
 8. Faktor Konversi adalah besarnya hasil produksi per hari dibagi dengan jumlah bahan baku yang digunakan dalam kurun waktu satu hari. (satu kali proses produksi)
 9. Harga produk rata-rata adalah besarnya nilai jual rata-rata dari produk yang dihasilkan yang dinyatakan dalam satuan rupiah.
 10. Tenaga Kerja adalah sejumlah orang yang berperan dalam melakukan kegiatan produksi, dinyatakan dalam satuan jam/hari.
 11. Koefisien tenaga kerja adalah perbandingan besarnya jumlah tenaga kerja yang digunakan dibagi dengan bahan baku yang diperlukan dalam satu kali proses produksi.
 12. Upah rata-rata adalah rata-rata biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja (rupiah / 1 x produksi).
 13. Input lain adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku penunjang dalam proses produksi, dinyatakan dalam satuan Rp/kg bahan baku.
 14. Nilai produk adalah besarnya faktor konversi dibagi dengan harga produk rata-rata, dinyatakan dalam satuan Rp/kg.
 15. Imbalan tenaga kerja adalah besarnya upah yang diberikan kepada tenaga kerja perkilogram produksi. (Rp/kg)
 16. Bagian tenaga kerja adalah prosentase dari besar imbalan tenaga kerja dibagi dengan nilai tambah.

17. Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya total, diukur dengan satuan rupiah dalam satu kali proses produksi.
18. Tingkat keuntungan adalah prosentase besarnya keuntungan dibagi dengan nilai tambah.
19. Lingkungan internal adalah lingkungan yang langsung berkaitan dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pasar.
20. Lingkungan eksternal adalah lingkungan dari luar perusahaan yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi semua pelaku dalam lingkungan internal.
21. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
22. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
23. Kekuatan adalah keunggulan yang dimiliki perusahaan dimana memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
24. Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.
25. Matrik SWOT adalah matriks yang digunakan untuk menyusun berbagai alternative strategi berdasarkan kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di lingkungan agroindustri.
26. Produk adalah barang / jasa yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan.
27. Harga adalah besarnya nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk menukarkan dengan produk (Rp).
28. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan produsen untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian produk.
29. Distribusi adalah suatu upaya produsen untuk menyalurkan produknya sampai ke konsumen, terkait keberadaan produk di berbagai tempat.

IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Daerah penelitian ini adalah, Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa Dusun Siluman, Desa Bades yang berada di Kecamatan Pasirian ini merupakan salah satu sentra penghasil nira kelapa di Kabupaten Lumajang yang sangat potensial untuk diolah lebih lanjut menjadi produk olahan gula kelapa. *Kedua*, Kecamatan Pasirian, khususnya desa Bades merupakan sentra agroindustri gula kelapa yang sudah lama menjadi pusat mata pencaharian masyarakat setempat, sehingga perlu mendapatkan perhatian dalam upaya pengembangannya.

4.2. Metode Penentuan Responden

Menurut Singarimbun (1989), syarat-syarat penggunaan metode harus dengan kriteria yang jelas sebagai dasar untuk menstratifikasikan populasi dalam lapisan – lapisan tertentu. Kriteria jumlah penggunaan tenaga kerja dapat dijadikan indikator dalam mengkategorikan agroindustri berdasar skala usahanya. Usaha yang menggunakan tenaga kerja ≤ 5 orang dikategorikan sebagai usaha skala rumah tangga, sedangkan usaha yang menggunakan tenaga kerja > 5 orang dikategorikan sebagai usaha skala kecil (Hubeis, 1997).

Jumlah keseluruhan agroindustri gula kelapa di daerah penelitian ada 196 unit. Karena agroindustri yang terdapat di lokasi penelitian seluruhnya menggunakan tenaga kerja < 5 orang, sehingga seluruhnya dikategorikan agroindustri skala rumah tangga. Dengan pertimbangan bahwa populasi bersifat homogen, maka metode penentuan responden atau sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Dari populasi pengrajin gula diambil 20 % sebagai sampel sehingga diperoleh 40 orang pengrajin gula kelapa. Pengambilan sampel sebesar 20 % dilakukan dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah mewakili presisi yang ingin dicapai oleh peneliti, sampel juga sudah mencukupi kebutuhan analisa dalam penelitian ini. Pertimbangan terakhir adalah

disesuaikannya pengambilan sampel ini dengan kemampuan peneliti dari segi waktu, tenaga dan biaya.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang dipakai pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer diperoleh dengan melihat dan mengadakan pengamatan secara langsung ke lokasi agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang. Pengambilan data dikumpulkan dari responden yakni perajin gula kelapa yang berkaitan dengan analisis nilai tambah, analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu.

2. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai instansi terkait, seperti: Badan Pusat Statistika (BPS), Kantor Desa, Kecamatan daerah setempat, dan pustaka-pustaka ilmiah yaitu buku-buku penunjang lain yang berhubungan dengan penelitian serta untuk melengkapi data primer. Data ini bertujuan untuk mengetahui kondisi umum dari daerah penelitian berupa data monografi desa, seperti : jumlah penduduk, umur penduduk, mata pencaharian penduduk, data geografis Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang, dan lain-lain.

4.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisis nilai tambah, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta analisis matrik SWOT.

4.4.1. Analisis Nilai tambah

Besarnya nilai tambah didapat dari pengurangan biaya bahan baku ditambah input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan pengolah. Adapun format yang digunakan dalam analisis nilai tambah adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Format Nilai Tambah Pengolah Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.

No	Keterangan	Rumus
1	Bahan baku (kg/hari)	A
2	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	B
3	Hasil Produksi (kg/hari)	C
4	Faktor Konversi (3/1)	$C/A = H$
5	Harga produk rata-rata (Rp/kg)	D
6	Tenaga Kerja (HK/hari)	E
7	Koefisien tenaga kerja (6/1)	$E/A = I$
8	Upah rata-rata (Rp/HK)	F
9	Input lain (Rp/kg bahan baku)	G
10	Nilai produk (Rp/kg) (4x5)	$H / D = J$
11.a	Nilai tambah (Rp/kg) (10-9-2)	$J - G - B = K$
b	Rasio nilai tambah (11a/10) x 100%	$K/J \times 100\% = L\%$
12.a	Imbalan tenaga kerja (Rp/kg) (7x8)	$L \times F = M$
b	Bagian tenaga kerja (12a/11a) x 100%	$M/K \times 100\% = N\%$
13.a	Keuntungan (Rp/kg) (11a-12a)	$K - M = o$
b	Tingkat keuntungan (13a/11a) x 100%	$O / K \times 100\% = P\%$

4.4.2. Analisis Lingkungan Perusahaan

A. Analisis Lingkungan Internal dengan menggunakan matrik Urgensi.

Analisis lingkungan internal digunakan untuk menganalisis faktor – faktor lingkungan internal perusahaan sehingga dapat diidentifikasi sejauhmana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki agroindustri.

Adapun tahap – tahap analisis Lingkungan Internal antara lain :

1. Membuat tabel rincian faktor internal yang perlu dimonitor dan evaluasi untuk mengenali kekuatan kunci dari faktor – faktor internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Faktor – faktor internal yang perlu dimonitor antara lain : faktor Finansial dan Akuntansi, faktor Produksi dan Operasi, faktor Pemasaran dan Distribusi, serta faktor SDM (sumber Daya Manusia).
2. Dengan menggunakan Matrik Urgensi, selanjutnya penentuan bobot dari masing – masing variabel kekuatan dan kelemahan dengan melihat manakah dari variabel – variabel tersebut yang lebih urgen. Pemilihan faktor yang lebih

urgen dengan cara membandingkan antar poin per poin variabel antara baris dan kolom dari masing-masing faktor internal. Kemudian hasil poin perbandingan tersebut dijumlahkan. Poin terbanyak akan menentukan angka untuk pembobotan. Untuk menghitung besar bobot adalah angka poin dibagi dengan jumlah keseluruhan poin faktor internal kemudian dikalikan 100%. Urutan bobot tertinggi maka merupakan faktor paling urgen.

3. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Untuk kekuatan, jika kekuatannya kecil diberi rating 1 dan bila semakin besar diberi rating 4. Untuk kelemahannya, jika kelemahannya besar diberi rating 1, dan sebaliknya jika nilai kelemahannya kecil diberi rating 4.
4. Mengalikan bobot pada kolom (2) dengan rating pada kolom (3), untuk memperoleh nilai skor. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
5. Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom 4, nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tabel 5. Analisis Lingkungan Internal (*strength, weakness*)

Faktor – Faktor Kunci Internal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (Bobot x Rating) (4)
Kekuatan			
•.....			
•.....			
Total Skor Kekuatan			
Kelemahan			
•.....			
•.....			
Total Skor Kelemahan			
Selisih skor Kekuatan dan Kelemahan			

B. Analisis lingkungan eksternal dengan menggunakan matrik Urgensi.

Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk melihat faktor-faktor strategis eksternal perusahaan yang berpengaruh terhadap perusahaan sehingga dapat diidentifikasi tentang peluang dan ancaman yang dihadapi agroindustri.

Tahap – tahap analisis Lingkungan eksternal antara lain :

1. Membuat tabel rincian faktor eksternal yang perlu dimonitor dan evaluasi untuk mengenali kekuatan kunci dari faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Faktor – faktor eksternal yang perlu dimonitor antara lain faktor Ekonomi, faktor Politik dan Pemerintahan, faktor Pasar dan Persaingan, faktor Pemasok dan Teknologi, serta faktor Sosial dan Geografi. Selanjutnya hasil dari monitoring terhadap faktor – faktor eksternal tersebut dimasukkan dalam lembar kerja evaluasi faktor eksternal untuk diidentifikasi, manakah dari faktor tersebut yang merupakan peluang dan ancaman.
2. Dengan menggunakan Matrik Urgensi, selanjutnya penentuan bobot dari masing – masing variabel peluang dan ancaman dengan melihat manakah dari variabel – variabel tersebut yang lebih urgen. Pemilihan faktor yang lebih urgen dengan cara membandingkan antar poin per poin variabel antara baris dan kolom dari masing–masing faktor eksternal. Kemudian hasil poin perbandingan tersebut dijumlahkan. Poin terbanyak akan menentukan angka untuk pembobotan. Untuk mengitung besar bobot adalah angka poin dibagi dengan jumlah keseuruhan poin faktor eksternal kemudian dikalikan 100%. Urutan bobot tertinggi maka merupakan faktor paling urgen.
3. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Untuk peluang, jika peluangnya kecil diberi rating 1 dan bila semakin besar diberi rating 4. Untuk ancaman, jika ancamannya besar diberi rating 1, dan sebaliknya jika nilai ancamannya kecil diberi rating 4.
4. Mengalikan bobot pada kolom (2) dengan rating pada kolom (3), untuk memperoleh nilai skor. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.

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

Tabel 6. Analisis Lingkungan Eksternal (*opportunity, threat*)

Faktor – Faktor Kunci Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (Bobot x Rating) (4)
Peluang • •			
Total Skor Peluang			
Ancaman • •			
Total Skor Ancaman			
Selisih skor Peluang dan Ancaman			

4.4.3. Penentuan Keterkaitan Analisis Lingkungan Internal dan Analisis Lingkungan Eksternal dengan Matriks Grand Strategi

Penentuan keterkaitan ini digunakan untuk mengetahui posisi agroindustri lempeng. Analisis internal ditentukan dari selisih unsur kekuatan dan kelemahan. Sedangkan analisis eksternal ditentukan dari selisih unsur peluang dan ancaman. Dari titik selisih keduanya kemudian ditarik garis dari titik absis dan ordinat yang bertemu di titik koordinat. Dengan demikian akan diketahui posisi atau kedudukan perusahaan dalam memasarkan produk gula kelapa dengan menggunakan Matriks Grand Strategi.

Diagram Matriks Grand Strategi terdiri dari empat sel yaitu sel 1 mendukung strategi agresif, sel 2 mendukung strategi diversifikasi, sel 3 mendukung strategi berbenah diri, dan sel 4 mendukung strategi defensif.



Gambar 2. Diagram Posisi Agroindustri.

4.4.4. Analisis SWOT

Dengan analisis SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berdasar matrik SWOT akan dapat ditentukan alternatif strategi yang sesuai untuk agroindustri gula kelapa dalam meraih peluang pasar. Strategi yang diimplikasikan harus sesuai dengan keadaan dan kemampuan perusahaan. Strategi yang dipilih harus bisa diaplikasikan dan diimplementasikan oleh perusahaan. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Berikut adalah gambar diagram matrik SWOT :

IFAS	Strength (S) Tentukan 5-10 faktor peluang internal	Weakness (W) Tentukan 5-10 faktor peluang internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang meminimal kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3. Diagram Matrik SWOT

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

5.1.1. Keadaan Daerah Penelitian

Desa Bades merupakan wilayah kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang yang mempunyai wilayah seluas 1.850,913 Ha. Dusun Siluman yang merupakan daerah penelitian merupakan salah satu dusun dari 6 dusun yang ada di Desa Bades. Desa Bades termasuk daerah dataran rendah yang terletak pada ketinggian 155 m di atas permukaan laut dengan suhu udara rata-rata 22 – 28 °C.

Adapun batas wilayah Desa Bades adalah sebagai berikut :

Sebelah utara	:	Desa Pasirian
Sebelah selatan	:	Laut Indonesia
Sebelah barat	:	Desa Kalibendo dan Desa Gondoruso
Sebelah timur	:	Desa Bago

Jarak Desa Bades mencapai \pm 3 km dari kecamatan Pasirian, sedangkan jarak dari pusat pemerintahan Kabupaten Lumajang mencapai \pm 23 km. Jarak dari Ibukota Propinsi (Surabaya) mencapai \pm 140 km. Peubah jarak berpengaruh terhadap daerah pemasaran dari hasil agroindustri gula kelapa karena daerah pemasaran yang terjangkau dapat menghemat pengeluaran biaya transportasi.

5.1.2. Komposisi Penduduk Berdasar Tingkat Pendidikan Terakhir

Jumlah penduduk di Desa Bades sebanyak 11.937 jiwa yang terdiri dari 5629 jiwa laki – laki dan 6308 jiwa perempuan dengan 3176 kepala keluarga. Sedangkan jumlah penduduk Dusun Siluman sebanyak 2014 jiwa yang terdiri dari 1008 jiwa laki-laki dan 1006 jiwa perempuan. Tingkat pendidikan sangat penting untuk menggambarkan kemajuan suatu daerah dan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha penduduknya. Tinjauan mengenai tingkat pendidikan yang telah dicapai oleh penduduk Desa Bades dapat dijadikan sebagai indikator kualitas sumber daya manusia di daerah tersebut. Komposisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat dijelaskan pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasar Tingkat Pendidikan Terakhir di Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang Tahun 2008.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Tidak Tamat SD / MI	300
2	Sekolah Dasar / MI	8.950
3	SLTP / MTs	1.073
4	SLTA / MA	500
5	Akademi / D1 – D3	1
6	Sarjana (S1 – S3)	45

Sumber : Profil Desa Bades, 2008

Berdasar tabel diatas dapat disimpulkan bahwa desa Bades banyak mempunyai kualitas sumber daya manusia yang rendah dikarenakan rendahnya tingkat pendidikan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya jumlah penduduk yang hanya berpendidikan terakhir setingkat SD, bahkan masih terdapat penduduk yang tidak tamat pendidikan SD / MI.

5.1.3. Komposisi Penduduk Berdasar Mata Pencapaian

Adapun mata pencapaian yang dilakukan oleh penduduk di desa Bades dapat dilihat pada Tabel 8 berikut :

Tabel 8. Jumlah Penduduk Berdasar Mata Pencapaian Penduduk di Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang Tahun 2008.

No	Mata Pencapaian	Jumlah	Prosentase
1	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	36	0,3 %
2	TNI	12	0,1 %
3	POLRI	-	-
4	Swasta	72	0,6 %
5	Wiraswasta	48	0,4 %
6	Pedagang	24	0,2 %
7	Tani	7878	66 %
8	Buruh Bangunan	95	0,8 %
9	Buruh Tani	3700	31 %
10	Pensiunan	12	0,1 %
11	Nelayan	48	0,4 %
13	Lain -lain	-	-

Sumber : Profil Desa Bades, 2008

Dari Tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk di Desa Bades bermata pencapaian sebagai petani dengan jumlah 7878 orang atau

sekitar 66% dari keseluruhan mata pencaharian penduduk. Sedangkan menurut Pemerintah desa Bades, perajin gula kelapa dikategorikan sebagai mata pencaharian petani yaitu dengan jumlah keseluruhan 800 perajin, dan 196 diantaranya berada di dusun Siluman.

5.2. Karakteristik Agroindustri Gula Kelapa

Agroindustri gula kelapa skala rumah tangga yang terdapat di Dusun Siluman, Desa Bades ini telah ada sejak lama. Desa Bades merupakan salah satu desa di Kecamatan Pasirian yang merupakan sentra agroindustri gula kelapa yang dikelola secara turun temurun oleh rumah tangga yang ada di Desa Bades dengan lokasi usaha bergabung atau satu atap dengan tempat tinggalnya.

Dalam proses produksinya, agroindustri gula kelapa skala rumah tangga ini mengambil bahan baku nira kelapa dari pohon sendiri maupun dari pohon kelapa milik orang lain dengan sistem sewa pohon. Sistem sewa pohon yang dimaksud disini adalah, dimana petani produsen yang tidak memiliki pohon menyewa pohon kelapa dengan harga Rp. 30.000,00 per tahun per pohon.

Gula kelapa yang dihasilkan kemudian dijual kepada pedagang pengumpul yang berada disekitar usaha agroindustri. Sebagian besar produsen gula kelapa meminjam modal pada pedagang pengumpul, sehingga diwajibkan untuk selalu menjual produk gula kelapanya pada pengepul tersebut secara terus menerus dan berkelanjutan tanpa potongan harga beli sampai pinjaman modalnya telah lunas, atau terbentuk suatu keterikatan khusus yang tak tertulis antara petani produsen dengan pedagang pengumpul karena adanya pinjaman modal tersebut.

Sebagian petani produsen menjadikan usaha ini sebagai pekerjaan sampingan serta untuk meneruskan tradisi semata mata, karena dari mata pencaharian utama mereka yaitu bertani dan sisanya pedagang serta pegawai negeri sudah dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari hari. Sedangkan sebagian lainnya menjadikan pekerjaan agroindustri gula kelapa skala rumah tangga ini sebagai mata pencaharian utama dengan usaha sampingan sebagai buruh tani dan sebagainya.

5.2.1 Modal Usaha

Rumah tangga produsen gula kelapa sebagian besar menggunakan modal sendiri ditambah meminjam kepada pengepul, sehingga terjadi keterikatan jual beli antara perajin gula kelapa dengan pengepul. sedikit sekali petani produsen gula kelapa yang mengambil kredit dari Bank ataupun lembaga keuangan lainnya sebagai tambahan modal usahanya, karena alasan prosedur yang rumit, proses yang lama dan keraguan akan kemampuan pengembalian pinjaman tepat pada waktunya.

5.2.2. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan yaitu nira kelapa yang diperoleh dari hasil pohon kelapa milik sendiri ataupun dari hasil menyadap pohon sewaan seperti yang telah dijelaskan pada karakteristik agroindustri diatas.

Dalam hal ini, di Dusun Siluman, Desa Bades sebagai daerah penelitian terdapat jual beli nira kelapa seharga Rp 300,00 per liter. Jumlah bahan baku yang akan diolah menjadi gula kelapa tergantung pada jumlah pohon kelapa yang akan disadap. Sedangkan untuk bahan – bahan penolong lainnya seperti kapur sirih, *sodium metabisulphite* dan sebagainya didapatkan dengan membeli di toko terdekat.

5.2.3. Tenaga Kerja

Agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian ini dikategorikan skala rumah tangga karena alokasi tenaga kerja yaitu 2 orang per 1x produksi. Agroindustri ini sudah membudidaya dalam masyarakat setempat. Keberadaan populasi pengolah gula kelapa yang cukup besar di desa ini telah memberikan ciri tersendiri dibandingkan daerah lain disekitarnya. Suasana kehidupan dengan iklim usaha gula kelapa ini diantaranya nampak dengan kegiatan penyadapan yang telah dimulai sejak dini hari.

Agroindustri ini kebanyakan menggunakan tenaga kerja yang berasal dari keluarga sendiri, tetapi dalam hal penyadapan kadang – kadang mereka mengupah tenaga kerja dari luar keluarga dengan imbalan Rp.750,- per pohon. Sedangkan upah bagi tenaga kerja pemasak yang umumnya wanita didasarkan pada jumlah

jam kerja yang digunakan, yaitu rata – rata Rp.7500,- per proses pengolahan, yaitu memasak dan mencetak.

5.2.4. Teknologi

Teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan gula kelapa ini tergolong sangat sederhana atau masih tradisional, dengan peralatan utama seperti wajan penggorengan, panci dan sebagainya.yang masih diolah dengan cara manual.

5.2.5. Pemasaran

Gula kelapa yang dihasilkan kemudian dijual kepada pedagang pengumpul yang berada disekitar usaha. Dalam hal ini sebagian petani produsen tidak memiliki keterikatan tertentu dengan penjual/pedagang pengumpul yang akan menampung gula kelapa tersebut, pedagang pengumpul yang memberi harga paling tinggi merupakan pedagang yang akan banyak didatangi oleh produsen. Kecuali pada sebagian produsen gula kelapa yang lain yang meminjam modal pada pedagang pengumpul, diwajibkan untuk selalu menjual produk gula kelapanya pada pengepul tersebut secara terus menerus dan berkelanjutan tanpa potongan harga beli sampai pinjaman modalnya telah lunas, atau terbentuk suatu keterikatan khusus yang tak tertulis antara petani produsen dengan pedagang pengumpul karena adanya pinjaman modal tersebut.

5.3. Karakteristik Responden

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari 40 orang petani produsen gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang yang merupakan salah satu sentra produsen penghasil gula kelapa di Kabupaten Lumajang, dapat diketahui bahwa karakteristik para produsen gula kelapa ini pada umumnya memiliki skala rumah tangga yang dapat dilihat dari jumlah tenaga kerjanya yang dimiliki hanya sebanyak 2 orang.

5.3.1. Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa

1. Usia

Karakteristik berdasarkan usia petani produsen gula kelapa yang memiliki pohon kelapa digunakan untuk mengetahui usaha agroindustri gula kelapa ini banyak diminati atau diusahakan pada golongan usia berapa, dan apakah sebenarnya mereka golongan usia produktif atau tidak.

Tabel 9. Karakteristik Perajin Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Usia

No.	Uraian	Petani Produsen Pemilik Pohon Kelapa	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	20 - < 30 tahun	5	12,50
2.	30 - < 40 tahun	21	52,50
3.	40 - < 50 tahun	14	35
Total		40	100

Sumber : Hasil olahan data primer

Dari Tabel 9 dapat diketahui bahwa kelompok petani produsen gula kelapa terbanyak pada kelompok usia 30 - < 40 tahun sebesar 52,50 % atau sebanyak 21 petani produsen gula kelapa. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini banyak ditekuni oleh mereka yang sudah berusia tua dan lanjut usia yang telah berpengalaman, sedangkan kelompok generasi mudanya kurang antusias menekuni usaha agroindustri gula kelapa. Dalam hal ini kelompok generasi tua dan muda dapat saling berinteraksi, bekerjasama, bertukar informasi dan pengalaman untuk pengembangan agroindustri gula kelapa selanjutnya.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat digunakan sebagai indikator tingkat kemudahan dalam menerima teknologi dan informasi dari luar secara lebih baik bagi petani. Tingkat pendidikan petani produsen gula kelapa yang memiliki pohon kelapa dan petani yang tidak memiliki pohon kelapa dapat dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 10. Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Petani Produsen Pemilik Pohon Kelapa	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Tamat SD	35	87,50
2.	Tamat SLTP	5	12,50
Total		40	100

Sumber : Hasil olahan data primer

Dari karakteristik tingkat pendidikan petani produsen gula kelapa di Dusun Siluman, Desa bades ini masih tergolong rendah, dengan jumlah terbanyak adalah tamatan Sekolah Dasar sebesar 87,50 %, dan tamatan SLTP hanya 12,50 %. Dengan tingkat pendidikan yang cukup rendah ini, maka tingkat kemampuan penyerapan terhadap teknologi dan informasi yang tersedia akan mengalami hambatan, terlebih lagi bagi upaya pengembangan agroindustri gula kelapa selanjutnya.

3. Jenis Usaha

Karakteristik berdasarkan jenis usaha adalah berkaitan dengan apakah usaha agroindustri gula kelapa ini ditekuni sebagai pekerjaan utama atau pekerjaan sampingan oleh para petani contoh dapat diperhatikan pada tabel berikut ini.

Tabel 11. Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Jenis Usaha

No.	Jenis Usaha	Petani Produsen Pemilik Pohon Kelapa	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Utama	33	82,50
2.	Sampingan	7	17,50
Total		40	100

Sumber : Hasil olahan data primer

Petani produsen gula kelapa kebanyakan menjadikannya sebagai pekerjaan utama sebesar 82,50 %, dan 17,50 % menjadikan pekerjaan perajin gula kelapa sebagai pekerjaan sampingan.

4. Lama Usaha

Karakteristik berikut ini digunakan untuk mengetahui seberapa lama usaha agroindustri gula kelapa skala rumah tangga ini telah dijalankan oleh para petani produsennya, yang kemudian akan dihubungkan dengan pengalaman usaha yang telah mereka peroleh.

Tabel 12. Karakteristik Petani Produsen Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades Tahun 2009 Berdasarkan Lama Usaha

No.	Lama Usaha	Petani Produsen Pemilik Pohon Kelapa	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	1 - < 10 tahun	8	20
2.	10 - < 20 tahun	23	57,50
3.	20 - < 30 tahun	9	22,50
Total		40	100

Sumber : Hasil olahan data primer

Tabel 12 menunjukkan bahwa petani produsen gula kelapa sebagian besar sudah menjalankan usahanya antara 10 hingga 20 tahun yaitu sebesar 57,50 %. Lamanya usaha agroindustri gula kelapa ini dijalankan memberikan gambaran terhadap pengalaman usaha yang telah mereka miliki. Semakin lama usaha tersebut telah dijalankan, maka semakin banyak memiliki pengalaman pada usaha tersebut.

5.4. Proses Pembuatan Gula Kelapa

Cara pembuatan gula kelapa cukup sederhana. Bahan utama pembuatan gula kelapa adalah nira, melalui proses penguapan nira kelapa. Terdapat beberapa tahap dalam pembuatan gula kelapa, yaitu sebagai berikut :

A. Penyadapan Nira Kelapa

Pohon kelapa dapat disadap bila sudah memiliki 3 tandan bunga yang belum mekar. Sebelum disadap, tanaman kelapa dibersihkan dari pelepah dan *tapas* kering, serta tandan bunga yang telah mekar. Pembersihan berfungsi untuk memudahkan penyadapan. Sedangkan penyadapan itu sendiri dilakukan sebagai berikut :

- Kelopak bunga (mancung) dibuka. Kemudian diiris membujur dan melintang lalu dilepas perlahan – lahan.
- Tandan bunga diikat di beberapa bagian dengan daun kelapa muda yang telah dilayukan dengan air panas lalu bunga dirundukkan.
- Pagi hari ujung tandan diiris dengan pisau sadap/ sabit sekitar 5 cm ke arah bawah. Dan sore hari ujung tandan diiris lagi setebal kurang lebih 0,4 cm.

Pengirisan ini dilakukan tiap pagi dan sore selama 2 hari. Pada hari kedua pengirisan ini barulah nira deras tetesannya. Dan pada saat itu dapat dipasang wadah penampung nira yang sebelumnya sudah dimasukkan air kapur yang berfungsi untuk mengawetkan nira agar tidak masam, sebab nira masam sulit menjadi padat. Tabung penampung nira kelapa pada umumnya terbuat dari bambu atau *timba* (ember kecil) yang diberi tali pengikat.

Penyadapan dilakukan setiap pagi antara pukul 06.00 – 09.00 dan sore hari antara pukul 16.00 – 18.00. Setiap penyadapan tandan bunga hanya boleh diiris sekali. Pengulangan irisan akan merusak jalan keluarnya nira. Oleh karena itu pisau yang digunakan harus tajam. Untuk menampung nira yang disadap, diperlukan sebuah penampung yang pada daerah penelitian umumnya menggunakan *timba* (ember kecil) yang harus dalam keadaan bersih dan kering karena tingkat kebersihan alat penampung dapat mempengaruhi kualitas nira yang diperoleh.

B. Pembersihan Nira Kelapa

Nira hasil sadapan tersebut sebelum di masak harus dibersihkan dari kotoran dan bahan – bahan lain yang terbawa dan tercampur dari proses penyadapan dengan cara penyaringan atau diendapkan terlebih dahulu agar diperoleh kualitas gula kelapa yang lebih baik

C. Pemasakan nira

Sebagai langkah selanjutnya, nira segar yang telah dibersihkan dimasak diatas api dengan bahan bakar kayu, seresah, merang, dedaunan dan jenis bahan bakar lain. Pemanasan dilakukan diatas nyala api untuk menguapkan air yang terdapat dalam nira sehingga diperoleh cairan atau sirup gula yang pekat. Nira yang sedang mendidih keluar buih berwarna putih kecoklatan bercampur kotoran

halus yang mengapung di permukaan, buih ini harus selalu dihilangkan karena berpengaruh pada kualitas gula, terutama pada warna gula yang dihasilkan. Selama memasak, dijaga agar nira tidak sampai tumpah.

Tanda – tanda nira mulai masak, yaitu terdapat gelembung – gelembung kecil, kemudian ditambahkan sedikit *sodium metabisulphite* untuk memberi warna cerah pada hasil gula kelapa nantinya. Apabila terlihat nira menjadi kental dan terjadi gelembung yang meletup – letup dan bila sedikit nira tadi diteteskan ke dalam air dan kemudian membeku, maka nira sudah masak dan harus diangkat dari api, sambil diaduk – aduk lebih cepat. Kemudian cairan gula ditiris dengan cara mengambil sebagian cairan gula kemudian diaduk untuk merangsang kekentalan, memudahkan pencetakan, mengeraskan gula dan mendapatkan warna gula yang lebih cerah. Cairan gula yang telah ditiris dicampurkan kembali dan diadukkan hingga merata yang kemudian siap di cetak.

D. Pencetakan Gula kelapa

Cetakan gula kelapa yang digunakan di daerah penelitian pada umumnya dibuat dari *bathok* (tempurung kelapa) yang dibuat sendiri. Nira yang sudah masak (pekat), diturunkan dari api kemudian diaduk sebentar dan dioleskan di pinggiran wajan lalu digosok – gosok dengan pengaduk sampai diperoleh kristal gula. Kristal yang diperoleh tersebut kemudian dicampur lagi dengan larutan induk. Pekerjaan ini diulang – ulang sampai nira mulai agak dingin. Nira yang kental, dicetak dalam cetakan yang sebelumnya dibasahi dengan air agar gula kelapa tidak lengket dan lebih mudah dikeluarkan dari wadahnya. Setelah nira dimasukkan dalam cetakan kurang lebih 15 menit gula dapat diangkat, siap dikemas untuk dipasarkan.

E. Pengemasan

Gula kelapa cetak atau yang sering disebut *gula bathok* ini umumnya dikemas dengan menggunakan daun kelapa, daun aren, daun pandan, pelepah pisang yang telah dikeringkan ataupun plastik ukuran besar, dapat digunakan juga kresek dan keranjang. Pengemas yang digunakan tergantung pada kebiasaan para perajin dan tingkat ketersediaan bahan pengemas itu sendiri. Pada daerah penelitian, pengemasan tidak dilakukan perajin gula kelapa karena mereka

menggunakan keranjang bambu untuk mengangkut gula kelapa ke pedagang pengumpul(pengepul). Pengemasan dilakukan oleh pedagang pengumpul.

F. Pemasaran Gula Kelapa

Pemasaran gula kelapa melalui pedagang pengumpul yang berada disekitar petani produsen, maupun pedagang pengumpul yang berada di Kecamatan maupun Kabupaten. Pemasaran juga dapat dilakukan langsung ke pabrik – pabrik yang membutuhkan, seperti pabrik kecap dan makanan kecil. Didaerah penelitian, keseluruhan responden memasarkan gula kelapanya ke pedagang pengumpul yang ada didaerah atau desa setempat. Hal ini dikarenakan harga yang diberikan tidak jauh beda dengan harga pasar, sehingga dapat menghemat pengeluaran bagi produsen gula kelapa, karena tidak harus menjual ke pasar dengan jarak \pm 3 km dari desa. Selain itu, produsen menjual hasil produksi ke pedagang pengumpul karena terikat hutang dengan pedagang pengumpul, sehingga mau tidak mau, produsen harus menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul.

5.5. Analisis Nilai Tambah

Analisis nilai tambah digunakan untuk menguji hipotesis pertama dalam penelitian ini yang diduga agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang mempunyai nilai tambah yang tinggi. Nilai tambah adalah penambahan nilai yang terdapat pada suatu produk setelah dilakukan proses pengolahan lebih lanjut sehingga nilai produk menjadi lebih tinggi daripada sebelum dilakukan pengolahan. Perhitungan analisis nilai tambah pada agroindustri lempeng ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah yang terdapat pada 1 liter nira yang diolah menjadi produk gula kelapa.

Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan biaya input lain, tidak termasuk biaya tenaga kerja, terhadap nilai produk yang dihasilkan. Nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengrajin. Rata – rata nilai tambah yang ada pada agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13. Hasil Analisis Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa

	Keterangan	Rata-rata
A	Hasil Produksi (kg/1 x produksi)	20,64
B	Bahan baku (liter/1 x produksi)	109
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	9,5
M	Faktor Konversi (A/B)	0,19
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0,09
D	Harga Gula Kelapa (Rp/kg)	5500
E	Upah Rerata (Rp/jam)	2881
F	Harga Nira (Rp/literkg/1xproduksi)	300
G	Input Lain (Rp/liter/1xproduksi)	198,83
K	Nilai Produksi (Rp/liter/1x produksi) (M x D)	1040
I	Nilai Tambah (Rp/liter/1x produksi) (K-F-G)	541,28
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	51,90
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/liter/1xprod) (N x E)	254,97
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	47,70
R	Keuntungan (Rp/liter/1xprod) (I-P)	286,31
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	52,30

Sumber : Hasil olahan data primer

Dari Tabel 13 dapat diketahui bahwa rata-rata penggunaan bahan baku per satu kali produksi pada agroindustri gula kelapa adalah sebesar 109 liter nira. Dengan rata-rata bahan baku tersebut maka rata – rata hasil produksi per hari adalah 20,64 Kg gula kelapa(dalam satu kali produksi).

Setiap harinya sistem pengupahan tenaga kerja dalam agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang menggunakan sistem harian dengan lamanya jam kerja rata- rata selama 9,5 jam per hari. Dengan demikian curahan tenaga kerja (koefisien tenaga kerja) yang dibutuhkan untuk mengolah 1 liter nira menjadi produk gula kelapa dibutuhkan waktu rata - rata sebanyak 0,09 jam atau setiap 100 nira kelapa membutuhkan waktu kurang lebih 9 jam.

Besarnya koefisien tenaga kerja dan upah yang diberikan juga mempengaruhi besarnya imbalan tenaga kerja, dimana semakin besar koefisien tenaga kerja dan upah tenaga kerja maka semakin besar pula imbalan tenaga kerjanya. Walaupun tenaga kerja yang digunakan seluruhnya berasal dari dalam keluarga yaitu suami dan istri, akan tetapi pada perhitungan sistem pengupahan untuk analisis nilai tambah ini diasumsikan seluruhnya tenaga kerja dibayar penuh, dengan pertimbangan untuk mengetahui besarnya imbalan tenaga kerja yang diberikan jika menggunakan tenaga kerja seluruhnya dari luar keluarga.

Nilai rata – rata dari rasio imbalan kerja adalah sebesar 47,70 %, hal ini menunjukkan bahwa agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang mampu berperan dalam memberikan pendapatan bagi pekerjanya yakni sebesar Rp. 254.97,- per liter per satu kali produksi. Selanjutnya dengan harga jual gula kelapa rata – rata Rp 5.500,- per Kg dan faktor konversi sebesar 0,19 maka rata – rata nilai produksi yang diperoleh pengrajin gula kelapa adalah sebesar Rp 1040,- per satu kali produksi.

Besar nilai tambah pada suatu produk dipengaruhi oleh besarnya nilai produk, harga bahan baku yang dalam hal ini berupa nira, dan input lain. Yang termasuk biaya input lain adalah biaya variabel kecuali biaya bahan baku utama dan biaya tenaga kerja serta biaya penyusutan peralatan yang digunakan. Besarnya nilai produksi setelah dikurangi dengan harga nira dan input lain maka diperoleh rata – rata nilai tambah sebesar Rp 541,28,- per liter bahan baku atau sekitar 51.90 %. Menurut Hubeis, rasio nilai tambah dapat digolongkan menjadi 3 yakni dikatakan rendah jika $< 15\%$, sedang jika berkisar $15\% - 40\%$ dan tinggi jika $> 40\%$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai tambah yang diberikan pada komoditas nira setelah diolah menjadi produk gula kelapa adalah tinggi. Sehingga hipotesis pertama dari penelitian ini telah terbukti.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa besarnya keuntungan rata – rata yang diberikan dari agroindustri gula kelapa adalah Rp 286,31,- per liter produksi atau sebesar 53.52 %, sehingga dapat disimpulkan bahwa agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang layak untuk diusahakan.

5.6. Strategi Pengembangan Agroindustri

5.6.1. Analisis Lingkungan Agroindustri

Keberadaan agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal. Upaya pengembangan agroindustri gula kelapa dirumuskan melalui strategi perencanaan dengan melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal tersebut. Dalam hal ini lingkungan internal adalah faktor – faktor yang berasal dari dalam perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Sedangkan lingkungan eksternal adalah faktor – faktor yang berasal dari luar perusahaan yang akan menciptakan peluang dan ancaman bagi perusahaan dimasa sekarang maupun masa mendatang. Adapun hasil analisis lingkungan internal dan eksternal terhadap agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang adalah sebagai berikut:

1) Lingkungan Internal

Lingkungan internal yang menjadi kekuatan agroindustri Gula Kelapa antara lain :

a. Kemudahan memperoleh bahan baku

Dalam memperoleh bahan baku untuk produksi, pengusaha tidak mengalami kesulitan. Dikarenakan bahan baku produk gula kelapa adalah nira kelapa merupakan hasil dari pohon kelapa yang banyak tumbuh di daerah penelitian yang merupakan daerah dataran rendah. Dengan alasan ketersediaan bahan baku yang selalu ada maka para pengrajin agroindustri gula kelapa tidak melakukan kerjasama dengan pemasok atau supplier bahan baku. Para pengrajin lebih memilih melakukan penyadapan nira dari pohon kelapa milik sendiri.

b. Lokasi agroindustri strategis

Agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang mempunyai kekuatan dibanding dengan agroindustri pesaingnya yakni berada tidak jauh dari 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 Gula Kelapa langsung ke lokasi produksinya.

c. Daya tahan produk

Produk Gula Kelapa yang dihasilkan oleh agroindustri di daerah penelitian dapat dikatakan sebagai *Consumer's Goods* yang mempunyai daya tahan produk yang bagus. Walaupun gula kelapa diproduksi tanpa menggunakan bahan pengawet akan tetapi produk tersebut dapat bertahan hingga berbulan – bulan apabila disimpan dalam kemasan memadai yakni yang kedap udara.

d. Harga produk masih menguntungkan pengrajin

Harga jual yang ditetapkan oleh tiap produsen sama, hal ini di karenakan harga jual menggunakan patokan harga pasar yang berlaku pada saat itu. Harga jual produk juga di pengaruhi harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul. Harga produk di pasar saat penelitian dilaksanakan adalah Rp. 5.800,00 – Rp. 6.000,00 per kilogram, sedangkan produsen menjual ke pengepul dengan harga Rp. 5.500,- per kilogram.

e. Kapasitas produksi tinggi

Kapasitas produksi tiap agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang tidak sama, tergantung dari jumlah pohon kelapa yang dimiliki atau di sewa. Makin besar jumlah pohon kelapa yang dimiliki atau di sewa, umumnya kapasitas bahan baku yang digunakan juga makin besar. Akan tetapi setiap harinya pengrajin agroindustri gula kelapa menggunakan minimal sebesar 18 pohon sampai dengan 40 pohon kelapa untuk di sadap niranya dalam satu kali proses produksi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kapasitas produksi yang dihasilkan oleh tiap – tiap agroindustri tergolong tinggi.

f. Pembagian kerja sesuai keahlian

Dalam proses produksi Gula Kelapa, pengusaha agroindustri dibantu oleh tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga. Proses produksi dikerjakan secara tradisional dengan tangan, tanpa bantuan mesin produksi sedangkan kapasitas produksi yang dihasilkan adalah tinggi. Oleh karena itu tiap tenaga kerja melakukan pembagian kerja sesuai keahlian. Tenaga kerja untuk proses

menyadap nira adalah laki – laki, sedangkan untuk proses mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa menggunakan tenaga kerja perempuan. Hal ini dilakukan oleh semua responden dalam penelitian ini, meskipun tidak menutup kemungkinan untuk proses mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa juga dilakukan oleh laki – laki.

g. Tenaga kerja terampil

Agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang umumnya adalah usaha keluarga secara turun temurun sehingga tenaga kerja yang berasal dari keluarga dapat dikatakan sudah terampil. Hal ini kemungkinan dikarenakan sejak masih muda pengrajin telah terbiasa membantu orangtua mereka yang dulunya juga menekuni bidang yang sama. Begitu juga dengan tenaga kerja yang berasal dari luar keluarga, karena mereka telah lama bekerja pada agroindustri tersebut sehingga mereka sudah cukup terampil dalam bekerja seperti menyadap nira kelapa maupun dalam hal mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa. Hal ini tidak terpengaruhi oleh rendahnya tingkat pendidikan para pengrajin gula kelapa.

h. Pengalaman usaha

Lamanya usaha secara langsung berpengaruh terhadap pengalaman yang dimiliki oleh produsen. Usaha agroindustri ini telah berdiri selama puluhan tahun sehingga menunjukkan bahwa pengalaman usaha dan ketrampilan yang dimiliki tidak diragukan lagi. Akan tetapi pengalaman saja dirasa belum cukup untuk pengembangan sebuah usaha. Pengalaman produksi yang dimiliki oleh pengrajin Gula Kelapa tersebut masih bersifat tradisional sehingga perlu adanya pelatihan teknologi produksi dan penyuluhan untuk menambah pengetahuan dan mengasah kemampuan produsen Gula Kelapa.

i. Kemampuan manajerial pemilik

Karena pengalaman usaha yang dimilikinya maka pengrajin Gula Kelapa mempunyai kemampuan manajerial walaupun masih sangat sederhana. Hal ini dikarenakan rendahnya tingkat pendidikan para pengrajin gula kelapa di daerah penelitian. Kemampuan manajerial yang dimiliki diantaranya penentuan jumlah pemakaian bahan penolong, jumlah tenaga kerja yang digunakan, dan sebagainya.

Tanpa adanya kemampuan manajerial tersebut, maka pengrajin tidak dapat meneruskan usahanya hingga saat ini.

Hal diatas merupakan faktor kekuatan yang dimiliki agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang. Sedangkan yang menjadi kelemahannya antara lain :

a. Teknologi sederhana

Keseluruhan agroindustri gula kelapa menjalankan kegiatan produksinya dengan mengandalkan tenaga manusia, mulai dari penyadapan nira kelapa, pengolahan nira menjadi gula kelapa hingga penjualan. Tidak digunakannya mesin – mesin produksi selain dikarenakan keterbatasan dana, pengrajin tidak terbiasa dengan penggunaan mesin sebab sejak awal pendirian usaha mereka selalu menggunakan cara tradisional. Sistem produksi tradisional ini mengakibatkan kualitas produk yang dihasilkan tidak seragam. Padahal penggunaan mesin akan sangat membantu dalam proses produksi yakni efektifitas penggunaan tenaga kerja sehingga jam kerja juga akan lebih singkat dan kualitas produk yang dihasilkan juga akan seragam. Selain itu, rendahnya tingkat pendidikan juga sangat berpengaruh terhadap penyerapan terhadap perkembangan teknologi.

b. Administrasi keuangan tidak tercatat

Tidak dilakukannya pencatatan administrasi keuangan pada agroindustri gula kelapa dikarenakan sebagian besar pengrajin mempunyai tingkat pendidikan rendah sehingga kurang begitu memahami perlunya pencatatan keuangan yang masuk dan keluar. Sehingga pengrajin tidak dapat mengetahui secara pasti besarnya pendapatan dan keuntungan yang diperolehnya tiap hari. Hal ini merupakan salah satu kelemahan yang dimiliki karena pengrajin belum dapat melakukan manajemen keuangan dengan baik karena tingkat pendidikan pengrajin relatif rendah. Padahal manajemen keuangan merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah usaha.

c. Tidak ada inovasi produk

Mulai dari awal pembuatannya beberapa puluh tahun silam hingga saat ini, produk gula kelapa tidak mengalami perubahan. Perajin gula kelapa tidak pernah

melakukan inovasi terhadap produknya. Rendahnya tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya daya kreasi dan inovasi produk. Pengrajin tidak berusaha mengantisipasi perubahan selera konsumen yang jenuh terhadap produknya dengan menciptakan varian produk yang lain.

d. Kemasan produk sederhana

Selama ini penjualan produk gula kelapa hanya dikemas dengan menggunakan keranjang bambu untuk diangkut ke pedagang pengumpul. Sedangkan untuk penjualan yang dilakukan di pasar melalui pedagang penyalur, hanya dibungkus dengan menggunakan plastik putih tanpa disertai merek dagang ataupun label – label yang lainnya. Kemasan produk yang menarik termasuk salah satu strategi untuk dapat meningkatkan volume penjualan. Apabila kemasan kurang menarik tentunya dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

e. Tidak ada merek dan label produk

Merek adalah nama atau simbol yang digunakan pada suatu produk agar produsen dapat memperkenalkan produk yang dihasilkannya guna membedakan dengan produk yang lain. Sedangkan label berisi beberapa informasi deskripsi produk. Pemberian merek dan label produk juga termasuk bagian dari promosi penjualan. Tidak adanya merek dagang selain menyulitkan konsumen pada saat melakukan pembelian, juga berpeluang terjadinya pemalsuan produk oleh perusahaan pesaing (Syafrial, 2008).

f. Pemasaran belum luas

Kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa dari segi pemasaran yakni hanya dilakukan di daerah sekitar saja. Dalam memasarkan produknya, perajin gula kelapa hanya memasarkan produknya ke pedagang pengumpul saja. Dari pedagang pengumpul, gula kelapa di pasarkan lagi melalui pedagang pengecer atau ke pasar – pasar di sekitar kecamatan dan kabupaten. Saluran distribusi kurang efektif membuat pemasaran produk belum dapat maksimal.

g. Promosi belum efektif

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pasar tentang keberadaan suatu produk (Syafrial, 2008) Berbagai macam bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, akan tetapi promosi yang dilakukan agroindustri gula kelapa hanya berupa promosi dari mulut ke mulut saja sehingga dirasa kegiatan promosi tersebut belum efektif. Walaupun keberadaan agroindustri gula kelapa sudah puluhan tahun berdiri maka bukan berarti produsen mengabaikan kegiatan promosi.

h. Tenaga pemasar terbatas

Jumlah tenaga pemasar secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap kemajuan suatu usaha. Jumlah tenaga pemasar yang mencukupi akan membantu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan atau memperluas pasar yang belum terjangkau. Akan tetapi jumlah tenaga pemasar yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa terbatas yakni sekitar 1 - 2 orang per agroindustri. Tenaga pemasar pada agroindustri gula kelapa ini lebih tepat dikatakan sebagai pedagang pengumpul yang melakukan pembelian produk gula kelapa dalam jumlah besar dan selanjutnya mereka menjualnya kembali kepada pedagang pengecer, konsumen atau warung.

i. Standar kualitas produk belum terjaga

Kelemahan lain yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang adalah belum adanya standart kualitas produk. Oleh karena rendahnya tingkat pendidikan perajin gula kelapa, mereka tidak mengetahui secara pasti standar kualitas produk gula kelapa yang ideal seperti yang tercantum pada tabel 2. Kualitas produk sangat penting diperhatikan karena ini merupakan komponen utama yang dipertimbangkan konsumen dalam melakuakn pembelian.

2) Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal yang menjadi peluang untuk pengembangan agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang antara lain :

a. Permintaan pasar yang besar

Jumlah penduduk yang makin bertambah sejalan dengan peningkatan jumlah permintaan terhadap produk konsumsi. Walaupun produk gula kelapa dapat dikatakan sebagai barang substitusi, akan tetapi produk gula kelapa juga dapat menjadi kebutuhan utama bagi para pengusaha kecap, kue dan sebagainya. Sehingga permintaan terhadap produk ini akan tetap besar dikarenakan segmen pasar yang mengkonsumsi produk gula kelapa adalah luas, tidak mengenal usia serta tingkat pendapatan. Adanya permintaan pasar yang besar memberi peluang bagi agroindustri untuk mengembangkan usahanya salah satunya dengan cara meningkatkan jumlah produksi.

b. Perluasan pasar

Berdasar hasil penelitian di lapang, pemasaran produk gula kelapa selama ini masih terbatas pada daerah sekitar, yaitu melalui pedagang pengumpul untuk selanjutnya dipasarkan lagi melalui pedagang pengecer atau langsung ke konsumen dan perusahaan kecap dan kue. Mengingat besarnya permintaan akan produk gula kelapa, menjadi suatu peluang untuk memperluas pasar baik di dalam maupun luar kota lumajang dengan memaksimalkan promosi. Rendahnya tingkat sangat berpengaruh terhadap hal tersebut diatas, hal ini dikarenakan pengrajin tidak memahami teknologi informasi, padahal dengan pemahaman teknologi informasi dapat memudahkan pengrajin gula kelapa meluaskan pasar.

c. Dukungan pemerintah daerah

Dukungan yang diberikan oleh pemerintah daerah terhadap agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang berupa dibentuknya koperasi yang mewadahi perajin gula kelapa untuk penjualan maupun kredit. Meskipun koperasi membeli gula kelapa dengan harga lebih tinggi dibandingkan pedagang pengumpul, perajin lebih memilih untuk menjual produknya ke pedagang pengumpul karena terikat kredit terhadap pedagang pengumpul. Perajin lebih memilih meminjam dana atau modal ke pedagang pengumpul karena proses yang mudah bila dibandingkan meminjam dana ke koperasi. Bentuk lain dari dukungan pemerintah daerah yaitu dengan

mempromosikan bahwa kabupaten Lumajang memiliki sentra agroindustri gula kelapa, salah satunya yaitu daerah penelitian.

d. Inovasi produk

Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan bisnis terhadap produk yang keberadaanya telah lama di pasar adalah melakukan inovasi produk baru atau diversifikasi. Apabila pengrajin agroindustri gula kelapa melakukan inovasi produk maka dimungkinkan bisa menarik kembali minat konsumen yang sudah mulai jenuh terhadap produk yang lama serta menarik pangsa pasar baru.

e. Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau

Lokasi pemasaran yang dapat dijangkau akan menghemat pengeluaran biaya akomodasi transportasi. Selain itu, letak daerah penelitian yang dekat dengan perkotaan, memudahkan pengrajin untuk memasarkan produk gula kelapa. Dengan demikian pengeluaran biaya yang seharusnya digunakan untuk biaya transportasi dapat dialokasikan untuk keperluan lain yang berkaitan dengan pengembangan usaha agroindustri gula kelapa.

f. Ketersediaan TK yang banyak dan murah

Masyarakat sekitar lokasi agroindustri banyak yang tidak dapat melanjutkan sekolah karena keterbatasan biaya sehingga mereka memutuskan untuk bekerja. Tersedianya tenaga kerja dalam jumlah banyak dan murah merupakan peluang untuk pengembangan agroindustri gula kelapa mengingat agroindustri gula kelapa tidak menggunakan tenaga mesin pada proses produksi sehingga lebih memerlukan tenaga kerja. Tenaga kerja yang murah juga dapat menekan biaya variabel produksi dengan demikian keuntungan yang diperoleh pengusaha akan lebih besar.

g. Perkembangan teknologi sebagai sarana promosi dan produksi

Teknologi yang berkembang pesat saat ini memungkinkan produsen untuk menggunakan mesin pengolahan dalam proses produksi. Penggunaan mesin produksi akan memberikan berpengaruh terhadap kemajuan usaha, efisiensi waktu kerja atau peningkatan kapasitas produksi. Perkembangan teknologi media cetak dan elektronik juga dapat dimanfaatkan oleh produsen sebagai media promosi produk.

h. Kontinuitas bahan baku

Kontinuitas ketersediaan bahan baku adalah salah satu peluang berharga karena tanpa adanya ketersediaan bahan baku secara kontinyu, pengusaha tidak dapat menjalankan kegiatan produksinya. Apabila kegiatan produksi tidak dapat berjalan maka berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha agroindustri.

i. Kemudahan kredit modal usaha

Agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang akan semakin berkembang dengan semakin mudahnya perajin gula kelapa mendapatkan modal. Selain dapat meminjam modal ke pedagang pengumpul, saat ini banyak keberadaan lembaga – lembaga keuangan yang menawarkan bantuan pinjaman untuk modal usaha dengan bunga rendah.

Setelah diketahui beberapa peluang yang dimiliki oleh agroindustri maka selanjutnya lingkungan eksternal yang menjadi ancaman untuk pengembangan agroindustri gula kelapa antara lain :

a. Fluktuasi harga produk

Walaupun permintaan terhadap produk tinggi, akan tetapi kondisi berupa fluktuasi harga produk akan mengancam kemajuan agroindustri. Oleh sebab itu produsen sebaiknya harus dapat mengantisipasi keadaan terburuk bila sewaktu – waktu terjadi kenaikan atau penurunan harga produk. Oleh karena rendahnya tingkat pendidikan, manajemen keuangan pengrajin kurang optimal.

b. Masuknya pesaing baru

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. Oleh sebab itu pemilik perusahaan harus menciptakan strategi bisnis yang tepat agar perusahaan mampu bersaing.

c. Adanya produk substitusi

Produk substitusi sebagai pengganti produk yang telah ada di pasaran juga merupakan ancaman bagi produsen. Kejenuhan konsumen terhadap konsumsi produk lama dan rasa penasaran konsumen terhadap produk baru akan membuat konsumen beralih mengkonsumsi produk substitusi. Peralihan konsumsi ke produk substitusi tentunya akan membuat volume penjualan agroindustri gula kelapa mengalami penurunan.

Dari hasil analisis SWOT diatas maka dapat disimpulkan bahwa usaha agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang diperlukan adanya usaha pengembangan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat dibuat alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan usaha agroindustri Gula Kelapa.

5.6.2. Penentuan Bobot Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

Berdasar hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, maka langkah selanjutnya adalah penentuan bobot Matrik SWOT. Bobot matrik SWOT diperoleh dari penentuan faktor – faktor analisis lingkungan internal (*strenght, weakness*) dan eksternal (*opportunities, threats*) dengan membandingkan antar variabel faktor mana yang lebih urgen, selanjutnya dijumlah dan diprosentase. Hasil perhitungan bobot dari analisis lingkungan internal dan eksternal dapat dilihat pada Lampiran 7 dan Lampiran 8.

5.6.3. Penentuan Skor Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

Penentuan skor analisis lingkungan internal (*strenght, weakness*) dan eksternal (*opportunities, threats*) diperoleh dari hasil perkalian antara prosentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasar seberapa besar tingkat pengaruh faktor – faktor internal dan eksternal terhadap kemajuan usaha agroindustri. Hasil penentuan skor analisis lingkungan internal dan eksternal dapat dilihat pada Tabel 14 dan Tabel 15.

Tabel 14. Hasil Analisis Lingkungan Internal (*strength, weakness*)**Analisis Lingkungan Internal**

no	Faktor Internal	Bobot (%)	Rating	SKOR
I	Kekuatan (S)			
1	Kemudahan memperoleh bahan baku	8.6	4	34.4
2	Lokasi agroindustri yang strategis	4.6	4	18.4
3	Daya tahan produk tinggi	1.3	3	3.9
4	harga produk terjangkau	5.3	3	15.9
5	kapasitas produksi tinggi	1.3	3	3.9
6	pembagian kerja sesuai keahlian	2.6	3	7.8
7	tenaga kerja terampil	6.6	3	19.8
8	pengalaman usaha	9.9	4	39.6
9	kemampuan manajerial pemilik	5.3	3	15.9
	Sub jumlah	45.5	30	159.6
2	Kelemahan (W)			
10	teknologi sederhana	3.3	2	6.6
11	administrasi keuangan tidak tercatat	3.3	1	3.3
12	tidak ada inovasi produk	1.3	1	1.3
13	kemasan produk sederhana	7.2	2	14.4
14	tidak ada merek produk	5.9	1	5.9
15	pemasaran belum luas	8.6	2	17.2
16	promosi belum efektif	7.9	2	15.8
17	tenaga pemasar terbatas	8.6	2	17.2
18	belum ada standar kualitas produk	8.6	2	17.2
	Sub jumlah	54.5	15	98.9
	JUMLAH LINGKUNGAN INTERNAL	100	45	258.5

Dari tabel analisis lingkungan internal diatas dapat di ketahui bahwa skor terbesar yang menjadi kekuatan agroindustri gula kelapa adalah pengalaman usaha, kemudian diikuti dengan kemudahan dalam memperoleh bahan baku. Jumlah skor total untuk kekuatan agroindustri adalah sebesar 159,6. Sedangkan jika dilihat dari kelemahannya, yang menjadi kendala besar diantara yang lain adalah belum adanya standart kualitas produk dan kegiatan promosi yang belum efektif. Jumlah skor untuk kelemahan agroindustri adalah sebesar 98,9.

Tabel 15. Hasil Analisis Lingkungan Eksternal (*opportunities, threats*)**Analisis Lingkungan Eksternal**

no	Faktor Eksternal	Bobot (%)	Rating	SKOR
3	Peluang (O)			
1	Permintaan pasar yang besar	9.4	4	37.6
2	Perluasan pasar	6.3	3	18.75
3	Dukungan pemerintah daerah	6.3	3	18.75
4	Inovasi produk	4.7	2	9.4
5	Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau	3.1	3	9.39
6	Ketersediaan TK yang banyak dan murah	4.7	3	14.1
7	Perkemb. teknologi sbg sarana promosi + produksi	10.9	2	21.88
8	Kontinuitas bahan baku	10.9	4	43.6
9	Kemudahan pinjaman kredit usaha	9.4	3	28.2
Sub jumlah		65.7	27	201.67
4	Ancaman (T)			
10	Fluktuasi harga produk	12.5	2	25
11	Masuknya pesaing baru	9.3	2	18.6
12	Adanya produk substitusi	12.5	2	25
Sub jumlah		34.3	6	68.6
Jumlah Lingkungan Eksternal		100.0	33	270.27

Nilai rating untuk Kekuatan dan Peluang

- Sangat berpengaruh = 4
- Berpengaruh = 3
- Kurang berpengaruh = 2
- Tidak berpengaruh = 1

Nilai rating untuk Kelemahan dan Ancaman

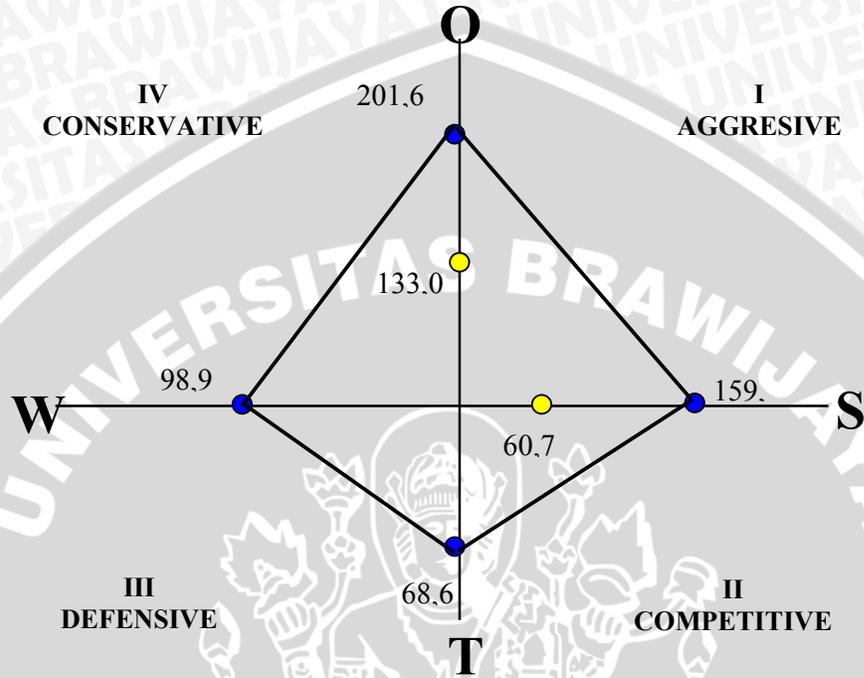
- Sangat berpengaruh = 1
- Berpengaruh = 2
- Kurang berpengaruh = 3
- Tidak berpengaruh = 4

Pada tabel analisis lingkungan eksternal diatas menunjukkan bahwa yang menjadi peluang besar bagi agroindustri gula kelapa adalah kontinuitas ketersediaan bahan baku dan permintaan pasar yang besar. Jumlah skor total untuk peluang agroindustri adalah sebesar 201,67, sedangkan ancamannya adalah sebesar 68,6. Ancaman besar yang perlu diwaspadai oleh agroindustri gula kelapa adalah fluktuasi harga produk, masuknya pesaing baru dan adanya produk substitusi.

5.6.4. Penentuan Posisi Strategi Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa dalam Matrik SWOT

Setelah diketahui besarnya skor masing-masing faktor lingkungan internal dan eksternal, maka hasilnya dipetakan pada matrik *Grand Strategy* untuk

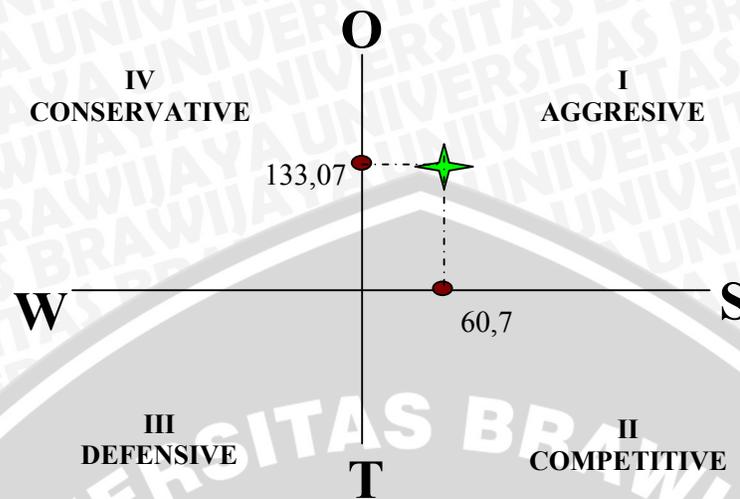
mengetahui posisi agroindustri gula kelapa dan strategi yang sesuai untuk pengembangan agroindustri. Hasil pemetaan dapat dilihat pada Gambar 4 :



Gambar 4. Penentuan Koordinat pada Matriks *Grand Strategy*

Pada Gambar matriks *Grand Strategy* diatas, dapat dilihat besarnya nilai kekuatan adalah 159,6 dan kelemahan sebesar 98,9. Dengan mengurangkan antara nilai kekuatan dan kelemahan maka diperoleh angka sebesar 60,7 dan ini menyimpulkan bahwa kekuatan agroindustri lebih besar daripada kelemahan yang dimiliki. Selanjutnya nilai peluang adalah sebesar 201,67 sedangkan ancaman adalah sebesar 68,6. Hasil pengurangan antara peluang dengan ancaman diperoleh nilai sebesar 133,07. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada agroindustri gula kelapa, peluang yang dimiliki lebih besar daripada ancaman yang dihadapi.

Untuk lebih jelasnya, pada Gambar 5 adalah posisi agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang beserta strategi yang sesuai untuk dijalankan agar pengembangan usaha dapat tercapai.



Gambar 5. Posisi Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang

Dari pemetaan dapat diketahui bahwa agroindustri gula kelapa terletak pada kuadran I, sehingga sebaiknya agroindustri gula kelapa menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan *Aggressive*. Posisi ini sangat menguntungkan karena agroindustri mempunyai peluang lebih yang besar daripada ancaman yang harus dihadapi. Dan adanya kekuatan yang dimiliki maka agroindustri dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

Kekuatan dan peluang yang dimiliki dapat menjadi acuan seberapa besar kemampuan yang dimiliki secara optimal dalam upaya mengembangkan usaha agroindustri tersebut. Sedangkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi dapat dijadikan sebagai tanda agar lebih waspada dalam menjalankan usaha baik masa sekarang maupun masa yang akan datang.

5.6.5. Penentuan Alternatif Strategi dalam Matrik SWOT

Matrik SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi yang menjadi kunci keberhasilan dalam pengembangan usaha agroindustri gula kelapa di daerah penelitian. Penentuan alternatif strategi didasarkan pada variabel kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri dan selanjutnya disesuaikan dengan peluang dan ancaman yang dihadapi.

Tabel 16. Penentuan Alternatif Strategi pada Pengembangan Agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.

<p>Faktor internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan memperoleh bahan baku • Lokasi agroindustri strategis • Daya tahan produk • harga produk masih menguntungkan pengrajin • kapasitas produksi tinggi • pembagian kerja sesuai keahlian • tenaga kerja terampil • pengalaman usaha • kemampuan manajerial pemilik 	<p>Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • teknologi sederhana • administrasi keuangan tidak tercatat • tidak ada inovasi produk • kemasan produk sederhana • tidak ada merek produk • pemasaran belum luas • promosi belum efektif • tenaga pemasar terbatas • standar kealitas produk belum terjaga
<p>Faktor eksternal</p> <p>Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permintaan pasar besar • Perluasan pasar • Dukungan pemerintah daerah • Inovasi produk • Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau • Ketersediaan TK yang banyak dan murah • Perkemb. teknologi sbg sarana promosi dan produksi • Kontinuitas bahan baku • Kemudahan kredit modal usaha 	<p>Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan volume produksi dan nilai penjualan • Melakukan kredit untuk pengembangan usaha • Difersivikasi / inovasi produk • Meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar 	<p>Strategi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemakaian teknologi produksi • Inovasi / diferensiasi produk • Kerjasama dengan Pemda untuk promosi • Perbaiki kualitas dengan segala ciri khas yang dimiliki • Menambah tenaga pemasar / distributor • Perbaiki system manajemen dengan pencatatan dan pembukuan

<p>Faktor internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan memperoleh bahan baku • Lokasi agroindustri strategis • Daya tahan produk • harga produk terjangkau • kapasitas produksi tinggi • pembagian kerja sesuai keahlian • tenaga kerja terampil • pengalaman usaha • kemampuan manajerial pemilik 	<p>Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • teknologi sederhana • administrasi keuangan tidak tercatat • tidak ada inovasi produk • kemasan produk sederhana • tidak ada merek produk • pemasaran belum luas • promosi belum efektif • tenaga pemasar terbatas • standar kualitas produk belum terjaga
<p>Faktor eksternal</p> <p>Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fluktuasi harga produk • Masuknya pesaing baru • Adanya produk substitusi 	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan daya saing melalui efisiensi dan kualitas produksi • Pertahankan kepercayaan konsumen melalui peningkatan pelayanan, kualitas dan inovasi produk 	<p>Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan promosi dan tenaga pemasar • Penentuan standar kualitas produk • Inovasi produk • Perluas wilayah pemasaran ke luar daerah

Berdasar posisi agroindustri yang terletak pada kuadran I strategi yang tepat untuk pengembangan agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang 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 dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mencapai peluang yang ada sehingga usaha ini dapat lebih berkembang.

5.7. Implementasi Strategi

Hasil identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal pada agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang digunakan untuk menyusun alternatif – alternatif strategi. Strategi mana yang tepat untuk digunakan, dapat ditentukan dengan perhitungan analisis SWOT. Adapun alternatif – alternatif strategi tersebut antara lain :

A. Strategi S-O (Strength – Opportunity)

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk meraih peluang pasar yang sebesar- besarnya.

Strategi S-O meliputi :

1) Meningkatkan volume produksi dan nilai penjualan

Diantara beberapa kekuatan yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa adalah adanya kemudahan dalam memperoleh bahan baku dan pengalaman usaha. Dengan adanya peluang permintaan pasar yang besar dan ketersediaan bahan baku nira yang kontinyu, maka hendaknya perusahaan dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan cara meningkatkan volume produksi dan nilai penjualan. Walaupun proses produksi dikerjakan dengan cara manual, tetapi didukung dengan adanya tenaga kerja yang terampil maka penambahan volume produksi akan dapat diatasi. Di sisi lain, penambahan volume produksi dan nilai jual akan dapat meningkatkan pendapatan pengusaha.

2) Melakukan kredit untuk pengembangan usaha

Guna mendukung perkembangan agroindustri gula kelapa, sebaiknya pengusaha agroindustri gula kelapa dapat memanfaatkan peluang kemudahan kredit usaha, karena saat ini telah banyak berdiri lembaga keuangan yang bisa memberikan bantuan kredit dengan bunga rendah. Dengan banyaknya lembaga keuangan yang memberikan kredit bunga rendah, perajin diharapkan selalu bergantung pada pedagang pengumpul, sehingga dalam pemasaran produknya, perajin dapat memperluas pasar sendiri karena tidak harus menjual gula kelapanya melalui pedagang pengumpul. Pinjaman kredit tersebut nantinya dapat digunakan untuk pembelian mesin / peralatan produksi yang telah rusak atau untuk menyewa pohon kelapa untuk disadap niranya.

3) Diversifikasi / inovasi produk

Pengalaman usaha dan kemampuan manajerial pemilik merupakan salah satu kekuatan yang dapat digunakan untuk melihat situasi pasar atau keinginan konsumen. Untuk mengatasi kejenuhan konsumen terhadap produk yang telah lama di pasar maka pengrajin dapat melakukan inovasi / diversifikasi terhadap produk gula kelapa, misalnya dengan memproduksi gula kelapa cair dan sebagainya. Adanya inovasi produk diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian sehingga meningkatkan volume penjualan.

4) Meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar

Peningkatan volume produksi tanpa diikuti dengan peningkatan kualitas produk maka belum dapat menjamin perkembangan suatu usaha. Saat ini produsen dihadapkan pada situasi dimana konsumen makin selektif dalam melakukan pembelian produk. Bahkan dengan peningkatan status sosial, konsumen akan lebih mengutamakan pentingnya kualitas. Oleh sebab itu, kuantitas produksi harus diikuti dengan peningkatan kualitas karena hal ini tentunya juga mempengaruhi nilai jual produk di mata konsumen. Menurut Doyle (1976) dalam Syafrial (2006), persyaratan kualitas produk antara lain meliputi keistimewaan produk inti (*performance*), keistimewaan tambahan (*feature*), daya tahan (*durability*), keseragaman produk (*homoginity*), citra dan reputasi produk, serta daya tarik produk terhadap panca indra. Selain hal – hal tersebut, harus didukung dengan kontinuitas keberadaan produk dipasar agar memudahkan konsumen pada saat melakukan pembelian.

B. Strategy S-T (Strength – Treath)

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi.

1) Peningkatan daya saing melalui efisiensi dan kualitas produksi

Ancaman berupa masuknya pesaing bisnis baru atau adanya produk substitusi merupakan tantangan bagi pengusaha agroindustri gula kelapa. Saat ini banyak muncul agroindustri yang memproduksi berbagai jenis gula misalnya produsen gula semut, sehingga memungkinkan konsumen untuk beralih membeli produk substitusi tersebut.. Untuk itu pengusaha agroindustri gula kelapa harus

mampu bersaing dengan produk baru tersebut dengan cara efisiensi produksi dan peningkatan kualitas produk. produsen harus mampu memperkirakan besarnya permintaan pasar dengan volume produksi sehingga jumlah produksi yang efisien tidak akan mengakibatkan kerugian jika terjadi penurunan permintaan pasar.

- 2) Pertahankan kepercayaan konsumen melalui peningkatan pelayanan, kualitas dan inovasi produk.

Disaat produsen terkonsentrasi untuk menghadapi persaingan dengan produk baru maka pengusaha agroindustri gula kelapa tidak boleh mengabaikan konsumen yang telah loyal terhadap produknya. Konsumen yang loyal tetap berkemungkinan untuk beralih pembelian jika produsen mengabaikan faktor – faktor yang berkaitan, misalnya kecepatan dalam pelayanan dan pelayanan yang tidak ramah, rasa produk yang menurun, dsb. Untuk itu dalam memberikan pelayanan penjualan juga sangat penting diperhatikan oleh produsen.

C. Strategi W-O (Weakness – Opportunity)

Bagi agroindustri yang mempunyai kelemahan lebih besar daripada kekuatannya, strategi yang diterapkan hendaknya meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

- 1) Pemakaian teknologi produksi

Kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri gula kelapa adalah proses produksi yang dikerjakan secara tradisional tanpa penggunaan mesin – mesin produksi. Padahal penggunaan mesin produksi akan sangat bermanfaat dalam proses pengerjaan yakni efektivitas waktu kerja dan tenaga kerja dan peningkatan volume produksi. Adanya peluang dalam peminjaman kredit usaha dapat digunakan pengusaha agroindustri untuk pengadaan penggunaan teknologi produksi.

- 2) Inovasi / differensiasi produk

Inovasi produk dapat dijadikan strategi untuk mengatasi kelemahan tidak adanya inovasi produk gula kelapa sejak jaman dahulu. Sehingga peluang yang ada yakni permintaan pasar yang besar dan perluasan pasar dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan jumlah konsumen.

3) Kerjasama dengan Pemda setempat untuk promosi ke masyarakat

Dukungan dari pemerintah daerah terhadap agroindustri ini sangat penting guna perkembangan usaha. Sehingga kerjasama dengan pemerintah daerah Lumajang penting dilakukan selain distribusi dana bantuan untuk pengembangan usaha, pemerintah daerah juga dapat membantu dalam rangka promosi produk. Pemerintah dapat mempromosikannya ke daerah luar Lumajang sebagai produk khas kebanggaan daerah selain buah khas Lumajang yaitu Pisang Agung.

4) Perbaiki mutu kualitas dengan segala ciri khas yang dimiliki

Berdasar pernyataan Santoso (2008) bahwa dalam era sekarang dan perkembangan masa depan, mutu menjadi faktor penentu daya saing produk. Kemampuan produksi yang tidak disertai dengan komitmen mutu yang tinggi akan kalah bersaing dan bahkan ditinggalkan konsumen. Dengan demikian pengendalian mutu memiliki peran strategis dalam pengembangan produk termasuk termasuk agroindustri.

Tidak adanya merek produk, label dan kemasan yang kurang menarik sehingga perlu dilakukan perbaikan terhadap atribut produk gula kelapa. Produsen perlu memberikan merek produk yang singkat dan menarik sehingga mudah diingat konsumen. Pemberian label dapat berisi kandungan gizi, cara pemanfaatan atau mencantumkan tanggal kadaluarsa produk. Hal ini untuk meraih peluang besar permintaan konsumen. Sehingga apabila kualitas dan atribut pendukung diperbaiki akan dapat meraih pangsa pasar yang lebih luas .

5) Menambah tenaga pemasar / distributor

Tenaga pemasar yang terbatas mempengaruhi volume penjualan produk. Hal ini erat kaitannya dengan ketergantungan perajin dengan pedagang pengumpul, sehingga perajin tidak memiliki peluang besar untuk memperluas wilayah pemasaran. Oleh karena itu hendaknya pengusaha agroindustri gula kelapa menambah tenaga pemasar produk atau melakukan kerjasama dengan pedagang pengumpul di luar daerah yang mana mereka siap menyalurkan hasil produksi gula kelapa ke luar daerah.

6) Perbaiki system manajemen dengan pencatatan dan pembukuan

Pembukuan keuangan sangat penting bagi suatu usaha. Dengan pencatatan pembukuan yang jelas, pengusaha agroindustri dapat mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dari hasil produksinya. Selain itu manajemen keuangan yang baik oleh pengusaha menjadi salah satu faktor pendorong perkembangan usaha agroindustri gula kelapa.

D. Strategi W-T (Weakness – Treath)

Dengan kondisi yang serba sulit yakni kekuatan dan ancaman yang lebih besar daripada kekuatan dan peluangnya, maka strategi yang dapat diterapkan adalah meminimalkan kelemahan untuk mengurangi ancaman.

1) Meningkatkan promosi dan tenaga pemasar

Promosi yang dilakukan oleh agroindustri lempeng belum efektif karena hanya melalui cara *mouth by mouth* saja. Teknik promosi tersebut mempunyai kelemahan yakni terbatasnya jangkauan promosi. Begitu juga terbatasnya tenaga pemasaran produk. Dimungkinkan konsumen yang berada di daerah lain tidak mengetahui keberadaan agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang walaupun agroindustri tersebut telah lama berdiri. Demikian pula konsumen yang tidak tahu bahwa gula kelapa yang mereka konsumsi adalah produk dari agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang. Oleh sebab itu, pengrajin agroindustri gula kelapa dapat menggunakan media promosi yang tepat misalnya iklan melalui radio lokal, menyebar brosur atau mengikuti pameran produk makanan yang diadakan di daerah – daerah.

2) Penentuan standar kualitas produk

Kelemahan yang terdapat pada produk harus diperbaiki dengan diberlakukannya standart kualitas. Sebelum dipasarkan, dilakukan sortasi terhadap produk gula kelapa dengan kualitas yang baik dan kurang baik. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka akan meningkatkan citra produk di mata konsumen dan produk tersebut juga mampu bersaing di pasar dengan produk – produk pesaingnya. Untuk kualitas produk, produsen dapat membaginya menjadi dua segmen, misalkan kualitas produk pertama ditujukan untuk

konsumen menengah keatas sehingga harga yang ditetapkan juga lebih tinggi. Sedangkan kualitas kedua ditujukan untuk konsumen menengah kebawah dengan harga yang tentunya sedikit lebih murah.

3) Inovasi produk

Tidak dilakukannya inovasi produk, perubahan selera konsumen dan adanya produk substitusi menuntut pengusaha agroindustri untuk melakukan inovasi produk. Produsen gula kelapa dapat menciptakan produk baru yang juga berbahan baku sama dengan produk gula kelapa yang selama ini belum ada di pasaran sehingga konsumen akan penasaran untuk mencoba sesuatu yang baru dan tidak jenuh terhadap produk gula kelapa yang ada saat ini.

4) Perluas wilayah pemasaran ke luar daerah

Pemasaran produk gula kelapa masih terbatas di dalam daerah saja. Sedangkan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri gula kelapa adalah masuknya pesaing baru dan adanya produk substitusi. Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha adalah memperluas pemasaran ke luar daerah untuk meraih pangsa pasar baru. Dengan demikian disaat jumlah konsumen di dalam daerah mengalami penurunan, maka jumlah konsumen di luar daerah mengalami peningkatan sehingga volume penjualan tidak mengalami penurunan.

Berdasarkan beberapa alternatif strategi tersebut diatas, strategi yang paling tepat untuk agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang adalah Strategi S-O. Hal ini dikarenakan grafik pada strategi SWOT terletak pada kuadran I yang memungkinkan pengrajin gula kelapa memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang pasar yang sebesar-besarnya.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

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

1. Nilai tambah yang diberikan dari pengolahan komoditas nira setelah diolah menjadi produk gula kelapa adalah rata-rata sebesar Rp 541,28,- per kilogram produk atau sekitar 51,90 %. Selain itu besarnya keuntungan rata – rata yang diberikan dari agroindustri gula kelapa adalah Rp. 286,31,- per liter per satu kali produksi atau sebesar 52,30 %, dengan demikian menunjukkan bahwa agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang layak untuk diusahakan.
2. Dari analisis lingkungan internal diperoleh hasil bahwa kekuatan dari agroindustri gula kelapa antara lain Kemudahan memperoleh bahan baku, Lokasi agroindustri strategis, Daya tahan produk, harga produk terjangkau, kapasitas produksi tinggi, pembagian kerja sesuai keahlian, tenaga kerja terampil, pengalaman usaha, kemampuan manajerial pemilik. Sedangkan kelemahannya antara lain teknologi sederhana, administrasi keuangan tidak tercatat, tidak ada inovasi produk, kemasan produk sederhana, tidak ada merek produk, pemasaran belum luas, promosi belum efektif, tenaga pemasar terbatas, standar kualitas produk belum terjaga.
3. Dari analisis lingkungan eksternal perusahaan diperoleh hasil bahwa peluang dari agroindustri gula kelapa antara lain Permintaan pasar yang besar, Perluasan pasar, Dukungan pemerintah daerah, Inovasi produk, Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau, Ketersediaan TK yang banyak dan murah, Perkembangan teknologi sbg sarana promosi dan produksi, Kontinuitas bahan baku, Kemudahan kredit modal usaha. Sedangkan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan adalah fluktuasi harga produk, masuknya pesaing baru, adanya produk substitusi.

4. Berdasarkan matrik *Grand Strategy*, maka strategi yang dapat diterapkan oleh agroindustri gula kelapa untuk pengembangan usaha adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan *agresive*. Sedangkan dari matrik SWOT dapat diketahui bahwa salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pengrajin gula kelapa adalah strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan agroindustri untuk meraih peluang yang ada, antara lain meningkatkan volume produksi dan nilai penjualan, melakukan kredit untuk pengembangan usaha, difersivikasi / inovasi produk, serta meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk di pasar.

6.2. Saran

Dalam rangka menunjang pengembangan agroindustri gula kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Penggunaan teknologi yang masih sederhana sehingga produsen gula kelapa perlu mengupayakan penggunaan teknologi produksi seperti mesin pengolahan atau peralatan produksi yang lebih modern untuk peningkatan kualitas dan kuantitas produksi serta efektifitas jam kerja.
2. Karena keterbatasan modal yang dimiliki oleh pengusaha agroindustri gula kelapa, maka perlu dilakukan kredit usaha pada bank atau lembaga keuangan yang ada, dan kurangi ketergantungan pinjaman modal dari pedagang pengumpul.
3. Untuk meningkatkan volume penjualan produk, maka perlu dilakukan kegiatan promosi yang efektif dan tepat sasaran, menjalin kerjasama dengan Pemerintah daerah setempat, serta memperluas wilayah pemasaran produk ke luar daerah.
4. Perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dengan berbagai macam ciri khas yang dimiliki termasuk salah satunya kemasan yang menarik dan pemberian merek. Selain itu juga perlu dilakukan inovasi agar produk gula kelapa mampu bersaing dengan produk pesaingnya di pasar.

5. Untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan para produsen sehingga perlu diberikan pendidikan dan latihan atau seminar kewirausahaan secara berkala untuk para pengrajin sehingga dapat meningkatkan loyalitas produsen terhadap usaha yang mereka jalankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 1985. *Domestic Coconut Food Process*. Coconut Processing Technology Information Document. Jakarta.
- Anonymous. 1992. *Luas Areal dan Potensi Tanaman Pemanis Bukan Gula Pasir*. Direktorat Jenderal Perkebunan. Jakarta.
- Anonymous. 2005. *Profile Gula Kelapa*. (<http://www.kablumajang.go.id/>). Akses : 20 Desember 2008.
- Asnawi, Sjoifan; Darwis SN. 1985. *Prospek Ekonomi Tanaman Kelapa*. Departemen Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Balai Penelitian Kelapa. Manado.
- Astuti, Marliani Puji. 2004. *Analisis Kelayakan Agroindustri Krupuk Puli untuk Pengembangan Usaha*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis Konsep Edisi 10*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Departemen Pertanian. 2005. *Revitalisasi Pertanian Melalui Agroindustri Perdesaan*. Available at <http://agribisnis.deptan.go.id/Pustaka/revitalisasi%20pertanian%20melalui%20agroindustri%20perdesaan.pdf>. (verified 18 September 2008).
- Glueck, William F. dan Lawrence R. Jauch. 1998. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan Edisi Ketiga*. Alih Bahasa Murad dan AR. Henry Sitanggang. Jakarta.
- Hanani, Nuhfil AR dkk. 2003. *Strategi Pembangunan Pertanian*. Lappera Pustaka Utama. Jogjakarta.
- Handayati, Anik. 1999. *Analisis Nilai Tambah dan Efisiensi Agroindustri Suwar - Suwir di Kabupaten Jember*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
- Handoko, T. H. 1993. *Manajemen (Trans Gunawan Hutahuruk)*. Erlangga. Jakarta.
- Hanik, Ummi. 2002. *Analisis Kelayakan Agroindustri Gula Semut Dengan Pengolahan Sistem Reprocessing : Kajian Asal Daerah Gula Kelapa Cetak dan Persentasi Penambahan Sukrosa*. Jurusan Teknik Hasil Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.

- Hartatik, Dwi Sutraini. 2004. *Analisis Produksi dan Strategi Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
- Hayami, Y and Fujisaka. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java : Perspektif From a Sunda Village*. CGPRT : Bogor. Ch. 6. pp.43-44.
- Hermawatie. 1998. *Agroindustri Tempe dan Peran Koperasi dalam Pengembangan Agroindustri*. Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Palungkun, Rony. 1993. *Aneka Produk Olahan Kelapa*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pearce, J.A. dan Richard B. Robinson. 1997. *Manajemen Strategik*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Purnomo, E. 1997. *Pembuatan Gula merah Tebu yang Baik dan Efisien*. Paket Kupat. Modul 35. Pusat Penelitian Perkebunan Gula Indonesia. Pasuruan.
- Putri, Yessy Rahmania. 2007. *Strategi Pengembangan Agroindustri Sambel Pecel*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
- Rangkuti, F. 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Retnaningtyas, Irma. 2008. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan Jamu Beras Kencur*. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
- Santoso, Imam. 2008. *Pengantar Agroindustri*. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Sardjono. 1991. *Gula Merah dari Nira Siwalan*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Hasil Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sarengat, N, E; Priyani; Anti, M. 1986. *Desain Peralatan Prossing dan Prossing Industri Rumah Tangga Gula Kelapa*. Laporan Penelitian Departemen Perindustrian balai Pengembangan dan Penelitian Industri. Semarang.
- Sastowardoyo. 1993. *PPMA, Prioritas Penanaman Modal Agroindustri*. CIDES UQ. Jakarta.

- Semaoen, M. I. dan Kiptiyah, S. M. 1997. *Peluang dan Tantangan Pengembangan Agribusiness pada Abad 21*. Dalam Wahong, dkk. Prosiding Seminar Nasional Reorientasi Dunia Pertanian Dalam Rangka Menciptakan Pelaku Agribusiness Tangguh pada Abad 21. UMM Press : Malang. Pp 2 - 10.
- Setyamidjaja, Djoehana. 1995. *Bertanam Kelapa*. Kanisius. Jogjakarta.
- Siagian, Sondang. 1998. *Manajemen Strategik*. Bumi Kasara. Jakarta.
- Soeharjo. 1991. *Konsep dan Ruang Lingkup Agroindustri (Modul II) Penataran Dosen Perguruan Tinggi Swasta Bidang Pertanian Program Kajian Agribisnis*. Direktorat Perguruan Tinggi Swasta. Direktorat Jendral Pertanian : Jakarta.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- . 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Steiner, G dan Minner, J. 1982. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Erlangga. Jakarta. 18p.
- Sudiyono, Armand. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Suhardiono. 1988. *Tanaman Kelapa : Budidaya dan Pemanfaatannya*. Kanisius. Jogjakarta.
- Sunantyo dan Martoyo. 2002. *Prospek Pengembangan Industri Kecil Gula merah Jawa Timur*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Jawa Timur.
- Sun, Tzu. 2005. *Analisis SWOT dan Penentuan Strategi Umum Organisasi*. Available at http://www.perform.or.id/files/modulprobumd04_final.pdf-susppental Result-Similiar pages. (verified 18 September 2008).
- Swastha, Basu. 1979. *Saluran Pemasaran, Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif*. BPFE-UGM. Yogyakarta.
- Syafri'al. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Syafi'i, Imam, Ir. MS. 2000. *Biaya dan Pendapatan Agroindustri Pengolahan Gula Kelapa di Desa Talun Kulon, Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung*. Jurnal : Mitra Akademik. ISSN 0853 – 1765 Edisi IV Nomor 03 Hal. 9 – 14. Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Brawijaya. Malang.

Syahyunan. 2008. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*.
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sumatra Utara.

Vanany, Iwan. 2002. *Pilihan Strategi Unggulan Perusahaan Industri Manufaktur
Kecil dan Menengah (IMKM)*. Usahawan. XXXI. No 7. Jakarta. 22p.





LAMPIRAN

Lampiran 1. Responden Agroindustri Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang.

NO	Nama responden	Usia (tahun)	Skala Usaha	Pendidikan	Lama Usaha (tahun)	Jumlah TK	
						L	P
1	Sutoyo	39	Rumah Tangga	SD	20	1	1
2	Imam Mudakir	25	Rumah Tangga	SLTP	7	1	1
3	Paedi	35	Rumah Tangga	SD	11	1	1
4	Zaenul	30	Rumah Tangga	SD	13	1	1
5	Ngationo	45	Rumah Tangga	SD	24	1	1
6	Nur Saleh	36	Rumah Tangga	SD	15	1	1
7	Iwan	33	Rumah Tangga	SLTP	10	1	1
8	Cipto	43	Rumah Tangga	SD	21	1	1
9	Awi	47	Rumah Tangga	SD	25	1	1
10	Eko	35	Rumah Tangga	SD	12	1	1
11	Tojo	43	Rumah Tangga	SD	20	1	1
12	Subur	37	Rumah Tangga	SD	14	1	1
13	Ali	24	Rumah Tangga	SLTP	3	1	1
14	Sodikin	23	Rumah Tangga	SD	4	1	1
15	Juli	35	Rumah Tangga	SD	10	1	1
16	Muhammad Nuri	42	Rumah Tangga	SD	17	1	1
17	Sanen	35	Rumah Tangga	SD	9	1	1
18	Tubi	40	Rumah Tangga	SD	15	1	1
19	Kadar	42	Rumah Tangga	SD	21	1	1
20	Gito	22	Rumah Tangga	SD	1	1	1

Lampiran 1.....(Lanjutan)

NO	Nama responden	Usia (tahun)	Skala Usaha	Pendidikan	Lama Usaha (tahun)	Jumlah TK	
						L	P
21	Buwono	38	Rumah Tangga	SD	15	1	1
22	Umbar	43	Rumah Tangga	SD	20	1	1
23	Yusman	37	Rumah Tangga	SLTP	15	1	1
24	Cholil	38	Rumah Tangga	SD	16	1	1
25	Amin	40	Rumah Tangga	SD	15	1	1
26	Muhiro	37	Rumah Tangga	SLTP	11	1	1
27	Tamyis	32	Rumah Tangga	SD	10	1	1
28	Haryanto	28	Rumah Tangga	SD	7	1	1
29	Suryanto	34	Rumah Tangga	SD	11	1	1
30	Gatot	41	Rumah Tangga	SD	20	1	1
31	Kamsani	45	Rumah Tangga	SD	22	1	1
32	Samiran	38	Rumah Tangga	SD	15	1	1
33	Pono	40	Rumah Tangga	SD	16	1	1
34	Sobirin	35	Rumah Tangga	SD	10	1	1
35	Rohmad	42	Rumah Tangga	SD	19	1	1
36	Purwanto	32	Rumah Tangga	SD	10	1	1
37	Rayi'	25	Rumah Tangga	SD	3	1	1
38	Agung	35	Rumah Tangga	SD	11	1	1
39	Sapi'i	40	Rumah Tangga	SD	18	1	1
40	Nceng	30	Rumah Tangga	SD	7	1	1

Lampiran 2. Biaya bahan baku dan bahan penolong dalam satu kali proses produksi pada agroindustri Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang.

Responden 1

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	122 liter	300/liter	36600
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 122 Liter Nira				59,317
TOTAL per liter Nira				486.2022
Jumlah input lain / liter				186.20221

Responden 2

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	130 liter	300/liter	39000
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 1/2 ikat	5000/ikat	17500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 130 Liter Nira				64,550
TOTAL per liter Nira				496.5385
Jumlah input lain / liter				196.53846

Responden 3

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	150 liter	300/liter	45000
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	4 ikat	5000/ikat	20000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 150 Liter Nira				73,050
TOTAL per liter Nira				487
Jumlah input lain / liter				187

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 4

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	117 liter	300/liter	35100
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 117 Liter Nira				57,817
TOTAL per liter Nira				494.1596
Jumlah input lain / liter				194.15957

Responden 5

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	100 liter	300/liter	30000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 100 Liter Nira				50,033
TOTAL per liter Nira				500.3333
Jumlah input lain / liter				200.3333

Responden 6

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	98 liter	300/liter	29400
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 98 Liter Nira				49,433
TOTAL per liter Nira				504.4217
Jumlah input lain / liter				204.42173

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 7

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	125 liter	300/liter	37500
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 1/2 ikat	5000/ikat	17500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 125 Liter Nira				63,050
TOTAL per liter Nira				504.4
Jumlah input lain / liter				204.4

Responden 8

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	84 liter	300/liter	25200
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 84 Liter Nira				42,733
TOTAL per liter Nira				508.7301
Jumlah input lain / liter				208.73012

Responden 9

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	95 liter	300/liter	28500
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 95 Liter Nira				48,533
TOTAL per liter Nira				510.8772
Jumlah input lain / liter				210.87716

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 10

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	145 liter	300/liter	43500
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	4 ikat	5000/ikat	20000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 145 Liter Nira				71,550
TOTAL per liter Nira				493.4483
Jumlah input lain / liter				193.44828

Responden 11

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	90 liter	300/liter	27000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 90 Liter Nira				44,533
TOTAL per liter Nira				494.8148
Jumlah input lain / liter				194.81478

Responden 12

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	118 liter	300/liter	35400
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 118 Liter Nira				58,117
TOTAL per liter Nira				492.5142
Jumlah input lain / liter				192.51415

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 13

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	70 lter	300/liter	21000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 70 Liter Nira				38,533
TOTAL per liter Nira				550.4761
Jumlah input lain / liter				250.47614

Responden 14

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	104 liter	300/liter	31200
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 104 Liter Nira				51,417
TOTAL per liter Nira				494.3911
Jumlah input lain / liter				194.39106

Responden 15

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	100 liter	300/liter	30000
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 100 Liter Nira				50,217
TOTAL per liter Nira				502.1667
Jumlah input lain / liter				202.1667

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 16

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	121 liter	300/liter	36300
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 121 Liter Nira				59,350
TOTAL per liter Nira				490.4959
Jumlah input lain / liter				190.49587

Responden 17

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	175 liter	300/liter	52500
2	Sodium metabisulphite	1/5 kg	10000/kg	2000
3	kapur sirih	1/15 kg	1000/kg	66.67
4	kayu bakar	4 ikat	5000/ikat	20000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 175 Liter Nira				81,567
TOTAL per liter Nira				466.0953
Jumlah input lain / liter				166.09526

Responden 18

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	90 liter	300/liter	27000
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 90 Liter Nira				44,700
TOTAL per liter Nira				496.6667
Jumlah input lain / liter				196.66667

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 19

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	100 liter	300/liter	30000
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 100 Liter Nira				50,200
TOTAL per liter Nira				502
Jumlah input lain / liter				202

Responden 20

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	120 liter	300/liter	36000
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 1/2 ikat	5000/ikat	17500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 120 Liter Nira				61,550
TOTAL per liter Nira				512.9167
Jumlah input lain / liter				212.91667

Responden 21

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	90 liter	300/liter	27000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 90 Liter Nira				44,533
TOTAL per liter Nira				494.8148
Jumlah input lain / liter				194.81478

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 22

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	130 liter	300/liter	39000
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 1/2 ikat	5000/ikat	17500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 130 Liter Nira				64,550
TOTAL per liter Nira				496.5385
Jumlah input lain / liter				196.53846

Responden 23

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	80 liter	300/liter	24000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 80 Liter Nira				41,533
TOTAL per liter Nira				519.1666
Jumlah input lain / liter				219.16663

Responden 24

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	88 liter	300/liter	26400
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 88 Liter Nira				44,100
TOTAL per liter Nira				501.1364
Jumlah input lain / liter				201.13636

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 25

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	115 liter	300/liter	34500
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 115 Liter Nira				57,217
TOTAL per liter Nira				497.5363
Jumlah input lain / liter				197.53626

Responden 26

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	160 liter	300/liter	48000
2	Sodium metabisulphite	1/5 kg	10000/kg	2000
3	kapur sirih	1/15 kg	1000/kg	66.67
4	kayu bakar	4 ikat	5000/ikat	20000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 160 Liter Nira				77,067
TOTAL per liter Nira				481.6667
Jumlah input lain / liter				181.66669

Responden 27

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	132 liter	300/liter	39600
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 1/2 ikat	5000/ikat	17500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 132 Liter Nira				65,150
TOTAL per liter Nira				493.5606
Jumlah input lain / liter				193.56061

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 28

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	125 liter	300/liter	37500
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 125 Liter Nira				60,550
TOTAL per liter Nira				484.4
Jumlah input lain / liter				184.4

Responden 29

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	80 liter	300/liter	24000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 80 Liter Nira				41,533
TOTAL per liter Nira				519.1666
Jumlah input lain / liter				219.16663

Responden 30

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	80 liter	300/liter	24000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 80 Liter Nira				41,533
TOTAL per liter Nira				519.1666
Jumlah input lain / liter				219.16663

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 31

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	80 liter	300/liter	24000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 80 Liter Nira				41,533
TOTAL per liter Nira				519.1666
Jumlah input lain / liter				219.16663

Responden 32

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	100 liter	300/liter	30000
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 100 Liter Nira				47,700
TOTAL per liter Nira				477
Jumlah input lain / liter				177

Responden 33

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	125 liter	300/liter	37500
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 125 Liter Nira				60,550
TOTAL per liter Nira				484.4
Jumlah input lain / liter				184.4

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 34

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	110 liter	300/liter	33000
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 110 Liter Nira				53,550
TOTAL per liter Nira				486.8182
Jumlah input lain / liter				186.81818

Responden 35

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	120 liter	300/liter	36000
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 120 Liter Nira				59,050
TOTAL per liter Nira				492.0833
Jumlah input lain / liter				192.08333

Responden 36

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	80 liter	300/liter	24000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 80 Liter Nira				41,533
TOTAL per liter Nira				519.1666
Jumlah input lain / liter				219.16663

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 37

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	100 liter	300/liter	30000
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	12500
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 100 Liter Nira				50,200
TOTAL per liter Nira				502
Jumlah input lain / liter				202

Responden 38

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	80 liter	300/liter	24000
2	Sodium metabisulphite	1/20 kg	10000/kg	500
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 80 Liter Nira				41,533
TOTAL per liter Nira				519.1666
Jumlah input lain / liter				219.16663

Responden 39

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	100 liter	300/liter	30000
2	Sodium metabisulphite	1/15 kg	10000/kg	666.67
3	kapur sirih	1/30 kg	1000/kg	33.33
4	kayu bakar	2 1/2 ikat	5000/ikat	10000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 100 Liter Nira				47,700
TOTAL per liter Nira				477
Jumlah input lain / liter				177

Lampiran 2.....(Lanjutan)

Responden 40

No	Bahan baku penunjang	Σ	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Nira	128 liter	300/liter	38400
2	Sodium metabisulphite	1/10 kg	10000/kg	1000
3	kapur sirih	1/20 kg	1000/kg	50
4	kayu bakar	3 ikat	5000/ikat	15000
5	serbuk Gergaji	1 karung	7000/karung	7000
TOTAL per 128 Liter Nira				61,450
TOTAL per liter Nira				480.0781
Jumlah input lain / liter				180.07813



Lampiran 3 . Perhitungan upah biaya tenaga kerja pada agroindustri Gula Kelapa Di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang.

Responden	Jumlah pohon	Nira	Nira/pohon	Jam Kerja	Menyadap Nira	Pengolahan	Total	Upah Rata-rata / jam kerja
1	34	122	3.59	10	25500	7500	33000	3300
2	31	130	4.19	10	23250	7500	30750	3075
3	35	150	4.29	11	26250	7500	33750	3068.18
4	30	117	3.9	10	22500	7500	30000	3000
5	23	100	4.35	9	17250	7500	24750	2750
6	25	98	3.92	9	18750	7500	26250	2916.67
7	30	125	4.17	10	22500	7500	30000	3000
8	20	84	4.2	8	15000	7500	22500	2812.5
9	24	95	3.96	9	18000	7500	25500	2833.33
10	35	145	4.14	10	26250	7500	33750	3375
11	23	90	3.91	9	17250	7500	24750	2750
12	30	118	3.93	10	22500	7500	30000	3000
13	15	70	4.67	8	11250	7500	18750	2343.75
14	25	104	4.16	9	18750	7500	26250	2916.67
15	21	100	4.76	9	15750	7500	23250	2583.33
16	30	121	4.03	10	22500	7500	30000	3000
17	40	175	4.38	12	30000	7500	37500	3125
18	20	90	4.5	9	15000	7500	22500	2500
19	20	100	5	9	15000	7500	22500	2500
20	27	120	4.44	10	20250	7500	27750	2775

Lampiran 3.....(Lanjutan)

Responden	Jumlah pohon	Nira	Nira/pohon	Jam Kerja	Menyadap Nira	Pengolahan	Total	Upah Rata-rata / jam kerja
21	20	90	4.5	9	15000	7500	22500	2500
22	31	130	4.19	11	23250	7500	30750	2795.45
23	18	80	4.44	8	13500	7500	21000	2625
24	20	88	4.4	9	15000	7500	22500	2500
25	29	115	3.97	10	21750	7500	29250	2925
26	40	160	4	12	30000	7500	37500	3125
27	33	132	4	11	24750	7500	32250	2931.81
28	30	125	4.17	10	22500	7500	30000	3000
29	20	80	4	8	15000	7500	22500	2812.5
30	20	80	4	8	15000	7500	22500	2812.5
31	21	80	3.81	9	15750	7500	23250	2583.33
32	25	100	4	9	18750	7500	26250	2916.67
33	35	125	3.57	10	26250	7500	33750	3375
34	26	110	4.23	9	19500	7500	27000	3000
35	30	120	4	10	22500	7500	30000	3000
36	20	80	4	8	15000	7500	22500	2812.5
37	27	100	3.7	9	20250	7500	27750	3083.33
38	23	80	3.48	9	17250	7500	24750	2750
39	25	100	4	9	18750	7500	26250	2916.67
40	32	128	4	10	24000	7500	31500	3150
Total			164.95					
Rata-rata			4.12					

Lampiran 4. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Gula Kelapa di Dusun Siluman, Desa Bades, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang

Keterangan		RESPONDEN							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Output, Input, Harga									
A	Hasil Produksi (Kg/1 x produksi)	24	25	28	24	18.5	20	24	16
B	Bahan baku (liter/1 x produksi)	122	130	150	117	100	98	125	84
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	10	10	11	10	9	9	10	8
M	Faktor Konversi (A/B)	0.19672	0.19231	0.18667	0.20513	0.185	0.204082	0.192	0.19048
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0.08197	0.07692	0.07333	0.08547	0.09	0.091837	0.08	0.09524
D	Harga Gula Kelapa (Rp/Kg)	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500
E	Upah Rerata (Rp/jam)	3,300	3,075	3,068	3,000	2,750	2,917	3,000	2,813
Penerimaan dan Keuntungan									
F	Harga Nira (Rp/liter/1xproduksi)	300	300	300	300	300	300	300	300
G	Input Lain (Rp/liter/1xproduksi)	186	197	187	194	200	204	204	209
K	Nilai Produksi (Rp/1x produksi) (M x D)	1081.97	1057.69	1026.67	1128.21	1017.5	1122.449	1056	1047.62
I	Nilai Tambah (Rp/1x produksi) (K-F-G)	596	561	540	634	517	618	552	539
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	55.1	53.1	52.6	56.2	50.8	55.1	52.2	51.4
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/1xprod) (N x E)	270.492	236.538	225	256.41	247.5	267.8574	240	267.857
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	45.4	42.2	41.7	40.4	47.9	43.3	43.5	49.7
R	Keuntungan (Rp/liter/1xprod) (I-P)	325	325	315	378	270	350	312	271
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	54.6	57.8	58.3	59.6	52.1	56.7	56.5	50.3

Lampiran 4.....(Lanjutan)

Keterangan	RESPONDEN								
	9	10	11	12	13	14	15	16	
Output, Input, Harga									
A	Hasil Produksi (Kg/1 x produksi)	18	28	17.5	24	12	20	19	24
B	Bahan baku (liter/1 x produksi)	95	145	90	118	70	104	100	121
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	9	10	9	10	8	9	9	10
M	Faktor Konversi (A/B)	0.18947	0.1931	0.19444	0.20339	0.17143	0.192308	0.19	0.19835
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0.09474	0.06897	0.1	0.08475	0.11429	0.086538	0.09	0.08264
D	Harga Gula Kelapa (Rp/Kg)	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500
E	Upah Rerata (Rp/jam)	2,833	3,375	2,750	3,000	2,344	2,917	2,583	3,000
Penerimaan dan Keuntungan									
F	Harga Nira (Rp/liter/1xproduksi)	300	300	300	300	300	300	300	300
G	Input Lain (Rp/liter/1xproduksi)	211	193	195	193	250	194	202	191
K	Nilai Produksi (Rp/1x produksi) (M x D)	1042.11	1062.07	1069.44	1118.64	942.857	1057.692	1045	1090.91
I	Nilai Tambah (Rp/1x produksi) (K-F-G)	531	569	575	626	392	563	543	600
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	51.0	53.5	53.7	56.0	41.6	53.3	51.9	55.0
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/1xprod) (N x E)	268.421	232.759	275	254.237	267.857	252.4041	232.5	247.934
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	50.5	40.9	47.9	40.6	68.3	44.8	42.8	41.3
R	Keuntungan (Rp/liter/1xprod) (I-P)	263	336	300	372	125	311	310	352
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	49.5	59.1	52.1	59.4	31.7	55.2	57.2	58.7

Lampiran 4.....(Lanjutan)

	Keterangan	RESPONDEN							
		17	18	19	20	21	22	23	24
Output, Input, Harga									
A	Hasil Produksi (Kg/1 x produksi)	33	16.5	18	22	17	25	14	17
B	Bahan baku (liter/1 x produksi)	175	90	100	120	90	130	80	88
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	12	9	9	10	9	11	8	9
M	Faktor Konversi (A/B)	0.18857	0.18333	0.18	0.18333	0.18889	0.192308	0.175	0.19318
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0.06857	0.1	0.09	0.08333	0.1	0.084615	0.1	0.10227
D	Harga Gula Kelapa (Rp/Kg)	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500
E	Upah Rerata (Rp/jam)	3,125	2,500	2,500	2,775	2,500	2,795	2,625	2,500
Penerimaan dan Keuntungan									
F	Harga Nira (Rp/liter/1xproduksi)	300	300	300	300	300	300	300	300
G	Input Lain (Rp/liter/1xproduksi)	166	197	202	213	195	197	219	201
K	Nilai Produksi (Rp/1x produksi) (M x D)	1037.14	1008.33	990	1008.33	1038.89	1057.692	962.5	1062.5
I	Nilai Tambah (Rp/1x produksi) (K-F-G)	571	512	488	495	544	561	443	561
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	55.1	50.7	49.3	49.1	52.4	53.1	46.1	52.8
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/1xprod) (N x E)	214.286	250	225	231.25	250	236.5381	262.5	255.682
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	37.5	48.9	46.1	46.7	46.0	42.2	59.2	45.5
R	Keuntungan (Rp/liter/1xprod) (I-P)	357	262	263	264	294	325	181	306
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	62.5	51.1	53.9	53.3	54.0	57.8	40.8	54.5

Lampiran 4.....(Lanjutan)

Keterangan		RESPONDEN							
		25	26	27	28	29	30	31	32
Output, Input, Harga									
A	Hasil Produksi (Kg/1 x produksi)	21	30	25	20	14	15	15	18
B	Bahan baku (liter/1 x produksi)	115	160	132	125	80	80	80	100
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	10	12	11	10	8	8	9	9
M	Faktor Konversi (A/B)	0.18261	0.1875	0.18939	0.16	0.175	0.1875	0.1875	0.18
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0.08696	0.075	0.08333	0.08	0.1	0.1	0.1125	0.09
D	Harga Gula Kelapa (Rp/Kg)	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500
E	Upah Rerata (Rp/jam)	2,925	3,125	2,932	3,000	2,813	2,813	2,583	2,917
Penerimaan dan Keuntungan									
F	Harga Nira (Rp/liter/1xproduksi)	300	300	300	300	300	300	300	300
G	Input Lain (Rp/liter/1xproduksi)	198	182	194	184	219	219	219	177
K	Nilai Produksi (Rp/1x produksi) (M x D)	1004.35	1031.25	1041.67	880	962.5	1031.25	1031.25	990
I	Nilai Tambah (Rp/1x produksi) (K-F-G)	507	550	548	396	443	512	512	513
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	50.5	53.3	52.6	45.0	46.1	49.7	49.7	51.8
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/1xprod) (N x E)	254.348	234.375	244.318	240	281.25	281.25	290.625	262.5
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	50.2	42.6	44.6	60.7	63.4	54.9	56.8	51.2
R	Keuntungan (Rp/liter/1xprod) (I-P)	252	315	304	156	162	231	221	250
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	49.8	57.4	55.4	39.3	36.6	45.1	43.2	48.8

Lampiran 4.....(Lanjutan)

Keterangan	RESPONDEN									Jumlah	Rata-rata
	33	34	35	36	37	38	39	40			
Output, Input, Harga											
A	Hasil Produksi (Kg/1 x produksi)	25	21	23	15	18	16	20	25	825.5	20.6375
B	Bahan baku (liter/1 x produksi)	125	110	120	80	100	80	100	128	4357	108.925
C	Tenaga kerja (jam/produksi)	10	9	10	8	9	9	9	10	379	9.475
M	Faktor Konversi (A/B)	0.2	0.19091	0.19167	0.1875	0.18	0.2	0.2	0.19531	7.56438	0.18911
N	Koefisien Tenaga Kerja (C/B)	0.08	0.08182	0.08333	0.1	0.09	0.1125	0.09	0.07813	3.56904	0.089226
D	Harga Gula Kelapa (Rp/Kg)	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	220000	5500
E	Upah Rerata (Rp/jam)	3,375	3,000	3,000	2,813	3,083	2,750	2,917	3,150	115239	2880.98
Penerimaan dan Keuntungan											
F	Harga Nira (Rp/liter/1xproduksi)	300	300	300	300	300	300	300	300	12000	300
G	Input Lain (Rp/liter/1xproduksi)	184	187	192	219	202	219	177	180	7953.02	198.8255
K	Nilai Produksi (Rp/1x produksi) (M x D)	1100	1050	1054.17	1031.25	990	1100	1100	1074.22	41604.1	1040.103
I	Nilai Tambah (Rp/1x produksi) K-F-G)	616	563	562	512	488	581	623	594	21651.1	541.2773
H	Rasio Nilai Tambah (%) (I / K) x 100	56.0	53.6	53.3	49.7	49.3	52.8	56.6	55.3	2076.17	51.90436
P	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/1xprod) (N x E)	270	245.455	250	281.25	277.5	309.375	262.5	246.094	10198.9	254.9715
L	Bagian Tenaga Kerja (%) (P / I) x 100	43.9	43.6	44.5	54.9	56.9	53.3	42.1	41.4	1908.17	47.70419
R	Keuntungan (Rp/liter/1xprod) (I-P)	346	318	312	231	211	271	360	348	11452.2	286.3058
Q	Tingkat Keuntungan (%) (R / I) x 100	56.1	56.4	55.5	45.1	43.1	46.7	57.9	58.6	2091.83	52.29581

Lampiran 5. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal yang perlu dievaluasi	Faktor eksternal yang perlu dimonitor
Faktor kunci	Faktor kunci
<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor finansial <ul style="list-style-type: none"> • Biaya produksi • Administrasi telah tercatat • Kepemilikan modal usaha • Harga jual tinggi / murah 2. Faktor produksi <ul style="list-style-type: none"> • Kuantitas (produksi per hari) • Kualitas produk (tahan lama, label/ merk, kemasan, rasa) • Kemudahan mendapat bahan baku dan bahan penolong • Peralatan produksi (teknologi) • Pengembangan desain produk secara kontinyu 3. Faktor pemasaran /distribusi <ul style="list-style-type: none"> • Belum meluasnya pemasaran • Sarana / prasarana transportasi • Lokasi pemasaran 4. Faktor personel (SDM) <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembagian kerja sesuai ketrampilan dan keahlian • Kemampuan manajerial pemilik perusahaan • Tenaga kerja terampil • Pengalaman usaha • Jumlah tenaga kerja (efektif/ tidak) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor Ekonomi <ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan masyarakat • Ketersediaan kredit • Fluktuasi harga produk • Harga produk pesaing • Upah tenaga kerja 2. Faktor politik dan pemerintahan <ul style="list-style-type: none"> • Perhatian pemerintah daerah (PEMDA) terhadap perkembangan usaha • Tarif pajak 3. Faktor pasar dan persaingan <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing produk sejenis / produk lain • Permintaan pasar • Pangsa pasar luas / sempit • Posisi produk terhadap produk pesaing • Persaingan antar perusahaan • Adanya produk substitusi • Kekuatan dan kelemahan pesaing • Ketersediaan tenaga kerja 4. Faktor pemasok / teknologi <ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan teknologi sebagai sarana promosi • Kontinuitas dan kualitas bahan baku 5. Faktor sosial <ul style="list-style-type: none"> • Selera konsumen • Permintaan terhadap produk Daya beli konsumen • Ketersediaan TK (jumlah) • Perilaku terhadap kualitas • Perilaku terhadap layanan 6. Faktor geografi <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi produksi / pemasaran yang mudah dijangkau

Lampiran 7. Matrik Urgensi Lingkungan Eksternal

no	Faktor Internal	Faktor yang lebih urgen											Σ	Bobot (%)	
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k			l
I	Peluang (O)														
a	Permintaan pasar besar		a	a	a	a	a	g	h	i	j	k	a	6	9.4
b	Perluasan pasar	a		b	b	b	f	g	h	i	j	b	l	4	6.3
c	Dukungan pemerintah daerah	a	b		d	e	c	g	h	c	c	k	l	4	6.3
d	Inovasi produk	a	b	d		d	f	g	h	i	j	d	d	3	4.7
e	Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau	a	b	c	d		f	g	h	e	e	k	l	2	3.1
f	Ketersediaan TK yang banyak dan murah	a	f	c	f	f		g	h	i	j	k	l	3	4.7
g	Perkemb. teknologi sbg sarana promosi + produksi	g	g	g	g	g	g		h	i	j	g	l	7	10.9
h	Kontinuitas bahan baku	h	h	h	h	h	h	h		i	g	k	l	7	10.9
i	Kemudahan pinjaman kredit	i	i	c	i	e	i	i	i		j	k	l	6	9.4
2	Ancaman (T)														
j	Fluktuasi harga produk	j	j	c	j	e	j	j	g	j		j	j	8	12.5
k	Masuknya pesaing baru	k	b	k	d	k	k	g	k	k	j		l	6	9.4
l	Adanya produk substitusi	a	l	l	d	l	l	l	l	l	j	l		8	12.5
	Jumlah													64	100%

Lampiran 8. Foto Prose Produksi



1. Menyadap Nira



2. Menuang Nira Ke Panci Pengolahan



3. Memasak Nira Kelapa



4. Mengaduk Nira Agar Tidak Gosong



5. Proses Pencetakan Gula Kelapa



6. Gula Kelapa Siap Kemasan