

Strategi Pemasaran Dan Analisis Pendapatan Usaha Beras Super Tani Maju Di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan

Dwi Mutiara

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Al - Mujaddid
Jln. Panglima Sudirman No.1 Lintas Sabak Jambi. Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Provinsi Jambi. 36563.
e-mail: tiara.ummy@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : 1) mengetahui berapa besar pendapatan usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan, 2) mengetahui strategi pemasaran usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya produksi “Beras Super Tani Maju” Dalam satu kali proses adalah sebesar Rp 20.048.069/Proses dan pendapatan sebesar Rp 3.351.931/Proses. Berdasarkan analisis internal dan eksternal usaha beserta diagram Cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama dari usaha “Beras Super Tani Maju” adalah strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*) dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal dan dapat meningkatkan daya saing meliputi bermitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah, menentukan kriteria bahan baku (beras), memperbaiki kemasan beras dengan inovasi-inovasi, menetapkan harga beras kemasan dan mengembangkan jaringan pemasaran.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Beras, Kelayakan Bisnis.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan komoditas yang penting dan strategis, karena merupakan kebutuhan pokok manusia yang hakiki yang setiap saat harus dapat dipenuhi. Kebutuhan pangan perlu diupayakan ketersediaannya dalam jumlah yang cukup, mutu yang layak, aman dikonsumsi dan mudah diperoleh dengan harga yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu sasaran utama pembangunan pertanian adalah memantapkan ketahanan pangan dan pengembangan agribisnis agar akses pangan masyarakat terjamin dengan baik untuk eksistensi hidup sehat (Darmadjadi 2001).

Tersedianya pangan yang cukup dan berkesinambungan merupakan pilar utama dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Di Indonesia, sektor pertanian tanaman pangan memiliki posisi strategis dalam proses penyediaan bahan pangan utama nasional, yaitu beras (Kamal, 2011). Beras merupakan pangan pokok bagi 95% dari penduduk Indonesia, bahkan beras merupakan food habit, sehingga masyarakat beranggapan bahwa belum dikatakan makan jika belum makan nasi (Nurmala, 1998). Padi memiliki kandungan karbohidrat yang sangat tinggi, dimana fungsi karbohidrat adalah sebagai penyedia energi utama. Satu piring nasi yang diolah dari 70 gram beras memberikan protein sebesar 5,3 gram sehingga dalam sehari, dengan mengkonsumsi nasi 3 piring/hari, seseorang mendapatkan 15,9 gram atau 35% kebutuhan protein orang dewasa dan memberikan energi sebesar 256 Kalori (Tejasari, 2005). Komposisi kimia beras sebagai berikut.

Tabel 1. Komposisi Kimia Beras Putih per 100 g.

Keterangan	Nilai	%
Energi Karbohidrat	1,52 kJ (365 kkal)	-

Gula	79 g	-
Serat pangan	0,12 g	-
Lemak	0,66 g	-
Protein	7,13 g	-
Air	11,62 g	-
Thiamin (Vit. B1)	0,07 mg	(5%)
Riboflavin (Vit. B2)	0,04 mg	(3%)
Niasin (Vit. B3)	1,6 mg	(11%)
Asam Pantothenat (B5)	1,01 mg	(20%)
Vitamin B6 Folat (Vit. B9)	0,16 mg	(13%)
Kalsium	8 µg	(2%)
Besi	28 mg	(2%)
Magnesium	0,80 m	(6%)
Mangan	25 mg	(7%)
Forfor	1,08 mg	(54%)
Potasium	115 mg	(2%)
Seng	1,09 mg	(11%)

Sumber: Data Nutrisi USDA, 2009.

Ketersediaan beras menjadi penting untuk diperhatikan karena beras telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia secara umum. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat saat ini di dunia. Penduduk Indonesia diproyeksikan sekitar 261 juta orang pada tahun 2020 (Anonim, 2013).

Menurut Sultana (2012), program peningkatan produksi beras tidak akan dapat berjalan dengan efektif apabila sistem pemasaran tidak efisien. Pemasaran harus mampu berorientasi kepada kepuasan konsumen dan memberikan keuntungan kepada petani, pedagang, pengolah, dan lembaga pemasaran yang terlibat. Petani, dalam mengambil keputusan, harus memiliki informasi pasar yang baik. Keuntungan dan kerugian dari saluran dan strategi pemasaran yang berbeda, harus dipahami oleh petani.

Menurut Bassey (2013), selain peningkatan kualitas beras, pemasaran beras membutuhkan strategi untuk efisiensi biaya transportasi dan penyimpanan.

Hal ini diperlukan untuk dapat bersaing dengan beras impor. Artinya, biaya pemasaran sangat mempengaruhi daya saing beras sebagai komoditi pertanian. Proporsi pengeluaran masyarakat terhadap pembelian padi-padian bernilai sangat besar dibandingkan proporsi untuk pembelian komoditi lainnya sebagai sumber pangan. Menurut (Anonim, 2014). pengeluaran penduduk Indonesia untuk konsumsi padi-padian mencapai 6,83 persen dari total pengeluarannya pada September 2014. Hal ini berarti penduduk Indonesia masih bergantung pada beras sebagai pemenuhan pangan pokoknya.

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif (Hasyim, 2012). Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan bauran pemasaran yang melibatkan konsep 4P (*Place, Price, Place, dan Promotion*). Agar usaha “Beras Super Tani Maju” dapat memperluas pangsa pasar dan merebut pasar, maka usaha tersebut perlu mengetahui strategi bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran (Kotler dan Keller, 2009). Dengan mengkombinasikan 4P tersebut diharapkan konsumen dapat dipengaruhi untuk melakukan pembelian. Oleh karena beras kemasan belum dikenal secara luas, maka agroindustri beras kemasan yang pada umumnya berskala kecil diharapkan dapat mengkombinasikan empat komponen bauran pemasaran dengan baik.

Pada saat ini di Kabupaten Way Kanan sudah ada yang mulai mengembangkan beras kemasan. Wilayah pengembangan usaha beras kemasan di Desa Sritunggal dengan harga yang cukup tinggi yang berkisar Rp52.500/kemasan hingga Rp525.000/kemasan. Untuk penjualan beras kemasan dilakukan pada sasaran didaerah pegunungan yaitu Kecamatan Kasui dan Kecamatan Rebang Tangkas di Kabupaten Way Kanan Provinsi Lampung dengan merek dagang “Beras Super Tani Maju”.

“Beras Super Tani Maju” adalah merek yang dipakai untuk memberikan identifikasi beras yang juga motivasi untuk menjadi sukses. Kata “Beras Super Tani Maju” selain untuk merek beras juga sebagai salah satu cara atau ide untuk mencari peluang untuk usaha beras kemasan. “Beras Super Tani Maju” pada *launching* pertama dikemas dalam ukuran 5 kg dengan harga Rp42.500 perbungkusnya dan ukuran 10 kg dengan harga Rp85.000 perbungkusnya. Menjual beras dalam kemasan merupakan inovasi yang dikembangkan oleh produsen beras dengan keunggulan tersendiri dan mudah dijumpai dipasaran (Aji dan Widodo, 2010). Pada *launching* pertama produksi “Beras Super Tani Maju” dilakukan bekerjasama dengan penggilingan padi CV. Harapan Masa milik Bapak Sarmi, CV. Harapan Masa2 milik Bapak Suropto dan Petani Mitra. Keberhasilan

pengembangan usaha ini apabila masyarakat lebih memilih dan membeli “Beras Super Tani Maju” untuk dikonsumsi sehari-hari. Untuk itu perlu dilakukan upaya-upaya dari *stakeholders* “Beras Super Tani Maju” untuk meningkatkan kualitas “Beras Super Tani Maju”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, adapun permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut :

1. Berapa besar pendapatan usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.
2. Bagaimana strategi pemasaran usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui berapa besar pendapatan usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.
2. Mengetahui strategi pemasaran usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi dan manfaat bagi pihak-pihak berkepentingan bagaimana strategi pemasaran “Beras Super Tani Maju”.

II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Model Pendekatan

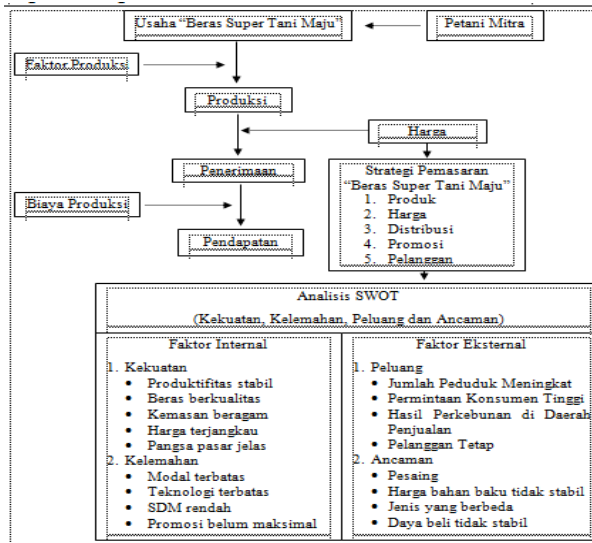
“Beras Super Tani Maju” adalah merek yang dipakai untuk memberikan identifikasi beras yang juga motivasi untuk menjadi sukses. Kata “Beras Super Tani Maju” selain untuk merek beras juga sebagai salah satu cara atau ide untuk mencari peluang untuk usaha beras kemasan. “Beras Super Tani Maju” pada *launching* pertama dikemas dalam ukuran 5 kg dengan harga Rp42.500 perbungkusnya dan ukuran 10 kg dengan harga Rp85.000 perbungkusnya. Menjual beras dalam kemasan merupakan inovasi yang dikembangkan oleh produsen beras dengan keunggulan tersendiri dan mudah dijumpai dipasaran (Aji dan Widodo, 2010).

“Beras Super Tani Maju” termasuk dalam beras medium 1 dan memiliki Harga Eceran Tertinggi (HET) sebesar Rp 9000/Kg. varietas yang digunakan seperti chiliwung dan cherang yang berasnya rasa enak (pulen), warna putih, enak dan utuh. Biasanya gabah di ambil langsung dari petani dan digiling hingga menjadi butiran beras barulah diambil untuk dijadikan produk.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat

tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2014).

Arahan konseptual dan asumsi-asumsi yang terkandung dalam uraian di atas memungkinkan tersusunnya suatu kerangka berfikir argumentatif berupa model pendekatan, bagan alir pada gambar berikut :



Keterangan :

- ▶ : Dipengaruhi
- - - - -▶ : Mempengaruhi

Gambar 1. Model Pendekatan Diagramatis Usaha "Beras Super Tani Maju"

B. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, kerangka pemikiran dan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bahwa penerimaan dari usaha "Beras Super Tani Maju" dalam satu proses produksi lebih besar dari pada biaya produksi sehingga akan diperoleh pendapatan.
2. Bahwa strategi pemasaran usaha "Beras Super Tani Maju" bermitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah, menentukan kriteria bahan baku (beras), memperbaiki kemasan beras dengan inovasi-inovasi, menetapkan harga beras kemasan dan mengembangkan jaringan pemasaran.

C. Batasan-Batasan

Batasan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden adalah seseorang yang melakukan usaha beras kemasan yaitu "Beras Super Tani Maju". dalam penelitian ini, responden beras tani maju yaitu Bapak Koslan yang beralamatkan Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

2. Usaha "Beras Super Tani Maju" yaitu usaha yang dilakukan responden dari pembelian beras hingga pemasaran. Beras yang dikemas adalah beras yang sudah dilakukan pembersihan dengan cara pengipasan, tujuannya untuk mencari beras yang bagus yaitu yang tidak ada bekatul atau sisa penggilingan, kutu, beras yang pecah, batu dan lain-lain.
3. "Beras Super Tani Maju" adalah merek yang dipakai oleh responden untuk memberikan identifikasi beras dan sedang dalam proses pengajuan legalitas merek dagang.
4. Wilayah pemasok beras meliputi pabrik-pabrik sekitar dan petani mitra, sedangkan untuk pemasaran dilakukan ke Kecamatan Kasui dan Kecamatan Rebang Tangkas dimana daerah tersebut merupakan daerah pegunungan yang penghasil kopi, karet dan lain-lain.
5. Faktor produksi adalah sarana produksi yang mempengaruhi hasil usaha "Beras Super Tani Maju" seperti penyediaan beras, tenaga kerja, modal, dan lain-lain.
6. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang habis digunakan selama proses produksi (Rp/Proses Produksi).
7. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak mempengaruhi hasil produksi atau nilai biaya yang digunakan tidak habis dalam satu kali proses produksi (Rp/Proses Produksi).
8. Biaya variabel adalah biaya yang besarnya mempengaruhi hasil produksi atau nilai biaya yang digunakan dapat habis dalam satu kali proses produksi (Rp/Proses)
9. Produksi adalah hasil "Beras Super Tani Maju" dari usaha pengemasan beras (Kemasan).
10. Harga jual adalah harga jual "Beras Super Tani Maju" yang berlaku pada saat penelitian (Rp/Kemasan).
11. Penerimaan adalah hasil yang diperoleh dari penjualan berupa pengemasan beras (Rp/Proses)
12. Pendapatan adalah nilai bersih yang diterima dari hasil penjualan dikurangi biaya produksi (Rp/Proses).
13. Strategi adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh responden terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi pengembangan agribisnis produksi pemasaran "Beras Super Tani Maju".
14. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan mendistribusikan produksi "Beras Super Tani Maju" dari produsen ke konsumen.
15. Lingkungan internal adalah faktor-faktor dari dalam sistem agribisnis usaha "Beras Super Tani Maju" yang dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sistem agribisnis usaha "Beras Super Tani Maju".
16. Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor dari luar sistem agribisnis usaha "Beras Super Tani Maju" yang dapat mengidentifikasi peluang dan

ancaman dari sistem agribisnis usaha “Beras Super Tani Maju”.

17. Analisis SWOT adalah analisis yang mengkombinasikan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi dalam pengembangan agribisnis pemasaran “Beras Super Tani Maju”.
18. Matrik SWOT adalah matrik yang akan digunakan untuk menyusun berbagai alternatif strategi pengembangan agribisnis produksi pada pemasaran “Beras Super Tani Maju” melalui strategi SO, WO, ST, dan WT.
19. Kekuatan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam agribisnis dan merupakan keunggulan sistem agribisnis usaha “Beras Super Tani Maju”, seperti kontinuitas produksi, kualitas beras, usaha Beras Super Tani Maju yang mudah dalam bahan baku dan distribusi, pangsa pasar jelas.
20. Kelemahan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam agribisnis dan merupakan keterbatasan/kekurangan sistem agribisnis usaha Beras Super Tani Maju, seperti keterbatasan modal, teknologi terbatas, kondisi perekonomian.
21. Peluang adalah faktor-faktor yang berasal dari luar sistem agribisnis yang bersifat menguntungkan sistem agribisnis “Beras Super Tani Maju”, seperti meningkatnya jumlah permintaan, daerah pegunungan dengan hasil pertanian yang berbeda, dan bentuk kemasan yang beragam.
22. Ancaman adalah faktor-faktor yang berasal dari luar sistem agribisnis yang bersifat mengganggu sistem agribisnis “Beras Super Tani Maju”, seperti Pesaing, Kenaikan harga beli beras (bahan baku), dan Peningkatan pemasaran dengan beras jenis lain.
23. Pangsa pasar adalah suatu tempat untuk memasarkan produk dari permintaan suatu barang oleh konsumen.

III. PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* atau sengaja, dengan pertimbangan bahwa di desa tersebut terdapat pelaku usahatani yang mengusahakan pemasaran beras kemasan yaitu “Beras Super Tani Maju”. Penelitian ini telah dilaksanakan pada Bulan Februari 2020 sampai dengan selesai.

B. Metode Penelitian dan Penarikan Contoh

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*) terhadap usaha “Beras Super Tani Maju”. Menurut Sangadji dan Sopiah (2010), study kasus merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti serta interaksi dengan lingkungan. Sampel dalam penelitian ini yaitu usaha “Beras Super Tani

Maju” yang berada di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

Sedangkan metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014) metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel pada penelitian ini diambil dengan satu sampel dari satu populasi karena di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga hanya ada satu yang mengembangkan usaha beras kemasan yaitu pada “Beras Super Tani Maju”.

C. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung terhadap responden “Beras Super Tani Maju” dilokasi penelitian dengan menggunakan kuisioner (daftar pertanyaan), sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari lembaga-lembaga yang ada hubungannya dengan penelitian.

D. Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari lapangan diolah secara tabulasi lalu dianalisis secara deskriptif yaitu metode penelitian dengan menggunakan angka-angka yang kemudian diolah, dianalisis dan ditarik kesimpulan.

Untuk menjawab tujuan penelitian pertama yaitu untuk mengetahui berapa besar pendapatan dari usaha “Beras Super Tani Maju” yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

- 1). Untuk mengetahui biaya produksi pada usaha “Beras Super Tani Maju” dapat menggunakan rumus Suratiyah (2015) sebagai berikut:

$$TC = FC + VC \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

TC = *Total Cost*/Total Biaya Produksi (Rp)

FC = *Fixed Cost*/Biaya Tetap (Rp)

VC = *Variable Cost*/Biaya Variabel (Rp)

- 2). Untuk mengetahui penerimaan dari usaha “Beras Super Tani Maju” digunakan rumus Suratiyah (2015) sebagai berikut:

$$TR = P \times Y \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue*/Penerimaan (Rp)

P = *Price*/Harga (Rp/Kg)

Y = *Yeild*/Jumlah produksi (Kg)

- 3). Untuk mengetahui pendapatan usaha “Beras Super Tani Maju” dapat menggunakan rumus Suratiyah (2015) sebagai berikut:

$$I = TR - TC \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

I = *Income*/Pendapatan (Rp)

TR = *Total Revenue*/Penerimaan (Rp)

TC = *Total Cost*/Biaya Produksi (Rp)

Untuk menjawab tujuan penelitian kedua yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran usaha “Beras Super Tani Maju” yaitu dengan menggunakan

wawancara yang dibantu dengan lembar kuisioner untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

1). Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam sistem agribisnis pemasaran “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

2). Matrik SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor strategi sistem agribisnis “Beras Super Tani Maju” baik secara internal (kekuatan, kelemahan) maupun eksternal (peluang, ancaman) dalam kondisi saat ini kemudian berusaha membandingkan antara faktor internal (kekuatan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang ancaman). Lingkungan internal yang dianalisis meliputi produktifitas stabil, beras berkualitas, kemasan beragam, harga terjangkau, pangsa pasar jelas, modal terbatas, teknologi terbatas, SDM rendah dan promosi belum maksimal. Sedangkan lingkungan eksternal yang dianalisis meliputi jumlah penduduk meningkat, permintaan konsumen tinggi, hasil perkebunan di daerah penjual, pelanggan tetap, pesaing, harga bahan baku tidak stabil, jenis beras berbeda dan daya beli tidak stabil. Untuk merumuskan pembuatan matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

- Menentukan bobot, rating dan skor. Bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau urgensi penanganan dan dapat diketahui dengan cara membagi ranting dengan jumlah signifikan, selanjutnya menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan sehingga diperoleh total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%.
- Menentukan rating, rating adalah analisis terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun kedepan). Nilai rating diberi nilai 1 sampai 4, jika kekuatan dan peluang semakin tinggi nilainya artinya kinerja indikator tersebut semakin baik dan jika kelemahan dan ancaman semakin kecil nilainya artinya kinerja indikator tersebut semakin buruk.
- Nilai skor diperoleh berdasarkan nilai bobot dikali dengan nilai rating. Total nilai skor untuk faktor internal menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1 maka semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya sedangkan semakin nilainya mendekati 4 maka semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya begitupun faktor eksternal.

Untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan pemasaran “Beras Super Tani Maju” digunakan analisis Matrik SWOT. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi suatu usaha sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif

strategi, yaitu stratego S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T. Terdapat 8 tahapan dalam membentuk matrik SWOT:

- Menentukan faktor-faktor peluang eksternal pemasaran “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.
- Menentukan faktor-faktor ancaman eksternal pemasaran “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.
- Menentukan faktor-faktor kekuatan internal pemasaran “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.
- Menentukan faktor-faktor kelemahan internal pemasaran “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.
- Menyesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O.
- Menyesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O.
- Menyesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T.
- Menyesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T.

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

	IFAS	STRENGTHS (S) Faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor kelemahan internal
EFAS	OPPORTUNIES (O) Faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	TREATHS (T) Faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2008.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Usaha “Beras Super Tani Maju”

Analisa usaha digunakan sebagai tolak ukur suatu usaha apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak. Biaya dalam kegiatan usaha yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dengan tujuan untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi bagi usaha yang dilakukan, dengan mengeluarkan biaya maka pelaku usaha mengharapkan pendapatan setinggi-tingginya melalui peningkatan produksi. Dalam kegiatan usaha terdiri dari biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya variabel (*Variable Cost*).

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya dan harus dikeluarkan walaupun produk yang dihasilkan banyak atau sedikit dan tidak habis dalam satu kali proses produksi. Biaya variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang sifatnya berubah-ubah tergantung dari besar kecilnya produksi yang

dihasilkan dan habis dalam satu kali proses produksi. Dalam hasil penelitian yang dikelompokkan ke dalam biaya tetap diantaranya adalah biaya sewa tempat dan biaya penyusutan alat. Sedangkan untuk biaya variabel terdiri dari biaya pembelian sarana produksi dan biaya tenaga kerja.

Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung dalam satu kali proses produksi dilakukan satu hari selesai rata-rata 30 kali proses produksi beras kemasan dalam satu bulan. Berikut ini merupakan komponen biaya yang dikeluarkan dalam usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung.

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap yang digunakan oleh pelaku usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung diantaranya meliputi biaya sewa tempat dan biaya penyusutan peralatan. Berikut rumus biaya tetap :

$$FC = \text{Biaya Sewa Tempat} + \text{Biaya Penyusutan Alat}$$

$$= \text{Rp } 5.556 + \text{Rp } 26.951 = \text{Rp } 32.507/\text{Proses}$$

Besarnya biaya tetap usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung yang terdiri dari biaya sewa tempat dan biaya penyusutan peralatan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 32.507/Proses dan sebesar Rp 975.206/Bulan. Adapun besarnya biaya tetap usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Biaya Tetap Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung.

No	Uraian	(Rp/Proses)
1.	Sewa Tempat	5.556
2.	Penyusutan Alat	26.951
	a. Jarum	6
	b. Ember	67
	c. Timbangan	54
	d. Mesin Jahit	387
	e. Kipas Angin	136
	f. Ganset	998
	g. Lumbung	617
	h. Sapu	29
	i. Terpal	21
	j. Bak	54
	k. Pick Up	24.583
Total Biaya Tetap		32.507

Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

Usaha “Beras Super Tani Maju” dilaksanakan satu kali proses produksi satu hari selesai rata-rata 30

kali proses produksi beras kemasan dalam satu bulan. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3 di atas diketahui bahwa besarnya biaya sewa tempat usaha “Beras Super Tani Maju” dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 5.556/Proses dan sebesar Rp 166.667/Bulan. Adapun biaya penyusutan peralatan usaha “Beras Super Tani Maju” dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 26.951/Proses dan sebesar Rp 808.539/Bulan. Adapun besarnya biaya tetap usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung yang terdiri dari biaya sewa tempat dan biaya penyusutan peralatan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 32.507/Proses dan sebesar Rp 975.206/Bulan.

2. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel yang digunakan dalam usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung terdiri atas biaya sarana produksi dan tenaga kerja sebagai berikut:

$$VC = \text{Biaya Sarana Produksi} + \text{Biaya Tenaga Kerja} = \text{Rp } 19.565.563 + \text{Rp } 450.000 = \text{Rp } 20.015.563$$

Biaya sarana produksi usaha “Beras Super Tani Maju” digunakan untuk pembelian beras, solar, makan, benang nilon, plastik kemasan 5 kg, karung kemasan 10 kg, karung kemasan 25 kg, karung kemasan 50 kg, dan bensin. Biaya tenaga kerja dalam usaha “Beras Super Tani Maju” digunakan untuk proses pengangkutan bahan baku, pembersihan, penimbangan, pengemasan, dan penyusunan di mobil selain itu pemasaran meliputi sopir dan kuli. Adapun besarnya biaya variabel usaha “Beras Super Tani Maju” yang terdiri dari biaya sarana produksi dan biaya tenaga kerja dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Biaya Variabel Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung.

No	Uraian	(Rp/Proses)
1	2	3
1.	Sarana Produksi	19.565.563
	a. Beras	18.985.738
	b. Solar	153.000
	c. Makan	70.000
	d. Benang Nilon	10.000
	e. Plastik Kemasan 5 kg	57.500
	b. Karung Kemasan 10 kg	248.000
	c. Karung Kemasan 25 kg	15.725
	d. Karung Kemasan 50 kg	8.600
	e. Bensin	17.000
2	Tenaga Kerja	450.000
	a. Pengangkutan Bahan Baku, pembersihan, Penimbangan, Pengemasan dan Penyusunan di Mobil	250.000
	b. Pemasaran:	

- Supir	100.000
- Kuli	100.000
Total Biaya Variabel	20.015.563

Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

Berdasarkan hasil pada tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa besarnya biaya sarana produksi usaha “Beras Super Tani Maju” dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 19.565.563/Proses dan sebesar Rp 586.966.875/Bulan. Besarnya biaya tenaga kerja dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 450.000/Proses dan sebesar Rp 13.500.000/Bulan.

Adapun besarnya biaya variabel usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung yang terdiri dari biaya sarana produksi dan biaya tenaga kerja dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 20.015.563/Proses dan sebesar Rp 600.466.875/Bulan.

3. Biaya Total (*Total Cost*)

Biaya total dalam usaha “Beras Super Tani Maju” terdiri dari biaya tetap ditambah dengan biaya variabel sebagai berikut :

$$TC = FC + VC = \text{Rp } 32.507 + \text{Rp } 20.015.563 = \text{Rp } 20.048.069.$$

Diperoleh total biaya produksi usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung yang terdiri dari biaya tetap ditambah dengan biaya variabel dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 20.048.069/Proses.

Besarnya biaya total usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Total Biaya Produksi Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung.

No	Uraian	(Rp/Proses)	(Rp/Bulan)
1	Biaya Tetap	32.507	975.206
	a. Sewa Tempat	5.556	166.667
	b. Penyusutan Alat	26.951	808.539
2	Biaya Variabel	20.015.563	600.466.875
	a. Sarana Produksi	19.565.563	586.966.875
	b. Tenaga Kerja	450.000	13.500.000
	Total Biaya Produksi	20.048.069	601.442.081

Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

Berdasarkan hasil pada tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa biaya tetap usaha “Beras Super Tani Maju” yang terdiri dari biaya sewa tempat dan biaya penyusutan peralatan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 32.507/Proses dan sebesar Rp 975.206/Bulan sedangkan biaya variabel yang terdiri dari biaya sarana produksi dan biaya tenaga kerja dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp

20.015.563/Proses dan sebesar Rp 600.466.875/Bulan. Sehingga akan diperoleh total biaya produksi usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung yang terdiri dari biaya tetap ditambah dengan biaya variabel dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 20.048.069/Proses atau sebesar 601.442.081/Bulan.

4. Produksi, Harga, Penerimaan dan Pendapatan

Hasil akhir atau produksi dalam usaha “Beras Super Tani Maju” adalah berupa beras yang telah dikemas dalam berbagai bentuk kemasan yang beragam yaitu kemasan 5 kg, kemasan 10 kg, kemasan 25 kg dan kemasan 50 kg. Besarnya penerimaan dan pendapatan usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung dapat dilihat pada rumus matematis sebagai berikut :

$$TR = P \times Y$$

Penerimaan produksi beras dalam kemasan (kemasan/proses) adalah sebagai berikut :

- Penerimaan kemasan 5 Kg = $58 \times \text{Rp } 52.000 = \text{Rp } 2.990.000$
- Penerimaan kemasan 10 Kg = $155 \times \text{Rp } 104.000 = \text{Rp } 16.120.000$
- Penerimaan kemasan 25 Kg = $9 \times \text{Rp } 260.000 = \text{Rp } 2.210.000$
- Penerimaan kemasan 50 Kg = $4 \times \text{Rp } 520.000 = \text{Rp } 2.080.000$

Sehingga akan diperoleh rata-rata penerimaan adalah $\text{Rp } 2.990.000 + \text{Rp } 16.120.000 + \text{Rp } 2.210.000 + \text{Rp } 2.080.000 = \text{Rp } 23.400.000$

Produksi adalah jumlah beras kemasan yang dihasilkan selama satu kali proses produksi dan diukur dalam satuan kilogram. Rata-rata produksi “Beras Super Tani Maju” yang dihasilkan 225 kemasan dalam berbagai bentuk kemasan dan dilakukan satu kali proses membutuhkan beras rata-rata 2.250/Kg dengan kemasan “Beras Super Tani Maju” yang beragam dilihat dari kemasan/Kg yaitu kemasan 5 kg, kemasan 10 kg, kemasan 25 kg dan kemasan 50 kg.

Penerimaan merupakan perkalian antara produksi “Beras Super Tani Maju” yang dihasilkan dengan harga jual “Beras Super Tani Maju”. Produksi “Beras Super Tani Maju” rata-rata adalah sebanyak 225 kemasan per proses dalam berbagai bentuk kemasan dan dilakukan satu kali proses membutuhkan beras rata-rata 2.250/Kg dengan rata-rata harga jual “Beras Super Tani Maju” yang beragam dilihat dari kemasan/Kg yaitu kemasan 5 kg rata-rata harga jual sebesar Rp 52.000 per kemasan, kemasan 10 kg rata-rata harga jual sebesar Rp 104.000 per kemasan, kemasan 25 kg rata-rata harga jual sebesar Rp 260.000 per kemasan dan kemasan 50 kg rata-rata harga penjualan sebesar Rp 520.000 per kemasan maka dihasilkan rata-rata penerimaan “Beras Super Tani Maju” adalah sebesar Rp 23.400.000/Proses. Pendapatan merupakan hasil dari rata-rata penerimaan dikurangi dengan biaya produksi sebagai berikut :

$$I = TR - TC = 23.400.000 - 20.048.069 = 3.351.931$$

Total biaya produksi “Beras Super Tani Maju” Dalam satu kali proses adalah sebesar Rp 20.048.069/Proses. Rara-rata penerimaan “Beras Super Tani Maju” adalah sebesar Rp 23.400.000/Proses sehingga diperoleh pendapatan “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung dalam satu kali proses produksi rata-rata adalah sebesar Rp 3.351.931/Proses. Produksi, harga, penerimaan dan pendapatan usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Produksi, Harga, Penerimaan dan Pendapatan Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan Lampung.

No	Uraian	Keterangan
1.	Jumlah Produksi (Kg)	2.250
2.	Harga Beras Rp/Kg	10.400
3.	Produksi Beras dalam Kemasan(Kemasan/Proses)	
	Kemasan 5 Kg 58 sak @52.000	2.990.000
	Kemasan 10 Kg 155 sak @104,000	16.120.000
	Kemasan 25 Kg 9 sak @260.000	2.210.000
	Kemasan 50 Kg 4 sak @520.000	2.080.000
4.	Rata-rata Penerimaan (Rp/Proses)	23.400.000
5.	Biaya Produksi (Rp/Proses)	20.048.069
Pendapatan (Rp/Proses)		3.351.931

Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

B. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Agribisnis

1. Pengembangan Agribisnis Beras Super Tani Maju di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan

Pengembangan agribisnis “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan merupakan salah satu upaya dalam distribusi beras untuk kebutuhan pangan pada daerah pegunungan yang kurang banyak mengembangkan produksi kebutuhan pangan yaitu beras. Hal ini dapat dijadikan sebuah peluang untuk melakukan usaha dalam pemasaran beras karena kemungkinan besar masyarakat dalam memenuhi kebutuhan beras yaitu dengan cara membeli.

Subsistem yang terkait dengan pembangunan agribisnis usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan mencakup empat subsistem yaitu:

- Subsistem usaha “Beras Super Tani Maju” memiliki peran sebagai distributor “Beras Super Tani Maju” di daerah pegunungan yaitu Kecamatan Kasui dan Kecamatan Rebang Tangkas.
- Subsistem penyedia sarana produksi/input, yaitu kegiatan ekonomi yang menghasilkan sarana produksi/input primer. Seperti penyediaan beras, bensin, solar, kemasan beras, benang nilon.

c. Subsistem pembeli “Beras Super Tani Maju”, beras ini akan dibeli oleh pedagang pengecer untuk dijual kembali dan juga langsung dijual kepada konsumen langsung yang menjadi langganan “Beras Super Tani Maju”. Perlu diketahui bahwa pendistribusian “Beras Super Tani Maju” atas permintaan atau pemesan dari pembeli sehingga produsen hanya membuat kemasan beras yang di pesan konsumen.

d. Subsistem kelembagaan pendukung, pemerintah daerah Kabupaten Way Kanan khususnya Kecamatan Buay Bahuga sebagai fasilitator dan motivator pengembangan agribisnis dengan berbagai skala usaha seperti usaha rumah tangga, koperasi, usaha kelompok, usaha kecil, menengah, atau besar yang bergerak pada ke empat subsistem tersebut. Usaha tersebut berupa penyediaan sarana dan prasarana penunjang serta pembimbingan dan pengawasan dari pemerintah daerah setempat.

2. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis faktor internal dan faktor eksternal dilakukan dengan meninjau faktor-faktor di luar dan di dalam agribisnis “Beras Super Tani Maju” yang dapat berpengaruh terhadap pengembangan agribisnis “Beras Super Tani Maju”.

Hasil analisis faktor strategi internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 7. Matriks Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS).

No	Faktor Internal Kekuatan (S)	Tingkat Signifikan	Bobot	Ranting	Skor
1	Produktifitas Stabil	4	0.14	4	0.57
2	Beras Berkualitas	4	0.14	4	0.57
3	Kemasan Beragam	4	0.14	4	0.57
4	Harga Terjangkau	4	0.14	4	0.57
5	Pangsa Pasar Jelas	4	0.14	4	0.57
Subtotal					2.76
Kelemahan (W)					
6	Modal Terbatas	2	0.10	3	0.31
7	Teknologi Terbatas	3	0.07	2	0.14
8	SDM Rendah	2	0.07	2	0.14
9	Promosi Belum Memaksimal	2	0.07	2	0.14
Subtotal					0.72
Selisih					2.03

Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa total skor faktor strategi internal adalah sebesar 1.86 yang termasuk ke dalam kategori cukup kuat. Kekuatan utama yang dimiliki oleh “Beras Super Tani Maju” adalah produktifitas satabil, beras berkualitas, kemasan beragam, harga terjangkau dan pangsa pasar jelas dengan skor masing- masing adalah 0.57, 0.57, 0.57, 0.57 dan 0,57. Semua parameter tersebut memiliki

pengaruh besar terhadap kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Berbeda halnya dengan kekuatan, kelemahan utama “Beras Super Tani Maju” adalah karena modal terbatas adapun skor indikator tersebut adalah 0,31. Parameter tersebutlah yang sejatinya memberikan dampak kelemahan terbesar terhadap keadaan dan pengembangan perusahaan saat ini. Hasil analisis faktor strategi eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman sebagai berikut :

Tabel 8. Matriks Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS).

No	Faktor Eksternal	Tingkat	Bobot	Ranting	Skor
Peluang (O)					
		Signifikan			
1	Jumlah Penduduk Meningkat	4	0.17	4	0.67
2	Permintaan Konsumen Tinggi	4	0.17	4	0.67
3	Hasil perkebunan di Daerah Penjualan	3	0.13	3	0.38
4	Pelanggan Tetap	4	0.17	4	0.67
Total					2.38
Ancaman (T)					
5	Pesaing	3	0.13	3	0.38
6	Harga Bahan Baku Tidak Stabil	2	0.08	2	0.17
7	Jenis Beras yang Berbeda	2	0.08	2	0.17
8	Daya Beli Tidak Stabil	2	0.08	2	0.17
Total					0.88
Selisih					1.50

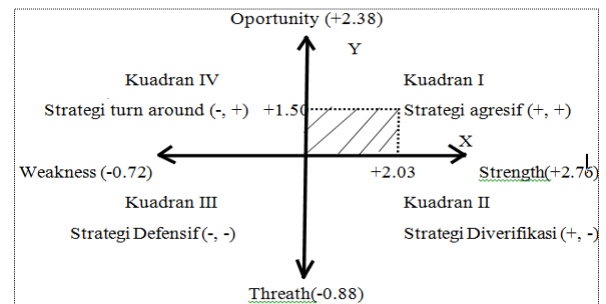
Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

Berdasarkan tabel 8 diatas diketahui bahwa total skor faktor strategi eksternal adalah sebesar 1.50 yang menunjukkan bahwa secara umum keadaan “Beras Super Tani Maju” memiliki respon yang baik terhadap peluang dan ancaman yang terjadi. Parameter yang menjadi peluang utama pengembangan “Beras Super Tani Maju” adalah jumlah penduduk meningkat dengan skor 0.67, permintaan konsumen tinggi dengan skor 0,67 dan pelanggan tetap dengan skor 0,67. Sedangkan parameter yang menjadi ancaman utamanya adalah pesaing dengan skor 0,38.

3. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (Tabel 19) dan tabel Matrik EFAS (Tabel 20) diketahui bahwa nilai IFAS kekuatan adalah 2.76 dan kelemahan sebesar 0.72 berarti Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan berada di titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Sedangkan nilai EFAS peluang adalah 2.38 dan ancaman sebesar 0.88 yang berarti bahwa Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan berada pada titik rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Selanjutnya dapat diketahui selisih total skor faktor strength dan weakness adalah (+)2.03 sedangkan selisih total skor faktor opportunity dan threat adalah (+) 1.50. Di bawah ini merupakan gambar diagram cartesius Analisis SWOT :



Gambar 2. Diagram Cartesius Analisis SWOT Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

Dari gambar diagram cartesius analisis SWOT di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal berada pada kuadran pertama, dimana strategi yang digunakan adalah strategi agresif yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi usaha “Beras Super Tani Maju”. Usaha tersebut memiliki kekuatan (produktifitas stabil, beras berkualitas, kemasan beragam, harga terjangkau, pangsa pasar jelas) dan peluang (jumlah penduduk meningkat, permintaan konsumen tinggi, komoditi pertanian yang berbeda, pelanggan tetap) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal. Dalam perumusan strategi SO yaitu strategi dengan menggunakan *strength* untuk memanfaatkan *Opportunities* yang dimiliki perusahaan yaitu: bermitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah, menentukan kriteria bahan baku (beras), memperbaiki kemasan beras dengan inovasi-inovasi, menetapkan harga beras kemasan, mengembangkan jaringan pemasaran usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan.

a) Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal digunakan untuk menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang tentunya akan berpengaruh pada pengembangan agribisnis “Beras Super Tani Maju”. Kekuatan dan kelemahan ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan. Faktor internal agribisnis “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal meliputi:

1. Kekuatan

a) Produktifitas Stabil

Produksi beras kemasan pada usaha “Beras Super Tani Maju” dapat memenuhi permintaan konsumen sebagian dari Kecamatan Kasui dan Kecamatan Rebang Tangkas, karena pelaku usaha beras kemasan dapat menjaga kontinuitas produksi “Beras Super Tani Maju” dan kontinuitas ketersediaan beras yang didukung oleh para petani yang menjalin mitra dan pabrik-pabrik sekitar. Maka dari itu tidak sedikit pembeli dari Kecamatan Kasui dan Kecamatan Rebang Tangkas yang menjadi pelanggan tetap.

b) Beras Berkualitas

“Beras Super Tani Maju” yang dihasilkan di Desa Sritunggal memiliki kualitas yang baik, karena dalam proses pemilihan bahan baku menggunakan beras yang bagus dan dilakukan proses pembersihan dari sisa penggilingan dengan cara pengipasan dan pengemasan dilakukan dengan keinginan konsumen. Biasanya pembeli memilih untuk membeli beras dengan bentuk beras ramping dan tidak terlalu memandang warna beras asalkan beras tidak berbau apek, tidak ada kutu.

Beras berkualitas yang menjamin akan rasa dan keamanan untuk dikonsumsi sehingga konsumen mau dan merasa aman untuk mengkonsumsi. Karena semakin maraknya beras palsu dan variasi beras yang beragam maka masyarakat semakin hati-hati untuk membeli beras.

c) Kemasan yang Beragam

Dalam proses pembuatan “Beras Super Tani Maju” memiliki ukuran kemasan yang berbeda-beda yaitu kemasan 5 kg, kemasan 10 kg, kemasan 25 kg dan kemasan 50 kg. Kemasan yang beragam ini biasanya dari keinginan konsumen dan inovasi dari produsen agar menarik konsumen agar ingin membeli dalam kemasan yang kecil maupun besar.

Kemasan yang beragam termasuk dalam kekuatan usaha karena tidak semua pedagang beras melakukan variasi ukuran beras kemasan. Kebanyakan pedagang beras hanya menjual dalam ukuran 50 kg dan hanya dikemas dalam karung biasa.

d) Harga Terjangkau

Harga yang ditawarkan setiap kemasan berbeda-beda sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. Perbedaan harga dalam penjualan karena adanya perbedaan isi beras yaitu mulai dari 5 kg, 10 kg, 25 kg dan 50 kg sehingga konsumen dapat memilih kemasan yang sesuai dengan pendapatan konsumen.

Harga terjangkau mulai dari kemasan 5 kg rata-rata harga jual sebesar Rp 52.000 per kemasan, kemasan 10 kg rata-rata harga jual sebesar Rp 104.000 per kemasan, kemasan 25 kg rata-rata harga jual sebesar Rp 260.000 per kemasan dan kemasan 50 kg rata-rata harga penjualan sebesar Rp 520.000 per kemasan.

e) Pangsa Pasar Jelas

Pelaku beras kemasan berada dalam posisi yang tidak teralalu lemah dalam penawaran dan persaingan terutama menyangkut penjualan produk, karena begitu banyaknya orang yang mengkonsumsi beras sebagai kebutuhan pokok. Biasanya konsumen yang sering

membeli “Beras Super Tani Maju” adalah masyarakat umum langsung dan pedagang pengecer yang banyak memesan beras untuk dijual kembali, pemesanan tidak setiap kali dilakukan oleh pedagang pengecer karena biasanya pedagang pengecer menunggu beras habis terjual baru melakukan pemesanan kembali dan dilakukan pengiriman beras. Konsumen lebih suka beras seperti varietas cihayang dan cihiliwung. Pedagang pengecer yang telah menjadi pelanggan tetap “Beras Super Tani Maju” sekarang sudah berjumlah 20 warung, baik warung yang masih kecil maupun yang sudah warung besar.

Tuntutan-tuntutan pembeli terhadap “Beras Super Tani Maju” harus diperhatikan karena akan berpengaruh terhadap kontinuitas pemasaran “Beras Super Tani Maju”. Aspek pemasaran juga berhubungan dengan bauran pemasaran, bauran pemasaran dalam usaha Beras Super Tani Maju di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan meliputi:

1. Produk

Beras Super Tani Maju yang dihasilkan di daerah penelitian yang memiliki ciri khas yaitu beras yang dipasarkan memiliki kalitas yang bagus sehingga memiliki rasa dan daya tahan yang baik. Produk yang dihasilkan dalam bentuk kemasan dalam ukuran yang dari terkecil hingga ukuran besar. Kemasan sudah diberi cap untuk menandai produk yang dihasilkan sehingga konsumen mudah untuk mengingat beras yang akan dibeli.

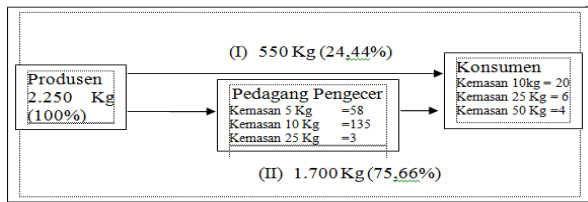
2. Harga

Untuk harga usaha “Beras Super Tani Maju” mengikuti harga pemasaran beras yang ada di daerah yang dituju. Apabila pemasaran “Beras Super Tani Maju” dengan harga yang lebih murah pelaku usaha “Beras Super Tani Maju” tidak memiliki keuntungan dan apabila menjual beras dengan harga tinggi maka pemasarannya akan sulit dilakukan. Jadi harga yang ditetapkan merupakan kesepakatan dari pedagang-pedagang beras lainnya.

Sering kali diperhatikan dalam urusan harga, karena harga akan mempengaruhi hasil akhir usaha apakah untung atau bisa rugi. Semuanya harus mengetahui informasi pasar yang akan dituju. Apabila harga jualnya tinggi maupun rendah dan masih ada sisa beras yang akan dijual maka pelaku usaha harus mempunyai solusi yang harus diambil seperti misalnya penitipan diwarung yang telah menjadi pelanggan dan sebagainya. Beras yang ditawarkan dengan harga Rp 10.400/kg dan sudah dikemas dalam bentuk kemasan yang ukuran 5 kg, 10 kg, 25 kg dan 50 kg.

3. Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang dilakukan oleh pelaku beras kemasan dalam menjual produknya lumayan luas mulai dari penyeteroran ke pedagang pengecer dan langsung ke konsumen. Berikut rantai pemasaran “Beras Super Tani Maju”



Gambar 3. Rantai Pemasaran “Beras Super Tani Maju”

Dalam satu pedagang pengecer biasanya memiliki pemesanan yang paling banyak yaitu hingga mencapai satu ton dengan kemasan yang berbeda-beda tetapi tidak semua pedagang pengecer membeli dengan jumlah besar. Penjualan beras biasanya dilakukan di daerah kecamatan kasui dan kecamatan rebang tangkas. Daerah tersebut merupakan daerah pegunungan dan penduduknya berkerja di kebun karena mayoritas kebun kopi dan karet.

4. Promosi

Dalam melakukan promosi pelaku belum banyak informasi dan belum bisa menggunakan teknologi sehingga dapat menjadi kendala untuk menjual beras, seperti pemanfaatan media sosial dan jaringan pemasaran yang lebih luas. Hal ini tidak dilakukan karena usaha tidak bisa untuk memenuhi kebutuhan diberbagai daerah apalagi pemesanan yang hanya sedikit dan daerah yang tidak searah dengan daerah penjualan beras yang akan dituju.

5. Pelanggan

Dalam mencari pelanggan pelaku “Beras Super Tani Maju” sudah memiliki pangsa pasar yang jelas sehingga pelanggan yang akan dituju sudah ada dan hanya tinggal mendistribusikan beras yang dipesan atau bisa langsung dilakukan penyetoran ke pedagang pengecer.

2. Kelemahan

a. Modal Terbatas

Kondisi keuangan dalam hal ini adalah modal usaha yaitu komponen yang cukup pokok dalam usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal ini. Sumber modal usaha “Beras Super Tani Maju” berasal dari modal sendiri dan modal yang digunakan terbatas.

Untuk mempersiapkan besarnya modal yang akan digunakan dalam usaha “Beras Super Tani Maju” terkadang mengalami kesulitan. Walaupun demikian dapat diatasi dari hasil panen padi yang bisa membantu dalam pengadaan bahan baku karena pelaku usaha memiliki sawah setengah hektar dan melakukan pinjaman ke bank.

b. Teknologi Terbatas

Perubahan dan penemuan teknologi mempunyai dampak yang signifikan terhadap banyak pelaku usaha. Kekuatan teknologi menggambarkan peluang dan ancaman utama yang harus dipertimbangkan dalam merumuskan strategi. Teknologi yang digunakan pada usaha “Beras Super Tani Maju” sudah cukup modern. Cangkupan teknologi yang dimaksud adalah pembersihan beras Pembersihan beras meliputi alat untuk membersihkan beras yaitu ember, timbangan, kipas angin dan penjaruman karung.

c. SDM Rendah

Sumber daya manusia yang dimaksud adalah pelaku usaha “Beras Super Tani Maju” dan para tenaga kerja yang masih kurangnya pengetahuan dan informasi dalam melakukan pengemasan beras dan penjualan “Beras Super Tani Maju” karena usaha masih berjalan 5 tahun dan merintis dari bawah sehingga pengalaman yang didapat masih terbatas sehingga produksi usaha “Beras Super Tani Maju” belum optimal. Rata-rata tenaga kerja lulusan SD, SMP, dan SMK.

d. Promosi Belum Maksimal

Kurangnya penggunaan teknologi yang semakin canggih dapat berpengaruh dalam penjualan “Beras Super Tani Maju”. Hal ini terjadi karena sarana untuk mempromosikan kurang luas sehingga tidak dapat meningkatkan penjualan “Beras Super Tani Maju” dan tidak bisa memanfaatkan media sosial untuk sarana promosi dan jualan secara online.

Padahal dengan adanya media sosial bisa dimanfaatkan untuk promosi secara tidak langsung ke para konsumen. Waktu yang digunakan juga tidak lama sehingga tidak terbuang sia-sia. Akses internet yang banyak memberikan informasi dan inovasi-inovasi baru harusnya harus digunakan semaksimal mungkin agar dapat bermanfaat dan penjualan dapat meningkat. Tetapi pelaku belum bisa menggunakan penjualan dan promosi secara online karena pengetahuan yang masih rendah.

b) Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal digunakan untuk mendapatkan faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan agribisnis “Beras Super Tani Maju” sehingga memudahkan untuk menentukan strategi-strategi dalam meraih peluang dan menghindari ancaman. Faktor eksternal usaha “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan meliputi:

1. Peluang

a. Jumlah Penduduk Meningkat

Peningkatan jumlah penduduk haruslah diimbangi dengan persediaan pangan yang cukup. Sehingga masyarakat tidak harus khawatir akan krisis pangan. Dengan demikian semakin baik peluang yang didapatkan untuk melakukan usaha pendistribusi pangan yaitu beras yang sebagai makanan pokok untuk kebutuhan sehari-hari.

Tingkat populasi masyarakat yang cukup besar adalah pasar, dimana semua orang yang bersaing harus pandai untuk memasarkan produknya untuk kebutuhan akan pangan yang harus tercukupi. Semakin banyak masyarakat maka peluang untuk menjual produk akan semakin terbuka lebar.

b. Permintaan Konsumen Tinggi

kebutuhan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana penjualan dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. “Beras Super Tani Maju” mempunyai hasil dengan kualitas unggul dan diakui oleh konsumen. Hal tersebut menjadikan permintaan konsumen menjadi tinggi dan juga menguntungkan bagi usaha

“Beras Super Tani Maju” untuk mendapatkan laba yang tinggi dan untuk memaksimalkan biaya penjualan.

c. Hasil Perkebunan di Daerah Penjualan

Bentuk daratan di daerah lampung yang beragam akan memperoleh hasil pertanian dan perkebunan yang berbeda. Apalagi di daerah pegunungan yang banyak lereng-lereng dan bukit-bukit yang biasanya ditanami pohon, tanaman perkebunan dan tanaman pertanian.

Salah satu hasil perkebunan antara lain kopi, lada, karet dan sedangkan hasil pertanian antara lain sayur-sayuran, cabai, dan sebagainya. Untuk tanaman padi sulit untuk ditanam karena kondisi tanah yang lereng-lereng dan susah untuk mendapatkan air selain itu padi yang ditanam pun akan habis oleh hama bukan hanya burung tetapi juga hewan-hewan liar yang akan datang seperti babi hutan, kera dan lain sebagainya. Kebutuhan yang semakin banyak dan harus terpenuhi tetapi yang utama yaitu kebutuhan pangan untuk keberlangsungan hidupnya.

d. Pelanggan Tetap

Dengan adanya pelanggan tetap ini penjualan yang dilakukan dapat dipastikan akan habis terjual dan tidak tersisa. Pelanggan tetap terjadi karena pangsa pasar sudah jelas sehingga mudah untuk mencari pelanggan. Sasaran penjualan awalnya dari pedagang pengecer seperti warung seiring berjalannya waktu masyarakat banyak yang tahu produk beras kemasan sehingga banyak masyarakat yang melakukan pembelian langsung. Biasanya pelanggan tetap akan melakukan pemesanan banyak dan dalam jumlah besar seperti pedagang pengecer yang menyediakan beras untuk dijual kembali. Sehingga “Beras Super Tani Maju” bukan hanya sekedar penjual beras tetapi juga distributor beras. Yang menjadi pelanggan tetap yaitu konsumen langsung dan pedagang pengecer yang memesan beras sebelum dilakukan penjualan atau bisa juga membeli beras tanpa pemesanan terlebih dahulu.

2. Ancaman

a. Pesaing

Persaingan utama produksi beras kemasan “Beras Super Tani Maju” adalah pedagang beras dari daerah lain yang juga melakukan penjualan beras pada daerah pegunungan antara lain dari metro, belitung, buay bahuga dan lain-lain yang menawarkan pada konsumen dengan harga lebih murah namun kualitasnya di bawah “Beras Super Tani Maju” dan dengan kemasan yang berbeda.

Dalam dunia bisnis persaingan harga merupakan hal yang wajar dilakukan. Banyak cara yang dilakukan pemilik usaha agar bisnis yang dijalani diminati oleh konsumen. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memberikan harga miring. Hal tersebut menjadikan ancaman bagi usaha “Beras Super Tani Maju” untuk tetap mempertahankan konsumen.

b. Harga Bahan Baku Tidak Stabil

Salah satu faktor pendukung dalam usaha beras kemasan “Beras Super Tani Maju” adalah penggunaan bahan baku yaitu beras. Kenaikan harga beras yang

menyebabkan pelaku usaha beras kemasan kesulitan untuk mencari bahan baku. Selain itu juga pelaku usaha kesulitan untuk menjual beras karena harga penjualan akan semakin tinggi sehingga akan dapat mengurangi jumlah konsumen yang akan membeli beras.

Pendapatan masyarakat yang menurun dan kebutuhan akan meningkat maka banyak konsumen yang membeli hanya sedikit demi sedikit sehingga akan mengakibatkan penjualan akan menurun belum lagi dengan adanya program pemerintah yang mengeluarkan bantuan dan sebagainya.

c. Jenis Beras yang Berbeda

Selain beras dengan varietas ciherang dan chiliwung, terdapat jenis beras lain yang dijual oleh pedagang lainnya antara lain beras pandan wangi, IR 64 atau beras setra ramos, rojolele, IR 42, IR 36, beras merah, dan lain-lain semuanya dilakukan untuk merebut para konsumen untuk pindah pembelian.

Begitu banyak persaingan dalam berdagang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan tetapi yang paling banyak dalam hal beras ialah beras yang bersih, putih, tidak berbau apek. Beras yang dijual oleh “Beras Super Tani Maju” yaitu hanya varietas ciherang dan chiliwung.

d. Daya Beli Tidak Stabil

Kondisi dimana saat penghasilan masyarakat akan melemah sehingga fakta yang perlu siap dihadapi setiap saat pendapatan masyarakat menurun yang tengah manimpa membuat daya beli pasar sudah pasti akan melemah dan berkurangnya omset penjualan juga akan menurun.

Hal ini harus tetap dihadapi karena mau tidak mau semua bisa saja terjadi apalagi masyarakat bergantung dari hasil kebun karet dan kopi yang bisa saja terjadi gagal panen atau penurunan harga pada hasil kebun. Biasanya yang sering kali terjadi hasil perkebunan seperti karet yang menurun tetapi harga beras yang mahal maka masyarakat akan kesulitan untuk membeli kebutuhan.

4. Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan Agribisnis “Beras Super Tani Maju”

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam mengembangkan usaha beras kemasan “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal digunakan analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan agribisnis “Beras Super Tani Maju”. Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST.

Sedangkan untuk melihat bagaimana strategi pemasarannya dapat digunakan dengan matrik SWOT, dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9. Matriks Analisis SWOT Usaha “Beras Super Tani Maju”.

IFAS EFAS	Kekuatan (S) <ul style="list-style-type: none"> • Produktifitas stabil • Beras berkualitas • Kemasan beragam • Harga terjangkau • Pangsa pasar jelas 	Kelemahan (W) <ul style="list-style-type: none"> • Modal terbatas • Teknologi terbatas • SDM rendah • Promosi belum maksimal
Peluang (O) <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah penduduk meningkat • Permintaan konsumen tinggi • Hasil perkebunan di Daerah Penjualan • Pelanggan tetap 	Strategi SO <ul style="list-style-type: none"> • Bermitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah • Menentukan kriteria bahan baku (beras) • Memperbaiki kemasan beras dengan inovasi-inovasi • Menetapkan harga beras kemasan • Mengembangkan jaringan pemasaran 	Strategi WO <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan untuk peminjaman modal • Meningkatkan penggunaan teknologi • Meningkatkan kualitas SDM dengan pelatihan • Meningkatkan promosi penjualan
Ancaman (T) <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing • Harga bahan baku tidak stabil • Jenis beras yang berbeda • Daya beli tidak stabil 	Strategi ST <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan • Mempertahankan kualitas beras • Menetapkan harga untuk menghadapi pesaing • Selera konsumen terhadap produk beras 	Strategi WT <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kegiatan promosi dan periklanan • Menekan biaya operasional yang semakin tinggi • Menambah varian produk beras • Tambahan modal dari bank

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan agribisnis “Beras Super Tani Maju” di Desa Sritunggal, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan, antara lain sebagai berikut.

a. **Strategi SO**

Strategi yang dihasilkan dengan menggunakan kekuatan untuk meraih peluang yaitu sebagai berikut :

1. Bermitra dengan Pabrik (RMU) Baik Dalam maupun Luar Daerah.

Cara ini bertujuan untuk memperluas daerah cakupan pengambilan bahan baku yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan jumlah penjualan per periodenya. Memperbaiki kualitas dan jaringan distribusi yang selama ini belum berjalan secara maksimal. Dengan demikian produk akan selalu mempunyai pangsa pasar dan jalur distribusi yang senantiasa akan menjamin adanya konsumen, sehingga usaha akan berkembang dan eksistensi usaha beras kemasan akan tetap terjaga. Memperluas area pemasaran melalui kerja sama dengan pedagang besar dan pedagang kecil khususnya yang berada di lingkungan usaha.

2. Menentukan Kriteria Bahan Baku (Beras)

Strategi ini bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan melakukan pemilihan bahan baku yang berkualitas. Penentuan kriteria bahan baku ini harus sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga nantinya tidak mengecewakan. Seperti beras putih, tidak berbau apek, tidak banyak kotoran dan sebagainya.

3. Memperbaiki Kemasan Beras dengan Inovasi-inovasi

Kemasan produk yang baik dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Diperlukan untuk mengubah kemasan produk agar tampilannya lebih baik sehingga lebih menarik konsumen. Karena kebanyakan konsumen yang tertarik dengan kemasannya dulu baru isinya. Kemasan yang digunakan saat ini masih menggunakan plastik dan karung beras, diharapkan adanya kemasan yang dapat menjaga beras agar tetap tahan lama dan bisa menjaga udara dari dalam (kedap udara).

4. Menetapkan Harga Beras Kemasan

Strategi ini untuk memberikan harga tetap untuk beras kemasan, sehingga pelanggan akan tahu berapa harga disetiap kemasan. Saat ini harga yang dikeluarkan masih tidak menentu karena harga beli bahan baku dan harga jual yang tidak menentu. Harga jual yang diberikan masih berpatokan dengan daerah yang dituju sehingga tidak ada perbedaan untuk harga jual dengan pesaing, hanya saja ada selisih harga sedikit karena perbedaan kualitas beras.

5. Mengembangkan Jaringan Pemasaran

Cara ini bertujuan untuk memperluas daerah cakupan pemasaran yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan jumlah penjualan per periodenya. Memperbaiki kualitas dan jaringan distribusi yang selama ini belum berjalan secara maksimal. Dengan demikian produk akan selalu mempunyai pangsa pasar dan jalur distribusi yang senantiasa akan menjamin adanya konsumen, sehingga perusahaan akan berkembang dan eksistensi perusahaan akan tetap terjaga. Memperluas area pemasaran melalui kerjasama dengan pedagang besar dan pedagang kecil khususnya yang berada di lingkungan perusahaan.

b. **Strategi WO**

Alternatif strategi yang dihasilkan dengan memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan peluang yaitu sebagai berikut.

1. Melakukan Kerjasama dengan Lembaga Keuangan untuk Peminjaman Modal

Cara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperkuat posisi tawar usaha. Dengan adanya kerjasama dengan lembaga keuangan, diharapkan dapat memberikan keringanan masalah peminjaman modal usaha, Karena tidak bisa dipungkiri pemerintah dapat mendukung adanya program pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah yang diharapkan mampu memberikan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

2. Meningkatkan Penggunaan Teknologi

Strategi ini dilakukan dalam upaya mempermudah dan mempercepat proses produksi dan

pemasaran. Perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi. Saat ini usaha “Beras Super Tani Maju” masih menggunakan alat produksi sudah menggunakan kipas, mesin jahit, timbangan, dan kemasan yang menggunakan kemasan plastik dan kemasan karung beras .

3. Meningkatkan Kualitas SDM dengan Pelatihan

Strategi ini bertujuan untuk memberikan peningkatan kemampuan dan pengetahuan SDM sesuai dengan bidangnya. Pelatihan ini berupa pelatihan informal baik dalam bentuk teori maupun praktek langsung dalam usaha. Bentuk pelatihan bisa beranekaragam sesuai dengan kebutuhan usaha beras kemasan dan target skill yang harus dimiliki oleh tiap-tiap karyawan. Contohnya diskusi dengan antar pedagang beras.

4. Meningkatkan Promosi Penjualan

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang diharapkan mampu memberikan peningkatan pendistribusian produk dan memperluas daerah pemasaran. Promosi dapat dilakukan dengan memperkenalkan produk pada masyarakat secara langsung. Pemesanan saat ini yang berlangsung melalui telepon dan whatsapp.

c. Strategi ST

Strategi yang dihasilkan dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman yaitu sebagai berikut.

1. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan

Strategi meningkatkan kualitas layanan kepada para pelanggan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan melakukan pendekatan kekeluargaan sehingga mampu memberikan rasa nyaman kepada setiap pelanggan yang datang langsung dan membeli “Beras Super Tani Maju”.

2. Mempertahankan Kualitas Beras

Dengan mempertahankan kualitas diharapkan “Beras Super Tani Maju” dapat bersaing dengan produsen lain dan dapat mempertahankan konsumen dengan cara tidak mengecewakan konsumen untuk membeli beras. Penggunaan bahan baku harus tetap diperhatikan agar pemasaran “Beras Super Tani Maju” tetap berjalan.

3. Menetapkan Harga Untuk Menghadapi Persaingan

Strategi harga sangat berpengaruh besar terhadap tingginya angka penjualan produk. Perbandingan harga yang tidak terlalu jauh sangat berpengaruh terhadap kemungkinan konsumen memilih produk-produk usaha. Jadi pelaku usaha perlu untuk melakukan penetapan harga agar pelanggan tidak beralih ke produk yang lain dan mempertahankan kualitasnya.

4. Selera Konsumen Terhadap Produk Beras

Banyaknya masyarakat yang membutuhkan beras untuk kebutuhan pokok sehari-hari sehingga ketersediaan beras menjadi penting untuk diperhatikan. Selera konsumen terhadap beras kemasan antara lain warna, tidak banyak kotoran, kemasan beras, dan tidak berbau apek.

d. Strategi WT

Alternatif strategi yang dihasilkan dengan memperkecil kelemahan untuk menghindari ancaman yaitu sebagai berikut.

1. Melakukan Kegiatan Promosi dan Periklanan

Strategi ini bertujuan untuk semakin memperkenalkan produk kepada masyarakat luas yang nantinya diharapkan mampu memberikan peningkatan ruang gerak pendistribusian produk dan memperluas daerah pemasaran. Promosi dapat dilakukan dengan melakukan testimoni produk pada penjualan atau lainnya.

2. Menekan Biaya Operasional yang Semakin Tinggi

Strategi ini cukup penting dilakukan oleh pihak manajemen demi meminimalisir adanya pengeluaran biaya-biaya tak terduga serta mengoptimalkan penggunaan biaya. Penekanan biaya operasional penting dilakukan terutama pada pengupahan tenaga kerja. Penekanan ini dilakukan karena tingginya biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh usaha beras kemasan sehingga perlu diperhatikan.

3. Menambah Varian Produk Beras

Strategi ini untuk melakukan variasi beras kemasan supaya tidak hanya sedikit varietas beras yang digunakan. Produsen bisa menambah beras yang digunakan dengan varietas lain yang menarik konsumen untuk membeli. Sehingga konsumen dapat memilih kemasan beras yang diinginkan.

4. Tambahan Modal dari Bank

Cara ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu modal dalam melakukan usaha. Dengan adanya kerjasama dengan lembaga keuangan, diharapkan dapat memberikan keringanan masalah peminjaman modal usaha, sehingga usaha yang dilakukan akan terus berjalan tanpa ada kendala

Dari empat kemungkinan alternatif strategi yang diperoleh di atas, strategi yang paling tepat digunakan oleh usaha “Beras Super Tani Maju” adalah perumusan strategi SO yaitu strategi dengan menggunakan strength untuk memanfaatkan Opportunies yang dimiliki perusahaan yaitu:

- a. Bermitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah
- b. Menentukan kriteria bahan baku (beras).
- c. Memperbaiki kemasan beras dengan inovasi-inovasi.
- d. Menetapkan harga beras kemasan.
- e. Mengembangkan jaringan pemasaran.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Total biaya produksi “Beras Super Tani Maju” Dalam satu kali proses adalah sebesar Rp 20.048.069/Proses dan pendapatan sebesar Rp 3.351.931/Proses.
2. Berdasarkan analisis internal dan eksternal usaha beserta diagram Cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama dari usaha “Beras

Super Tani Maju” adalah strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*) dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal dan dapat meningkatkan daya saing meliputi bermitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah, menentukan kriteria bahan baku (beras), memperbaiki kemasan beras dengan inovasi-inovasi, menetapkan harga beras kemasan dan mengembangkan jaringan pemasaran.

B. Saran

Adapun saran berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan pada usaha “Beras Super Tani Maju” adalah sebagai berikut :

1. Kepada pihak usaha “Beras Super Tani Maju” agar meningkatkan kekuatan internal untuk mendapatkan peluang untuk perkembangan usaha dan diharapkan untuk memiliki legalitas usaha agar kedepannya dapat berjalan dengan lancar, tetap memperhatikan standar SNI untuk sanitasi dan kebersihan kepada tenaga kerja dengan menggunakan masker, beras tidak dilantai, memakai baju dan lain sebagainya supaya lebih ditingkatkan. Pabrik dimana tempat pengambilan bahan baku harus memenuhi syarat dari dinas ketahanan pangan dan dinas perdagangan seperti memiliki legalitas, lantai dan atap bersih, dan menggunakan karung bersih agar beras yang dipasarkan bisa masuk keswalaayan, super market, mini market dan lain-lain.
2. Untuk meningkatkan pengembangan usaha “Beras Super Tani Maju” agar memperluas mitra dengan pabrik (RMU) baik dalam maupun luar daerah agar penyediaan bahan baku tetap ada, pelaku usaha harus memiliki kriteria bahan baku (beras) yang akan digunakan agar beras yang digunakan jelas karakterianya, memperbaiki kemasan beras agar menarik konsumen, menetapkan harga beras kemasan dan mengembangkan jaringan pemasaran agar semakin luas.

Jember Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. J-SEP Vol.4 No. 3 November 2010. Universitas Jember. Jember.

- Anonim. 2015. Rencana Strategis Kementerian Pertanian Republik Indonesia Tahun 2015-2019. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Anonim. 2017. Ketahanan Pangan dan Gizi. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17. Jakarta.
- Anonim. 2016. Statistik Indonesia. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Bassey NE, Ibok OW, Akapaeti AJ. 2013. Rice Market Structure, Conduct, and Performance in Nigeria: A Survey of Akwa Ibom State Rice Markets. *Asian Journal of Agricultural and Food Science*, 1(3).
- Gaspersz, V. 2012. All In One Strategy Management. Diterjemahkan oleh T.Herawati. Vinchirsto Publication. Bogor.
- Hasyim, A.I. 2012. Tataniaga Pertanian. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Kotler, P dan K.L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2000. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suratiyah, K. 2015. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Swastika, N. Yanto, T dan Hartati, A. 2013. Performansi Kualitas Atribut Beras Organik Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Organik Di Kabupaten Sragen. ISSN: 1410-0029 agrin Vol. 17, No.2. Universitas Jendral Soedirman. Purwokerto.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, J.M.M dan Widodo, A. 2010. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerk Di Kabupaten