

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI JAGUNG MARNING****(Studi Kasus CV. Kembar Dua Makassar)**Aulia Adisti Indah Sari<sup>1</sup>, Ida Rosada<sup>2</sup>, Sitti Rahbiah Busaeri<sup>2</sup><sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muslim Indonesia<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muslim Indonesia

085343673633, adistiindah@gmail.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to describe marning corn management system at CV. Kembar Dua Makassar, analyzing the cost and income of marning corn business, formulating onternal and eksternal factors that can influence marine corn agroindustry development, analyzing alternative strategies that can be applied in developing marine corn agroindustry at CV Kembar Dua Makassar. This research was conducted on CV. Kembar Dua Makassar is one of the corn industry in Makassar. This research uses SWOT analysis method. The result of this study indicate that corn agroindustry management system on CV. Kembar Dua Makassar of three stages of raw material procurement, production process, packaging process, and marketing process. Result of earnings analysis obtained value/ amount of income received CV. Kembar Dua Makassar that is equal to Rp. 205.778.776 a year with value R/C ratio equal to 1,99 so feasible to cultivate. The result of SWOT analysis found that strategy that impact on internal and external condition of company is business diversification strategy.*

*Keywords: corn marning, CV. kembar dua, development, strategy, SWOT.*

**INTISARI**

Tujuan penelitian ini adalah mendiskripsikan sistem pengelolaan jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar, menganalisis besarnya biaya dan pendapatan usaha jagung marning, merumuskan faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning, menganalisis alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar. Penelitian ini dilakukan pada CV.. Kembar Dua yang merupakan salah satu industri penghasil jagung marning yang berada di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengelolaan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar terdiri atas tiga tahapan yaitu pengadaan bahan baku, proses produksi, proses pengemasan, dan proses pemasaran. Hasil analisis pendapatan diperoleh nilai/besaran pendapatan yang diterima CV.. Kembar Dua Makassar yaitu sebesar Rp205.778.776/tahun dengan nilai R/C ratio sebesar 1,99 sehingga layak untuk diusahakan. Hasil analisis SWOT ditemukan bahwa strategi yang berdampak pada kondisi internal dan eksternal perusahaan yaitu strategi diversifikasi usaha.

Kata Kunci : CV. kembar dua, jagung marning, pengembangan, strategi, SWOT.

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian dalam wawasan agribisnis dengan peranannya dalam perekonomian nasional memberikan beberapa hal yang menunjukkan keunggulan yang dapat dipertimbangkan. Keunggulan tersebut antara lain pengembangan pada agroindustri, misalnya dengan cara pengawetan dan pengolahan produk pertanian menjadi produk olahan yang lebih tahan lama dan siap untuk dikonsumsi. Mengingat sifat produk pertanian yang tidak tahan lama dan mudah rusak (*perishable*).

Perekonomian yang tangguh harus didukung oleh sektor pertanian yang kokoh, maka harus ada kerjasama antara bidang-bidang yang berkaitan. Salah satu sektor agroindustri yang banyak yaitu yang bergerak di sektor industri pengolahan pangan atau sekarang yang lebih dikenal dengan agroindustri (Soekartawi, 2001). Agroindustri mampu meningkatkan perolehan devisa, dan mampu mendorong munculnya industri lain.

Produk agroindustri memiliki daya tarik akan bahan bakunya, proses produksinya, bentuk produknya, dan permintaanya. Jagung sebagai bahan pangan pokok mempunyai nilai gizi yang cukup baik, selain kandungan karbohidratnya mencapai 63,60 persen juga mengandung lemak dengan asam lemak tak jenuh yang cukup tinggi, protein 7,90 persen, mineral dan vitamin termasuk kandungan vitamin A yang tinggi dibanding jenis biji-biji lainnya (Ahmadi, 2009).

Industri kecil memegang peranan penting dalam pembangunan nasional. Pengembangan industri kecil dapat menciptakan kesempatan kerja dan memperkecil dorongan untuk berurbanisasi. Industri kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Tohar, 2009).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendiskripsikan sistem pengelolaan jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar, menganalisis besarnya biaya dan pendapatan usaha jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar, merumuskan faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar, menganalisis alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dipilih karena CV. Kembar Dua Makassar merupakan salah satu industri pengolah jagung menjadi produk jagung marning di Kota Makassar dengan metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dan yang menjadi

responden ialah manajer serta pekerja pada Agroindustri Jagung Marning di CV. Kembar Dua Makassar yang berjumlah 30 orang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang bersumber dari pemilik dan tenaga kerja dengan menggunakan bantuan kuisioner sedangkan data sekunder yang bersumber dari instansi yang terkait dalam penelitian ini.

Analisis data merupakan tahapan dimana data yang telah diperoleh dianalisis berdasarkan tujuan penelitian. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pada tujuan pertama dan hipotesis pertama untuk mendiskripsikan sistem pengelolaan jagung marning CV. Kembar Dua Makassar menggunakan analisis deskriptif.
2. Pada tujuan kedua hipotesis kedua untuk mengetahui biaya dan pendapatan CV. Kembar Dua Makassar menggunakan analisis pendapatan.
3. Pada tujuan ketiga hipotesis ketiga untuk merumuskan faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan pengelolaan jagung marning CV. Kembar Dua Makassar menggunakan analisis SWOT
4. Pada tujuan keempat hipotesis keempat untuk menganalisis strategi yang akan diterapkan menggunakan matriks QSP.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sistem Pengelolaan Agroindustri Jagung Marning pada CV. Kembar Dua Makassar**

#### **Proses pengadaan bahan baku**

Bahan baku CV.. Kembar Dua Makassar berasal dari beberapa supplier yang diperoleh langsung dari petani. Bahan baku yang digunakan oleh CV. Kembar Dua adalah jagung pulut serta bahan pelengkap yaitu garam, bawang merah, bawang putih penyedap rasa. Beragamnya bahan pelengkap yang dibutuhkan dalam proses pengolahan memerlukan penanganan yang berbeda menyebabkan pengadaan dan pengolahannya perlu untuk direncanakan. Dengan demikian, diperoleh suatu rencana pengadaan dan pengolahan persediaan yang efektif dan efisien. Adapula bahan baku penolong ialah minyak goreng dan bahan pendukung yaitu kemasan.

#### **Proses produksi**

Produk merupakan hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang. Variabel pertama dari pemasaran dan cukup penting dan yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah

produk, karena produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Andi, 2010).

Proses produksi jagung marning melalui beberapa tahapan-tahapan produksi yaitu pertama-tama jagung pulut direbus hingga kulit air hancur setelah itu dicuci bersih kemudian direndam setiap 4 jam air diganti sebanyak 4 kali untuk menghilangkan zat kapur menggunakan air yang mengalir. Setelah itu jagung dilakukan perebusan kembali hingga jagung matang. Setelah jagung matang segera ditiriskan untuk kemudian dilakukannya pengovenan untuk proses pengeringan dengan sisa kadar air 10% setelah garing baru dilakukan proses penggorengan.

### **Proses pemasaran**

Proses pemasaran pada prinsipnya adalah suatu proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Proses pemasaran merupakan kelanjutan dari proses produksi. Kegiatan ini bertujuan agar dana yang diinvestasikan dalam kegiatan produksi dapat diperoleh kembali dengan mendapatkan sejumlah dana dari hasil penjualan sebagai imbalan dari investasi yang telah dilakukan (Rukka, 2011).

Analisis faktor pemasaran berhubungan dengan analisis bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi analisis terhadap produk, harga, tempat, dan promosi. Proses pemasaran yang dilakukan CV. Kembar Dua Makassar adalah sebagai berikut :

#### 1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk ke dalamnya adalah barang berwujud, jasa, events, tempat, organisasi, ide ataupun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan (Rukka, 2011).

#### 2. Wilayah Pemasaran

CV. Kembar Dua Makassar memiliki ruko untuk penjualan sekaligus tempat produksinya dan adapula distributor di toko-toko pusat ole-ole makassar yang ada di jalan Sombaopu Makassar.

#### 3. Segmen Pasar

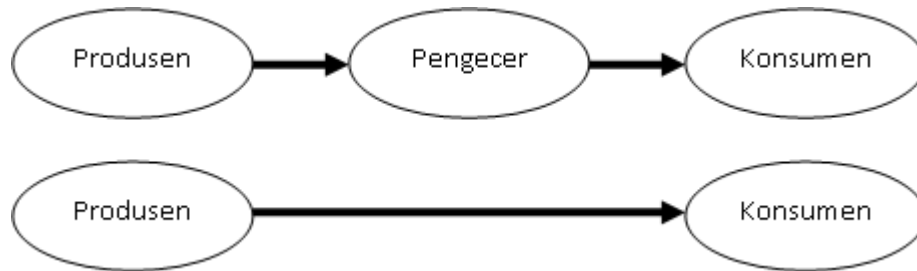
Dalam hal ini segmen pasar yang akan dituju CV. Kembar Dua Makassar dalam menjual produknya adalah masyarakat (konsumen/pelanggan) berjenis kelamin wanita, laki-laki, usia anak-anak hingga tua, dari kelas atas menengah ke bawah hingga menengah atas.

#### 4. Saluran Distribusi

Distribusi merupakan upaya agar produk yang ditawarkan berada pada tempat dan waktu yang tepat sesuai dengan biaya wajar. Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang

dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen (Rukka, 2011).

Berikut adalah jenis saluran distribusi yang digunakan CV. Kembar Dua Makassar dalam memasarkan produknya pada Gambar:



Gambar 1. Saluran Distribusi yang Digunakan pada CV. Kembar Dua Makassar

#### 5.Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

#### 6.Harga

Penetapan harga produk pada CV. Kembar Dua Makassar didasarkan pada kualitas serta jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan pembelian bahan baku. Berikut ini produk dan harga yang diproduksi CV. Kembar Dua Makassar yaitu:

Tabel 1. Ukuran harga produk CV. Kembar Dua Makassar

No.	Produk	Ukuran (Gram)	Harga (Rp)
1.	Jagung Marning	150	4000
2.	Jagung Marning	350	7500

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Pada Tabel 1 dapat dilihat CV. Kembar Dua Makassar menetapkan harga pada produk jagung marning yaitu untuk jagung marning ukuran 150 gram seharga Rp4000 sedangkan pada jagung marning ukuran 350 gram seharga Rp7.500

Pada tabel 2 uraian pendapatan CV. kembar Dua Makassar dapat diketahui dalam satu tahun mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp121.944.000 sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp205.778.776 (R/C – Ratio = 1,99).

Tabel 2. Analisis Biaya Produksi dan Pendapatan CV. Kembar Dua Makassar

<b>Pendapatan Perusahaan</b>	<b>Jumlah (unit)</b>	<b>Satuan (Rp)</b>	<b>Total (Rp)</b>	<b>Total/Tahun (Rp)</b>
<b>Penerimaan</b>				
Jagung Marning 150 gr	3.000 bks	4.000	12.000.000	144.000.000
Jagung Marning 350 gr	3.000 bks	7.500	22.500.000	270.000.000
<b>Total Penerimaan (TR)</b>			<b>34.500.000</b>	<b>414.000.000</b>
<b>Biaya Tetap</b>				
Gaji	4 orang	1.250.000	5.000.000	60.000.000
Penyusutan Alat	18	-	-	21.477.224
Pajak	1	-	-	4.800.000
<b>Total</b>			<b>5.000.000</b>	<b>86.277.224</b>
<b>Biaya Variabel</b>				
Jagung	200 gr	35.000	7.000.000	84.000.000
Biaya Bahan:				
- Garam		37.000	37.000	444.000
- Penyedap rasa	30 bks	15.000	450.000	5.400.000
- Bawang	2 kg	35.000	70.000	840.000
- Minyak Goreng	10 ltr	18.000	180.000	2.160.000
Bahan Pendukung				
- Kemasan	15	25.000	375.000	4.500.000
Listrik			350.000	4.200.000
Air			200.000	2.400.000
Bahan Bakar				
- Elpiji 50 gk	3	500.000	1.500.000	18.000.000
<b>Total</b>			<b>10.162.000</b>	<b>121.944.000</b>
<b>Total Biaya (TC)</b>				<b>208.221.224</b>
<b>Pendapatan (TR – TC)</b>			<b>17.838.000</b>	<b>205.778.776</b>
<b>R/C – Ratio</b>				<b>1,99</b>

Sumber ; Data Primer Setelah Diolah 2017

### **Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Pengembangan Agroindustri Jagung Marning pada CV. Kembar Dua Makassar**

Untuk memperoleh gambaran strategi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar, perlu menetapkan beberapa strategi yaitu dengan membandingkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman.

#### **Faktor internal**

Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar terdiri atas biaya, pendapatan, sumberdaya manusia, pemasaran dan manajemen. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

### **1.Kekuatan**

Adapun yang menjadi kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan CV. Kembar Dua Makassar dalam pengembangan usaha agroindustri jagung marning antara lain:

- a. Sumber daya manusia menjadi kekuatan pada agroindustri CV. Kembar Dua Makassar yang dimana CV. Kembar Dua memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 30 orang tenaga kerja
- b. Pendapatan menjadi kekuatan pada CV. Kembar Dua Makassar yang dimana setiap bulannya memiliki pendapatan sebesar Rp17.838.000 dan dalam setahun memiliki pendapatan sebesar Rp205.778.776 (R/C – Ratio = 1,99) yang dimana mendapatkan keuntungan
- c. Kepemimpinan pasar agroindustri jagung marning cukup baik karena cukup dikenal oleh pasar
- d. Hubungan pelanggan menjadi kekuatan oleh CV. Kembar Dua Makassar karena telah terjalinnya hubungan dengan baik.
- e. Kepemilikan usaha jagung marning karena bersifat milik sendiri

### **2.Kelemahan**

Kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan CV. Kembar Dua Makassar dalam pengembangan usaha agroindustri jagung marning meliputi:

- a. Pengeluaran biaya operasional menjadi kelemahan dikarenakan besarnya biaya yang dikeluarkan setiap pengolahan jagung marning
- b. Kemampuan manajemen menjadi kelemahan pada CV. Kembar Dua Makassar dikarenakan lemahnya pengontrolan terhadap para tenaga kerja
- c. Keterampilan pemasaran CV. Kembar Dua Makassar masih dalam skala kecil
- d. Citra produk jagung marning masih tergolong biasa dikarenakan masih sama dengan produk jagung marning lainnya dari segi rasa.

### **Faktor eksternal**

Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar terdiri atas kondisi perekonomian, bahan baku, sosial dan budaya, kebijakan pemerintah, teknologi, pesaing, pelanggan dan pemasok.

### **1.Peluang**

Peluang yang dimiliki oleh perusahaan CV. Kembar Dua Makassar dalam pengembangan usaha agroindustri jagung marning antara lain:

- a. Segmen pasar jagung marning adalah peluang pelanggan yang dapat membeli produk jagung marning.

- b. Terdapat aturan atau ketentuan yang bisa berubah berkaitan dengan aktivitas pemasaran/perdagangan yang diatur oleh kebijakan pemerintah kemudian diterapkan oleh CV. Kembar Dua Makassar
- c. Pemanfaatan teknologi cukup baik karena dalam proses produksi menggunakan teknologi-teknologi yang ada.
- d. Peningkatan hubungan pelanggan (sosial budaya) menciptakan keterkaitan yang mempunyai nilai sosial budaya dalam memperkenalkan produk jagung marning.

## **2.Ancaman**

Ancaman yang dihadapi oleh perusahaan CV. Kembar Dua Makassar dalam pengembangan usaha agroindustri jagung marning meliputi:

- a. Pertumbuhan ekonomi yang lambat mempengaruhi kebijakan aktivitas ekonomi yang mengalami trend penurunan nilai.
- b. Munculnya persaingan yang tidak sehat karena adanya aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.
- c. Munculnya berbagai penggunaan alat dan perlengkapan dengan menggunakan teknologi mesin modern.
- d. Kurangnya pemasok bahan baku diakibatkan oleh jumlah petani yang membudidayakan jagung pulut sedikit.

## **Analisis Alternatif Strategi dalam Mengembangkan Agroindustri Jagung Marning pada CV. Kembar Dua Makassar**

Berdasarkan penetapan faktor tersebut, selanjutnya dilakukan analisis alternatif strategi dengan diberi bobot yang nilai kumulatifnya dimulai dari 1,00 (penting) sampai dengan 0,00 (tidak penting), faktor-faktor tersebut memberi input maupun output terhadap pengembangan agroindustri jagung marning. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00

Pemberian nilai rating kekuatan yang paling besar diberi nilai empat, tetapi jika kekuatannya kecil terhadap pengembangan agroindustri jagung marning diberi rating satu, sedangkan pemberian nilai kelemahan sebaliknya, jika kelemahan besar diberi nilai satu, tetapi bila kelemahannya kecil diberi nilai empat. Hasil pemberian bobot dan skala rating faktor-faktor internal ditunjukkan pada tabel berikut:



Tabel 3. Bobot dan Skala Rating Faktor Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)	Komentar
A. Kekuatan ( <i>Strength</i> )				
1. Sumberdaya manusia	0,10	4	0,40	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekuatan utama:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan</li> <li>2. Hubungan Pelanggan</li> </ol> </li> <li>• Nilai rata-rata = 0,41</li> </ul>
2. Pendapatan	0,14	3	0,41	
3. Kepemimpinan pasar agro industri jagung marning	0,11	4	0,44	
4. Hubungan pelanggan	0,14	3	0,41	
5. Kepemilikan usaha jagung Marning	0,10	4	0,40	
B. Kelemahan ( <i>Weakness</i> )				
1. Pengeluaran biaya operasional	0,11	2	0,21	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelemahan utama:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengeluaran biaya operasional</li> <li>2. Kemampuan Manajemen</li> <li>3. Citra produk jagung marning</li> </ol> </li> <li>• Nilai rata-rata = 0,21</li> </ul>
2. Kemampuan manajemen	0,11	1	0,11	
3. Keterampilan pemasaran	0,10	3	0,30	
4. Citra produk jagung marning	0,11	2	0,21	
Jumlah	1,00			

Sumber: Data primer setelah diolah, 2017

Faktor strategi internal pada tabel 3 menunjukkan bahwa penentuan nilai rating berdasarkan ada hasil tabulasi responden sebagaimana terlampir. Untuk nilai komulatif rata-rata pada faktor kekuatan sebesar 0,41 lebih besar daripada nilai komulatif rata-rata faktor kelemahan yang hanya sebesar 0,21. Keadaan ini mengindikasikan bahwa faktor kekuatan untuk strategi pengembangan agroindustri jagung marning lebih besar daripada faktor kelemahan yang akan menghambat pengembangan agroindustri jagung marning tersebut.

Kelemahan utama dalam pengembangan agroindustri jagung marning yaitu: (1) pengeluaran biaya operasional; (2) kemampuan manajemen; dan (3) citra produk jagung marning. Sedangkan yang menjadi faktor kekuatan dalam pengembangan agroindustri jagung marning adalah (1) pendapatan; dan (2) hubungan pelanggan.

Faktor strategi eksternal pada tabel 4 menunjukkan bahwa penentuan nilai rating berdasarkan ada hasil tabulasi responden sebagaimana terlampir. Untuk nilai komulatif rata-rata pada faktor peluang sebesar 0,46 lebih besar daripada nilai komulatif rata-rata faktor ancaman sebesar 0,41. Keadaan ini mengindikasikan bahwa faktor peluang untuk strategi pengembangan agroindustri jagung marning lebih besar daripada faktor ancaman yang akan menghambat pengembangan agroindustri jagung marning tersebut.

Tabel 4. Bobot dan Skala Rating Faktor Eksternal

Faktor-faktor Strategi SInternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)	Komentar
<b>A. Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1. Segmen pasar jagung marning	0,10	4	0,40	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluang utama:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan kebijakan pemerintah</li> <li>2. Pemanfaatan teknologi</li> <li>3. Peningkatan hubungan pelanggan (sosial budaya)</li> </ol> </li> </ul>
2. Perubahan kebijakan Pemerintah	0,14	4	0,57	
3. Pemanfaatan teknologi	0,12	3	0,37	
4. Peningkatan hubungan pelanggan (sosial budaya)				
	0,12	4	0,48	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai rata-rata = 0,46</li> </ul>
<b>B. Ancaman (<i>Threats</i>)</b>				
1. Pertumbuhan ekonomi yang Lambat	0,11	4	0,45	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancaman utama:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan yang tidak sehat</li> <li>2. Pemasok bahan baku</li> </ol> </li> <li>• Nilai rata-rata = 0,41</li> </ul>
2. Persaingan yang tidak sehat	0,14	3	0,43	
3. Kemajuan teknologi	0,12	3	0,36	
4. Pemasok bahan baku	0,13	3	0,40	
Jumlah	1,00			

Sumber: Data primer setelah diolah, 2017

Ancaman utama dalam pengembangan agroindustri jagung marning yaitu: (1) persaingan yang tidak sehat; dan (2) pemasok bahan baku. Sedangkan yang menjadi faktor peluang dalam pengembangan agroindustri jagung marning adalah (1) perubahan kebijakan pemerintah; (2) pemanfaatan teknologi; dan (3) hubungan pelanggan (sosial budaya).

Berdasarkan matriks TWOS/SWOT, dapat disajikan beberapa strategi pengembangan usaha jagung marning sebagai berikut:

a. Strategi S-O (Strengths – Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang. Upaya-upaya yang dilakukan dalam pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam memasarkan produk jagung marning.
- 2) Memanfaatkan pendapatan untuk melakukan inovasi produk dengan teknologi pengemasan yang lebih modern.
- 3) Menjaga kepemimpinan pasar agroindustri jagung marning melalui peningkatan hubungan pelanggan.

b. Strategi W-O (Weaknesses – Opportunities)

Strategi W-O adalah strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, sehingga upaya dilakukan dalam pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar adalah:

- 1) Menerapkan keterampilan promosi yang kreatif untuk meraih segmen pasar jagung marning.
- 2) Menetapkan harga jual yang tepat untuk meningkatkan pendapatan usaha jagung marning.
- 3) Menjaga hubungan pelanggan dengan memperbaiki citra produk jagung marning yang lebih inovatif.

c. Strategi S-T (Strengths – Treaths)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, sehingga yang perlu dilakukan dalam pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar adalah:

- 1) Menerapkan diversifikasi produk memanfaatkan pendapatan untuk mengatasi pertumbuhan ekonomi yang lambat.
- 2) Menjalinkan kerjasama dengan para pemasok dan pelanggan dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat.
- 3) Melakukan inovasi produk dengan teknologi yang modern yang didukung oleh kebijakan pemerintah.

d. Strategi W-T (Weaknesses – Treaths)

Strategi W-T adalah strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, sehingga yang perlu dilakukan dalam pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar yaitu:

- 1) Meningkatkan kemampuan manajemen dalam menghadapi persaingan pemasaran produk jagung marning.
- 2) Meningkatkan keterampilan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi pengemasan produk yang lebih modern.
- 3) Memperbaiki citra produk jagung marning melalui penciptaan produk yang inovatif untuk pengembangan usaha yang lebih kreatif.

Berdasarkan hasil analisis formulasi swot dalam penerapan strategi pengembangan agroindustri jagung marning, maka dapat disajikan matriks tows untuk strategi pengembangan agroindustri jagung maring yang dapat digambarkan melalui matriks berikut ini:

<b>Internal Factor</b>	<b>Strength</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumber daya manusia</li> <li>- Pendapatan</li> <li>- Kepemimpinan pasar agroindustri jagung marning</li> <li>- Hubungan pelanggan</li> <li>- Kepemilikan usaha jagung marning</li> </ul>	<b>Weakness</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengeluaran biaya operasional</li> <li>- Kemampuan manajemen</li> <li>- Keterampilan pemasaran</li> <li>- Citra produk jagung marning</li> </ul>
<b>Eksternal Factor</b>		
<b>Opportunity</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmen pasar jagung marning</li> <li>- Perubahan kebijakan pemerintah</li> <li>- Pemanfaatan teknologi</li> <li>- Peningkatan hubungan pelanggan (sosial budaya)</li> </ul>	<b>Strategi S-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam memasarkan produk jagung marning</li> <li>- Memanfaatkan pendapatan untuk melakukan inovasi produk dengan teknologi pengemasan yang lebih modern</li> <li>- Menjaga kepemimpinan pasar agroindustri jagung marning melalui peningkatan hubungan pelanggan</li> </ul>	<b>Strategi W-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menerapkan keterampilan promosi yang kreatif untuk meraih segmen pasar jagung marning</li> <li>- Menetapkan harga jual yang tepat untuk meningkatkan pendapatan usaha jagung marning</li> <li>- Menjaga hubungan pelanggan dengan memperbaiki citra produk jagung marning yang lebih inovatif</li> </ul>
<b>Threats</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertumbuhan ekonomi yang lambat</li> <li>- Persaingan yang tidak sehat</li> <li>- Kemajuan teknologi</li> <li>- Pemasok bahan baku</li> </ul>	<b>Strategi S-T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menerapkan diversifikasi produk memanfaatkan pendapatan untuk mengatasi pertumbuhan ekonomi yang lambat</li> <li>- Menjalin kerjasama dengan para pemasok dan pelanggan dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat</li> <li>- Melakukan inovasi produk dengan teknologi yang modern yang didukung oleh kebijakan pemerintah</li> </ul>	<b>Strategi W-T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kemampuan manajemen dalam menghadapi persaingan pemasaran produk jagung marning</li> <li>- Meningkatkan keterampilan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi pengemasan produk yang lebih modern</li> <li>- Memperbaiki citra produk jagung marning melalui penciptaan produk yang inovatif untuk pengembangan usaha yang lebih kreatif</li> </ul>

Gambar 2. Matriks SWOT

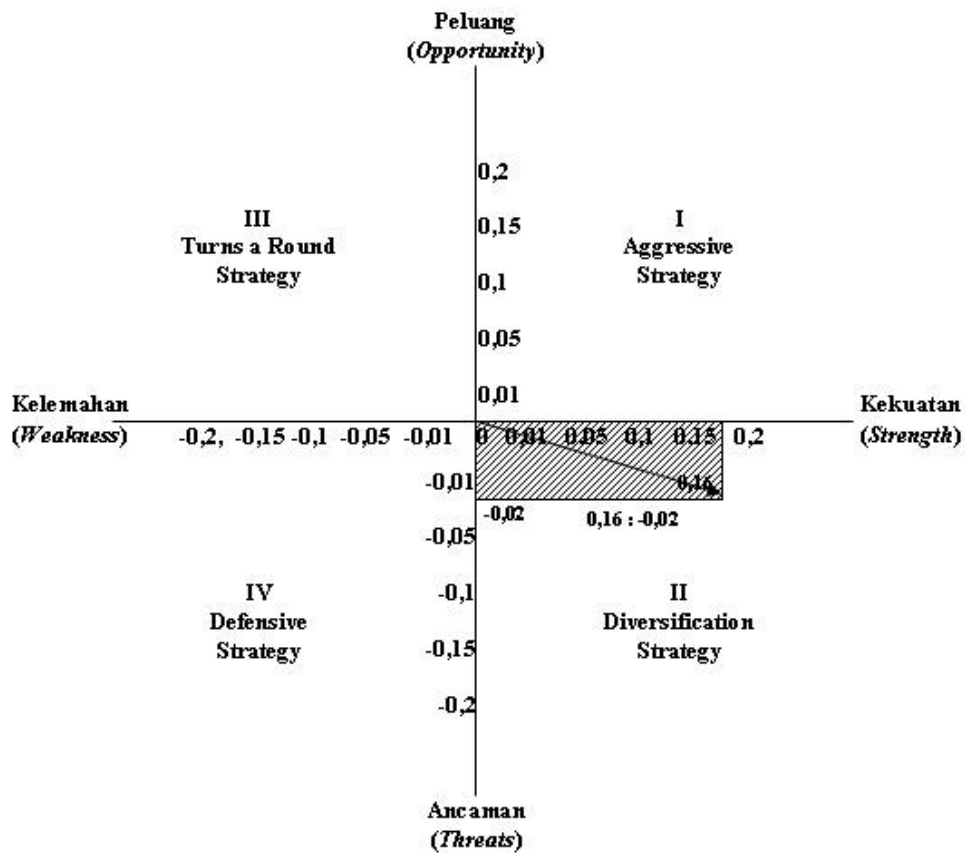
Berdasarkan uraian tersebut, menegaskan bahwa penerapan strategi SWOT menjadi suatu instrumen yang diperlukan oleh pihak perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat untuk digunakan guna mengembangkan dan memajukan usaha agroindustri yang dikelolanya. Untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai.

Berdasarkan hasil analisis perbandingan kekuatan (S) dan kelemahan (W) dan peluang (O) dengan ancaman (T) maka dapat digunakan formulasi analisis swot untuk melihat

pengaruh faktor internal dan eksternal dalam pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar. Perolehan hasil dari simbol (d) selanjutnya akan menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan dari simbol (e) akan menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.

$$\begin{aligned}
 S &= 0,58 & O &= 0,49 \\
 W &= 0,42 & T &= 0,51 \\
 S - W &= 0,58 - 0,42 & &= 0,16 \text{ (X)} \\
 O - T &= 0,49 - 0,51 & &= -0,02 \text{ (Y)}
 \end{aligned}$$

Selanjutnya matriks posisi organisasi dan pilihan strategi dalam pengembangan agroindustri jagung marning dalam pendekatan kuantitatif internal menghasilkan 0,16, berada pada posisi "+", dan pendekatan kuantitatif eksternal menghasilkan -0,02 yang berada pada posisi "-", sehingga hasil analisis pada matriks faktor internal dan eksternal, posisi perusahaan berada di strategi ST atau kuadran II atau strategi diversifikasi (+ -) yakni menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.



Gambar 3. Kuadran Strategi Pengembangan Agroindustri Jagung Marning pada CV. Kembar Dua Makassar (Sumber : Hasil penelitian setelah diolah, 2017)

Berdasarkan gambar diagram di atas diketahui bahwa posisi strategi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar berada pada kuadran II yaitu strategi diversifikasi (*diversification strategy*). Ini berarti usaha produksi jagung marning meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi atas produk dalam hal ini jagung marning.. Pada dasarnya strategi diversifikasi produk merupakan strategi yang penting untuk mengembangkan usaha, karena diversifikasi produk merupakan upaya untuk mencari dan pengembangan produk dengan inovasi yang baru untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan, profitabilitas dan fleksibilitas. CV. Kembar Dua Makassar dituntut untuk melakukan perluasan pengembangan usaha yang telah diterapkan oleh perusahaan dengan jalan penambahan segmen pasar yang baru. Tujuannya untuk memperkecil adanya resiko atau kemungkinan yang terjadi dalam perusahaan. Jika ada produk pesaing jagung marning dengan inovasi baru dihasilkan akan membuat pelanggan lebih tertarik dan mengkonsumsinya. Untuk itu penting menerapkan diversifikasi produk untuk mencapai tahap kedewasaan, menjaga stabilitas fluktuasi laba perusahaan dan meningkatkan kredibilitas usaha.

Melalui strategi diversifikasi dalam pengembangan agroindustri jagung marning, perusahaan dapat mengerahkan full capacity atau menciptakan inovasi produk jagung marning dalam berbagai rasa, sehingga tidak tergantung pada satu macam produk. Dengan strategi ini akan memaksimalkan profitnya dengan cara mengadakan ekspansi perusahaan melalui penemuan inovasi baru atas produk jagung marning dengan memasarkannya bukan pada satu wilayah saja, tetapi mengirimnya ke daerah lain untuk meningkatkan pangsa pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan harus menerapkan strategi diversifikasi dalam pengembangan agroindustri jagung marning. Strategi diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara yaitu diversifikasi konsentris, diversifikasi horizontal dan diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentris dalam hal ini produk jagung marning harus menciptakan rasa baru yang diperkenalkan melalui kegiatan promosi yang menarik dan kreatif. Diversifikasi horizontal dalam hal ini perusahaan menambah varian produk yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, namun dengan bahan baku yang sama (jagung), dan dijual kepada pelanggan yang sama. Misalnya membuat popcorn, kripik jagung dan lain-lain. Selanjutnya diversifikasi konglomerat, di mana produk yang dihasilkan merupakan produk yang baru, tidak memiliki hubungan dalam kegiatan

pemasaran jagung marning maupun teknologi yang sudah ada, dan dijual kepada pelanggan yang berbeda. Maksudnya, perusahaan CV. Kembar Dua Makassar perlu melakukan perluasan pengembangan produknya untuk mengembangkan usaha agroindustri yang telah dijalankan selama ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian di atas, maka kesimpulan dari penelitian strategi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar sebagai berikut:

1. Sistem pengelolaan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar terdiri atas tiga tahapan yang dimulai dari proses pengadaan bahan baku yang berasal dari supplier yang diperoleh langsung dari petani, selanjutnya memasuki tahapan proses produksi untuk menciptakan nilai guna atas produk dalam hal ini produksi jagung marning sampai pengemasan, kemudian memasuki tahapan proses pemasaran sebagai proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen (pelanggan).
2. Hasil analisis pendapatan dalam pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar dengan pendapatan Rp 205.778.776 (RC – Ratio = 1.99) menunjukkan bahwa usaha agroindustri ini menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini terbukti dari total penerimaan yang lebih besar daripada total biaya ( $TR > TC$ ).
3. Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar terdiri atas biaya, pendapatan, sumberdaya manusia, pemasaran dan manajemen. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar terdiri atas kondisi perekonomian, bahan baku, sosial dan budaya, kebijakan pemerintah, teknologi, pesaing, pelanggan dan pemasok. Faktor eksternal yang diamati dalam hal ini peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.
4. Strategi yang diterapkan untuk pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar berada pada kuadran II adalah strategi ST yaitu strategi diversifikasi (diversification strategy). Ini berarti usaha produksi jagung marning meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi atas produk

sebagai upaya untuk melakukan perluasan pengembangan usaha yang telah diterapkan oleh perusahaan dengan jalan penambahan segmen pasar yang baru.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka beberapa hal yang perlu dipertimbangkan berkaitan dengan strategi pengembangan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar sebagai berikut:

1. Disarankan sistem pengelolaan agroindustri jagung marning pada CV. Kembar Dua Makassar perlu untuk menambah sarana dan prasarana yang lebih inovatif serta tenaga produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi jagung marning melalui cara membuka cabang baru di lokasi yang lebih strategis untuk memasarkan produk jagung marning.
2. Mempertahankan perolehan pendapatan perusahaan dengan mengarahkan sebagian pendapatan untuk membuat produk atau melakukan inovasi produk untuk menjaga kualitas produksi jagung marning di pasaran.
3. Mempertahankan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri jagung marning dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan perusahaan, serta meraih peluang untuk menghadapi ancaman pasar. Hal ini sebagai upaya agar perusahaan agroindustri jagung marning tetap eksis dalam memasarkan produknya.
4. Menerapkan strategi diversifikasi produk melalui pemanfaatan pendapatan yang dimiliki untuk mengatasi pertumbuhan ekonomi yang lambat. Selain itu menjalin kerjasama dengan para pelanggan dalam menghadapi persaingan pasar serta melakukan inovasi produk dengan teknologi yang lebih modern untuk menghasilkan jagung marning sebagai produk unggulan yang mendapatkan dukungan dari pemerintah setempat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Ahmadi, A. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

Andi Prastowo. 2010. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: DIVA press.

Rukka, Rusli Muhammad. 2011. *Buku ajar kewirausahaan-1*. Makasar: Universitas Hasanuddin



Soekartawi. 2001. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI Press

Tohar, M. 2009. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius