

**PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA PENGOLAHAN SALAK MANONJAYA
DI KABUPATEN TASIKMALAYA ***

Hepi Hapsari, Endah Djuwendah, Tuti Karyani**

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) nilai tambah, (2) faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha, (3) strategi pengembangan usaha pengolahan salak Manonjaya. Metode penelitian adalah survei deskriptif dengan responden pengrajin dan pedagang produk olahan salak. Analisis data dengan deskriptif kualitatif. Analisis nilai tambah dengan metode Hayami (1987) dan analisis strategi usaha dengan metode SWOT (David, 2004). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah terbesar diperoleh dari pengolahan manisan salak Rp 10 443,23/Kg dan pendapatan tertinggi diperoleh dari pembuatan dodol salak Rp 326 579,16 per proses produksi. Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar dilakukan dengan peningkatan promosi, ekspansi pasar dan iklan komersial. Pengembangan produk dilakukan dengan peningkatan mutu (bentuk, rasa, kemasan) dan diversifikasi produk.

Kata Kunci : nilai tambah, strategi pengembangan usaha, salak (*Sallaca edulis Reinw*)

Abstract. *This research's objective was to analyze (1) the value added, (2) the internal and external factors as the sources of strengths, weaknesses, oppoturnities, and threats, (3) the developing strategic of the salak home industry. The research's method was survey descriptive with the craftsman and trader of the salak product as the respondents. Analysis of the data with descriptive qualitative. Analysis of the value added with the Hayami method (1987) and analysis of the business development strategic with SWOT method (David, 2004). The result of this research show the higher value added from the manisan salak product was Rp 10 443,23/Kg and the higher profitability from dodol salak product was Rp 326 579,16 per once process production. The strategy of development businesss was recomended is the market penetration and the deleveloping product. The market penetration was carried out with increase of the promotion, expansion of the market and the commercial advertising. The development product was carried out with increase of the quality (performance, taste, packaging) and diversified of the product.*

Key words : value added, business devoloping strategic, salak (Sallaca edulis Reinw)

* Dibiayai oleh Dana DIPA PNPB – UNPAD Tahun Anggaran 2008

** Staf Pengajar Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, UNPAD

PENDAHULUAN

Tasikmalaya merupakan salah satu sentra produksi salak di Jawa Barat. Salak Tasikmalaya lebih dikenal dengan nama salak manonjaya. Karena karakteristik rasanya yang manis sedikit keset, daging buah tebal, dan aromanya harum, salak manonjaya banyak disukai konsumen daerah di Jawa Barat bahkan luar negeri seperti Belanda, Amerika, dan negara di Eropa.¹

Namun perkembangan produksi salak Tasikmalaya dewasa ini kurang menggembirakan, dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Data perkembangan jumlah tanaman dan produksi salak di Kabupaten Tasikmalaya dapat dilihat Pada Tabel 1.

Menurunnya produksi salak Manonjaya disebabkan para petani enggan lagi berusahatani salak. Pada bukan saat panen raya dan jumlah salak yang dihasilkan sedikit harganya di tingkat petani berkisar Rp 800,00 sampai Rp 1.400,00/Kg, namun saat panen raya harganya mencapai Rp 400,00 sampai Rp 600,00/kg bahkan akhir-akhir ini harganya anjlok bisa mencapai Rp200,00/Kg. Setelah krisis ekonomi dimana harga-harga kebutuhan hidup terutama pangan terus melonjak, petani mulai mengeluh karena kenaikan harga kebutuhan pokok tidak diiringi dengan naiknya harga salak Manonjaya sehingga harga salak hanya mencapai delapan hingga 30 persen harga beras.²

Tabel 1. Jumlah Tanaman dan Produksi Salak di Kabupaten Tasikmalaya

Tahun	Jumlah tanaman (pohon)	Tanaman yang menghasilkan (pohon)	Produksi (Ku)
2002	18.666	177.125	1072.382
2003	322.223	170.010	992.975
2004	374.462	168.071	971.480
2005	78.166	124.071	970.580
2006	61.605	165.563	32.381

Sumber : BPS, Kabupaten Tasikmalaya (2007)

¹ Djoko Sugiyarno, 2005, Salak Manonjaya Digemari Warga Belanda, Koran Priangan

² Hernowo, 2003. Salak Manonjaya Buah di Persimpangan Jalan

Menurunnya harga jual salak manonjaya diduga disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya (1) menurunnya kualitas buah menjadi kesed dan ukurannya mengecil, padahal salak manonjaya asli buahnya besar-besar, rasanya manis dan segar, (2) menurunnya daya beli masyarakat akibat krisis ekonomi di tahun 1997 lalu, dan (3) kalah bersaing dengan salak dari daerah lain terutama salak pondoh dari Sleman Yogyakarta.

Disisi lain salak tergolong komoditas hortikultura yang umumnya bersifat buah musiman. Pada umumnya buah-buahan yang berpola respirasi klimaterik mempunyai karakter mudah rusak sehingga umur simpannya relatif pendek. Kerusakan ditandai oleh bau busuk dan daging buah menjadi lembek serta berwarna kecokelat-cokelatan. Permasalahan yang timbul saat panen raya produksinya berlimpah sehingga untuk menghindari kerugian akibat kerusakan petani terpaksa menjual dengan harga murah.

Keadaan ini semakin membebani para petani salak yang umumnya masih tergolong kelas menengah ke bawah. Untuk menghadapi masalah tersebut harus dicari upaya untuk memperpanjang masa simpan buah sekaligusmeningkatkan nilai ekonomisnya. Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah melakukan proses pengolahan dan pengawetan terhadap salak segar menjadi berbagai produk olahan antara laini dodol, wajit, manisan, asinan dan keripik salak agar dapat memberikan nilai ekonomis. Hasil pengolahan salak tersebut dapat memiliki nilai tambah ganda yaitu memperpanjang waktu simpan buah salak dan meningkatkan nilai jualnya.

Perumusan Masalah

Pengolahan salak Manonjaya menjadi manisan, dodol dan keripik memberikan nilai tambah pada komoditi tersebut. Namun belum diketahui secara pasti berapa besar nilai tambahnya, apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bagi usaha pengolahan salak, serta bagaimana strategi untuk mengembangkannya.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis nilai tambah dari usaha pengolahan salak Manonjaya.
2. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan kelemahan peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha pengolahan salak Manonjaya.
3. Menentukan alternatif strategi yang sebaiknya diterapkan untuk mengembangkan usaha pengolahan salak Manonjaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Nilai Tambah

Sistem agribisnis bertujuan untuk menambah nilai suatu komoditas melalui perlakuan yang dapat menambah kegunaan komoditas tersebut baik perubahan bentuk, tempat maupun waktu. Nilai tambah terjadi karena adanya pemberian masukan (input) fungsional melalui perlakuan yang dapat menambah kegunaan suatu komoditas, baik kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*Place utility*), kegunaan waktu (*Time utility*) dan kepemilikan (*Ownership utility*).

Menurut Hayami (1987) nilai tambah adalah selisih nilai komoditas yang mendapat perlakuan pada tahap tertentu dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Lebih jauh lagi nilai tambah (*value added*) dapat mengestimasi produktifitas, produksi dan balas jasa terhadap pemilikan faktor produksi dan tidak hanya digunakan untuk kegiatan pengolahan tetapi juga dapat digunakan di bidang lain.

Sumber-sumber dari nilai tambah adalah dari manfaat faktor seperti tenaga kerja, modal, sumberdaya alam dan manajemen. Untuk menghitung nilai tambah pengolahan daun nilam menjadi minyak nilam dapat dilihat dari komponen: (1) faktor konversi yang menunjukkan banyaknya output yang dihasilkan dari satu-satuan input, (2) faktor koefisien tenaga kerja yang menunjukkan banyaknya tenaga kerja yang terlibat untuk mengolah satu-satuan input, dan (3) nilai produk yang menunjukkan nilai output per satuan input.

Metode Hayami menerapkan analisis nilai tambah pada subsistem pengolahan. Analisis pendapatan dan nilai tambah dari pengolahan salak dengan metode Hayami dilakukan untuk mengetahui balas jasa yang diterima pelaku sistem komoditas ini serta menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal, sumbangan input lain dan manajemennya. Hal ini menjadi salah satu daya tarik bagi para pengusaha ataupun mereka yang ingin memulai usaha pengolahan salak.

Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Rangkuti (1997), strategi merupakan alat atau sarana untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Konsep strategi berkembang mulai dari sekedar alat untuk mencapai tujuan sampai menjadi alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi diperlukan oleh satu perusahaan karena keterbatasan sumber daya, ketidakpastian arena pesaing serta untuk memudahkan koordinasi dan kontrol. Adapun pengembangan strategi untuk mempertahankan keunggulan daya saing mengimplikasinya dan mengganti strategi guna menanggapi perubahan baru yang terjadi pada lingkungan merupakan suatu proses yang berkesinambungan.

Para pengrajin pengolahan salak diharapkan mampu mengidentifikasi berbagai aktivitas kunci dari setiap tahapan pengelolaan usahanya untuk kemudian memberikan nilai lebih pada setiap proses pengelolaan usaha pengolahan salak. Salah satu langkah yang diterapkan dalam perencanaan dan penyusunan strategi usaha bagi suatu produk berdasarkan proses manajemen strategis adalah mengadakan analisis lingkungan persaingan usaha. Dalam hal ini usaha pengolahan salak diasumsikan sebagai satu usaha yang perlu untuk diperjuangkan melalui pengelolaan manajemen ilmiah dan aplikatif. Melalui analisis lingkungan usaha akan diketahui posisi relatif suatu usaha terhadap posisi pesaingnya, dimana dengan ini langkah strategi dapat ditentukan dan dirumuskan.

David (2004) menyebutkan bahwa mempelajari dan menganalisis lingkungan pasar suatu industri menunjukkan pentingnya mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal yang merupakan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan. Lingkungan internal merupakan aspek-aspek yang ada di dalam perusahaan seperti struktur, budaya dan sumberdaya yang dimiliki perusahaan mencakup sumberdaya manusia, operasional, pemasaran, keuangan, sistem informasi serta penelitian dan pengembangan. Lingkungan internal ini dianalisis untuk melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan (Rangkuti, 2004).

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah survei deskriptif dengan subyek penelitian adalah pengrajin pengolahan salak dan pedagang produk olahan salak yang terdapat di Kecamatan Manonjaya, Kabupaten Tasikmalaya

2. Analisis Nilai Tambah

Tabel 3. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah

Keluaran (output) Masukan (input) dan Harga		
1	Output/produk total (kg/ proses produksi)	A
2	Input bahan baku (kg/ proses produksi)	B
3	Input tenaga kerja (HOK/proses produksi)	C
4	Faktor konversi (kg output / kg bahan baku)	$D = a/b$
5	Koefisien tenaga kerja (HIK/ kg bahan baku)	$E = c/b$
6	Harga output (Rp/Kg)	F
7	Upah rata-rata tenaga kerja ((Rp/ proses produksi)	G
Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga input bahan baku (Rp/Kg)	H
9	Sumbangan unput lain (Rp/Kg)	I
10	Nilai Output (Rp/Kg)	$J = d \times f$
11	Nilai tambah (Rp/Kg)	$K = j-h-i$
	Rasio Nilai tambah (%)	$L \% = k/j \times 100$
12	Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	$M = e \times g$

	Bagian tenaga kerja (%)	$N \% = m/k \times 100 \%$
13	Keuntungan (Rp/Kg)	$O = k - m$
	Bagian keuntungan (%)	$P \% = o/j \times 100 \%$
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
14	Marjin (Rp/Kg)	$Q = j - h$
	a. Pendapatan tenaga kerja (%)	$R \% = m/q \times 100 \%$
	b.Sumbangan input lain (%)	$S \% = i/1 \times 100 \%$
	c. Keuntungan (%)	$T \% = o/q \times 100 \%$

Sumber : Hayami, Y, et all, (1987)

Informasi yang dihasilkan melalui metode Hayami pada subsistem pengolahan ini berupa: (a) nilai tambah (Rp), (b) rasio nilai tambah (%), menunjukkan persentase nilai tambah dari nilai produk, (c) balas jasa tenaga kerja (Rp), menunjukkan besarnya upah uang yang diterima oleh tenaga kerja langsung, (d) bagian tenaga kerja (%), menunjukkan persentase imbalan tenaga kerja dari nilai tambah, (e) keuntungan (Rp), menunjukkan bagian yang diterima pengusaha dan (f) tingkat keuntungan (%) menunjukkan persentase keuntungan terhadap nilai tambah.

3. Analisis Pendapatan dan R-C Rasio

Untuk perhitungan efisiensi usaha digunakan analisis R/C. Rumus R/C menurut Rodjak (2006) adalah sebagai berikut :

$R/C = \text{Penerimaan} : \text{Biaya total}$

Keterangan : R = Revenue ; C = Cost

Dasar pertimbangan : jika $R/C > 1$, usaha menguntungkan,

jika $R/C = 1$ usaha impas dan

jika $R/C < 1$ usaha tidak menguntungkan.

4. Analisis Strategi

Rancangan analisis strategi pengembangan mengikuti langkah yang disusun David (2004), terbagi atas 3 tahapan yaitu (1) tahap pengumpulan data (*input Stage*), (2) tahap pencocokan data (*matching stage*) dan (3) tahap pengambilan keputusan (*decision stage*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Nilai Tambah

Berdasarkan analisis nilai tambah diketahui bahwa nilai tambah terbesar diperoleh dari pengolahan manisan salak Rp 10.443,23/ kg dan terendah dari pengolahan keripik salak Rp 2 297,33/Kg. Pada usaha pengolahan manisan salak tersebut keuntungan yang diperoleh Rp 8.443,23/kg bahan baku sedangkan keuntungan dari pengolahan keripik salak Rp 1.297,33/Kg bahan baku.

Tabel 4. Perhitungan Nilai Tambah Pengolahan Salak Per Kilogram Bahan Baku Per Produksi UKM Binangkit Tasik Tahun 2008

No.	Uraian	Dodol Salak	Manisan Salak	Keripik salak
1.	Output, Input dan harga			
	a. Output/ produk total (Kg/produksi)	37,50	16,00	2,00
	b. Input bahan baku (Kg/produksi)	60,00	20,00	20,00
	c. Input tenaga kerja (HOK)	4,00	2,00	1,50
	d. Faktor konversi	0,62	0,80	0,10
	e. Koefisien tenagakerja	0,067	0,100	0,050
	f. Harga output(Rp/Kg)	20.000	20.000	65.000
	g. Upah tenaga kerja (Rp/KOK)	20.000	20.000	20.000
2.	Penerimaan danmkeuntungan			
	h. Harga input bahan baku (Rp/Kg)	1000,00	1000,00	1000,00
	i. Sumbangan input lain (Rp/Kg)	5.265,35	4.556,77	3.202,67
	j. Nilai output (Rp/Kg)	12.500,00	16.000	6.500,00
	k. Nilai tambah (Rp/Kg)	6.234,65	10.443,23	2.297,33
	l. Rasio nilai tambah (%)	49,88	65,27	35,34
	m. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	1.340,00	2.000,00	1000,00
	n. Pangsa tenaga kerja (%)	21,49	19,15	71,38
	o. Keuntungan (Rp/Kg)	4.894,50	8.443,23	1.297,33
	p. Tingkat keuntungan (%)	41,88	52,77	19,96
3.	Balas jasa Pemilik faktor Produksi Margin (Rp/Kg)	11.500	15.000	5.500
	q. Pendapatan tenaga kerja (%)	11,65	13,33	18,18
	r. Sumbangan input lain (%)	45,79	33,07	58,23
	s. Keuntungan (%)	42,56	56,29	23,59

2. Analisis Pendapatan Usaha

Tabel 5. Penerimaan Biaya Produksi dan Rasio R-C Usaha Pengolahan Salak Maanongjaya di UKM Binangkit Tahun 2008

Jenis Produk	Produksi (Kg/produksi)	Penerimaan /produksi (Rp)	Biaya produksi(Rp/produksi)	Pendapatan(Rp/pro-duksi)	R/C
1. Dodol Salak	37,5	750.000	423.420,84	326.579,16	1,77
2. Manisan Salak	16,0	320.000	151.135,42	168.864,58	2,12
3. Keripik salak	2,0	130.000	104.053,32	25.946,68	1,25

Pendapatan tertinggi diperoleh dari usaha pembuatan dodol salak yaitu Rp 326.579,16 per proses produksi, sedangkan pendapatan terendah dari pembuatan keripik salak yaitu Rp 25.946,68 per proses produksi. Secara keseluruhan pengolahan salak merupakan usaha yang layak untuk dilakukan karena semua nilai R/C diatas satu. Nilai R/C tertinggi diberikan oleh pengolahan manisan salak yaitu 2,12 yang artinya setiap Rp 1000,00 biaya yang dikeluarkan akan memberikan pendapatan sebesar Rp 1.120,00 atau keuntungan sebesar Rp 120,00.

3. Analisis Strategi

3.1. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

3.1.1. Struktur Organisasi

UKM Binangkit Tasik memiliki struktur organisasi yang sederhana. Pimpinan perusahaan bertugas mengawasi seluruh kegiatan perusahaan, yang dalam pelaksanaannya dibantu oleh seorang bagian administrasi seorang bagian pengawas pengemasan dan pengawas bagian produksi. Struktur organisasi yang sederhana ini memudahkan koordinasi dan pengawasan antar semua kegiatan usaha.

3.1.2. Lingkungan Kerja Perusahaan

Tenaga kerja berasal dari dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga yang berasal dari sekitar lokasi perusahaan sehingga sifat kekeluargaan sangat terasa. Selain itu etos kerja karyawan cukup baik.

3.1.3. Sumberdaya Finansial

Sumber modal UKM Binangkit sebagian merupakan milik pribadi dan bantuan (pinjaman) dari berbagai pihak. Berbekal modal awal Rp 10 juta dari BKKBN melalui program Kukesra (kredit Usaha Keluarga Sejahtera) Ibu Nurhayati mendirikan usahanya. Tahun 2005 mendapat kredit lunak Rp 15 juta, tahun 2005 Rp 15 juta dan terakhir tahun 2008 Rp 40 juta dari BUMN Angkasa Pura II Bandung Jawa Barat. Nilai asset pada akhir tahun 2007 ditaksir mencapai Rp 119.000.000,-. Nilai penjualan (omzet) dari berbagai produk yaitu olahan salak, keripik nangka, keripik pisang muli dan kue bangket rata-rata per bulan sekitar Rp 20.000.000 dan keuntungan rata-rata sekitar Rp 6.000.000 (Profil UKM Binangkit Tasik, 2007).

3.1.4. Produk

Produk olahan salak memiliki daya tahan yang relatif lama yaitu dodol salak sekitar 4 – 5 bulan, manisan salak sekitar 3 bulan dan keripik salak sekitar 2 bulan. Keunggulan kripiik salak adalah alamiah tidak menggunakan zat pengawet, pewarna dan perasa tambahan, namun kualitasnya cukup bagus.

Setiap prodroduk diberi label merk dan informasi komposisi produk, sertifikasi halal, dan sertifikasi produk IRT. Namun pada label kemasan belum mencantumkan kode produksi, tanggal produksi dan kadaluarsa sehingga mengurangi *image* produk.

3.1.5. Proses Produksi dan Teknologi

Proses pengolahan yang mudah dan didukung oleh peralatan yang cukup modern seperti satu set mesin pengolahan dodol salak, blender, mixer, 2 set mesin pengoreng hampa udara (*vacum fryng*) membuat perusahaan ini mampu memproduksi olahan salak dalam jumlah yang cukup besar.

3.1.6. Lokasi Perusahaan

Letak perusahaan yang cukup strategis karena berada di pinggir jalan Salak di belakang kantor Pos dan tidak jauh dari alun-alun Kecamatan Manonjaya sehingga memudahkan aksesibilitas para konsumen ke perusahaan.

3.2. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

3.2.1. Kebijakan Pemerintah

Dukungan Pemda bagi pengembangan UMKM sangat besar. Beberapa instansi yang berperan membesarkan UKM Binangkit adalah BKKBN, Dinas Pertanian, Perindustrian dan Perdagangan, LIPI, Universitas Pasundan, Litbang Departemen Pertanian, PT Angkasa Pura II dalam permodalan, peralatan dan teknologi modern, pelatihan dan magang dibidang pemasarn, kewirausahaan, pelatihan teknis dan keterampilan, kemudahan dalam pengajuan persyaratan untuk izin usaha (SIUP), sertifikasi halal MUI dan sertifikasi industri rumah tangga.

3.2.2. Kondisi Perekonomian

Dampak dari naiknya harga minyak mentah dunia, adalah naiknya harga minyak goreng, minyak tanah dan LPG. Inflasi juga mempengaruhi daya beli masyarakat karena pendapatan keluarga cenderung tidak meningkat sehingga akan menurunkan daya beli masyarakat.

3.2.3. Minat Konsumsi Makanan Tradisional yang Sehat dan Alamiah

Pengetahuan masyarakat akan makanan bergizi dan alamiah semakin baik. Budaya masyarakat yang suka membawa oleh-oleh menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para pengrajin makanan olahan tradisional.

3.2.4. Pesaing Industri dan Produk Substitusi

Pproduk substitusi adalah dodol Garut, keripik nangka, dodol nenas,manisan sirsak, manisan pala, dan sebagainya. Oleh karena itu perusahaan terus berupaya meningkatkan pangsa pasar olahan salak sekaligus menambah variasi produk seperti keripik pisang moli, keripik nangka, dan manisan pala.

3.2.5. Pemasok

Hubungan baik dengan pemasok salak dan bahan penunjang lainnya merupakan upaya untuk menjamin kesinambungan proses produksi. UKM ini berusaha memberi harga pantas, tidak terlalu rendah meski saat panen raya sehingga para pemasok loyal kepada perusahaan.

3.2.6. Pembeli

Penawaran para pengecer, pedagang toko, rumah makan relatif tinggi dengan adanya sistem konsinyasi. Hal ini menjadi ancaman karena risiko ditanggung oleh UKM tersebut dan sistem pembayaran giro mundur menyebabkan aliran keuangan (*cash flow*) terhambat.

Matrik Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Tabel 6. Matrik IFE Usaha Pengolahan Salak UKM Binangkit Tahun 2008

No.	Faktor Internal	Bobot	Total Nilai	
			Nilai	Total
A	Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1.	Produk berkualitas dan Khas	0,099	4	0,396
2.	Kemasan menarik dan informatif	0,087	3	0,261
3.	Struktur organisasi perusahaan sederhana	0,048	3	0,144
4.	Proses pengolahan mudah	0,067	3	0,201
5.	Segmentasi pasar luas	0,086	4	0,344
6.	Letak perusahaan strategis	0,063	3	0,189
7.	Adanya perencanaan usaha	0,079	3	0,237
8.	Peralatan tepat guna dan modern	0,075	4	0,300
9.	Daya tahan produk relatif lama	0,055	3	0,165
	Sub Total	1,000		2,237
B.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1	Belum ada standar mutu produk yg baku	0,046	2	0,092
2	Pangsa pasar terbatas	0,079	1	0,079
3	Peralatan produksi tdk tahan lama	0,055	1	0,055
4	Harga produk relatif tinggi	0,065	2	0,130
5	Belum ada pembukuan yg rapi	0,043	1	0,043
6	Tingkat kedisiplinan tenaga kerja rendah	0,053	2	0,106
	Sub total	1,000		0,505
	Total			2,742

Tabel 7. Matrik Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Total Nilail	
			Nilai	total
A.	Peluang(Oppportunity)			
1.	Dukungan Kebijakan Pemda	0,123	4	0,492
2.	Minat masyarakat thd produk olahan meningkat	0,114	3	0,342
3.	Budaya membeli oleh-oleh	0,100	3	0,300
4.	Hubungan yang baik dengan pemasok	0,105	3	0,315
5.	Pertumbuhan RM, toko,pariwisata	0,073	3	0,219
6.	Dukungan alat dan teknis dari Litbang, PT, LIPI	0,096	3	0,288
	Sub Total	1.000		1,956
B.	Ancaman (Threats)			
1	Kenaikan biaya produksi	0.087	2	0,174
2	Pesaing produk sejenis dan konstitusi	0.109	3	0,327
3	Agen yang tidak komit	0,059	2	0,118
4	Adanya pengaruh buah musiman	0,050	3	0,150
5	Daya beli masyarakat menurun	0,082	2	0,164
	Sub Total	1,000		0,933
	Total			2.889

Berdasarkan analisis matrik IE, maka usaha pengolahan salak yang dilakukan oleh UKM Binangkit Tasik berada pada posisi sel V. Pada kondisi tersebut grand strategi perusahaan adalah mempertahankan (*hold*) dan memelihara (*maintain*) pasar.

Alternatif strategi pemasaran yang umumnya diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar berupa mencari pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa yang sudah ada melalui pemasaran yang gencar. Pengembangan produk lebih berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada dan mengembangkan produk atau jasa yang baru (David, 2004).

Total Nilai IFE yang Diberi Bobot

Kuat rata-rata Lemah

2,742

Tinggi	4,0	3,0	2,0	1,0
		II		III
	IV	V *		VI
	VII	VIII		IX
Rendah	1,0			

Gambar 1. Matrik Internal-Eksternal

Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Salak

Tabel 8. Urutan Alternatif Strategi Pengembangan Usaha

No.	Alternatif Strategy	Total Nilai
1	Peningkatan promosi penjualan yang bertujuan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama	4,683
2	Memperluas daerah pemasaran regional ke luar Tasikmalaya dan Luar Pulau Jawa	4,455
3	Menggunakan Jasa periklanan (advertising) guna meletakkan imej produk dalam benak konsumen	3,203
4	Peningkatan kualitas produk yang meliputi rasa dan kemasan	4,183
5	Menambah varian (ragam) produk olahan salak	3,893

Berdasarkan hasil analisis Internal Eksternal (IE), strategi pengembangan usaha yang sebaiknya diterapkan oleh UKM Binangkit Tasik adalah:

1. Strategi Penetrasi pasar (*Market Penetration Strategy*)
 - a. Peningkatan promosi penjualan yang bertujuan untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama (nilai daya tarik 4,683)

- b. Memperluas daerah pemasaran (nilai daya tarik 4,455)
 - c. Melakukan jasa periklanan (*advertising*) guna melekatkan imej produk dalam benak konsumen.
2. Strategi Pengembangan Produk (*Product development strategy*)
- a. Peningkatan kualitas produk dari aspek bentuk, rasa dan kemasan diantaranya dengan membakukan standar operasional prosedur perusahaan guna menjaga keseragaman hasil produksi, perbaikan desain kemasan dengan alumunium foil dan melengkapi informasi pada label dengan tanggal produksi dan kadaluarsa.
 - b. Menambah varian produk yang bertujuan untuk menjangkau segmen pasar yang belum tersentuh. Jenis produk olahan salak yang bisa dibuat diantaranya wajit salak, minuman (sirop) dan asinan salak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengolahan salak dapat memberi nilai tambah berupa keuntungan bagi pengrajin, balas jasa bagi faktor-faktor produksi, dan pendapatan bagi tenaga kerja. Nilai tambah terbesar diperoleh dari pengolahan manisan salak yakni Rp. 10 443,23/Kg. Pendapatan tertinggi diperoleh dari pengolahan dodol salak yaitu Rp. 326 579,16 per proses produksi. Usaha pengolahan salak memiliki $R/C > 1$ yang artinya layak untuk dilakukan.
2. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama usaha pengolahan salak adalah produk khas berkualitas dan proses pengolahan mudah. Sedangkan kelemahan utama adalah belum ada standar produk yang baku. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama adalah dukungan Pemda dan berbagai instansi terkait. Sedangkan ancaman utama adalah kenaikan biaya produksi akibat krisis ekonomi.
3. Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan adalah mempertahankan dan memelihara dengan cara penetrasi pasar dan pengembangan produk

Saran

1. Pengembangan produk dengan menambah variasi produk seperti asinan, wajit dan sirup salak.
2. Mengatasi kelemahan dan ancaman usaha dengan sering berkonsultasi dengan Pemda, instansi terkait atau sesama pengusaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian, Universitas Padjadjaran yang telah membiayai penelitian ini melalui Dana DIPA PNBP Universitas Padjadjaran, Tahun Anggaran 2008 dengan SPK No. 396/H6.26/LP/PL/2008, tanggal 16 April 2008.

DAFTAR PUSTAKA

- Binangkit Tasik. 2007. *Profil UKM Binangkit Tasik*. Manonjaya, Tasikmalaya.
- Biro Pusat Statistik. 2007. *Kabupaten Tasikmalaya dalam Angka 2007*. BPS Tasikmalaya.
- David R., Fred. 2004. *Manajemen Startegis Konsep-konsep*. Versi Bahasa Indonesia. Edisi ke 7. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Hayami Y, *et.all*. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java, a Perspective From Sunda Village*. CGPRT Center. Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT, Teknis Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia. Jakarta
- Rodjak, Abdul. 2006. *Manajemen Usahatani*. Pustaka Giratuna. Bandung.