

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA SEMUT AREN
DI KELOMPOK WIRAUSAHA PEMUDA BULU BATU (KWP)
KABUPATEN SOPPENG**

**RESKI RAMADANI
105960184615**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA SEMUT AREN
DI KELOMPOK WIRUSAHA PEMUDA BULU BATU (KWP)
KABUPATEN SOPPENG**

**RESKI RAMADANI
105960184615**



SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S – 1)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

HALAMAN PENGESAHAN


Judul : Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di
Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten
Soppeng
Nama : Reski Ramadani
Stambuk : 105960184615
Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Ir. Hj. Nailah Husain, M.Si
NIDN. 0029096102



Sitti Khadijah Yahya Hiola, S.TP., M.Si
NIDN. 0923098305


Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis




H. Rohanuddin, S.Pi., M.P
NIDN. 0912066901


Dr. Sri Mardivati, S.P., M.P
NIDN. 0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di
Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten
Soppeng

Nama : Reski Ramadani

Stambuk : 105960184615

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Nama

Tanda Tangan

1. Ir. Hj. Nailah Husain, M.Si
Ketua Sidang
2. Sitti Khadijah Yahya Hiola, S.TP., M.Si
Sekretaris
3. Dr. Ir. Arifin Fattah., M.Si
Anggota
4. Isnam Junais, S.TP., M.Si
Anggota

(Handwritten signatures of the four members of the examination committee)

Tanggal Lulus :

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Makassar, Juli 2019

Reski Ramadani
105960184615

ABSTRAK

RESKI RAMADANI. 105960184615. Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng. Dibimbing oleh HJ. NAILAH HUSAIN dan SITTI KHADIJAH YAHYA HIOLA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal untuk mendapatkan strategi dalam pengembangan agroindustri gula semut aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng.

Penentuan informan dilakukan dengan cara sengaja (*purposive*). Yang menjadi informan inti pada penelitian ini adalah pendiri agroindustri dan informan pelengkap bagian produksi dan pemasaran. Adapun jenis penelitian ini yaitu deskriptif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif yang diformulasikan dengan melalui analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari analisis lingkungan dan identifikasi faktor internal dan eksternal agroindustri, serta kuadran yang menunjukkan posisi agroindustri berada pada kuadran I yang mendukung strategi agresif, dan melalui matriks IE, menunjukkan bahwa agroindustri memiliki pertumbuhan melalui integrasi horizontal atau stabilitas, yang menjelaskan bahwa perusahaan memiliki tujuan relative lebih defenisif, dari keseluruhan dapat digabungkan dalam matriks SWOT, dimana diperoleh alternatif strategi pengembangan pasar, mengoptimalkan pemanfaatan teknologi, meningkatkan promosi, menjaga kualitas produk, dan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang agroindustri gula semut aren.

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah-Nya dan karunia-nya yang telah dilimpahkan kepada penulis dengan penuh ketenangan hati. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para Keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ir. Hj. Nailah Husain, M.Si. selaku pembimbing I dan Sitti Khadijah Yahya Hiola, S.TP., M.Si. selaku pembimbing II yang senantiasa memluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
2. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P, selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Kedua orang tua ayahanda Firman dan ibunda Hj. Marwati, dan adik-adikku tercinta. Dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu kepada penulis.
6. Kepada pendiri kelompok wirausaha pemuda bulu-batu bapak nurtang yang telah meluangkan waktunya dan memberikan informasi yang dapat mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada rekan-rekan mahasiswa agribisnis angkatan 2015 yang telah memberikan doa, semangat dan bantuannya kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga Kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya.

Makassar, Juli 2019

Reski Ramadani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KOMISI PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Agroindustri.....	6
2.2. Gula Semut Aren.....	7
2.3. Pengertian Strategi.....	8
2.4. Analisis SWOT.....	11
2.5. Kerangka Pemikiran.....	12

III. METODE PENELITIAN.....	14
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.2. Teknik Penentuan Informan.....	14
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	14
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.5. Teknik Analisis Data.....	16
3.6. Definisi Operasional	25
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	27
4.1. Sejarah Perusahaan (Profil Perusahaan)	27
4.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	27
4.3. Struktur Organisasi Perusahaan	29
4.4. Tugas dan Tanggung Jawab.....	30
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
5.1. Proses Produksi Gula Semut Aren	32
5.2. Pemasaran Gula Semut Aren	33
5.3. Analisis Lingkungan Perusahaan.....	34
5.4. Identifikasi Faktor Internal	39
5.5. Identifikasi Faktor Eksternal.....	46
5.6. Kuadran SWOT, Matriks IE, dan Matriks SWOT.....	50
5.7. Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren	54
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	57
6.1. Kesimpulan	57
6.2. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

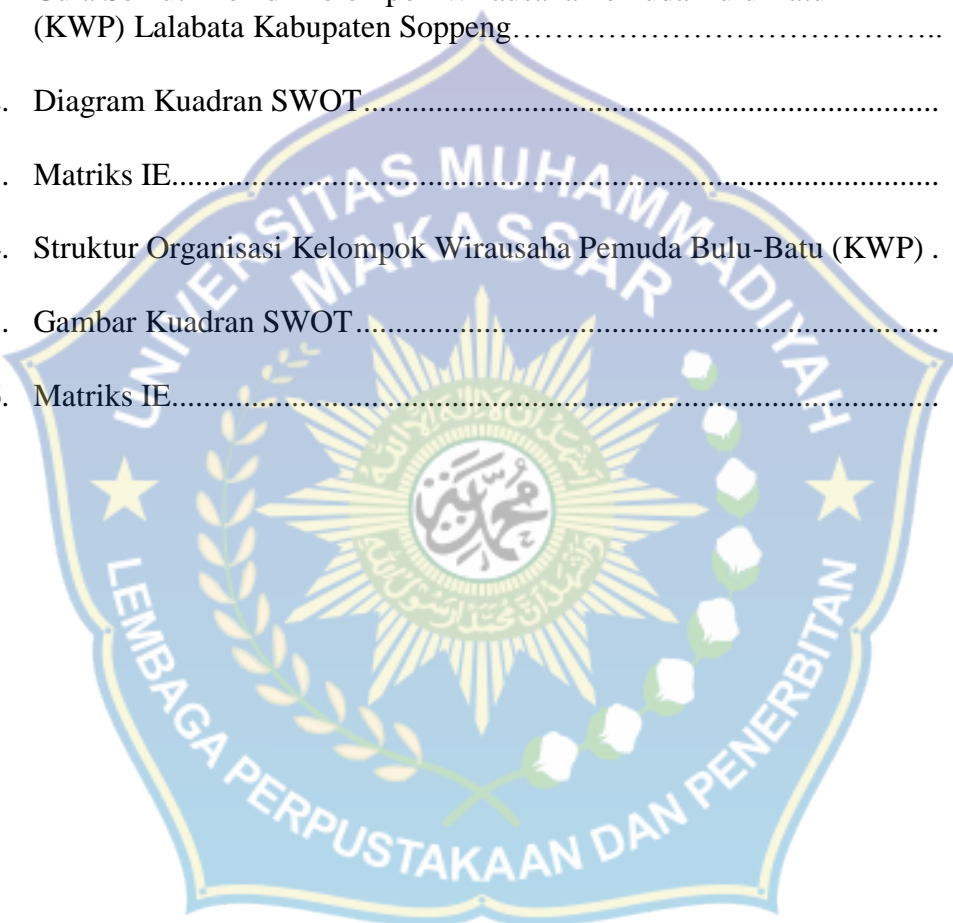
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Produksi Agroindustri Gula Semut Aren 2019	3
2.	Penentuan Faktor-Faktor Strategi Internal (Kekuatan dan Kelemahan).	17
3.	Penentuan Faktor-Faktor Strategi Eksternal (Peluang dan Ancaman)....	18
4.	Matriks SWOT	24
5.	Anggota Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP)	35
6.	Identifikasi Faktor Internal.....	40
7.	Matriks Faktor Strategi Internal	44
8.	Identifikasi Faktor Eksternal	46
9.	Matriks Faktor Strategi Eksternal	49
10.	Matriks SWOT	53

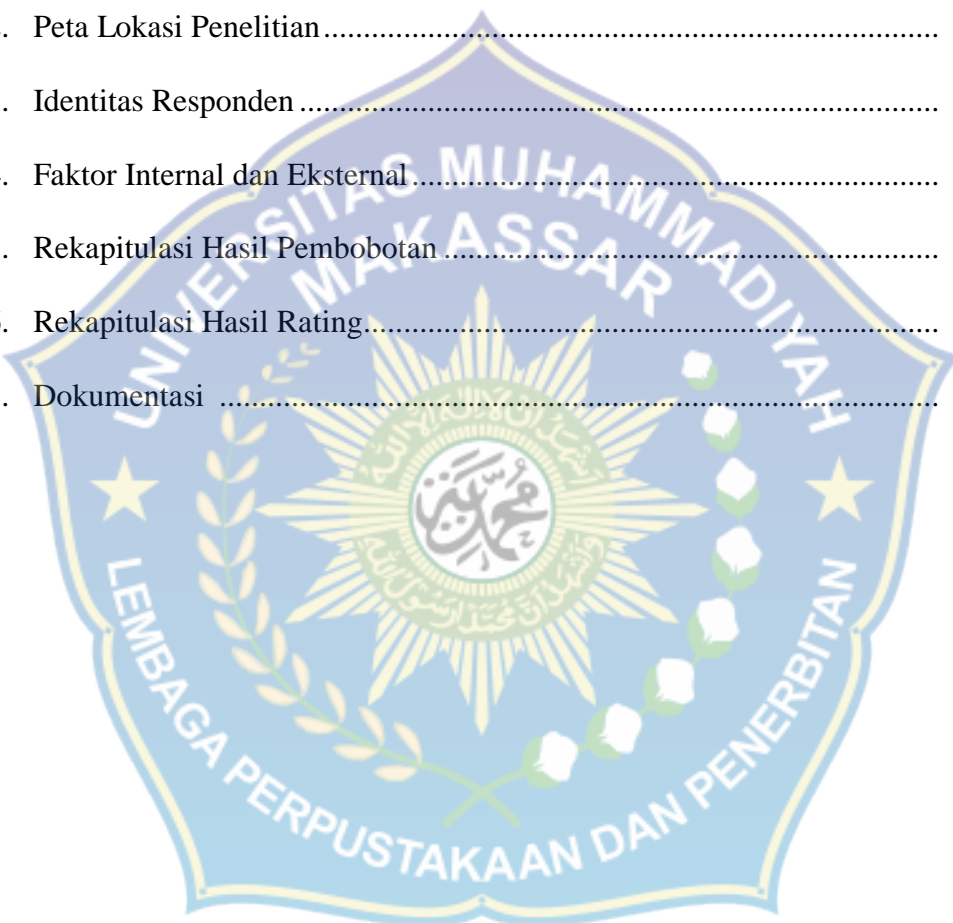
DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Lalabata Kabupaten Soppeng.....	13
2.	Diagram Kuadran SWOT.....	20
3.	Matriks IE.....	22
4.	Struktur Organisasi Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu-Batu (KWP) .	29
5.	Gambar Kuadran SWOT.....	51
6.	Matriks IE.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Nama	Teks	Halaman
1. Kuesioner		61
2. Peta Lokasi Penelitian.....		65
3. Identitas Responden		66
4. Faktor Internal dan Eksternal.....		67
5. Rekapitulasi Hasil Pembobotan.....		69
6. Rekapitulasi Hasil Rating.....		71
7. Dokumentasi		73



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara agraris yang memiliki keanekaragaman sumber daya hayati yang sangat potensial untuk dikembangkan. Namun, karena belum adanya strategi pengembangan atas agroekosistem setempat. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan budi daya, industri pengolahan sampai dengan pemasaran dan pemanfaatannya. Dengan hal itu, peluang yang ada menjadi belum maksimal dimanfaatkan.

Menurut Gumbira-Sa'id dan Intan (2001), kemajuan agribisnis sangat tergantung dari kekuatan dan kemampuan seluruh masyarakat untuk mengembangkan komoditas unggulan dalam rangka meningkatkan pendapatan para petani. Peran masyarakat agribisnis Indonesia dalam persaingan pasar dunia masih sangat kurang sehingga diperlukan upaya dan kemampuan masyarakat pertanian dalam pengembangan agribisnis.

Dilihat dari sisi ekonomi, gula semut memiliki pangsa pasar yang lebih luas dibandingkan gula cetak banyak diminati dari kalangan menengah keatas, gula semut memiliki prospek untuk dijual di supermarket atau pasar modern bahkan skala ekspor, tergantung pada performa baik kemasan, label dan volumenya. Gula semut memiliki peluang untuk mengisi kekurangan kebutuhan gula (bahan pemanis) yang selama ini sebagian masih impor dan memiliki peluang untuk menembus pasar luar negeri (*ekspor*) seperti Singapura, Jepang, Hongkong, USA dan Jerman (Mustaufik, 2008). Permintaan akan gula semut terus meningkat dari

waktu ke waktu. Terutama terhadap target pasar industri yang sangat mempertimbangkan dengan menggunakan gula merah biasa (Sahroel, 2009).

Gula aren yang berasal dari nira pohon aren ini lebih disukai oleh konsumen dibandingkan produk gula lainnya. Di Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng merupakan daerah yang sangat terkenal dengan gula merah cetaknya dengan luas wilayah 278 Km² dan sebagian besar wilayah tersebut adalah hutan, dimana di hutan tersebut tempat tumbuhnya pohon aren sebagai penghasil nira untuk bahan baku gula aren. (Kantor Desa Umpungeng, 2018).

Usaha industri gula aren cetak di Desa Umpungeng ini merupakan mata pencaharian penduduk yang sudah turun temurun dilakukan oleh penduduk Desa. Seiring berjalannya waktu, kelompok pemuda di Desa tersebut sudah mulai berkreasi dengan membuat gula semut. Bahan baku gula semut ini sama dengan bahan baku gula merah cetak, hanya bentuknya saja yang membedakan. Kelompok pemuda ini memproduksi gula semut dengan teknik kristalisasi manual yaitu nira aren dimasukkan ke dalam wajan sama seperti proses awal pada pembuatan gula merah cetak. Bahan baku nira dikumpulkan, disaring dan dimasak hingga mengental. Setelah nira mengental kemudian didinginkan sampai selanjutnya digranulasi.

Agroindustri kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) ini baru didirikan yaitu pada tanggal 28 februari 2019 dan di resmikan pada bulan maret oleh bapak Shalahuddin., S. Ag selaku kepala Desa Umpungeng. sehingga produksinya masih sedikit, sarana dan prasarana belum memadai, jumlah tenaga kerjanya masih kurang dan wilayah pemasarannya pun masih sempit.

Adapun data 2 bulan terakhir produksi agroindustri gula semut aren kelompok wirausaha pemuda Bulu Batu (KWP) dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Produksi Agroindustri Gula Semut Aren 2019

No	Bulan	Produksi (Kg)
1	Maret	70
2	April	80
3	Mei	100

Sumber: Agroindustri KWP Gula Semut Aren di Desa Umpungeng, 2019.

Berdasarkan data pada tabel 1 memberikan informasi bahwa produksi gula semut aren dari bulan kebulan terus meningkat, namun peningkatan tersebut masih sangat rendah dibanding kebutuhan para konsumen yang ada diberbagai daerah, hal tersebut terjadi karena perkembangan gula semut aren belum maksimal.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan yaitu:

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng?

2. Bagaimana Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng?''.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa saja faktor internal dan faktor eksternal Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng.
2. untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan, di samping untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh derajat sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam pengembangan pertanian di Kabupaten Soppeng.
3. Bagi Agroindustri, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pengembangan usahanya.

4. Bagi pihak lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan, dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Agroindustri

Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Secara eksplisit pengertian agroindustri (Wikipedia, 2019) yaitu perusahaan yang memproses bahan nabati (yang berasal dari tanaman) atau hewani (yang dihasilkan oleh hewan). Proses yang digunakan mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi. Produk agroindustri ini dapat merupakan produk akhir yang siap dikonsumsi ataupun sebagai produk bahan baku industri lainnya.

Agroindustri merupakan bagian dari kompleks industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan atau transformasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri merupakan kegiatan yang paling berhubungan (interlasi) produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi produk pertanian. Dari pandangan para pakar social ekonomi, agroindustri (pengolahan hasil pertanian) merupakan bagian dari lima subsistem agribisnis yang disepakati, yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan, usaha tani, pengolahan hasil, pemasaran, sarana dan pembinaan. Agroindustri dengan demikian mencakup Industri Pengolahan Hasil Pertanian (IPHP), Industri Peralatan dan Mesin Pertanian (IPMP) dan Industri Jasa Sektor Pertanian (IJSP) (Wikipedia, 2019).

Berdasarkan produksinya, agroindustri dibagi atas 2 industri yaitu hulu dan hilir. Industri hilir merupakan industri yang kegiatannya hanya mengolah bahan-bahan mentah menjadi bahan setengah jadi. Industri hulu ini memiliki sifat hanya menyediakan bahan baku yang dibutuhkan oleh industri lain. Sedangkan industri hilir adalah industri yang kegiatannya mengolah barang setengah jadi menjadi barang jadi sehingga barang yang dihasilkan dapat langsung dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen.

2.2. Gula Semut Aren

Dinamakan gula semut aren karena bentuk gula ini mirip rumah semut yang bersarang di tanah. Secara umum gula semut disebut juga sebagai palm sugar, *brown sugar*, *powdered coconut sugar* atau *palm zuiker*. Gula semut berbentuk Kristal kecil-kecil sehingga dalam penggunaannya menjadi lebih praktis (Bandaso, *et al* 2007). Mutu nira yang akan diolah menjadi gula semut umumnya harus lebih baik dari biasa diolah menjadi gula merah. Nira yang telah terfermentasi dengan pH kurang dari 6 tidak dapat diolah menjadi gula semut proses kristalisasinya menjadi sulit, tetapi masih dapat diolah menjadi gula cetak.

Gula semut aren memiliki beberapa kelebihan dari gula merah yang sudah lebih dulu dikenal masyarakat. Kelebihan gula semut antara lain lebih mudah larut, daya simpan lebih lama karena kadar air kurang dari 3%, bentuknya lebih menarik, pengemasan dan pengangkutan lebih mudah, rasa dan aroma lebih khas, serta harga yang lebih tinggi daripada gula aren cetak biasa (Febrianto, 2011).

2.3. Pengertian Strategi

Strategi adalah rencana jangka panjang, diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah “kemenangan”. Asal kata “strategi” turunan dari kata dalam bahasa Yunani, Strategos. Menurut Glueck dan Jauch dalam bukunya Sedarmayanti (2014) menegaskan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Pengertian strategi secara umum:

1. Strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.
2. Strategi adalah proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap top manajer yang terarah pada tujuan jangka panjang perusahaan, disertai penyusunan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Pengertian strategi secara khusus:

1. Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, terus-menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen

memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

2. Strategi adalah tindakan yang bersifat terus-menerus, mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh konsumen di masa depan. Dengan strategi ini maka ada yang hampir dimulai dari apa yang selalu untuk bisa terjadi dan bukan yang dimulai dari apa yang terjadi. Dengan terjadinya ada suatu kecepatan berinovasi pada pasar yang baru dan juga perubahan pola konsumen yang sangat memerlukan inti, maka hendaknya perusahaan perlu mencari dan mengambil kemampuan inti/kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.

2.3.1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen (Hunger and Wheelen, 2003).

Perencanaan strategi merupakan bagian dari manajemen strategis. Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk pembuatan (formulating), penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategi antar fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan di masa datang. Jadi, perencanaan strategis lebih terfokus pada bagaimana

manajemen puncak menentukan visi, misi, falsafah, dan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang (Umar, 2002).

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David, 2004).

2.3.2. Analisis Strategi

Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan kedalam kerangka pembuatan keputusan tiga tahap. Tahap 1 dari kerangka perumusan terdiri dari Matriks EFE, Matriks EFI, dan matriks profil Kompetitif (Competitive Profil Matrix-CPM) disebut tahap masukan (Input Stage). Tahap 1 meringkas informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi. Tahap 2 disebut tahap pencocokan (Matching Stage), fokus pada upaya menghasilkan strategi alternatif yang dapat dijalankan (feasible) dengan memadukan faktor-faktor eksternal dan internal. Teknik-teknik tahap 2 terdiri dari matriks Strengths Weaknesses Opportunities Threats (SWOT) atau kekuatan kelemahan peluang ancaman, matriks BCG (Boston Consulting Group), Matriks internal Eksternal (IE), dan Matriks Grand Strategy (strategi induk). Tahap 3 disebut Tahap Keputusan (Decision Stage), menggunakan satu macam tehnik, yaitu Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). QSPM menggunakan informasi masukan dari tahap 1 untuk secara objektif mengevaluasi strategi alternatif dapat dijalankan yang diidentifikasi dalam

tahap 2. QSPM mengungkap daya tarik relatif dari strategi alternatif dan karena itu menjadi dasar objektif untuk memilih strategi spesifik (David, 2004).

2.4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, dasar dari strategi ini terdapat pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2001). Elemen-elemen analisis SWOT terdiri dari:

1. Strength (S), yaitu kekuatan/keunggulan yang dimiliki oleh agroindustri untuk memenangkan persaingan.
2. Weakness (W), yaitu kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri yang dapat menghambat perusahaan dalam persaingan.
3. Opportunities (O), yaitu kesempatan/peluang yang harus dimanfaatkan oleh agroindustri untuk memenangkan persaingan.
4. Threats (T), yaitu ancaman yang menghambat agroindustri untuk memenangkan persaingan.

Dalam penerapan analisis SWOT terhadap kedua komponen besar yang digunakan, komponen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal agroindustri

Faktor internal agroindustri merupakan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan dan situasi operasional agroindustri. Dimana kekuatan (*strength*) merupakan sumberdaya, keterampilan dan keunggulan relatif

agroindustri. Sedangkan kelemahan (*weakness*) agroindustri merupakan keterbatasan yang menghambat efektifitas kinerja agroindustri.

2. Faktor eksternal agroindustri

Faktor eksternal agroindustri merupakan hal-hal yang berkaitan dengan situasi dan kondisi yang dihadapi agroindustri di luar lingkungan agroindustri, dimana hal ini akan mempengaruhi arah dan tindakan strategi agroindustri.

2.5. Kerangka Pemikiran

Strategi pengembangan adalah respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman dari faktor eksternal serta kekuatan dan kelemahan dari faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan agroindustri dimasa yang akan datang.

Untuk menentukan strategi-strategi pengembangan agroindustri gula semut aren, perlu dilakukan analisis SWOT dalam bentuk matriks yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan suatu agroindustri.

Adapun kerangka pikir penelitian Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng

III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng tepatnya di Dusun Bulu Batu pada Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni sampai agustus 2019.

3.2. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini merupakan studi kasus yang melakukan penelitian secara mendalam tentang strategi pengembangan agroindustri gula aren. Dalam penelitian ini penentuan informan dilakukan secara purposive yaitu cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja. Adapun informan yang dipilih yaitu informan inti pendiri dan informan pelengkap yaitu bagian produksi, dan bagian pemasaran. Informan ini berfungsi untuk memberikan informasi dan data sedetail mungkin mengenai faktor internal dan faktor eksternal pada pengembangan agroindustri gula semut aren di kelompok wirausaha pemuda bulu batu kabupaten soppeng.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang dapat mencakup hampir semua data non-numerik, data ini dapat menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati, sedangkan data kuantitatif adalah data yang dapat

diinput kedalam skala pengukuran statistik. Fakta dan fenomena dalam data ini tidak di nyatakan dalam bahasa alami, melainkan dalam numerik.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor Desa, Camat, dan instansi terkait seperti dinas pertanian. data sekunder meliputi: monografi Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui 3 tahap yaitu:

1. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mengetahui peristiwa yang sedang terjadi di lapangan.
2. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab kepada informan untuk menggali informasi yang dibutuhkan.
3. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengambil gambar atau foto sebagai bukti untuk memperkuat keakuratan data.

3.5. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan yang telah disampaikan pada sub-sub sebelumnya, maka analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT.

3.5.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu cara mengidentifikasi dan menyimpulkan faktor-faktor strategis yaitu mendaftarkan item-item faktor internal dan faktor eksternal yang paling penting dalam kolom faktor strategis kunci dengan menunjukkan mana yang merupakan Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O), Ancaman (T). tinjaulah bobot yang diberikan untuk faktor-faktor dalam tabel penentuan faktor internal dan eksternal, dan mencapai angka 1,00, kemudian masukkan pada kolom peringkat/rating, peringkat diberikan terhadap setiap faktor-faktor tersebut, pemberian nilai rating untuk kekuatan dan peluang terbesar diberi nilai 4, sebaliknya pemberian nilai rating terkecil diberi nilai 1, dan pemberian nilai rating untuk kelemahan dan ancaman terbesar diberi nilai 1, sebaliknya pemberian nilai rating terkecil diberi nilai 4. Tabel faktor internal dan eksternal, kalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor bobot (Hunger dan Wheelen, 2003).

Tabel 2. Penentuan Faktor-Faktor Strategis Internal (Kekuatan dan Kelemahan).

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Daftarkan 5-10 kekuatan dan kelemahan internal	Berikan bobot setiap indikator kekuatan dan kelemahan	Berikan rating disetiap item indikator kekuatan dan kelemahan	Kemudian kalikan hasil bobot dan rating	
Jumlah Total				

Sumber: (Hunger dan Wheelen, 2003)

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesain utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.

Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outsanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor itu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan.

Tabel 3. Penentuan Faktor-Faktor Strategis Eksternal (Peluang dan Ancaman).

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Daftarkan 5-10 peluang dan ancaman eksternal	Berikan bobot setiap indikator peluang dan ancaman	Berikan rating disetiap item indikator peluang dan ancaman	Kemudian kalikan hasil bobot dan rating	
Jumlah total				

Sumber: (Hunger dan Wheelen, 2003).

- a. Susunlah dalam kolom satu (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*).
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor itu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan.

Pada pembahasan berikut contoh cara perhitungan bobot dan rating dalam Analisis SWOT. Perhitungan bobot dan rating dalam Analisis SWOT dapat menggunakan 2 cara, yaitu:

1. Menggunakan FGD (*Focus Group Discussion*). Masing-masing peserta menilai bobot dan rating untuk masing-masing indikator.
2. Menggunakan koesioner. masing-masing responden memberikan penilaian dari 1 = tidak penting, sampai 4 = sangat penting.

Langkah selanjutnya setelah penentuan dan pemberian bobot pada faktor internal dan faktor eksternal yaitu kuadran SWOT. Pada kuadran SWOT

ini dapat diketahui posisi agroindustri berada pada posisi menguntungkan atau merugikan. Untuk lebih jelasnya perhatikan gambar berikut:

DIAGRAM ANALISIS SWOT



Gambar 2. Diagram Kuadran SWOT.

Kuadran I: kuadran satu menggambarkan bahwa situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Untuk itu dapat digunakan alternatif strategi 1 yakni pengembangan (strategi agresif).

Kuadran II: kuadran menggambarkan situasi bahwa meskipun organisasi menghadapi ancaman, namun ada kekuatan yang dapat diandalkan.

Untuk itu organisasi dapat menggunakan alternatif strategi 2 yakni strategi diversifikasi atau strategi inovasi.

Kuadran III: menggambarkan bahwa organisasi mengalami kelemahan dalam berbagai hal (internal), sehingga peluang yang menguntungkan sulit dicapai. Untuk itu strategi yang tepat digunakan adalah alternative strategi 3 yakni konsolidasi, perbaikan, mengubah cara pandang serta menghilangkan penyebab masalah agar ancaman dapat dihindari.

Kuadran IV : kuadran 4 menggambarkan situasi organisasi sangat buruk, karena disamping berbagai kelemahan internal timbul ancaman dari luar. Untuk itu alternatif 4, yaitu strategi defensive misalnya perampingan, pengurangan atau efisiensi dalam semua bidang kegiatan. (rangkuti, 2004).



TOTAL SKOR FAKTOR INTERNAL

		4,0	Kuat	3,0	Rata-Rata	2,0	Lemah	1,0
TOTAL FAKTOR EKSTERNAL	Besar		I Pertumbuhan melalui integrasi vertikal		II Pertumbuhan melalui integrasi horizontal		III Penciutan melalui “turn around”	
	Rata-Rata	3,0	IV stabilitas		V Pertumbuhan melalui integrasi horizontal atau stabilitas		VI Divestasi	
	Rendah	2,0	VII Pertumbuhan melalui difersifikasi konsentrik		VIII Pertumbuhan melalui diferensifikasi kongloment		XI likuidasi	
		1,0						

Gambar 3. Matriks IE

Keterangan Tabel:

- a. Pertumbuhan melalui integrasi vertikal : strategi dimana perusahaan menguasai perusahaan yang memproduksi input dan produknya hingga perusahaan yang menguasainya distribusinya.
- b. Pertumbuhan melalui integrasi horizontal : strategi integrasi ke samping merupakan strategi yang dilakukan dalam bentuk membeli atau meningkatkan kontrol terhadap perusahaan pesaing.

- c. Penciutan melalui turn around : strategi penciutan dilakukan ketika perusahaan mengelompok kembali melalui reduksi biaya dan asset dalam upaya membalikkan proses penurunan penjualan dan laba perusahaan.
- d. Stabilitas : strategi dimana perusahaan mempertahankan ukuran perusahaannya dan level operasi bisnisnya sekarang.
- e. Pertumbuhan melalui integrasi stabilitas : strategi dimana perusahaan konsentrasi pada bisnisnya sekarang dan meningkatkan efisiensi dalam meningkatkan kinerja perusahaan.
- f. Divestasi : strategi dengan cara menjual sebuah divisi usaha atau bagian dari perusahaan, dalam rangka memperoleh dana segar bagi kepentingan investasi.
- g. Pertumbuhan melalui difersifikasi konsentrat : strategi yang menghasilkan produk atau layanan baru tetapi berhubungan/terkait dengan yang telah ada.
- h. Pertumbuhan melalui difersifikasi konglomert : ketika suatu perusahaan menambah suatu produk atau layanan baru yang tidak terkait/berhubungan dengan yang ada sekarang.
- i. Likuidasi : ketika perusahaan melakukan penjualan seluruh asetnya secara bagian perbagian untuk menghasilkan dana tunai.

3.5.2. Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 4. Matriks SWOT

Faktor internal	Kekuatan (S) Tentukan 5-10 Faktor- Faktor Kelemahan Internal	Kelemahan (W) Tentukan 5-10 Kekuatan Faktor Internal
Faktor eksternal	Peluang (O) Tentukan 5-10 Faktor Peluang Eksternal	Strategi (SO) Buat Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Memanfaatkan Peluang
Ancaman (T) Tentukan 5-10 Faktor Ancaman Eksternal	Strategi (WO) Buat Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Memanfaatkan Peluang	Strategi (ST) Buat Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk mengatasi ancaman
	Strategi (WT) Buat Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan dan Menghindari Ancaman	

Sumber: (Hunger dan Wheelen, 2003)

1. Strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO adalah diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT adalah didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.6. Definisi Operasional

1. Agroindustri dapat diartikan dalam dua hal, yaitu pertama agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan baku utamanya adalah produk pertanian.
2. strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.
3. Gula semut disebut juga sebagai palm sugar, *brown sugar*, *powdered coconut sugar* atau *palm zuiker*.
4. Strategi pengembangan adalah respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap faktor internal dan faktor eksternal yang dapat

mempengaruhi pengembangan agroindustri gula semut aren yang akan datang.

5. Analisis SWOT merupakan salah satu cara mengidentifikasi dan menyimpulkan faktor-faktor strategis yaitu mendaftarkan item-item faktor internal dan faktor eksternal yang paling penting dalam kolom faktor strategis kunci dengan menunjukkan mana yang merupakan Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O), Ancaman (T).
6. Kekuatan/Strength (S), merupakan sumber daya yang dikendalikan oleh agroindustri gula semut aren yang membuat Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) menjadi lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya.
7. Kelemahan/Weakness (W), merupakan kekurangan dari agroindustri agroindustri gula semut aren terhadap pesaingnya yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pasar atau pelanggan secara efektif.
8. Peluang/Opportunities (O), merupakan situasi yang menguntungkan dalam lingkungan agroindustri gula semut aren.
9. Ancaman/Threats (T), merupakan situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan agroindustri gula semut aren.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Perusahaan (Profil Perusahaan)

Agroindustri Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu-Batu (KWP) didirikan oleh bapak nurtang pada tanggal 28 Februari 2019. Modal awal yang digunakan untuk mendirikan agroindustri ini yaitu sebesar Rp 4 juta yang berasal dari modal sendiri. Pada awal mulanya, beliau hanya memasarkan produknya secara lokal di kabupaten soppeng dalam lingkup wilayah soppeng kota dan desa tetangga yaitu desa gattareng kemudian meluas ke daerah lainnya.

Agroindustri ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat dilingkup kegiatan pada umumnya dan berperan sebagai pengelola usaha penyedia sarana produk pertanian, peningkatan atau perluasan usaha tani di sektor hulu dan hilir, pemasaran, serta kerjasama lainnya yang tidak bertentangan dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Kelompok Wirausaha Pemuda.

4.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi (*vision*) mencerminkan sasaran-sasaran yang luas (*broad goals*) yang merupakan dasar bagi pelaksanaan misi (*mission*) yang menguraikan sasaran-sasaran yang lebih lebih terarah (*more defined goals*) untuk mencapai tujuan-tujuan (*objective*) yang menunjukkan sasaran-sasaran terinci yang lebih khusus (*specific detail goals*). Misi berkaitan dengan tugas atau lingkup kegiatan perusahaan. (Barata *et al*, 2009).

Misi adalah alasan untuk menetapkan prioritas, rencana, dan penugasan kerja.

Visi Perusahaan

Visi dari kelompok wirausaha pemuda (KWP) ini adalah menjadi kelompok pemuda percontohan yang terdidik dan terampil di bidang kewirausahaan, sehingga memiliki kompetensi bersaing yang siap menyongsong era globalisasi.

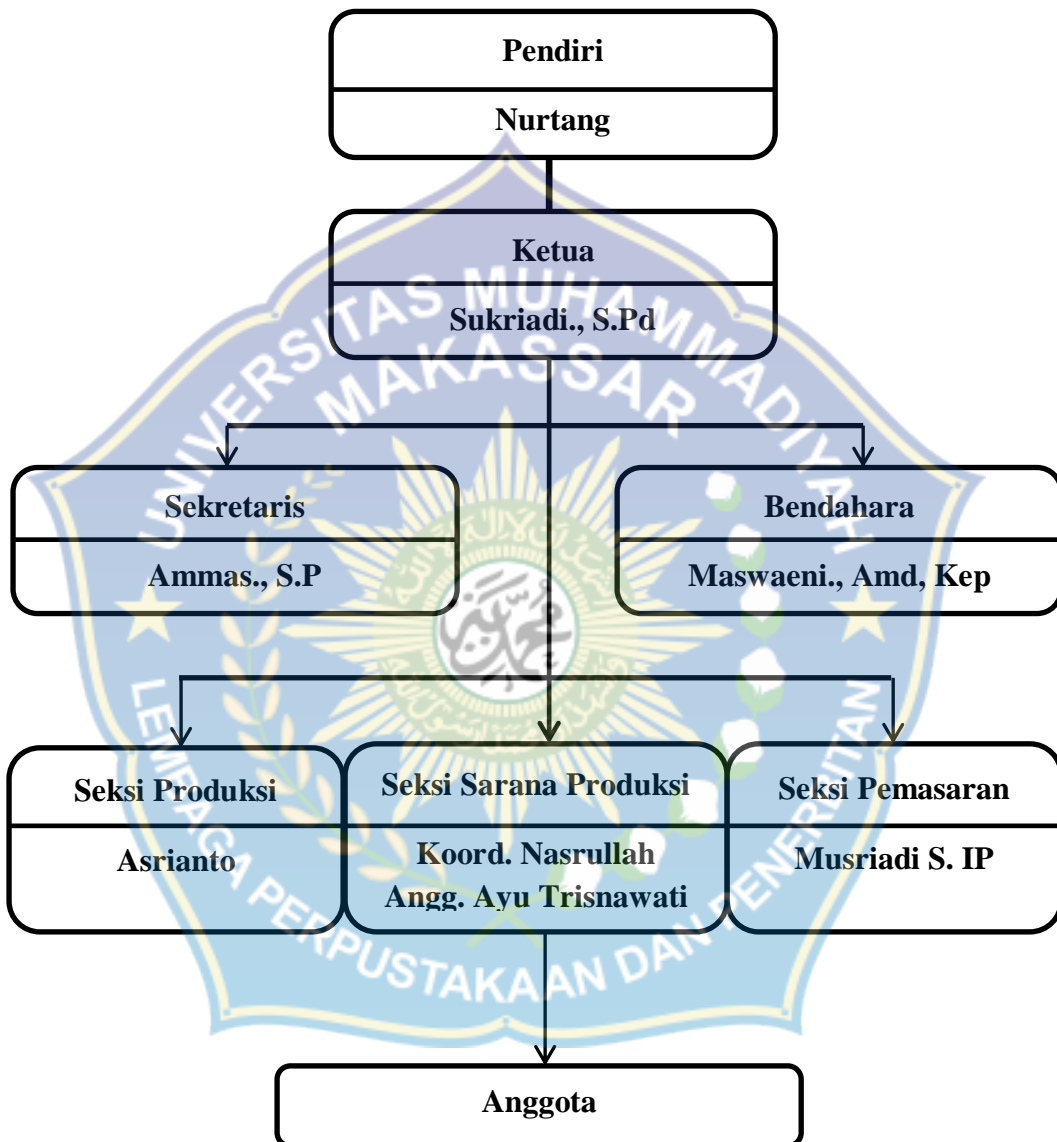
Misi Perusahaan

Misi dari kelompok wirausaha pemuda (KWP) ini adalah:

1. Melakukan kegiatan agribisnis pertanian dan usaha lainnya yang bermanfaat untuk peningkatan ekonomi anggota maupun masyarakat.
2. Penguatan kapasitas kelembagaan organisasi masyarakat khususnya kelompok wirausaha pemuda, melalui pelatihan-pelatihan dan pembinaan.
3. Pengembangan usaha ekonomi produktif melalui peningkatan mutu produksi pertanian.

4.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi agroindustri kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu dapat digambarkan dalam bentuk yang sederhana sebagai berikut:



Gambar 4. Struktur Organisasi Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu-Batu (KWP)

4.4 Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas usaha adalah sesuatu yang harus dilaksanakan, yang harus diselaraskan dengan tujuan dan prinsip-prinsip usaha (bisnis), yang tentunya hanya akan terselenggarakan jika fungsinya berjalan secara baik. pada dasarnya, tugas suatu unit usaha baik usaha kecil, usaha menengah, maupun usaha besar adalah menjadi fasilitator untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka menciptakan kemakmuran masyarakat.

Pelaksanaan tugas ini oleh para pengelola usaha kecil, menengah, dan besar harus dirancang sedemikian rupa sehingga walaupun pada pokoknya tujuan usaha merupakan kegiatan komersial yang berkaitan erat dengan pencarian laba (tujuan ekonomis), namun tentu saja perlu ada keselarasan karena disamping tujuan ekonomi, setiap usaha juga memiliki tanggung jawab social. (Barata *et al*, 2009).

Setiap anggota yang ada dalam kelompok wirausaha pemuda (KWP) memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing yaitu:

1. Pendiri dan ketua
 - a. Memimpin Agroindustri.
 - b. Mengawasi aktivitas dan operasional agroindustri.
 - c. Mengolah setiap laporan untuk dipergunakan sebagai penyusunan laporan lebih lanjut serta memberi petunjuk lebih lanjut kepada bawahan.

2. Sekretaris

- a. Sebagai penghubung antar anggota dan ketua
- b. Menjadi pengawas, motivasi dan kebijakan tentang kinerja anggota dalam organisasi.

3. Bendahara

Bendahara bertugas membuat pembukuan dan mengatur keuangan dalam agroindustri.

4. Seksi produksi

Memproduksi gula semut aren dengan mengolah bahan baku dan menggunakan sarana dan prasarana yang telah di siapkan.

5. Seksi sarana produksi

Menyediakan alat dan bahan yang akan digunakan untuk memproduksi gula semut aren.

6. Seksi pemasaran

Melakukan promosi serta memasarkan produk yang di hasilkan agroindustri.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Proses Produksi Gula Semut Aren

1. persiapan nira aren

Proses pembuatan gula semut ini diawali dengan persiapan bahan dan pembersihan nira, bisa dilakukan dengan penyaringan nira.

2. Pemasakan

Setelah dilakukan penyaringan nira, langkah selanjutnya yaitu nira dituangkan ke dalam wajan besar dan dimasak selama 1-3 jam, tergantung banyaknya nira. Pemasakan tersebut dilakukan sambil mengaduk-aduk nira sampai mendidih.

3. Buih-buih yang muncul dipermukaan nira yang mendidih dibuang, agar dapat diperoleh gula aren yang berwarna tidak terlalu gelap (hitam), kering dan tahan lama. Nira di angkat setelah mengental.

4. Setelah diangkat, nira diaduk secara perlahan sampai terjadi pengkristalan.

5. Langkah selanjutnya yaitu penyaringan, dimana gula semut yang sudah jadi disaring kemudian di pisahkan dengan bentuk Kristal yang besar.

Gula semut yang bentuknya besar kemudian di haluskan kembali menggunakan batok kelapa sampai membentuk Kristal kecil.

6. Setelah itu kemudian dilakukan pengeringan atau pengovenan selama 15 menit untuk mengurangi kadar air yang dikandung gula semut tersebut agar lebih tahan lama.

7. Setelah di oven, gula semut tersebut di saring kembali kemudian dilakukan pengemasan.

5.2. Pemasaran Gula Semut Aren

Pemasaran awal dari gula semut aren ini dilakukan oleh pendiri agroindustri melakukan promosi di daerah Kabupaten Soppeng. Selama promosi tersebut mereka mengunjungi berbagai tempat seperti bumdes, kios, toko makanan, dan warung makan juga melakukan uji coba terhadap manfaat gula semut aren.

Proses pemasaran gula semut aren dilakukan dengan promosi langsung, akan tetapi setelah berjalannya waktu bagian pemasaran tidak lagi fokus dengan agroindustri tersebut sehingga saat ini agroindustri mengalami kendala terkait tidak adanya penanggung jawab pemasaran untuk melakukan promosi produk, sehingga pemasaran hanya dilakukan dengan melihat kondisi permintaan/pesanan dari konsumen yang memerlukan.

Pihak konsumen yang memerlukan gula semut aren dapat dipesan melalui telepon, atau media sosial lainnya. Gula semut aren yang telah dipesan sebelumnya, akan diantarkan dengan motor yang dimiliki oleh anggota agroindustri karena agroindustri belum memiliki kendaraan khusus untuk menyalurkan produk. Biaya pengiriman ditanggung sendiri oleh konsumen, yang telah diperhitungkan seluruhnya dengan biaya pembelian gula semut aren tersebut. Dalam artian harga gula semut aren yang ditetapkan pemilik sudah termasuk biaya pengiriman. Harga dari gula semut aren per produk yaitu

Rp.25.000, hasil dari penjualan diterima oleh ibu maswaeni selaku bendahara pada agroindustri tersebut.

5.3. Analisis Lingkungan Perusahaan

Analisis lingkungan merupakan salah satu proses yang harus dilakukan dalam manajemen strategi yang bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan agroindustri dimana terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

5.3.1 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Mengidentifikasi dan menganalisis kelemahan dan kekuatan dalam perusahaan, bagaimana mengatasi kelemahan yang ada dan bagaimana menggunakan kekuatan untuk tujuan usaha. (Barata *et al*, 2009). Analisis faktor internal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal kunci yang menjadi kekuatan dan kelemahandi dalam pengembangan usaha gula semut aren. Faktor internal yang dianalisis meliputi sumber daya, kapasitas produksi, administrasi, tata letak industri, dan pemasaran.

1. Sumber Daya

Sumber daya yang dimiliki agroindustri gula semut aren terdiri dari sumber daya alam dan sumber daya manusia, modal, sarana dan prasarana. Sumber daya manusia mencakup tenaga kerja dalam perusahaan, yakni jumlah anggota laki-laki sebanyak 6 orang. Satu orang pendiri, 1 orang ketua, 1 orang sekretaris, 1 orang seksi produksi, 1 orang seksi produksi, 1 orang sarana produksi dan 1 orang seksi pemasaran. dan perempuan sebanyak 2 orang, 1 orang bendahara dan 1 orang anggota sarana produksi.

Tabel 5. Anggota kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP)

No	Jabatan	Anggota (orang)
1.	Pendiri	1
2.	Ketua	1
3.	Sekretaris	1
4.	Bendahara	1
5.	Bagian produksi	1
6.	Bagian sarana dan prasarana	2
7.	Bagian pemasaran	1

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tenaga kerja yang digunakan berasal dari sekitar lokasi usaha, dibutuhkan pada saat akan melakukan produksi. Agroindustri tidak memiliki tenaga pemasaran yang ahli atau profesional dalam memasarkan gula semut aren. Pengetahuan serta keterampilan dari tenaga kerja dalam perusahaan masih minim, hal ini dapat dilihat dari teknik pengolahannya yang masih tradisional.

Sumber daya alam yang dimiliki oleh agroindustri sangat luas karena wilayah agroindustri sebagian besar merupakan hutan dimana tempat aren tumbuh, luas hutan tersebut kurang lebih 184,5 Ha. Sumber daya alam lainnya dalam perusahaan, seperti modal yang digunakan berasal dari anggota agroindustri, tidak memiliki atau mengambil pinjaman dari koperasi, bank, dan permodalan dari pemerintah.

peralatan yang dimiliki agroindustri untuk proses produksi hanya memiliki peralatan yang seadanya seperti wajan besar, oven kue dan lain-lain dan proses produksinya pun juga dilakukan secara tradisional.

2. Kapasitas produksi

Kapasitas produksi agroindustri gula semut aren sebanyak 6 kg (15 bungkus) satu kali produksi. Proses produksi dilakukan 2 kali dalam seminggu atau 6 kali dalam satu bulan, berarti dalam satu bulan agroindustri memproduksi 36 kg (90 bungkus). Proses produksi tidak dilakukan secara kontinyu, produksi dilakukan dengan melihat permintaan produksi dilakukan. Untuk penggunaan bahan baku diperhitungkan, apabila untuk mendapatkan 1 kg gula semut maka air nira yang dibutuhkan sebanyak 3-5 liter, maka untuk memproduksi 6 kg gula semut agroindustri membutuhkan 18 liter bahan baku (air nira).

3. Administrasi

Pengarsipan keuangan dibuat sangat sederhana, menurut informasi dari pemilik, belum menerapkan pencatatan penjualan dan penerimaan.

4. Tata Letak Industri

lokasi agroindustri tidak strategis karena terletak di atas pegunungan yang letaknya 6 km dari jalan raya serta transportasi ke lokasi terbatas karena jalanannya jelek dan berbatu.

5. Pemasaran

Daerah yang mejadi jalur pemasaran gula semut ini yaitu daerah kabupaten soppeng. Pihak konsumen yang memerlukan gula semut dapat melakukan pemesanan melalui telepon.

5.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Mengidentifikasi dan menganalisis lingkungan luar (eksternal) perusahaan dapat terdiri atas kekuatan-kekuatan politik, ekonomi, social, teknologi, dan kecenderungan tertentu yang dapat menunjukkan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threaths*) bagi perusahaan (barata *et al*, 2009).

Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha kapur pertanian. Faktor eksternal yang dianalisis meliputi pelanggan, pesaing, pemasok, mitra usaha, politik dan hukum, faktor alam serta teknologi.

1. Pelanggan.

Keputusan pelanggan merupakan tujuan utama dari penjualan atas produk yang dikeluarkan agroindustri, semakin tinggi atau baik suatu produk dalam menarik minat pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian akan semakin meningkatkan kuantitas produk yang terjual. Pelanggan tetap pada agroindustri ini yaitu bumdes toko-toko makanan dan warung makan yang berada di sekitar Kabupaten Soppeng.

2. Pesaing

Agroindustri yang menghasilkan dan memasarkan produk sejenis semakin banyak, hal ini terjadi karena pergeseran dalam hal perilaku konsumen, serta peningkatan kemampuan ekonomi pelanggan. Dari sisi pesaing, Agroindustri memiliki pesaing dalam pemasaran khusus di Kabupaten Soppeng.

3. Pemasok

Pemasok dalam agroindustri ini yaitu petani aren selaku penyedia bahan baku pada agroindustri yaitu nira aren.

4. Mitra Usaha

Tidak ada mitra usaha pada agroindustri ini.

5. Politik dan Hukum

Berita acara pembentukan Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng dibentuk pada hari jum'at, tanggal 28 maret 2019 dirumah pengurus dan ditanda tangani oleh bapak Shalahuddin., S. Ag selaku kepala Desa Umpungeng serta penanda tangan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga.

6. Faktor Alam

Adanya faktor alam berupa perubahan musim yang dapat mempengaruhi dalam proses pemasaran yang berakibat menurunkan kualitas dari produk, apabila musim hujan tiba, sulit untuk mendapatkan

kualitas bahan baku yang baik dan penyaluran produk gula semut terhambat.

7. Teknologi

Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membawa kemudahan bagi agroindustri, seperti penggunaan handphone dalam pemesanan gula semut aren, dan dilihat dari persaingan dunia usaha yang cukup tinggi membuat perusahaan menggunakan aplikasi internet sebagai media promosi.

5.4. Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor-faktor internal merupakan proses dimana perencanaan strategi mengkaji mengenai pemasaran, produksi, sumber daya yang ada dalam perusahaan. Dengan analisis lingkungan internal perusahaan dapat meningkatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan untuk dapat memanfaatkan peluang dan dapat menangani ancaman dalam dalam suatu lingkungan usaha atau bisnis.

Tabel 6. Identifikasi Faktor Internal

Faktor Strategi Internal	
No	Kekuatan/<i>Strength</i> (S)
1.	Ketersediaan bahan baku
2.	Keterampilan petani
3.	Ketersediaan lahan
4.	Tenaga kerja dekat dengan lokasi
5.	Hubungan baik antar pihak internal
Kelemahan/<i>Weaknesses</i> (W)	
1.	Lokasi agroindustri tidak strategis
2.	Sarana dan prasarana kurang memadai
3.	Jumlah tenaga kerja masih kurang
4.	Sumber permodalan usaha masih kurang
5.	Promosi yang belum efektif

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Adapun faktor-faktor internal dalam pengembangan agroindustri gula semut aren yaitu:

1. kekuatan
 - a. Ketersediaan bahan baku

Bahan baku yang diperlukan pada produksi gula semut aren ini yaitu nira aren. Pohon aren yang ada di lokasi agroindustri kurang lebih 10.000 pohon dengan luas lahan 184,5 Ha. Pohon aren ini tumbuh liar di dalam hutan. Akan tetapi pohon aren yang ada tidak semua di sadap oleh petani,

hanya yang dekat dengan perkampungan dan yang berbunga. Pohon aren yang di sadap hanya 3-4 pohon saja untuk di jadikan gula semut karena faktor alat yang dipakai dan pemesanan. Satu pohon aren bisa menghasilkan 6 liter nira/hari, pohon aren di panen 2x dalam sehari yaitu pagi dan sore.

b. Keterampilan petani

Tingginya pengetahuan dan keterampilan petani aren di Dusun Bulu Batu tentang penyadapan pohon aren sehingga itu menjadi kekuatan dalam agroindustri.

c. Ketersediaan lahan

Lahan yang dimaksud disini adalah lahan pohon aren yang berada disekitaran pemukiman Bulu Batu. Lahan ini berbentuk hutan tempat tumbuhnya pohon aren. Luas hutan kurang lebih 184,5 Ha, di hutan itulah para petani aren menyadap sehingga menghasilkan bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi gula semut aren dalam agroindustri.

d. Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha

Tenaga kerja yang ada dalam agroindustri berasal dari lokasi perusahaan, yakni di lingkungan Bulu Batu Desa Umpungeng. Tenaga kerja dalam agroindustri hanya 7 Orang, 1 orang ketua, 1 orang sekretaris, 1 orang bendahara, 1 Orang bagian produksi, 2 orang bagian sarana produksi dan 1 orang bagian pemasaran.

e. Hubungan baik antar pihak internal

Prinsip kerja terjalin antar tenaga kerja, pendiri dan anggota lebih mengarah pada hubungan kekeluargaan dan saling membantu dalam kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan yakni dalam hal kegiatan produksi maupun pemasaran.

f. kelemahan

a. Lokasi perusahaan tidak strategis

Lokasi agroindustri tidak strategis karena belum diaspal, terletak di atas pegunungan yang letaknya 6 km dari jalan raya serta transportasi ke lokasi terbatas karena jalannya jelek dan berbatu. Sehingga apabila musim hujan maka pemasaran produk terhambat karena jalanan licin.

b. Sarana dan prasarana kurang memadai

Peralatan yang dimiliki agroindustri Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) untuk proses produksi hanya memiliki peralatan yang seadanya seperti wajan besar, oven kue, timbangan, penyaring, pengaduk, baki besar, plastik kemasan dan proses produksinya pun juga dilakukan secara tradisional. Sehingga produksinya masih sedikit Selain itu agroindustri juga menyalurkan produksinya menggunakan roda dua.

c. Jumlah tenaga kerja masih kurang

Jumlah tenaga kerja dalam agroindustri hanya 7 orang, 1 orang ketua, 1 orang sekretaris, 1 orang bendahara, 1 Orang bagian produksi, 2 orang bagian sarana produksi dan 1 orang bagian pemasaran. Tenaga kerja yang ada pada agroindustri umumnya melakukan teknik pengolahan

masih secara tradisional, pengetahuan tentang usaha masih minim. Kurangnya tenaga kerja yang dapat melakukan produksi sehingga produk yang dihasilkan juga masih sedikit. Secara keseluruhan agroindustri kekurangan tenaga kerja di bidang produksi dan pemasaran.

d. Sumber permodalan usaha masih kurang

Modal yang dipergunakan dalam agroindustri hanya berasal dari anggota. Anggota menjalankan usaha dengan modal seadanya, tidak melakukan pengambilan pinjaman dari koperasi atau bank, dan tidak adanya bantuan modal khusus dari pemerintah.

e. Promosi yang belum efektif

Kegiatan promosi ini dilakukan oleh bagian pemasaran. produk gula semut aren belum dikatakan efektif karena pemasaran belum menjangkau seluruh seluruh Sulawesi selatan, walaupun telah melakukan promosi di media sosial. Promosi lewat online ini memiliki kelemahan karena sulit untuk membangun kepercayaan konsumen untuk membeli produk. Untuk memperkenalkan produk gula semut aren agroindustri melakukan promosi secara langsung kepada konsumen di daerah kabupaten soppeng.

Tabel 7. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Kekuatan/Strength (S)				
1. ketersediaan bahan baku	0,18	4	0,72	Pemanfaatan sumber daya alam
2. keterampilan petani	0,13	4	0,52	dipertahankan
3. ketersediaan lahan				
4. tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0,12	4	0,48	pemanfaatan sumber daya
	0,07	4	0,28	
5. hubungan baik antar pihak internal	0,05	3	0,15	Dipertahankan Menjaga hubungan baik
Sub Total	0,55	19	2,15	
Kelemahan/Weaknesses (W)				
1. lokasi perusahaan tidak strategis	0,06	2	0,12	Perlu diperhatikan
2. sarana dan prasaran kurang memadai	0,10	2	0,2	Perlu diperhatikan
3. jumlah tenaga kerja masih kurang	0,08	2	0,16	Perlu diperhatikan
4. sumber permodalan usaha masih kurang	0,14	1	0,14	Penambahan atau mencari investor
5. promosi yang belum efektif	0,07	2	0,14	Penggunaan media massa
Sub Total	0,45	9	0,76	
Total	1,00	28	2,91	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dan analisis lingkungan internal pada agroindustri Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu-Batu (KWP), diperoleh faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan. Dari hasil rekapitulasi dalam matriks faktor strategi internal pada tabel 7, kekuatan utama bagi agroindustri, adalah ketersediaan bahan baku dengan skor 0,72. Keterampilan petani dengan skor 0,52, ketersediaan lahan dengan skor 0,48, tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha dengan skor 0,28 dan hubungan baik antar pihak internal dengan skor 0,15.

Sedangkan kelemahan bagi agroindustri Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu-Batu (KWP), adalah lokasi perusahaan tidak strategis dengan skor 0,12, sarana dan prasaran kurang memadai dengan skor 0,2, jumlah tenaga kerja masih kurang dengan skor 0,16, sumber permodalan usaha masih kurang dengan skor 0,14, promosi yang belum efektif dengan skor 0,14.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir matriks faktor internal, jumlah total skor kekuatan sebesar 2,15 dan kelemahan 0,76. Hal ini menunjukkan posisi internal agroindustri berada di atas rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,5. Dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha agroindustri gula semut aren, agroindustri mampu memanfaatkan kekuatan dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

5.5. Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi faktor-faktor ekseternal yaitu faktor-faktor yang berada di luar perusahaan sehingga sulit dikendalikan oleh perusahaan. Perkembangan perusahaan sedikit banyak dipengaruhi oleh dampak peristiwa, perkembangan, dan sifat perubahan yang terjadi di lingkungannya.

Tabel 8. Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	
No	Peluang/<i>Opportunities</i> (O)
1.	Adanya permintaan pasar
2.	Harga gula semut aren tinggi
3.	Memiliki pelanggan tetap
4.	Perkembangan teknologi
5.	Banyaknya kerjasama dengan petani aren Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut
Ancaman/<i>Threats</i> (T)	
1.	Pesaing dengan produk yang serupa
2.	Musim yang tidak menentu

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Adapun faktor-faktor eksternal dalam pengembangan agroindustri gula semut aren yaitu:

1. Peluang

a. Adanya permintaan pasar

Permintaan gula semut aren pada agroindustri ini ada karena agroindustri memiliki pelanggan tetap yaitu bumdes, toko makanan dan warung makan yang ada di kabupaten soppeng. Jumlah gula semut yang biasa di jual di bumdes yaitu 20 bungkus/bulan, toko makanan 40 bungkus/bulan dan warung makan yaitu 50 dan sisanya dijual di tempat produksi akan tetapi jumlah tersebut tidak menetap tergantung dari permintaan.

b. Harga gula semut aren tinggi

Dibandingkan dengan harga gula aren cetak, harga gula semut aren lebih tinggi yaitu gula aren cetak seharga Rp 15.000/kg sedangkan harga gula semut aren seharga Rp.20.000/kg.

c. Perkembangan teknologi

Agroindustri dapat memanfaatkan teknologi ini baik dalam produksi maupun pemasaran. Teknologi internet membawa kemudahan bagi agroindustri, perkembangan teknologi baik internet maupun teknologi yang dipakai dalam produksi gula semut aren seperti mesin pengaduk dll. agroindustri menggunakan aplikasi internet sebagai media promosi. Walaupun media promosi melalui internet bagi agroindustri dianggap belum efektif.

d. Banyaknya kerjasama dengan petani aren

Banyaknya kerjasama dengan petani aren merupakan salah satu peluang agroindustri yang sangat penting karena agroindustri ini hanya memproduksi gula semut aren dan petani arenlah yang menghasilkan nira aren sebagai bahan baku gula semut aren tersebut.

e. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut aren

Proses produksi gula semut aren tidaklah muda, membutuhkan banyak tenaga dan memakan waktu yang lama sehingga tidak banyak orang yang mampu memproduksi gula semut aren tersebut.

2. Ancaman

a. Pesaing dengan produk yang serupa

Pesaing merupakan pihak yang melakukan usaha yang sejenis dengan agroindustri. Dari sisi pesaing, perusahaan tidak memiliki pesaing khusus di desa umpungeng tersebut akan tetapi terdapat agroindustri yang memproduksi gula semut di desa lain di kabupaten soppeng. Pesaing yang di maksud di sini yaitu dalam persaingan pasar, produk yang di hasilkan sama-sama memasarkan produknya di toko makanan dan warung makan. persaingan yang terjadi antar pasar menjadi lebih kompetitif, namun menurut informasi yang di dapat dari informan bahwa tingkat kandungan bahan baku yang digunakan berbeda dengan produk gula semut aren yang di produksi oleh Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu ini.

b. Musim yang tidak menentu

Perubahan musim yang dapat mempengaruhi produksi, apabila musim hujan tiba, maka sulit untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas tinggi. Begitupun dengan proses pemasaran yang terhambat karena jalanan dari agroindustri ke jalan raya belum aspal sehingga apabila musim hujan, maka jalanan menjadi becek dan licin.

Tabel 9. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Peluang/Opportunities (O)				
1. Adanya permintaan pasar	0,18	4	0,52	Ditingkatkan
2. Harga gula semut aren tinggi	0,18	4	0,52	Peningkatan
3. Perkembangan teknologi	0,15	3	0,3	pemanfaatan teknologi pelayanan
4. Banyaknya kerjasama dengan petani aren	0,15	3	0,3	Ditingkatkan
5. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut	0,15	3	0,3	Dimanfaatkan
Sub Total	0,69	17	1,94	
Ancaman/Threats (T)				
1. Pesaing dengan produk yang serupa	0,15	2	0,30	Diwaspadai
2. Musim yang tidak menentu	0,16	2	0,32	Distribusi terhambat
Sub Total	0,31	4	0,62	
Total	1,00	21	2,56	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dan analisis faktor eksternal pada agroindustri gula semut aren, diperoleh faktor yang berupa peluang dan ancaman. Dari hasil rekapitulasi dalam matriks faktor strategi eksternal pada tabel 9, peluang adanya permintaan pasar dan harga gula semut aren tinggi, memiliki skor yang sama bagi agroindustri dengan perolehan skor 0,52. Perkembangan teknologi, banyaknya kerjasama dengan petani aren, dan Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut memiliki skor yang sama yaitu 0,3.

Ancaman pesaing dengan produk yang serupa memiliki skor 0,15, dan musim yang tidak menentu memiliki skor 0,16. Secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir penentuan faktor eksternal, jumlah total skor faktor peluang dan ancaman sebesar 2,56 yang terdiri dari nilai sub total skor peluang sebesar 1,94 dan kelemahan sebesar 0,62. Dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan agroindustri gula semut aren dapat memanfaatkan peluang, namun belum mampu menghindari sepenuhnya ancaman yang ada.

5.6. Kuadran SWOT, Matriks IE dan Matriks SWOT

Mengetahui posisi perusahaan dapat digambarkan dengan diagram kuadran SWOT. Diagram kuadran SWOT digunakan untuk mencari posisi organisasi yang di tunjukkan oleh titik koordinat (x,y), sehingga didapatkan alternatif strategi utama yang dapat diterapkan pada pengembangan agroindustri gula semut aren. Untuk menentukan posisi organisasi, dibuat perhitungan berdasarkan dengan selisih dari hasil sub total skor dari matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

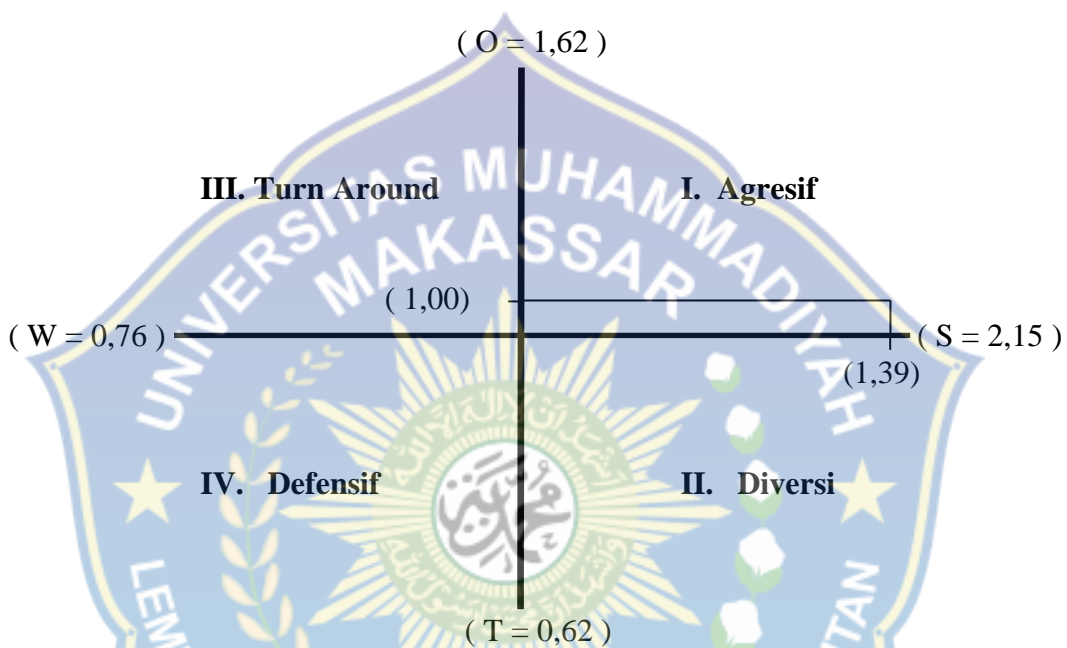
Koordinat Analisis Internal

Kekuatan – kelemahan = $2,15 - 0,76 = 1,39$

Koordinat Analisis Eksternal

Peluang – ancaman = $1,62 - 0,62 = 1,00$

Jadi titik koordinatnya (x,y) terletak pada (1,39, 1,00)

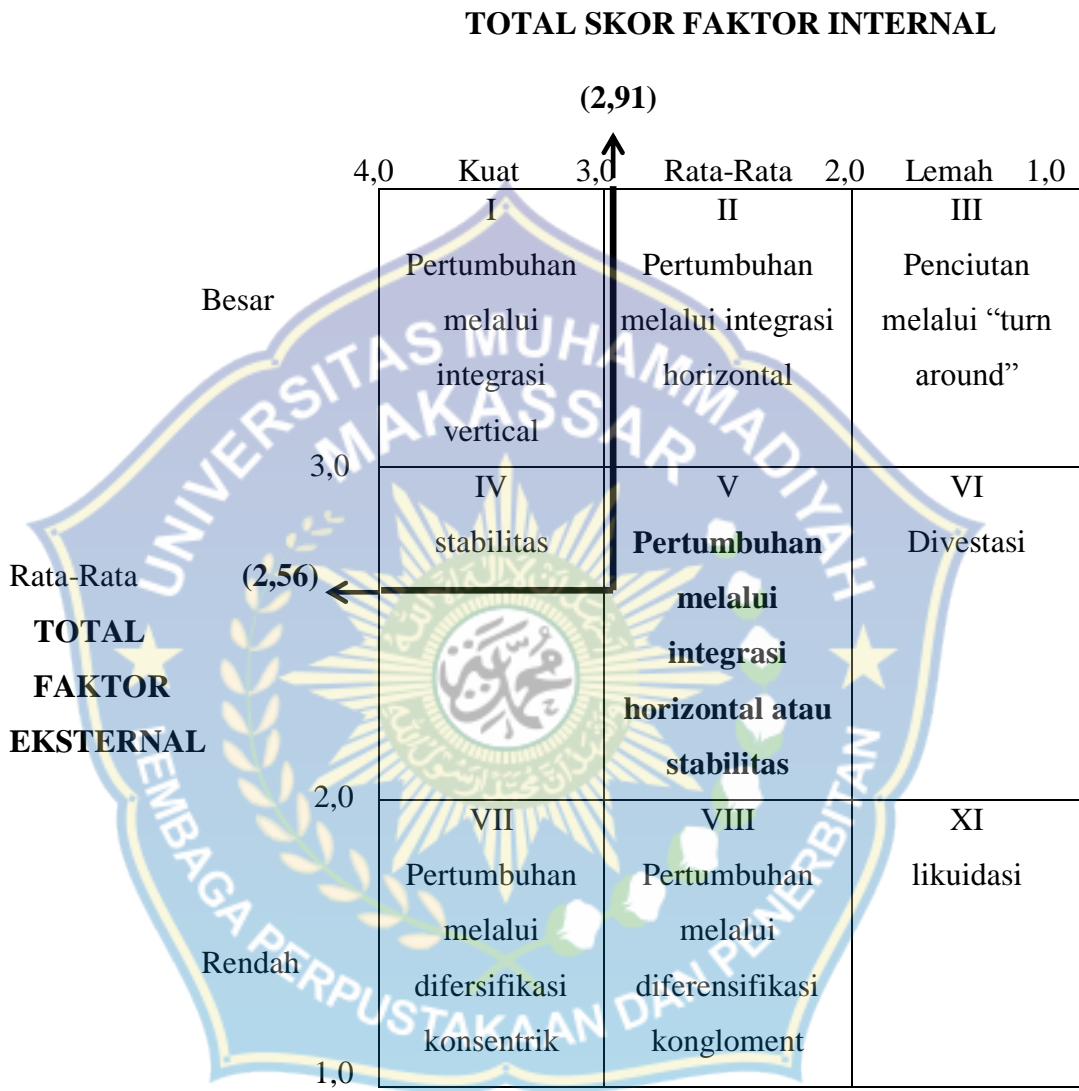


Gambar 5. Diagram Kuadran SWOT.

Berdasarkan Gambar 5 Diagram Kuadran SWOT di atas, dapat diketahui bahwa posisi agroindustri gula semut aren berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini menandakan sebuah organisasi dalam kondisi prima yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi Agresif, dengan strategi yang diterapkan melalui strategi pengembangan (strategi agresif).

Sedangkan berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara menjumlahkan sub total matriks faktor internal yakni dengan total skor (2,91) dan matriks faktor eksternal dengan total skor (2,56) menunjukkan bahwa kemampuan

dari internal perusahaan tinggi, dan eksternal mencapai rata-rata. Matriks IE dapat digambarkan seperti pada gambar berikut.



Gambar 6. Matriks IE

Tabel 10. Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (Strength- S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku 2. Keterampilan petani 3. Ketersediaan lahan 4. Tenaga kerja dekat dengan lokasi 5. Hubungan baik antar pihak internal 	<p>Kelemahan (Weakness-W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi agroindustri tidak strategis 2. Sarana dan prasarana kurang memadai 3. Jumlah tenaga kerja masih kurang 4. Promosi yang belum efektif 5. Sumber permodalan usaha masih kurang
<p>Peluang (opportunities-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya permintaan pasar 2. Harga gula semut aren tinggi 3. Perkembangan teknologi 4. Banyaknya kerjasama dengan petani aren 5. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut 	<p>Strategi (SO)</p> <p>Pengembangan pasar (S1, O1)</p>	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (W4, O3). 2. Meningkatkan promosi (W4, O4)
<p>Ancaman (Threat- T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing dengan produk yang serupa 2. Musim yang tidak menentu 	<p>Strategi (ST)</p> <p>Menjaga kualitas produk (S1, S2, S3, T1, T2)</p>	<p>Strategi (WT)</p> <p>Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang agroindustri gula semut aren (W4, T1)</p>

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

5.7. Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren

Dari hasil analisis matriks SWOT menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal empat strategi utama yang disarankan yaitu SO, WO, ST, dan WT.

Alternatif strategi yang dirumuskan menggunakan matriks SWOT disesuaikan dengan alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks IE. Beberapa alternatif strategi yang dirumuskan untuk pengembangan usaha kapur pertanian di agroindustri gula semut aren berdasarkan analisis matriks SWOT pada tabel 10 adalah:

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan agroindustri gula semut aren adalah melakukan pengembangan pasar. Agroindustri menggunakan kekuatan Ketersediaan bahan baku untuk memanfaatkan permintaan pasar tinggi sehingga menghasilkan strategi pengembangan pasar.

2. Strategi WO

Strategi ini dibuat untuk menanggulangi kelemahan agar bisa memanfaatkan peluang. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan agroindustri gula semut aren adalah:

a. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi

Agroindustri ini sudah menerapkan pemanfaatan teknologi informasi berupa aplikasi internet, namun belum memberikan respon yang baik, oleh karena itu perusahaan dapat lebih mengoptimalkan promosi melalui media lain.

b. Meningkatkan promosi.

Permintaan pasar yang cukup tinggi memberikan kesempatan bagi agroindustri untuk meningkatkan penjualannya dan melakukan penjualan produk yang sudah ada ke pasar yang baru, yaitu daerah lain selain dari daerah pemasaran yang ada.

Perusahaan harus bisa menjaga kualitas produk dan meningkatkan promosi agar kesetiaan pelanggan terhadap produk agroindustri tetap terjaga.

3. Strategi ST

Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal pada agroindustri. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan adalah Menjaga kualitas produk. Kualitas yang dimiliki produk gula semut ini yaitu tahan lama dan bahan baku yang digunakan cukup bagus dan kemasannya pun sangat rapi. Hal ini dapat menjadi kekuatan yang cukup besar untuk menghadapi pesaing yang berada di daerah lain.

4. Strategi WT

Strategi ini bersifat defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi yang diterapkan pada strategi ini adalah meningkatkan kualitas pengurus dengan mengikuti berbagai pelatihan.

secara keseluruhan dari kuadran, matriks IE dan matriks SWOT, lebih jelasnya dapat dilihat bahwa posisi agroindustri berada pada posisi yang kuat dan prima, mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, dan berada pada kondisi pertumbuhan melalui integrasi horizontal atau stabilitas. Hal ini memberikan pertimbangan bagi perusahaan untuk menerapkan strategi konsolidasi, dimana tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Perusahaan yang berada pada pertumbuhan ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau joint venture dengan perusahaan lain dalam industri yang sama (Rangkuti, 2014). Berdasarkan matriks SWOT, adapun strategi dalam pengembangan agroindustri gula semut aren adalah:

1. Pengembangan pasar
2. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi
3. Meningkatkan promosi
4. Menjaga kualitas produk
5. Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang agroindustri gula semut aren

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Agroindustri Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu-batu (KWP) Kabupaten Soppeng, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Melalui hasil analisis dan identifikasi lingkungan internal, didapatkan kekuatan dan kelemahan. Kekuatan agroindustri Ketersediaan bahan baku, kelemahannya adalah Sarana dan prasarana kurang memadai. Melalui hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal, adapun peluang pada agroindustri adalah adanya permintaan pasar dan memiliki pelanggan tetap, serta ancamannya adalah adanya produk yang serupa.
2. Strategi dalam pengembangan agroindustri gula semut adalah: Pengembangan pasar, Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi, Meningkatkan promosi, Menjaga kualitas produk, Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang agroindustri gula semut aren.

6.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada agroindustri kelompok wirausaha pemuda bulu-batu di desa umpungeng kecamatan lalabata kabupaten soppeng, adalah:

1. Permasalahan pada agroindustri gula semut aren ini adalah sulit menambah modal, membutuhkan tenaga kerja yang profesional, maka sebaiknya pemerintah memberikan program pembiayaan dan pelatihan kepada tenaga kerja untuk lebih produktif. Pengusaha juga dapat memanfaatkan adanya teknologi yang modern selain menghemat tenaga para pekerja, juga mampu mengefisienkan biaya produksi dan meningkatkan kapasitas produksi.
2. Agroindustri gula semut aren untuk mengembangkan usahanya, dapat melakukan strategi pengembangan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agroindustri KWP Gula Semut Aren Desa Umpungeng, 2019. *Data Produksi Gula Semut Aren*.
- Baharuddin., M. Muin., dan H. Bandaso. 2007. Pemanfaatan Nira Aren (ArengaPinnata Merr) Sebagai Bahan Pembuatan Gula Putih Kristal. *Jurnal Perennial*. 3(2) : 40-43.
- Barata, A.A. dan Sudirman, D., 2009. *Membuka Usaha Kecil*. CV. Arfino Raya: Bandung.
- David, F R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. Terjemahan. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Febrianto, A. M. 2011. *Studi Kelayakan Pendirian Unit Pengolahan Gula Semut dengan Pengolahan Sistem Reprosesing pada Skala Indutri Menengah di Kabupaten Blitar*. Processing Lokakarya Nasional Pemberdayaan Potensi Keluarga Tani Untuk Pengentasan Kemiskinan.
- Gumbira-Said, E, Rachmayanti, dan M.Z. Muttaqin. 2001. *Manajemen Teknologi Agribisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hunger, J. David and Thomas L Wheleen. 2003. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Kantor Desa Umpungeng, 2018. *Luas Wilayah Desa Umpungeng*.
- Nurul, A. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Kapur Pertanian (Studi Kasus di PT. Farliningsih Kabupaten Bulukumba). *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sahroel. 2009. *Pengolahan Aren Indonesia*. <http://id.wikipedia.org/wiki/enau>. Di akses pada tanggal 26 April 2019.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. PT. Refita Aditama: Bandung.
- Umar, 2002. *Perencanaan Strategi*. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wikipedia 2019, *Agroindustri*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Agroindustri>. Di Akses Pada 26 April 2019.

L

A

M

P

I

R

A

N



**DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI GULA SEMUT AREN DI KELOMPOK WIRAUSAHA PEMUDA
BULU BATU (KWP) KABUPATEN SOPPENG**

1. Identitas Informan

Nama :

Alamat :

Usia :

Pendidikan terakhir :

Tanggung jawab keluarga :

Jabatan di agroindustri :

2. Sejak kapan agroindustri ini didirikan?

Jawab:.....

.....

.....

3. Apa motivasi bapak/ibu mendirikan agroindustri ini?

Jawab:.....

.....

.....

4. Berasal dari manakah modal yang di gunakan dalam mendirikan agroindustri?

Jawab:.....

.....

.....

5. Bagaimana keterampilan dan pengalaman tenaga kerja pada agroindustri?

Jawab:.....

.....

.....

6. Berapa jumlah bahan baku yang di gunakan dalam satu kali produksi?

Jawab:.....

.....

.....

7. Apakah ketersediaan bahan baku cukup memadai?

Jawab:.....

.....

.....

8. Apa saja sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam agroindustri?

Jawab:.....

.....

.....

9. Berapa jumlah produksi gula semut dalam satu kali produksi?

Jawab:.....

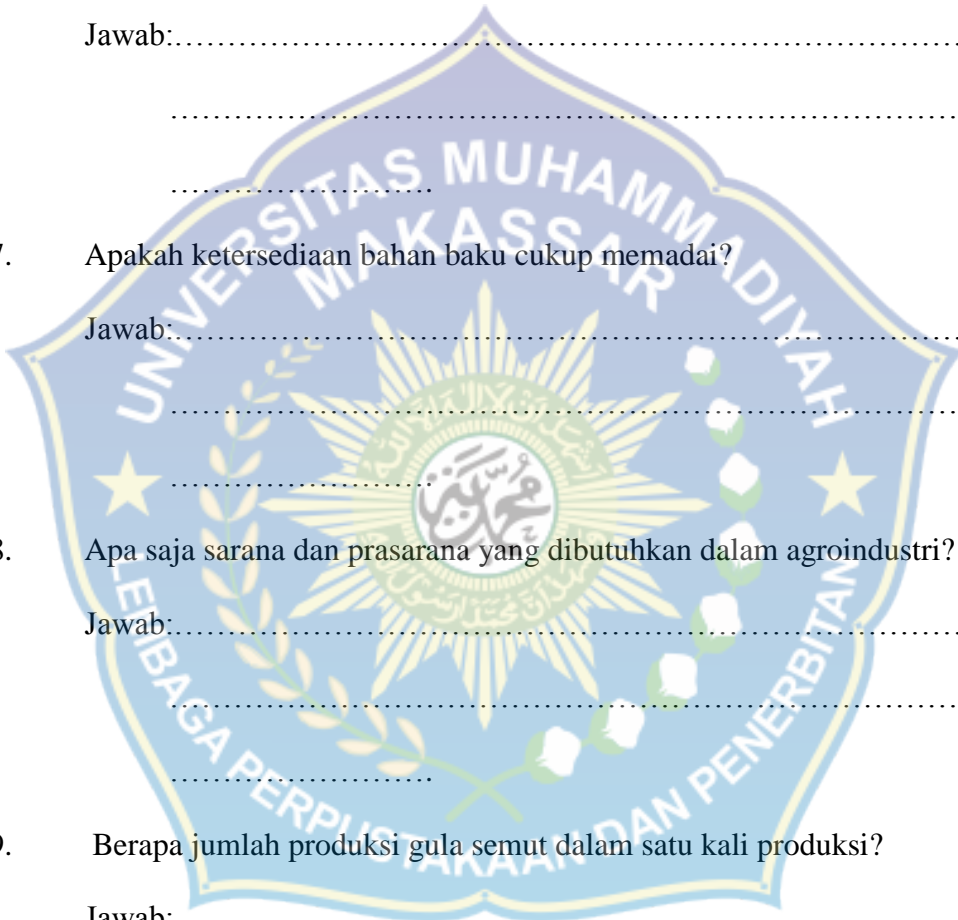
.....

.....

10. Berapa harga produk persatuannya?

Jawab:.....

.....



11. Promosi dilakukan dengan cara apa?

Jawab:.....
.....
.....

12. Dimana produk bapak/ibu dipasarkan?

Jawab:.....
.....
.....

13. Apakah lokasi agroindustri cukup strategis?

Jawab:.....
.....
.....

14. Apakah agroindustri memiliki pelanggan tetap?

Jawab:.....
.....
.....

15. Apakah terdapat pesaing dalam agroindustri?

Jawab:.....
.....
.....

16. Apakah ada institusi yang ikut menunjang dalam perusahaan?

Jawab:.....
.....
.....

17. Apakah terdapat faktor alam yang dapat mempengaruhi usaha gula semut?

Jawab:.....
.....
.....

18. Apakah teknologi yang semakin berkembang dapat membantu prosesi usaha baik dari segi produksi atau pemasaran?

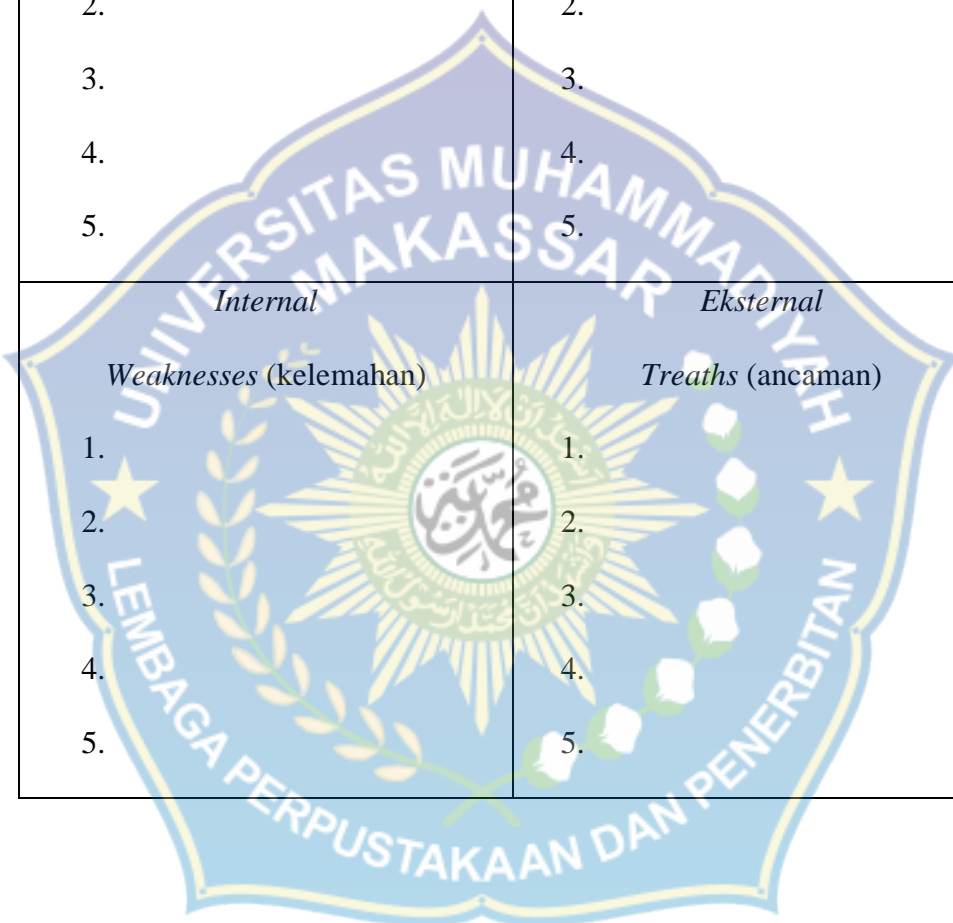
Jawab:.....
.....
.....

19. Bagaimana kebijakan pemerintah pada agroindustri ini?

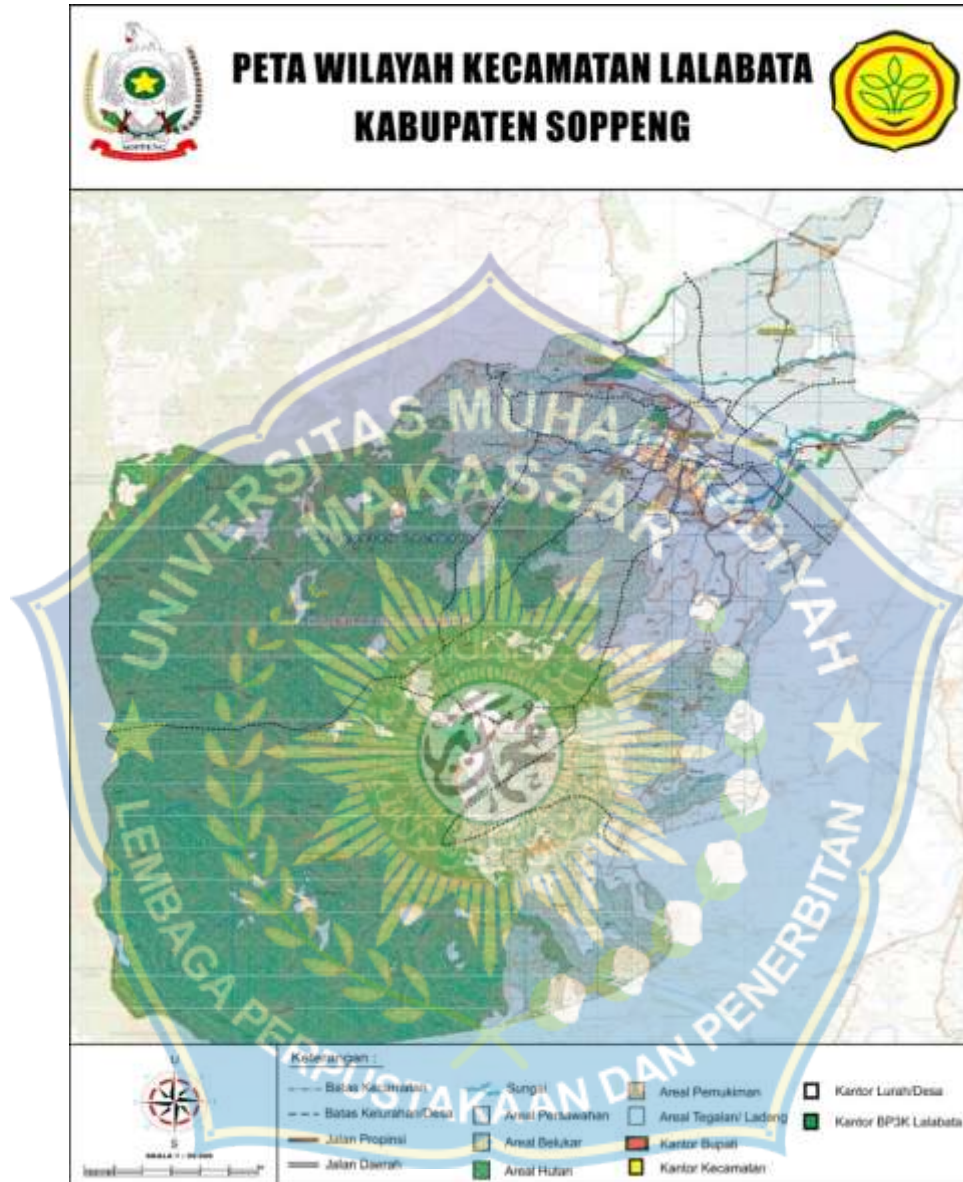
Jawab:.....
.....
.....

20. Apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha gula semut aren di Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng?

SWOT	
<i>Internal</i>	<i>Eksternal</i>
<p><i>Strengths</i> (kekuatan)</p> <p>1.</p> <p>2.</p> <p>3.</p> <p>4.</p> <p>5.</p>	<p><i>Opportunities</i> (peluang)</p> <p>1.</p> <p>2.</p> <p>3.</p> <p>4.</p> <p>5.</p>
<p><i>Internal</i></p> <p><i>Weaknesses</i> (kelemahan)</p> <p>1.</p> <p>2.</p> <p>3.</p> <p>4.</p> <p>5.</p>	<p><i>Eksternal</i></p> <p><i>Treaths</i> (ancaman)</p> <p>1.</p> <p>2.</p> <p>3.</p> <p>4.</p> <p>5.</p>



Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



Gambar 7. Peta Lokasi Penelitian

Lampiran 3. Identitas Responden

Informan : Pendiri Agroindustri
Nama : Nurtang
Alamat : Bulu-Batu Desa Umpungeng
Usia : 34 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMA
Tanggungans Keluarga : 4 Orang

Informan : Bagian Produksi
Nama : Asrianto
Alamat : Bulu-Batu Desa Umpungeng
Usia : 24 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMA
Tanggungans Keluarga : -

Informan : Bagian Pemasaran
Nama : Musriadi
Alamat : Bulu-Batu Desa Umpungeng
Usia : 24 Tahun
Pendidikan Terakhir : S1
Tanggungans Keluarga : -

Lampiran 4. Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 11. Faktor Internal dan Eksternal

SWOT	
<p><i>Internal</i> <i>Strengths</i> (kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku 2. Keterampilan petani 3. Ketersediaan lahan 4. Tenaga kerja dekat dengan lokasi 5. Hubungan baik antar pihak internal 	<p><i>Eksternal</i> <i>Opportunities</i> (peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya permintaan pasar 2. Harga gula semut aren tinggi 3. Perkembangan teknologi 4. Banyaknya kerjasama dengan petani aren 5. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut
<p><i>Internal</i> <i>Weaknesses</i> (kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi agroindustri tidak strategis 2. Sarana dan prasarana kurang memadai 3. Jumlah tenaga kerja masih kurang 4. Sumber permodalan usaha masih kurang 5. Promosi yang belum efektif 	<p><i>Eksternal</i> <i>Treaths</i> (ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing dengan produk yang serupa 2. Musim yang tidak menentu

Lampiran 5. Rekapitulasi Hasil Pembobotan

Tabel 12. Hasil Pembobotan Faktor Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot
Kekuatan/Strength (S)	
1. ketersediaan bahan baku	0,18
2. Keterampilan petani	0,13
3. ketersediaan lahan	0,12
4. tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0,07
5. hubungan baik antar pihak internal	0,05
Sub Total	0,55
Kelemahan/Weaknesses (W)	
1. lokasi perusahaan tidak strategis	0,06
2. sarana dan prasarana kurang memadai	0,10
3. jumlah tenaga kerja masih kurang	0,08
4. sumber permodalan usaha masih kurang	0,14
5. promosi yang belum efektif	0,07
Sub Total	0,45
Total	1,00

Tabel 13. Hasil Pembobotan Faktor Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot
Peluang/Opportunities (O)	
1. Permintaan pasar cukup tinggi	0,18
2. Harga gula semut aren tinggi	0,18
3. Perkembangan teknologi	0,15
4. Banyaknya kerjasama dengan petani aren	0,15
5. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut	0,15
Sub Total	0,69
Ancaman/Threats (T)	
1. Pesaing dengan produk yang serupa	0,15
2. Musim yang tidak menentu	0,16
Sub Total	0,31
Total	1,00

Lampiran 6. Rekapitulasi Hasil Rating

Tabel 14. Hasil Rating Faktor Internal

Faktor-faktor Strategi Internal	Rating
Kekuatan/<i>Strength</i> (S)	
1. ketersediaan bahan baku	4
2. Keterampilan petani	4
3. ketersediaan lahan	4
4. tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	4
5. hubungan baik antar pihak internal	3
Sub Total	19
Kelemahan/<i>Weaknesses</i> (W)	
1. lokasi perusahaan tidak strategis	2
2. sarana dan prasaran kurang memadai	2
3. jumlah tenaga kerja masih kurang	2
4. sumber permodalan usaha masih kurang	1
5. promosi yang belum efektif	2
Sub Total	9
Total	28

Tabel 15. Hasil Rating Faktor Eksternal

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Rating
Peluang/Opportunities (O)	
1. Permintaan pasar cukup tinggi	4
2. Harga gula semut aren tinggi	4
3. Perkembangan teknologi	3
4. Banyaknya kerjasama dengan petani aren	3
5. Masih sedikit yang mempunyai usaha agroindustri gula semut	3
Sub Total	17
Ancaman/Threats (T)	
1. Pesaing dengan produk yang serupa	2
2. Musim yang tidak menentu	2
Sub Total	4
Total	21

Lampiran 7. Dokumentasi



Gambar 8. Penyaringan Air Nira



Gambar 9. Air Nira di Masak



Gambar 10. Air Nira Setelah dimasak Selama 1-3 Jam



Gambar 11. Air Nira yang Sudah Masak Kemudian di Aduk



Gambar 12. Gula Semut Setelah Membentuk Kristal



Gambar 13. Gula Semut di Saring



Gambar 14. Gula Semut di Oven



Gambar 15. Setelah di Oven Kemudian di Saring Kembali



Gambar 16. Penimbangan dengan Netto 400 gr



Gambar 17. Wawancara dengan Pendiri Agroindustri





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3munismuh@plasa.com



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 1725/05/C.4-VIII/V/1440/2019
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

22 Ramadhan 1440 H
27 May 2019 M

Kepada Yth,
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel
di -
Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 469/FP/A.2-II/V/1440/2019 tanggal 27 Mei 2019, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : RESKI RAMADANI
No. Stambuk : 10596 0184615
Fakultas : Fakultas Pertanian
Jurusan : Agribisnis
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 1 Juni 2019 s/d 1 Agustus 2019.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM 101 7716



**PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
KECAMATAN LALABATA
KEPALA DESA UMPUNGENG**

Alamat : Jalan Masjid Jami Jolle Kode Pos 90851

SURAT KETERANGAN

Nomor : 68/ KT/DU/ VI//2019

Yang bertanda Tangan dibawah ini :

1. Nama : SHALAHUDDIN, S.Ag
2. Jabatan : KEPALA DESA UMPUNGENG

Menerangkan dengan sebenarnya Bahwa :

1. Nama : RESKI RAMADANI
2. Nim : 105960184615
3. Universitas/Lembaga : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
4. Jurusan : AGRIBISNIS
5. Alamat : JL.SULTAN ALAUDDIN NO 259 MAKASSAR

Oknum tersebut diatas adalah benar telah melakukan Penelitian untuk penyusunan Skripsi dengan judul "Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren Di desa Umpungeng Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan diberikan kepada Yang bersangkutan Untuk dipergunakan seperlunya.

Jolle, 21 Juni 2019

Kepala Desa Umpungeng


SHALAHUDDIN.S.Ag



SRN CO0003249

PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Salotungo No. 2 Tlp. 0484 - 23743 Watansoppeng 90812

IZIN PENELITIAN

Nomor : 179/IP/DPM-PTSP/VI/2019

DASAR 1. Surat Permohonan **RESKI RAMADANI** Tanggal **10-06-2019**
2. Rekomendasi dari **BAPPELITBANGDA**
Nomor **180/IP/REK-T.TEKNIS/BAP/VI/2019** Tanggal **11-06-2019**

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **RESKI RAMADANI**
UNIVERSITAS/ : **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
LEMBAGA
Jurusan : **AGRIBISNIS**
ALAMAT : **BULU BATU DESA UMPUNGENG KEC. LALABATA**
UNTUK : **melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Soppeng dengan keterangan sebagai berikut :**
JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA SEMUT AREN DI DESA UMPUNGENG KECAMATAN LALABATA KABUPATEN SOPPENG**
LOKASI PENELITIAN : **DESA UMPUNGENG, KECAMATAN LALABATA, KABUPATEN SOPPENG**
JENIS PENELITIAN : **KUALITATIF DAN KUANTITATIF**
LAMA PENELITIAN : **01 Juni 2019 s.d 01 Agustus 2019**

- Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Ditetapkan di : Watansoppeng
Pada Tanggal : 11-06-2019

an. BUPATI SOPPENG
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN SOPPENG



FIRMAN, SP, MM

Pangkat : PEMBINA TK. I

NIP : 19621012 198603 1 027

Biaya : Rp. 0,00



1 2 0 1 9 1 9 1 4 2 7 2 7 1

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 16997/S.01/PTSP/2019 Kepada Yth.
Lampiran : Bupati Soppeng
Perihal : Izin Penelitian

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1725/05/C.4-VIII/V/1440/2019 tanggal 27 Mei 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **RESKI RAMADANI**
Nomor Pokok : 105960184615
Program Studi : Agribisnis
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Si Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI GULA SEMUT AREN DI DESA UMPUNGENG
KECAMATAN LALABATA KABUPATEN SOPPENG "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 01 Juni s/d 01 Agustus 2019

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 28 Mei 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

A. M. YAMIN, SE., MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar.
2. Peninggal.





KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI
PRODI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN 2019

Nama : RESKI RAMADANI
NIM : 105960184618
Tempat Tgl Lahir : Gattarang, 23 Januari 1996
Alamat/Asal Daerah : SOPPENG
No HP : 082304954146
Pembimbing : 1. Ir. Hj. Nailah Husain M.M
2. Siti Khaelidjah Yahya Huda. S.Tp. M.Si

Hari Tanggal/Bulan/Tahun	Catatan Pembimbing	Paraf
Senin. 08/4 2019	Konsultasi Judul	
Selasa. 30/4 2019	Konultasi proposal	
Selasa 30/4 - 019	Proposal	
Jumat 5/7 - 019	Konultasi Bab 1	
Senin 8/7 - 019	Konultasi Bab 2	
9/7 - 019	Bimbingan hsl	
21/7 - 2019	Acc skripsi	
24/7 - 2019	Acc upa nya	

Ketua Program Studi
Agribisnis

Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
NBM : 873 162

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Gattareng tanggal 23 Januari 1996 dari ayah Firman dan Ibu Hj. Marwati. Penulis merupakan anak pertama dari 7 bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah Sekolah Dasar di SDN 146 Gattareng, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 3 Marioriwawo, Sekolah Menengah Kejuruan di SMKN 1 Marioriwawo akan tetapi nama sekolah tersebut telah diubah menjadi SMKN 2 Watansoppeng dan lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2015, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah magang di PT. PP. London Sumatra Indonesia Tbk yang berada di Kabupaten Bulukumba selama 40 hari. Selain itu penulis juga aktif menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Agribisnis periode 2017/2018. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu Kabupaten Soppeng”.