ANALISIS KELAYAKAN DAN PENGEMBANGAN INDUSTRI SALAK DI DESA WONOKERTO, TURI, SLEMAN

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Magister

Oleh:

SINGGIH SETIYAWAN

19042003

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS CENDEKIA MITRA INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

ANALISIS KELAYAKAN DAN PENGEMBANGAN INDUSTRI SALAK DI DESA WONOKERTO, TURI, SLEMAN

Oleh**:**

SINGGIH SETIYAWAN

19042003

Telah dipertahankan di depan penguji

pada tanggal ……. November 2022

dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Komisi Pembimbing,

Dr. Farika Chandrasari, SP., MM	Dr. Yulianto Pudjiwinarno, MM., M.Si
Ketua	**Anggota**

HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS:

ANALISIS KELAYAKAN DAN PENGEMBANGAN INDUSTRI SALAK DI DESA WONOKERTO, TURI, SLEMAN

Nama Mahsiswa	: Singgih Setiyawan	NIM	: 19042003
Program Studi	: Magister Manajemen	Minat	: Manajemen SDM

KOMISI PEMBIMBING:

Ketua : Dr. Farika Chandrasari, SP., MM ……

Anggota : Dr. Yulianto Pudjiwinarno, MM., M.Si ……

TIM DOSEN PENGUJI:

Dosen Penguji 1 : Dr. Koesharijadi, SE., M.Si ……

Dosen Penguji 2 : Ir. Anak Agung Alit Merthayasa, MS., Ph.D……

Tanggal Ujian :

SK Penguji :

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pasca Sarjana Universitas Cendekia Mitra Indonesia seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan estetika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Yogyakarta, November 2022

Materai Rp 10.000

Singgih Setiyawan

190432003

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Singgih Setiyawan
Tempat/Tanggal Lahir	: Klaten, 10 Februari 1993
Orang Tua	: Slamet Budiantoro dan Warsini
Pendidikan	: SDN III Kingkang Tahun 2005
	SMPN II Wonosari Tahun 2008
	SMK Pembnas Sukoharjo Tahun 2011
	S1 Universitas Janabadra Yogyakarta Tahun 2019

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul Analisis Kelayakan Dan Pengembangan Industri Salak Di Desa Wonokerto, Turi, Sleman.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hari Kurniawan, SE., MM., selaku Rektor Universitas Cendekia Mitra Indonesia.
2. Bapak Dr. Yulianto Pudjiwinarno, MM., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Cendekia Mitra Indonesia.
3. Bapak Dr. Farika Chandrasari, SP., MM., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Yulianto Pudjiwinarno, MM., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis mulai awal sampai dengan terselesaikannya penulisan tesis ini.
4. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Cendekia Mitra Indonesia, yang telah banyak memberikan ilmu, saran dan masukan bagi pengembangan pengetahuan penulis.
5. Bapak Slamet Budiantoro dan Ibu Warsini, serta ketiga kakak saya: Mas Agung, Mas Nur, dan Mas Wasit, atas segala kasih dan perhatian yang penulis terima sejak kecil hingga saat ini.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan angkatan keempat yang selalu berbagi kegembiraan, motivasi serta kerjasama hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan akibat keterbatasan yang penulis miliki, untuk itu penulis dengan sangat terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun bagi kemajuan diri penulis dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Yogyakarta, November 2022

Penulis,

Singgih Setiyawan

ANALISIS KELAYAKAN DAN PENGEMBANGAN INDUSTRI SALAK DI DESA WONOKERTO, TURI, SLEMAN

ABSTRAK

Penelitian untuk bertujuan untuk mengetahui kesiapan pasar, kesiapan produksi dan teknologi, kesiapan SDM, kesiapan finansial dan untuk menghitung kelayakan pengembangan salak di Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten sleman. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif atau kualitatif. Pemasaran salak pondoh telah meliputi beberapa wiayah di Indonesia serta telah melakukan ekspor salah pondoh melalui ekportir CV. Mitra Turindo mulai tahun 2017. Komoditi salak pondoh agar tetap eksis di kabupaten Sleman perlu melakukan perluasan lahan pertanian, regenerasi petani salak, melakukan peremajaan pohon salak, dan penyediaan bibit salak pondoh dengan berbagai varietas unggul. Ketersediaan tenaga kerja di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman untuk usia produktif berjumlah 24.247 orang, sehingga ketersediaan tenaga kerja tidak menjadi masalah. Berdasarkan analisis R/C Ratio di dapat angka 1,4 sehingga usaha salak di Desa Wonokerto layak untuk dilanjutkan. Nilai NPV sebesar Rp 15.807.801 artinya investasi layak secara finansial. Nilai IRR sebesar 15,67% artinya nilai investasi layak. Nilai Payback Period sebesar 2 tahun 3 bulan. Berdasarkan analisis SWOT strategi pemasaran salak ada pada kuadran I, artinya strategi yang harus diterapkan adalah strategi agresif.

Kata Kunci: NPV, IRR, Payback Period, R/C Ratio, Analisis SWOT

FEASIBILITY ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF THE SALAK INDUSTRY IN WONOKERTO VILLAGE, TURI, SLEMAN

ABSTRACT

The research aims to determine market readiness, production and technology readiness, HR readiness, financial readiness and to calculate the feasibility of developing salak in Wonokerto Village, Turi District, Sleman Regency. This type of research is descriptive or qualitative. Marketing of salak pondoh has covered several areas in Indonesia and has exported one of pondoh through exporter CV. Mitra Turindo started in 2017. In order for the salak pondoh commodity to continue to exist in Sleman district, it is necessary to expand agricultural land, regenerate salak farmers, rejuvenate salak trees, and provide salak pondoh seeds with various superior varieties. The availability of labor in Turi District, Sleman Regency for productive age is 24.247 people, so the availability of labor is not a problem. Based on the analysis of the R/C Ratio, the number 1.4 is obtained so that the salak business in Wonokerto Village is feasible to continue. The NPV value of IDR 15,807,801 means that the investment is financially feasible. The IRR value of 15.67% means that the investment value is feasible. Payback Period value is 2 years 3 months. Based on the SWOT analysis, the salak marketing strategy is in quadrant I, meaning that the strategy that must be applied is an aggressive strategy.

Keywords: NPV, IRR, Payback Period, R/C Ratio, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT., berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tulisan tesis yang berjudul :

Analisis Kelayakan Dan Pengembangan Industri Salak Di Desa Wonokerto, Turi, Sleman.

Tesis ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Universitas Cendekia Mitra Indonesia.

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi:

1. Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang dilakukan.
2. Teori mengenai manajemen pemasaran, produksi dan teknologi, sumber daya manusia, keuangan, kelayakan, pendapatan, biaya produksi dan penggolongan biaya
3. Kerangka penelitian dan definisi operasional
4. Tehnik pengumpulan data dan penentuan sampel meliputi jenis data, sumber data serta metode analis data dengan menggunakan analisis SWOT.
5. Kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan akibat keterbatasan yang penulis miliki, untuk itu penulis dengan sangat terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun bagi kemajuan diri penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Yogyakarta, November 2022

Penulis,

Singgih Setiyawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN TESIS ii

HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS iii

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS iv

RIWAYAT HIDUP v

UCAPAN TERIMA KASIH vi

ABSTRAK viii

ABSTRAC ix

KATA PENGANTAR x

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II TELAAH PUSTAKA 7

2.1 Manajemen Pemasaran 7

2.2 Produksi dan Teknologi 11

2.3 Teori Sumber Daya Manusia 13

2.4 Teori Keuangan 14

2.5 Teori Kelayakan 17

2.6 Pendapatan 23
2.7 Biaya Produksi 27
2.8 Penggolongan Biaya 29
2.8.1 Konsep Biaya 31
2.8.2 Jenis – Jenis Biaya 31
2.9 Penelitian Terdahulu 33
BAB III KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESA PENELITIAN 37
3.1 Kerangka Pikir 37
3.2 Definisi Operasional 39
3.3 Analisi SWOT 40
3.4 Matrik SWOT 41
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN 43
4.1 Jenis Penelitian 43
4.2 Obyek Penelitian 43
4.3 Tehnik Pengumpulan Data 44
4.3.1 Jenis Data 44
4.3.2 Sumber Data 45
4.4 Metode Analsis Data 46
BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 50
5.1 Keadaan Umum 50
5.2 Kesiapan Pasar Pada Industri Salak di Kabupaten Sleman 52
5.3 Kesiapan Produksi dan Teknologi Pada Industri Salak Pondoh Di Kabupaten Sleman 55
5.4 Kesiapan SDM Pada Industri Salak di Kapupaten Sleman 56
5.5 Kesiapan Finansial Pada Industri Salak di Kabupaten Sleman 58
5.6 Analisis SWOT 64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 70

6.1 Kesimpulan 70

6.2 Saran 71

DAFTAR PUSTAKA..... 73

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Tingkat Produktivitas Salak Di Kabupaten Sleman	4
Tabel 2.1	Beberapa Penelitian Terdahulu	35
Tabel 5.1	Wilayah Administrasi Kependudukan	51
Tabel 5.2	Administrasi Berdasarkan Wilayah	51
Tabel 5.3	Ekspor Salak Pondoh Kabupaten Sleman	54
Tabel 5.4	Jumah Penduduk Kecamatan Turi Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta Semester I 2021	57
Tabel 5.5	Data Biaya, Penerimaan, Pendapatan dan Keuntungan	59
Tabel 5.6	Data Penjualan, Baiya dan Laba Bersih Tahun 2019 sampai 2021	61
Tabel 5.7	Data Arus Kas dan Arus Kas Kumulatif	63
Tabel 5.8	Analisis SWOT Faktor Internal	65
Tabel 5.9	Analisis SWOT Faktor Eksternal	65
Tabel 5.10	Analisis SWOT	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 3.1	Kerangka Pikir	38
Gambar 4.1	Analisis SWOT	48
Gambar 5.1	Posisi Strategi Pemasaran	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Judul Halaman

Lampiran 1 Data Kuisioner..... 77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang berarti Negara yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan. Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman bahan makanan, subsektor holtikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat vital bagi masyarakat di Indonesia karena mayoritas penduduk Indonesia bekerja sebagai petani. Namun produktivitas pertanian masih jauh dari harapan.

Indonesia merupakan wilayah yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, sehingga menjadikan Indonesia dikenal sebagai negara agraris. Faktanya adalah bahwa sebagian besar mata pencarian penduduk Indonesia berasal dari sektor pertanian dan menjadikan sektor pertanian sebagai salah satu pilar besar perekonomian Indonesia, karena memang memiliki wilayah yang sangat potensial untuk mengembangkan usaha di sektor pertanian.Sektor pertanian mempunyai peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian nasional.

Pembangunan ekonomi diartikan sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Dari definisi ini mengandung tiga unsur yakni, pembangunan ekonomi sebagai suatu proses berarti perubahan yang terus menerus yang di dalamnya telah mengandung unsur-unsur kekuatan sendiri untuk

investasi baru, usaha meningkatkan pendapatan per kapita, dan kenaikan pendapatan per kapita harus berlangsung dalam jangka panjang. Perkembangan ekonomi selalu dipandang sebagai kenaikan dalam pendapatan per kapita, karena kenaikan pendapatan per kapita merupakan suatu pencerminan dari timbulnya perbaikan dalam kesejahteraan ekonomi masyarakat. (Suryana, 2015)

Agribisnis merupakan suatu kegiatan usaha yang berkaitan dengan sektor agribisnis, mencakup usaha pertanian, peternakan dan perikanan. Industri pengolahan komoditi hasil pertanian merupakan salah satu industri sangat strategis untuk difokuskan di tanah air. Industri ini merupakan satu-satunya pilihan untuk membantu kalangan petani di tanah air supaya kesejahteraan semakin meningkat. Menurut Sutawi (2002) agribisnis yaitu kesatuan aktivitas bisnis yang mencakup satu atau semua hubungan produksi, pemrosesan, dan pemasaran yang terkait dengan pertanian dalam arti luas. Ini adalah kegiatan bisnis yang dapat mendukung kegiatan pertanian, dan kegiatan bisnis yang didukung oleh berbagai kegiatan petani.

Menurut Soekartawi (2005), agribisnis merupakan suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas. Sebagai motor penggerak pembangunan pertanian, agribisnis dan agroindustri diharapkan akan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam sasaran pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional. Dalam melaksanakan proses produksinya, suatu perusahaan membutuhkan faktor-faktor produksi yang dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah bahan baku, modal, mesin dan manusia

Di Sleman, terdapat beberapa budidaya yang cukup menonjol, di antaranya di bidang perikanan dan pertanian. Di Kabupaten Sleman terdapat

komoditas penanam Jambu Dalhari yang berada di Berbah, Perikanan di Cangkringan, Minapadi di Seyegan dan komoditas salak yang sangat terkenal di wilayah Turi, Sleman. Salak di Sleman ada beberapa jenis, yaitu salak madu, salak gading, salak pondoh dan salak gula pasir.

Salah satu buah asli tropis yang menjadi salah satu komoditas hortikultura adalah buah salak. Budidaya tanaman salak tidak hanya menguntungkan secara ekonomis, melainkan juga dari sisi lingkungan, turut andil dalam usaha optimalisasi pemanfaatan lahan dan konservasi lingkungan.

Salak adalah salah satu tanaman buah-buahan asli Indonesia yang banyak dibudidayakana oleh masyarakat. Sebagai buah asli Indonesia, salak memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan. Masyarakat Indonesia menyukai buah ini sehingga konsumsi salak untuk pasar lokal cukup tinggi. Di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Kabupaten Sleman merupakan kabupaten dengan jumlah produksi salak terbesar dibandingkan dengan kabupaten/kota yang lain.

Seiring berkembangan zaman, salak mulai mengalamai penununurunan karena dominasi jenis buah lain yang mampu menggeser salak. Munculnya beberapa varietas di beberapa wilayah lain membuat salak Sleman mengalami penurunan yang signifikan. Ini adalah bagian dari penurunan nilai – nilai dalam perdagangan salak. Dalam keadaaan panen, salak pondok sering kali mengalami penurunan harga menjadi sangat murah. Petani mengalami kerugian karena jumlah yang dijual tidak sebanding dengan jumlah produksi salak di wilayah Sleman. Tahap penurunan ditandai dengan berkurangnya omzet karena kalah saing dengan produk sejenis.

Menurut Sri Rejeki (2014), Salak pondoh merupakan salah satu alternatif pilihan komoditas buah-buahan yang dapat dikembangkan oleh pemerintah. Salak pondoh dijadikan sebagai salah satu buah unggulan nasional, dimana sentral

produksi salak terbesar di Kabupaten Sleman terletak di Kecamatan Turi dan Tempel. Kecamatan Turi dan Kecamatan Tempel merupakan dua wilayah yang memiliki produksi salak pondoh terbesar di Kabupaten Sleman, dikarenakan daerah ini merupakan daerah yang sangat ideal bagi pertumbuhan tanaman salak pondoh.

Menurut Nurhayati dkk dalam Widi Artini (2021) kandungan gizi salak dalam 100 gram buah salak yang dapat dimakan terdiri dari karbohidrat sebesar 77 kalori, proten sebesar 0,4 gram, air sebesar 74 gram, mineral fosfor sebesar 20,9 gram, zat besi sebanyak 0,42 gram dan vitamin B dan C masing-masing sebesar 0,004 gram dan 0,2 gram.

Produksi salak di Kabupaten Sleman cukup tinggi. Mayoritas penduduknya memiliki profesi sebagai pengusaha salak. Hal itu tidak lepas dari tingginya tingkat produktivitas salak di kabupaten Sleman.Dari data di bawah dapat disimpulkan bahwa Kecamatan Turi dan Tempel memiliki tingkat produktivitas yang jauh lebih tinggi dibanding kecamatan lainnya di Kab. Sleman. Pada tahun 2018, Kecamatan Turi bisa menghasilkan 55.932,8 ton salak. Sedangkan Kecamatan Tempel di tahun yang sama dapat menghasilkan sebanyak 27.498,3 ton salak. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Tingkat Produktivitas Salak di Kabupaten Sleman

Kecamatan	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Harga (2015 – 2019)
Prambanan		-	-	-	-	3.500 – 7.000
Minggir		-	-	6,7	-	3.500 – 7.000
Depok		-	-	-	-	3.500 – 7.000
Sleman	407	-	-	24,5	55,3	3.500 – 7.000
Turi	36.788	3124,6	1904,1	55.932,80	20.260	3.500 – 7.000
Tempel	23	1,5	48492	27.498,30	17.797	3.500 – 7.000
Kalasan		-	15	17,4	-	3.500 – 7.000
Berbah		-	-	-	-	3.500 – 7.000
Cangkringan		-	344,8	407,6	171,8	3.500 – 7.000

Pakem	1.655	104,6	4305,7	4.296,30	636,9	3.500 – 7.000
Godean		-	-	6,8	0,7	3.500 – 7.000
Gamping		-	-	5	4,7	3.500 – 7.000
Mlati		-	-	-	-	3.500 – 7.000
Ngaglik		-	45,2	89,6	64,2	3.500 – 7.000
Ngemplak		-	-	2,9	18,6	3.500 – 7.000
Moyudan		-	-	-	-	3.500 – 7.000
Seyegan		-	6,69	8,5	0,6	3.500 – 7.000

Sumber : Sleman Dalam Angka (BPS), 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka diperlukan sebuah sebuah rumusan agar pengembangan salak berjalan dengan optimal dan sejalan dengan harapan para petani.

Salak adalah salah satu komoditas yang sangat menopang perekonomian masyarakat Kabupaten Sleman. Selain itu, di Kabupaten Sleman, salak memiliki cakupan pasar yang sangat besar, yakni hingga ke luar negeri. Salak menjadi salah satu komoditi penyumbang nilai ekspor terbanyak di Kabupaten Sleman. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa kesiapan Pasar pada Industri Salak di Kabupaten Sleman?
2. Apa kesiapan Produksi dan Teknologi pada Industri Salak di Kabupaten Sleman?
3. Apa kesiapan SDM pada Industri Salak di Kabupaten Sleman?
4. Apa kesiapan Finansial pada Industri Salak di Kabupaten Sleman?
5. Apakah industri salak di Desa Wonokerto layak untuk dilanjutkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengutarakan kesiapan Pasar pada Industri Salak di Kabupaten Sleman
2. Untuk mengutarakan kesiapan Produksi dan Teknologi pada Industri Salak di Kabupaten Sleman
3. Untuk mengutarakan kesiapan SDM pada Industri Salak di Kabupaten Sleman
4. Untuk mengutarakan kesiapan Finansial pada Industri Salak di Kabupaten Sleman
5. Untuk menghitung Kelayakan pengembangan salak di Desa Wonokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penilitian ini sebagai syarat menyelesaikan studi Strata 2 (S2). Penelitian juga diharapkan mampu mengkomparasikan antara teori yang didapat di kelas dengan keadaan di tempat penelitian. Penulis mampu mempraktikkan apa yang dipelajari di kelas, agar bisa menambah wawasan dan pengalaman.
2. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengalaman baru untuk mengembangkan usahanya.
3. Bagi pemerintah daerah dan institusi yang terkait, penelitian ini diharapkan hasil penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk progam-program di depan yang berkaitan dengan obyek penelitian ini.
4. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi tambahan atau sebagai referensi yang berhubungan dengan salak

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009), “Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.” Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2012), “Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter.”

Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pembeli.

Menurut Santoso, 2017 pasar sebagai tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pengertian pasar dapat dititik beratkan dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual dan beli. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan.

Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya beli.

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses transaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Pasar adalah satu dari berbagai sistem institusi, prosedur, hubungan social dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan

Pasar Secara umum pengertian pasar merupakan suatu tempat di mana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk melakukan jual beli barang. Penjual menawarkan barang dagangannya dengan harapan barang tersebut laku terjual dan dapat memperoleh uang sebagai gantinya. Di sana penjual dan pembeli akan melakukan tawar-menawar harga hingga terjadi kesepakatan harga.

Setelah kesepakatan harga disetujui oleh penjual dan pembeli, maka barang akan berpindah dari tangan penjual ke tangan pembeli. Pembeli akan menerima barang dan penjual akan menerima uang. Hal ini merupakan pengertian pasar secara konkrit, artinya pengertian pasar dalam kehidupan sehari-hari, yaitu tempat orang-orang bertemu untuk melakukan transaksi jual beli barang.

Berikut ini adalah uraian tentang jenis-jenis pasar:

1. Pasar Ditinjau Dari Kegiatannya

   Pasar ditinjau dari kegiatannya dibedakan kedalam 2 (dua) jenis, yaitu pasar tradisional dan toko modern, uraiannya adalah sebagai berikut:

   a. Pasar tradisional

      Merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung,

bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan pemukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mepunyai ketersediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dengan konsumen.

Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan harga yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih sedikit merepotkan karena harus mengganti-ganti label harga yang sesuai dengan perubahan yang ada di pasar. Tipe pasar tradisional sebenarnya sangatlah beragam jenisnya, dan dalam pertumbuhannya telah berlangsung lama. Masing-masing pasar menetapkan peran, fungsi serta bentuknya sendiri-sendiri. Bila umumnya mereka berfungsi sebagai pasar pengecer, di kota-kota besar menjadi grosir.

Beberapa pasar ada yang mengkhususkan pada penjualan komoditi tertentu, seperti hewan atau ternak, buah, dan sebagainya. Adapun waktu kegiatan perdagangannya pasar tradisional ini dikenal adanya pasar harian dan periodik tertentu, misalkan ada pasar Legi, pasar Kliwon, pasar Pon, pasar Minggu, pasar Jum’at dan masih ada yang lainnya, sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan komoditas pasar yang tidak selalu harus dipenuhi setiap hari.

b. Toko Modern

Meupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan ditandai adanya transaksi jual beli secara tidak langsung. Pembeli melayani

kebutuhannya sendiri dengan mengambil di rak-rak yang sudah ditata sebelumnya. Harga barang sudah tercantum pada tabel-tabel yang terdapat pada rak-rak tempat barang tersebut diletakkan dan merupakan harga pasti yang tidak bisa ditawar.

Pada dasarnya pasar modern dikelola dengan manajemen modern yang terdapat pada kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya anggota kalangan menengah keatas. Barang yang dijual ditoko modern memiliki berbagai macam jenis barang, selain menyediakan barangbarang lokal, toko modern juga menjual barang impor.

Barang yang dijual juga memiliki kualitas yang terjamin karena telah melalui pemeriksaan terlebih dahulu sebelum barang tersebut dijual, apabila ada barang yang tidak memenuhi kriteria akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai ketersediaan barang digudang yang terukur. Sedangkan dari segi harga, toko modern memiliki label harga yang pasti dalam arti disini harga yang sebelum maupun yang sesdudah kena pajak.

2. Pasar Ditinjau Dari Segi Dagangannya

Pasar ditinjau dari segi dagangannya dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu sebagai berikut:

a. Pasar umum Pasar dengan jenis dagangannya yang diperjual belikan lebih dari satu jenis. Dagangan yang terdapat pada pasar ini biasanya meliputi kebutuhan sehari-hari.
b. Pasar khusus Pasar dengan barang dagangan yang diperjual belikan sebagian besar terdiri dari satu jenis dagangan beserta kelengkapannya.

3. Fungsi Pasar Pasar berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk pelayanan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai segi atau bidang:
   a. Segi sosial budaya Merupakan kontak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.
   b. Arsitektur Menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

4. Segmentasi Pasar

   Menurut (Kotler and Scheff, 1997) menjelaskan bahwa segmentasi pasar adalah sebuah proses dalam pembagian pasar, menjadi beberapa kelompok pelanggan yang memiliki karakteristik kebutuhan yang sama, sehingga dapat dijadikan target pasar yang harus dicapai oleh perusahaan dengan strategi pemasarannya. Dengan melakukan segmentasi pasar perusahaan dapat memfokuskan diri untuk menciptakan produk yang lebih spesifik. Sehingga bisa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

   Secara garis besar pembagian pasar segmen pasar bertujuan untuk mengelompokannya menjadi homogen. Hal ini dikarenakan banyaknya produk yang bersifat heterogen. Banyaknya produk dengan berbagai macam jenis inilah yang membuat suatu organisasi perlu menentukan segmentasi pasar yang tepat bagi setiap produknya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa segmentasi pasar adalah mengubah sesuatu yang bersifat heterogen menjadi bersifat homogen.

2.2 Produksi dan Teknologi

Produksi adalah suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output. Kegiatan tersebut dalam ekonomi biasa di nyatakan dalam fungsi produk, Fungsi

produk menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu (Sugiarto dkk, 2002). Produksi sering didefenisikan sebagai penciptaan guna, dimana guna bararti kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia (Ari Sudarman, 2004).

Produksi meliputi semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pengertian yang sangat luas, produksi meliputi semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pembuatan barang-barang yang dapat dilihat dengan menggunakan faktor produksi. Faktor produksi yang dimaksud adalah berbagai macam input yang digunakan untuk melakukan proses produksi. Faktor-faktor produksi tersebut dapat diklasifikasi menjadi faktor produksi tenaga kerja, modal, dan bahan mentah. Ketiga faktor produksi tersebut dikombinasikan dalam jumlah dan kualitas tertentu.

Aktivitas yang terjadi didalam proses produksi yang meliputi perubahan-perubahan bentuk, tempat dan waktu penggunaan hasil-hasil produksi. Disamping itu produksi juga diartikan sebagai penciptaan nilai guna (*utility*) suatu barang dan jasa dimana nilai guna diartikan sebagai kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Pengertian lain dengan lebih sederhana mengatakan bahwa produksi adalah suatu kegiatan mengubah input (faktor produksi menjadi output barang dan jasa). Adanya perbedaan produksi dalam arti teknis dan ekonomi adalah secara teknis merupakan suatu pendayagunaan sumber-sumber yang tersedia. Dimana nantinya diharapkan terwvujudnya hasil yang lebih baik dari segala pengorbanan yang telah diberikan. Sedangkan bila ditinjau dari pengertian ekonomi, produksi merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber yang tersedia untuk mewujudkan hasil yang terjamin kualitas, terkelola dengan baik sehingga kegiatan tersebut haruslah dilakukan dengan biaya serendah mungkin untuk mencapai hasil maksimal.

2.3 Teori Sumber Daya Manusia

Menurut Fauzi (2008), Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia (SDM) dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Stoner, manajemen sumber daya manusia adalah suatu prosedur yang berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya.

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dapat pula diartikan sebagai proses pendayagunaan manusia sebagai tenaga kerja secara manusiawi, agar potensi fisik dan psikis yang dimilikinya berfungsi maksimal bagi pencapaian tujuan perusahaan. Dalam literatur lain mengatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah pengelolaan individu-individu yang bekerja dalam organisasi berupa hubungan antara pekerjaan dengan pekerja, terutama untuk pencapaian pemanfaatan individu-individu secara produktif sebagai usaha mencapai tujuan organisasi dan slam rangka perwujudan kepuasan kebutuhan individu-individu tersebut.

Faktor manajemen sumber daya manusia terdiri dari perencanaan, pegorganisasian, pengarahan, pengendalian, pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian. Perencanaan Perencanaan SDM (Sumber Daya Manusia) adalah perencanaan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan membantu terwujudnya tujuan perusahaan. Pada sebuah organisasi perusahaan untuk mempermudah proses perencanaan sumber daya manusia, ada beberapa langkah yaitu: a) Perencanaan Sumber Daya Manusia Merencanakan sumber daya manusia diawali dengan menyesuaikan kembali rencana strategis perusahaan dalam jangka. Perencanaan sumber daya manusia

harus searah dengan perencanaan strategis perusahaan. b) Menentukan tugas yang akan diemban oleh tenaga kerja.

2.4 Teori Keuangan

Manajemen keuangan menurut (Mulyawan, 2015) merupakan kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, serta penyimpangan dana yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi. Sedangkan menurut James Van Horne dan John Wochowiez dalam (Mulyawan, 2015) manajemen keuangan adalah segala aktivitas hubungan dengan perolehan, pendanaan, serta pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan.

Manajemen keuangan merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan suatu perusahaan untuk mengetahui kondisi perusahaan. Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan bagaimana cara memperoleh, menggunakan dan mengelola dana untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Perilaku Keuangan Perilaku keuangan atau *financial behavior* (Purwidianti dan Mudjiyanti, 2016) merupakan kemampuan seseorang atau individu dalam mengatur keuangannya sehari-hari. Menurut Sina (2013) dalam (Widyanigrum, 2018) perilaku keuangan berhubungan dengan tanggung jawab keuangan seseorang yang berhubungan dengan cara pengelolaan keuangan.

Financial behavior merupakan bagaimana individu atau rumah tangga mengelola sumber daya keuangan meliputi perencanaan, anggaran tabungan, asuransi dan investasi. Tanggung jawab keuangan merupakan proses pengelolaan keuangan serta aset lainnya dengan menggunakan cara yang di anggap produktif. Hal ini berkaitan dengan proses menguasai penggunaan aset keuangan. Dalam praktiknya, manajemen perilaku keuangan terbagi menjadi tiga

hal utama diantaranya konsumsi, tabungan, dan investasi. Berdasarakan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangannya dengan tanggung jawab.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan menurut Gromman et al (2015) dalam Zannah (2019) yaitu:

1. *Financial literacy* adalah kemampuan seseorang dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang mereka pelajari untuk kesejahteraan keuangan individu maupun perusahaan.
2. Kemampuan berhitung adalah kemampuan yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan penjumlahan, penggurangan, perkalian dan pembagian dalam bentuk angka matematis.
3. Kualitas pendidikan pelaksanaan pendidikan disuatu lembaga, dimana pendidikan disuatu lembaga tersebut mencapai keberhasilan.

Unsur-unsur perilaku keuangan Menurut Dew dan Xiao dalam Zannah (2019) *financial management behavior* seseorang dilihat dari 4 (empat) hal yaitu:

1. *Consumption* merupakan pengeluaran oleh rumah tangga atas berbagai barang dan jasa. *Financial management behavior* seseorang dapat dilihat dari bagaimana ia melakukan kegiatan konsumsinya seperti apa yang dibeli seseorang dan mengapa ia membelinya.
2. *Cash flow managment* merupakan indikator utama dari kesehatan keuangan yaitu ukuran kemampuan seseorang untuk membayar segala biaya yang dimilikinya, manajemen arus kas yang baik adalah tindakan penyeimbangan, masukan uang tunai dan pengeluaran. *Cash flow managment* dapat diukur dari apakah seseorang membayar tagihan tepat waktu, memperhatikan catatan atau bukti pembayaran dan membuat anggaran keuangan dan perencanaan masa depan.

3. *Saving and investment*, tabungan dapat didefinisikan sebagai bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi dalam periode tertentu karena seseorang tidak tau apa yang akan terjadi di masa depan, uang harus disimpan untuk membayar kejadian tak terduga. Investasi yaitu mengalokasikan atau menanamkan sumberdaya saat ini dengan tujuan mendapatkan manfaat di masa mendatang.

Menurut Kasmir (2013), terdapat 2 (dua) macam metode analisis laporan keuangan yang biasa dipakai yaitu sebagai berikut:

1. Analisis vertikal (statis) merupakan analisis yang dilakukan terhadap hanya satu periode laporan keuangan saja. Informasi yang diperoleh hanya untuk satu periode saja dan tidak diketahui perkembangan perusahaan dari periode ke periode.
2. Analisis horizontal (dinamis) merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan untuk beberapa periode. Dari hasil analisis ini akan terlihat perkembangan perusahaan dari periode yang satu ke periode yang lain.

Disamping metode yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan, menurut Kasmir (2013) terdapat jenis-jenis teknik analisis laporan keuangan sebagai berikut:

1. Analisis perbandingan antara laporan keuangan, yaitu analisis dengan membandingkan laporan keuangan lebih dari satu periode.
2. Analisis trend, yaitu analisis laporan keuangan yang biasanya dinyatakan dalam persentase tertentu.
3. Analisis persentase per komponen, yaitu analisis yang dilakukan untuk membandingkan antara komponen yang ada dalam suatu laporan keuangan, baik yang ada di laporan neraca maupun laporan laba rugi.

4. Analisis sumber dan penggunaan dana, yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui sumber-sumber dana perusahaan dan penggunaan dana dalam suatu periode.
5. Analisis sumber dan penggunaan kas, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui sumber-sumber kas perusahaan dan penggunaan uang kas dalam suatu periode.
6. Analisis rasio, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan pos-pos yang ada dalam satu laporan keuangan atau pos-pos antara laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.
7. Analisis kredit, yaitu analisis yang digunakan untuk menilai layak tidaknya suatu kredit dikucurkan oleh lembaga keuangan seperti bank.
8. Analisis laba kotor, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui jumlah laba kotor dari periode ke satu periode.
9. Analisis titik pulang pokok disebut juga analisis titik impas atau break even point, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pada kondisi berapa penjualan produk dilakukan dan perusahaan tidak mengalami kerugian

2.5 Teori Kelayakan

Studi kelayakan adalah penelitian tentang dapat atau tidaknya suatu proyek/usaha dilaksanakan dengan berhasil. Proyek yang diteliti bisa berbentuk pembangunan atau pun proyek sederhana. Semakin besar proyek yang akan dijalankan semakin luas dampak yang terjadi. Dalam studi kelayakan, langkah pertama yang perlu ditentukan adalah sejauh mana aspek-aspek yang mempengaruhi usaha akan diteliti dan aspek apa saja yang akan diteliti. Masing-masing aspek tersebut perlu dianalisa sehingga mempunyai gambaran kelayakan gambaran masing-masing aspek (Suad Husnan dan Suwarsono, 2004).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2016) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang sedang dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Menurut Suad Husnan dan Suwarsono (2014), ada beberapa aspek dalam kelayakan, antara lain:

1. Aspek pasar dan pemasaran mencoba mempelajari tentang:
    a. Permintaan, baik secara total ataupun diperinci menurut daerah, jenis konsumen, perusahaan besar pemakai. Disini juga perlu diperkirakan tentang proyeksi permintaan tersebut.
    b. Penawaran, baik yang berasal dari dalam negeri maupun juga yang berasal dari impor. Bagaimana perkembangannya di masa lalu, dan bagaimana perkiraan di masa yang akan datang. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran ini, seperti jenis barang yang bisa menyaingi, perlindungan dari pemerintah, dan sebagainya, perlu pula diperhatikan.
    c. Harga, dilakukan perbandingan dengan barang-barang impor, produksi dalam negeri lainnya. Apakah ada kecenderungan perubahan harga, dan kalau ya, bagaimana polanya.
    d. Program pemasaran, mencakup strategi pemasarran yang akan dipergunakan, *marketing mix*. Identifikasi siklus kehidupan produk, pada tahap apa produk yang akan dibuat.
    e. Perkiraan penjualan yang bisa dicapai perusahaan, *market share* yang bisa dikuasai perusahaan.

    Aspek Pasar Pengembangan usaha berhuhungan dengan pangsa Pasar pemilik usaha. Salah satu alat yang digunakan dalam pertimbangan pengembangan adalah analisis SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*). Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk

membantu pengambilan keputusan kelayakan usaha berdasarkan *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats* (Amalia, Hidayat, & Budiatmo, 2012).

Analisis SWOT berbentuk matriks yang menjelaskan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dan faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan (Siregar, 2015). Menurut Rangkuti (2004) faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan adalah yang berhubungan dengan aspek sumber daya manusia, keuangan, produksi, perencanaan dan pemasaran. Faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan adalah yang berhubungan dengan pemasok, pesaing dan pelanggan.

2. Aspek Keuangan

Aspek Keuangan mempelajari berbagai faktor penting seperti:

a. Dana yang diperlukan untuk investasi, baik untuk aktiva tetap maupun untuk modal kerja.
b. Sumber-sumber pembelanjaan yang akan dipergunakan. Seberapa banyak dana yang berupa modal sendiri dan berapa banyak yang berupa pinjaman jangka pendek, dan berapa yang jangka panjang.
c. Taksiran penghasilan, biaya dan rugi atau laba pada berbagai tingkat operasi. Termasuk disini estimasi tentang *break even point* tersebut.
d. Manfaat dan biaya dalam artian finansial seperti *rate of return investment*, *net present value*, *internal rate of return*, *profitability index*, dan *payback period*. Estimasi terhadap risiko proyek, risiko dalam artian total, atau kalau mungkin yang hanya sistematis
e. Proyek bisnis keuangan. Pembuatan neraca yang diproyek bisniskan dan proyek bisnis sumber dan penggunaan dana.

Biasanya alat yang digunakan untuk mengukur standar pencapaian kinerja perusahaan adalah rasio keuangan. Tentu saja rasio keuangan yang digunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pihak tersebut.

a. *Net Present Value* (NPV)

Analisis Investasi merupakan analisis modal yang harus dikeluarkan dengan estimasi pendapatan yang akan diterima. *Net Present Value* (NPV) adalah hasil selisih penerimaan dengan pengeluaran yang sudah dilakukan *present value* (Nufaili & Utomo, 2014). Panjaitan, Limbong, & Suryani (2012) mengatakan NPV adalah nilai uang sekarang yang berasal dari sejumlah uang di masa yang akan datang dan dikonversikan ke sekarang dengan memakai tingkat bunga terpilih.

NPV = PV Benefit – PV Cost

1) NPV > 0, maka investasi layak secara Finansial
2) NPV < 0, maka investasi tidak layak secara Finansial
3) NPV = 0, maka investasi berada pada osisi titik impas (Break Event Point)

Langkah menghitung NPV (Brigham dan Houston alih bahasa Ali Akbar Yulianto (2011):

1) Tentukan nilai sekarang dari setiap arus kas, termasuk arus masuk dan arus keluar yang didiskontokan pada biaya modal proyek.
2) Jumlahnya arus kas yang didiskontokan ini, hasil ini didefinisikan sebagai NPV proyek,
3) Jika NPV adalah positif, maka proyek harus diterima, sementara jika NPV adalah negatif, maka proyek itu harus ditolak. Jika dua proyek

dengan NPV positif adalah *mutually exclusive*, maka salah satu dengan nilai NPV tersebar harus dipilih.

NPV sebesar nol menyiratkan bahwa arus kas proyek sudah mencukupi untuk membayar kembali modal yang diinvestasikan dan memberikan tingkat pengembalian yang diperlukan atas modal tersebut. Proyek yang memiliki NPV positif, dapat menghasilkan lebih banyak kas dari yang dibutuhkan untuk menutup utang dan memberikan pengembalian yang diperlukan kepada pemegang saham perusahaan.

Keunggulan NPV adalah menggunakan konsep nilai waktu uang (time value of money). Sebelum perhitungan/penentuan NPV hal yang paling utama adalah mengetahui atau menaksir aliran kas masuk dimasa yang akan datang dan aliran kas keluar. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aliran kas ini yaitu:

1) Taksiran kas haruslah didasarkan atas dasar setelah pajak,
2) Informasi tersebut haruslah didasarkan atas "*incremental*" (kenaikan atau selisih) suatu proyek. Jadi harus diperbandingkan adanya bagaimana aliran kas seandainya dengan dan tanpa proyek. Hal ini penting sebab pada proyek pengenalan produk baru, bisa terjadi bahwa produk lama akan "termakan" sebagian karena kedua produk ini bersaing dalam pemasaran,
3) Aliran kas ke luar haruslah tidak memasukkan unsur bunga, apabila proyek itu direncanakan akan dibelanjai/didanai dengan pinjaman. Biaya bunga tersebut termasuk sebagai tingkat bunga yang disyaratkan (*required rate of return*) untuk penilaian proyek tersebut.

b. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat bunga yang menggambarkan nilai bersih sekarang (NPV) sama dengan jumlah semua investasi usaha.

IRR adalah tingkat *discount* yang akan menyebabkan NPV sama dengan nol, karena present value cash inflow pada tingkat *discount* tersebut akan sama dengan *initial investment*. Perbandingan antara teknik NPV dan IRR, Perbedaan pokok di antara kedua pendekatan ini terletak pada asumsi tentang *discount rate* yang digunakan sebagai dasar perhitungan bagi penginvestasian kembali *cash inflow* yang diperoleh. NPV mengasumsikan bahwa *cash inflow* yang diterima diinvestasikan kembali pada tingkat *cost of capital* atau *discount rate* minimum yang digunakan dalam perhitungan sebelumnya, sedangkan IRR mengasumsikan bahwa *cash inflow* yang diterima diinvestasikan kembali pada tingkat *discount* sebesar IRR (Giatman, 2007).

Keunggulan yang ditawarkan IRR:

1) Dengan Anda menggunakan metode IRR, Anda bisa mengetahui apakah investasi yang dipilih layak atau tidak layak
2) Metode IRR ini mempertimbangkan konsep *time value of money* serta rasio arus masuk di kemudian untuk pengembalian modal investasi
3) Metode ini juga mempertimbangkan setiap arus yang ada

c. *Payback Period* (PBP)

Payback Period (PBP) adalah investasi yang menjelaskan lamanya waktu yang diperlukan agar dana yang digunakan untuk berinvestasi

kembali kesemuanya (Adalina, 2016). dalam penelitian ini diasumsikan lama periode waktu yang direncanakan selama 5 tahun atau 60 bulan.

3. Aspek Produksi

Analisis produk meliputi pengujian struktural, uji mesin, pengujian bahan kimia serta berbagai pengujian yang terkait dengan produknya. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah produk Anda siap untuk diluncurkan ke pasar.

4. Aspek Teknologi

Beberapa hal yang sering menjadi pertimbangan dalam aspek teknologi untuk suatu studi kelayakan bisnis sebuah perusahaan yaitu teknologi untuk memproduksi barang maupun jasa terus berkembang sesuai dengan kemajuan zaman. Kemajuan teknologi hendaknya dapat berdampak pada efisiensi yang tinggi dalam proses produksi sekaligus menghasilkan produktivitas yang tinggi pula. Namun, selain terdapat keuntungan ada juga beberapa kelemahan dalam hal perkembangan teknologi yang harus diwaspadai.

5. Aspek SDM

Aspek SDM meliputi aspek kompetensi, motivasi, loyalitas dan disiplin kerja. Sumber daya manusia dapat mengkombinasikan keempat faktor penting yaitu kompetensi, motivasi, loyalitas dan disiplin kerja untuk meningkatkan kinerja karyawan.

2.6 Pendapatan

Analisis finansial bertujuan untuk mengetahui perkiraan dalam hal pendanaan dan aliran kas, sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya bisnis yang dijalankan. Menurut Husnan Suswarsono (2014) analisis finansial

merupakan suatu analisis yang membandingkan antara biaya dan manfaat untuk menentukan apakah suatu bisnis akan menguntungkan selama umur bisnis.

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Terdapat beberapa pengertian tentang pendapatan. Tohar (2003) dalam penelitiannya, menyatakan bahwa secara umum ada dua segi pengertian dari pendapatan, yaitu dalam arti riil dan dalam arti jumlah luar. Pendapatan dalam arti riil adalah nilai jumlah produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat selama jangka waktu tertentu. Sedangkan pendapatan dalam arti jumlah uang merupakan penerimaan yang diterimanya, bisa dalam bentuh upah dari bekerja atau uang hasil penjualan, dan lain sebagainya. (Angga Ferdian, 2019)

Diana dan Setiawati (2017) menyatakan bahwa “Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal”.

Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta (Pitma, 2015). Menurut Munandar (2006), pendapatan merupakan pertambahan jumlah asset yang diduga menyebabkan adanya penambahan *owners equity*, akan tetapi bukan dari pertambahan modal baru sang pemilik maupun pertambahan aset akibat adanya *liabilities*. Pendapatan sangat berpengaruh besar terhadap suatu peruasahaan atau perorangan yang memiliki usaha untuk mengembangkan usahanya dan memulihkan perekonomian mereka.

Menurut Soemarso (2009), Pendapatan yaitu salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini dikarenakan pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi, maka pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan.

Sedangkan, dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan.

Soemarso S.R (2009) menjelaskan bahwa pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:

1. Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan

2. Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain
3. Di sektor subsistem merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa:

1. Pendapatan dari usaha, meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan
2. Pendapatan dari investasi
3. Pendapatan dari keuntungan sosial.

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan bersih yang merupakan hasil yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan setelah dikurangi pengeluaran biaya operasi. Sementara pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antar pedagang dengan pembeli dalam satu kesepakatan bersama.

Adam (2015) menyatakan tentang pendapatan (*revenue*) adalah penambahan bruto (*gross increase*) terhadap modal sehubungan dengan kegiatan perusahaan. Dapat berasal dari penjualan barang, pemberian jasa kepada pelanggan, penyewaan aktiva, peminjaman uang, dan kegiatan lainnya yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh laba.

Menurut Teuku Andi Darmawan (2015), pendapatan usahatani dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

Y = TR – TC (Eksplisit)

Keterangan:

Y = Pendapatan usahatani (*Income*)

TR = Penerimaan total (*Total Revenue*)

TC = Biaya total (Total cost)

Eksplisit = Keseluruhan input yang dibeli.

Keuntungan usahatani adalah selisih antara total penerimaan dengan total biaya eksplisit maupun implisit. Keuntungan dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

∏ = TR – TC (eksplisit + implisit)

Keterangan:

∏ = Keuntungan

TR = Penerimaan total

TC = Biaya total

Ekplisit = Seluruh input yang dibeli

Implisit = Seluruh input milik petani yang digunakan

Kelayakan usaha tani dapat diukur dengan menggunakan R/C ratio. Analisis ini adalah perbandingan antara penerimaan dan biaya. Perbandingan ini menunjukkan kondisi suatu usaha menguntungkan atau merugi sehingga bisa diketahui layak atau tidaknya suatu usaha untuk dijalankan.

2.7 Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan pengusaha atau produsen untuk membeli faktor-faktor produksi dengan tujuan menghasilkan output atau produk. Faktor-faktor produksi itu sendiri adalah barang ekonomis (barang yang harus dibeli karena mempunyai harga) dan termasuk barang langka

(*scarce*), sehingga untuk mendapatkannya membutuhkan pengorbanan berupa pembelian dengan uang.

Biaya produksi tergantung sepenuhnya pada dua hal yaitu sebagai berikut,

1. Harga Input/harga faktor-faktor produksi. Semua barang dan jasa yang diperlukan untuk memproduksi suatu produk dibeli dengan uang, sehingga mempunyai harga. Contohnya bahan baku mentah, bahan baku setengah jadi, gaji pegawai, upah buruh, dan sebagainya.
2. Efisiensi perusahaan yang bersangkutan dalam mempergunakan inputnya atau faktor produksinya. Dua perusahaan yang memiliki input sama persis, namun yang satu bekerja dengan lebih efisien dari perusahaan yang lainnya, maka perusahaan yang efisien itulah yang lebih bisa menekan biaya produksinya.

Efisien adalah prinsip kerja yang mampu menghasilkan banyak output/produk dalam waktu yang singkat atau tidak terlalu menghabiskan banyak waktu.

Biaya produksi perlu diketahui dalam menentukan beberapa aspek seperti berikut:

1. Untuk melukiskan tingkah laku aktual perusahaan.
2. Untuk dapat meramalkan tingkah laku perusahaan dalam menghadapi perubahan-perubahan kondisi yang dihadapi.
3. Untuk membantu perusahaan dalam menentukan usaha untuk mencapai laba maksimum.
4. Untuk memberikan nilai bagaimana cara perusahaan mengelola sumber (*resources*/faktor produksi/input).

Sumber-sumber biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. Sumber-sumber Tetap *(Fixed Resources)*

Sumber-sumber tetap adalah sumber/input/bahan yang jumlahnya tetap sekalipun jumlah output/produk yang dihasilkan bertambah ataupun berkurang.

Contoh: tanah, bangunan, mesin, dan sebagainya.

2. Sumber-sumber Variabel *(Variable Resources)*

Sumber-sumber variabel adalah sumber/input yang jumlahnya berubah-ubah sesuai perubahan nilai output. Artinya, input akan bertambah jika output yang dihasilkan bertambah, dan akan berkurang jika output yang dihasilkan berkurang.

Contoh: bahan baku, penambahan karyawan baru, keterbatasan karyawan, dan sebagainya.

2.8 Penggolongan Biaya

Menurut Supriyono (2011), Penggolongan adalah proses pengelompokan atas seluruh elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu, yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi biayayang lebih berarti. Informasi biaya dapat digunakan oleh manajemen untuk berbagai tujuan, dalam menggolongkan biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan disajikan. Jika tujuan manajemen berbeda, maka diperlukan penggolongan biaya yang berbeda pula. Kebutuhan informasi ini mendorong timbulnya berbagai cara penggolongan biaya sehingga dikenal dengan konsep penggolongan biaya yang berbeda sesuai dengan tujuan yang berbeda (*different costclassifications for different purpose*).

Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan, biaya dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan yang dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost)*

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu. Biaya tetap per unit berbanding terbalik secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau kapasitas. Semakin tinggi tingkat kegiatan, maka semakin rendah biaya tetap per unit. Semakin rendah tingkat kegiatan maka semakin tinggi biaya tetap per unit.

2. Biaya Variabel (*Variable Cost)*

Biaya variabel (Variable Cost) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding “proporsional” dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan atau aktivitas, maka secara proporsional semakin tinggi pula total biaya variabel. Semakin rendah volume kegiatan, maka secara proporsional semakin rendah pula total biaya variabel.

3. Biaya Semivariabel (*Semivariabel Cost)*

Biaya semivariabel ialah biaya yang mempunyai elemen biaya tetap dan biaya variabel di dalamnya. Elemen biaya tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan elemen biaya variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh volume kegiatan.

Biaya semivariabel jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan akan tetapi tingkat perubahannya tidak proporsional atau sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan, semakin tinggi pula jumlah biaya semivariabel. Semakin rendah volume kegiatan semakin rendah pula jumlah biaya semivariabel tetapi perubahannya tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya semivariabel adalah biaya listrik, biaya telepon dan biaya air.

2.8.1 Konsep Biaya

Konsep biaya merupakan konsep yang terpenting dalam akuntansi manajemen dan akuntansi biaya. Adapun tujuan memperoleh informasi biaya digunakan untuk proses perencanaan, pengendalian dan pembuatan keputusan. Menurut lkatan Akuntan lndonesia (1994), pengertian biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, sehingga biaya dalam arti luas diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.

Menurut Supriyono (2000) biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau yang digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Menurut Mulyadi (2005) dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok, atau dalam pengertian lain biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan didalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.

Menurut Simamora (2002) dalam penelitiannya mengatakan bahwa biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi pengusaha.

2.8.2 Jenis - Jenis Biaya

Menurut Mulyadi (2005) dalam Farida Iskandar, dalam penelitiannya mengatakan bahwa, biaya digolongkan sebagai berikut:

1. Menurut fungsi pokok dalam perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Biaya Produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
b. Biaya Pemasaran, yaitu biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dan lain – lain.
c. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya – biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2. Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai ada dua golongan, yaitu:
   a. Biaya langsung (*direct cost*) yaitu merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu – satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
   b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik.
3. Menurut perilaku dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dibagi menjadi empat, yaitu:
   a. Biaya Tetap (*fixed cost*), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu.
   b. Biaya Variabel (*variable cost*), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas.

c. Biaya Semi Variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.

d. Biaya Semi *Fixed*, biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

2.9 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut.

Tabel 2.1 Beberapa Penelitian Terdahulu

Nama	Judul dan Tahun	Hasil
Sri Hastuti,2013	Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronojiwo Kabupaten Lumajang	Hasil penelitian menunjukkan perkembangan luas tanam, luas panen, produktivitas dan produksi salak pondoh di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang mengalami perkembangan yang signifikan yaitu rata-rata kenaikan sebesar 21,25% tiap tahunnya. Dengan mempergunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi terhadap pengembangan salak di Kabupaten Lumajang antara lain kekuatan : sumber daya lahan, kelembagaan kelompok tani, pemasaran hasil, lokasi sentra, sumber daya manusia, varietas salak, komoditas tropis, kelemahan : produksi, bibit, pemupukan berimbang, alat penyimpan buah, manajemen usahatani, permodalan luas areal

		salak, kontinyuitas produksi, peluang : paket teknologi kebijakan pemerintah, lembaga pengkreditan dan infrastruktur jalan, dan ancaman: penangkaran bibit, agroindustri, pesaing dan transportasi.
Gerry Anugrah Dwiputra, 2017	Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rumah Makan Krebo Jantan	Hasil penelitian pada Aspek Pasar menunjukkan Rumah Makan Krebo Jantan memiliki Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats yang telah dianalisa dan diantisipasi dampak resikonya dengan baik. Pada Aspek Keuangan hasil dari Metode Net Present value (NPV) menunjukkan dana tunai yang berhasil dikumpulkan dari tahun ke tahun jika dinilai pada keadaan sekarang dengan nilai positif di akhir tahun ke 5 sebesar Rp 29.577.421,-, Metode Internal Rate of Return (IRR) menunjukkan kemampuan dari usaha perusahaan untuk memberikan nilai return / deviden rata-rata tahunan sebesar 20,494 % dan Metode Payback Period (PBP) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengembalikan seluruh biaya investasi adalah selama 4 tahun 8 bulan. Berdasarkan hasil analisis finansial menunjukkan bahwa semua kriteria kelayakan secara Finansial sudah terpenuhi, sehingga pengembangan usaha layak dilaksanakan dengan kondisi yang masih normal.

Nazri Arisman Surya Nasution, 2019	Strategi Pengembangan Usahatani Tanaman Salak Sidempuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (Studi Kasus: Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usahatani salak sidempuan di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan yaitu menjalankan strategi progresif. Strategi ini menandakan usaha yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan, artinya usaha dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemampuan secara maksimal, dimana salak sidempuan dapat menjadi salah satu produk unggulan daerah dan dapat diterima pasar di daerah Tapanuli Selatan maupun pasar diluar Tapanuli Selatan.
Martua Siadar, 2020	Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe	Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kecil tempe di Kelurahan Tomuan berjumlah 18 unit usaha. Analisis Kelayakan dari industri kecil tempe di Kelurahan Tomuan Kota Pematangsiantar dengan nilai NPV adalah sebesar Rp 1.053.326.238 layak dilakukan. Nilai BCR adalah sebesar 1,49 layak dilakukan. Nilai IRR adalah sebesar 25,22%, layak dilakukan. Berdasarkan hasil analisis SWOT industri tempe di Kelurahan Tomuan mempunyai keunggulan membuat tempe menjadi tradisi, dan kelemahan dalam hal kurang memahami manajemen.

		Industri tempe memiliki peluang permintaan produk tinggi dan ancaman dalam banyak pesaing industri tempe lain dan tempe yang mudah busuk.

Sumber: Data diolah

BAB III

KERANGKA PIKIR

3.1 Kerangka Pikir

Kerangka penelitian adalah konsep pada penelitian yang saling berhubungan, dimana penggambaran variabel satu dengan lainnya bisa terkoneksi secara detail dan sistematis. Hal tersebut dilakukan agar penelitian bisa lebih mudah dipahami karena nantinya dalam laporan penelitian penyampaiannya bisa runtut. Kerangka penelitian juga dimaksudkan untuk meringkas materi supaya menjadi lebih padat dan terfokus pada tujuan penelitian.

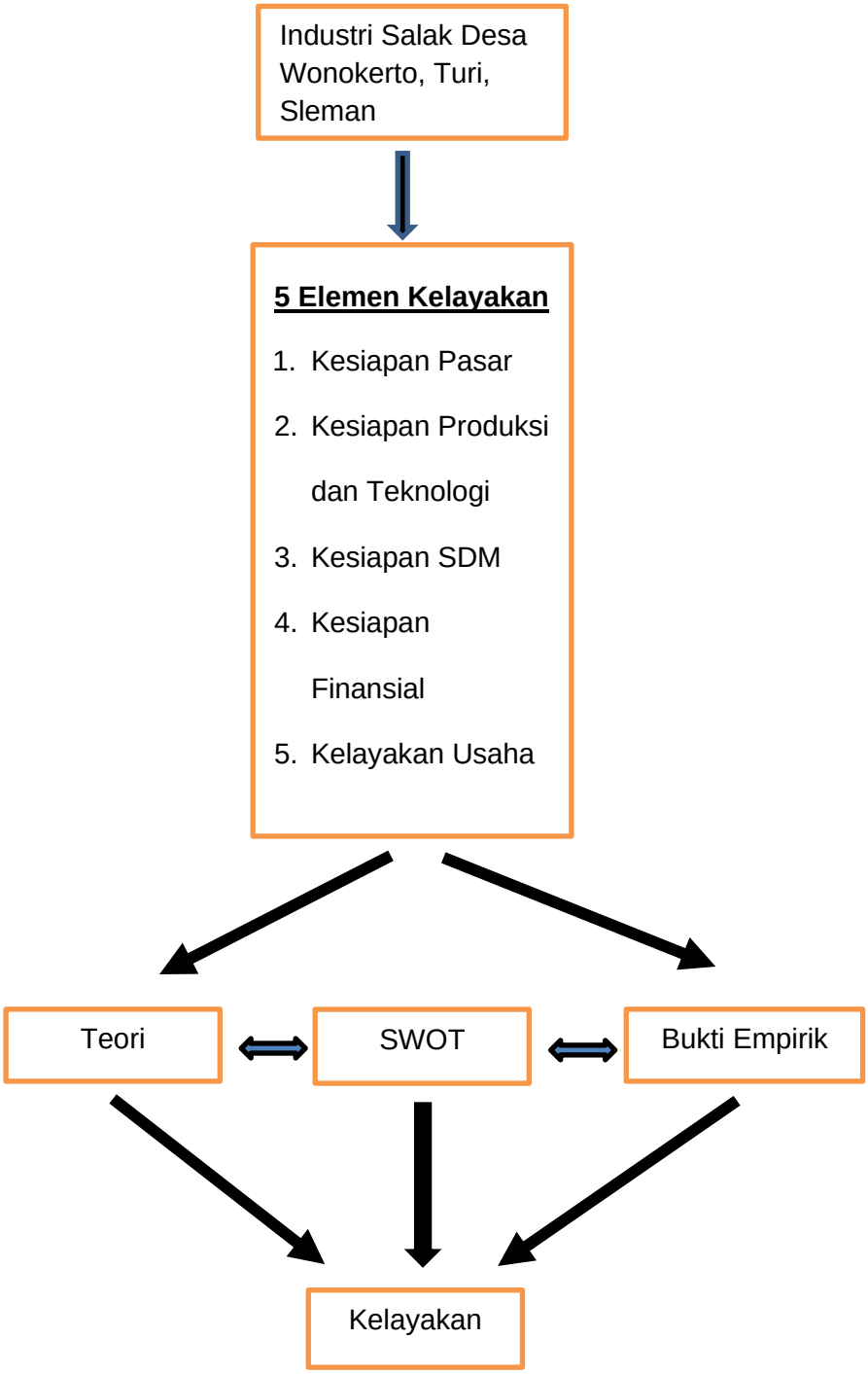
Menurut Notoatmodjo (2018), Kerangka konsep merupakan kerangka hubungan antara konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variable-variabel yang akan diteliti. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah kerangka konsep dengan teori sebab-akibat.

Menurut Sugiyono (2014)**,** kerangka pemikiran adalah bentuk strategi konseptual yang mengaitkan antara teori dengan berbagai faktor permasalahan yang dianggap penting untuk diselesaikan, sehingga dalam hal lebih mengacu pada tujuan penelitian tersebut dijalankan.

Menurut Sugiyono, 2017, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penelitian ini dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu variabel *dependen* dan variabel *independen*.

Untuk mengetahui penggunaan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan salak di Kabupaten Sleman, diperlukan suatu analisis. Dalam penelitian ini digunakan analisis fungsi produksi Cobb-Douglas, dan analisis fungsi

kentungan. Dengan analisis ini dapat memberikan masukan bagi para petani dalam rangka meningkatkan pendapatan salak. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan dalam skema berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Pikir

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pernyataan yang mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati sehingga peneliti memungkinkan untuk melakukan pengukuran pada suatu objek atau fenomena secara cermat (Poltekkes.id, 2020). Sementara Menurut Sugiyono (2015), Pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dari penelitian ini dapat disusun definisi operasional sebagai berikut:

1. Usaha tani salak adalah aktivitas petani yang mengusahakan komoditas berupa tanaman salak.
2. Petani sampel adalah orang yang melaksanakan dan mengusahakan produksi salak di Kabupaten Sleman.
3. Penerimaan adalah semua hasil salak dikalikan dengan harga jual salak. (Rp/tahun).
4. Pendapatan usaha tani adalah selisih antara penerimaan dan biaya produksi. (Rp/tahun).
5. Harga jual Salak adalah harga yang diterima petani, diukur dengan satuan rupiah per kilogram. (Rp/kg)
6. Biaya adalah segala pengeluaran yang diperhitungkan untuk mengusahakan tanaman Salak. (Rp)
7. Biaya eksplisit adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh petani untuk usaha Salak. (Rp).
8. Biaya implisit adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk usaha tani, tetapi tidak diwujudkan dengan uang, misalnya biaya penyusutan modal. (Rp).
9. Upah Tenaga kerja adalah upah yang dikeluarkan untuk tenaga kerja dalam

pemanenan, perawatan dan lainnya. (Rp/Hari kerja orang)

10. Harga bibit adalah harga yang dibutuhkan petani untuk membeli bibit salak. (Rp/kg)

3.3 Analisis SWOT

Analisa SWOT (*strenght, weakness, opportunity, treads*) adalah salah satu metode paling penting dalam melakukan penyusunan strategi perusahaan dengan melihat kondisi lingkungan perusahaan baik itu lingkungan internal maupun eksternal. Analisa SWOT merupakan titik berat kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman yang ada. SWOT sendiri merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (ancaman).

Analisis SWOT digunakan dalam melakukan analisis strategis perusahaan. Hal ini disebabkan karena analisa SWOT menyediakan suatu informasi yang mendalam tentang kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal yang dihadapi perusahaan, sehingga perusahaan akan mempunyai gambaran tentang keputusan strategis apa yang akan diambil.

Merumuskan analisa SWOT bagi sebuah perusahaan dilakukan dengan cara memanfaatkan kesempatan, kekuatan, serta mengurangi ancaman dan kelemahan. Analisis SWOT dimulai dengan membandingkan antara faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dengan faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. SWOT dapat dilaksanakan oleh para administrator secara individual atau berkelompok dalam organisasi. Apabila dilakukan secara berkelompok akan lebih efektif khususnya pada saat pengadaan struktur, objektifitas, kejelasan dan fokus perusahaan dalam memenangi persaingan bisnis. Sebab, dari proses tersebut mampu menciptakan konsep strategi memenangi persaingan yang utuh sehingga permasalahan tidak

akan melebar disebabkan karena pengaruh politik atau kesenangan perseorangan yang kuat (Glass, 1991).

Menurut Dwi Sulistyani (2016), langkah pertama dalam analisis SWOT adalah melakukan pengumpulan data. Pada tahap ini yang dilakukan tidak hanya sekedar mengumpulkan data, tetapi juga melakukan proses pengklasifikasian dan pra analisis. Data yang ada dibedakan menjadi dua yaitu data eksternal dan internal. Data eksternal diperoleh dari lingkungan eksternal perusahaan seperti misalnya analisis pasar, kompetitor, pemasok, regulasi pemerintah serta perubahan sosial budaya pada masyarakat. Sedangkan data internal yang biasanya berasal dari dalam perusahaan biasanya berupa laporan keuangan, laporan kegiatan sumber daya manusia, laporan kegiatan operasional dan pemasaran. Langkah berikutnya dalam analisis SWOT adalah membuat sebuah lembaran kerja dengan menarik sebuah garis persilangan yang membentuk empat kuadran, masing-masing untuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

3.4 Matrik SWOT

Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman petani. Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal
2. Menyusun strategi SO (*Strenght – Opportunity*) dengan cara mencocokan kekuatan-kekuatan internal dan peluang eksternal.
3. Menyusun strategi WO (*Weakness – Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang eksternal.

4. Menyusun strategi ST (*Strenght – Threats*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman eksternal.
5. Menyusun strategi WT (*Weakness – Threats*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman eksternal.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif atau kualitatif. Penelitian deskriptif dalah suatu metode penelitian yang memperlihatkan karakteristik populasi atau fenomena yang tengah diteliti. Hingga akhirnya metode penelitian ini utamanya fokus pada menjelaskan objek penelitian dan menjawab peristiwa atau fenomena apa yang terjadi.

4.2 Obyek Penelitian

Tempat penelitian adalah Kabupaten Sleman. Waktu penelitian adalah tahun 2022. Sampel penelitian adalah petani salak dengan kriteria petani yang melakukan minimal 1 tahun usaha. Variabel yang menjelaskan (*input*) analisis fungsi produksi dalam penelitian yang terdiri dari pupuk, obat-obatan, tenaga kerja persiapan, pemeliharaan hingga panen. Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan industri salak ekspor di Kabupaten Sleman.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode/teknik *proporsional random sampling,* yaitu pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan unsur-unsur atau kategori dalam populasi penelitian. (Sugiyono, 2017). Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut memiliki jumlah petani terbanyak di antara kecamatan lainnya.

Dasar dari penelitian ini yaitu dengan teknik penyebaran angket. Daftar pertanyaan/angket/kuesioner adalah suatu sarana dalam pengumpulan data untuk

memperoleh gambaran yang sebenarnya tentang suatu keadaan. Kuesioner mempunyai peranan penting, sebab di dalamnya mencakup semua tujuan dari survei atau penelitian. Selain itu, kuesioner harus mencakup tiga hal, yaitu, mudah ditanyakan, mudah dijawab, dan mudah diproses.

4.3 Teknik Pengumpulan Data

4.3.1 Jenis Data

Dalam pengumpulan data, metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Tehnik Wawancara

   Teknik wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Sugiyono (2015) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

   Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan pedoman wawancara yang jelas. Dengan cara sebelum mengadakan wawancara dalam kegiatan penelitian akan membuat draf beberapa pertanyaan serinci mungkin sebagai

   Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas, yang berarti seorang peneliti tidak akan terikat dengan kuat pada draf berbagai pertanyaan yang telah disiapkan sebelum wawancara. Meskipun tanpa draf pertanyaan yang terperinci, namun pedoman jenis wawancara ini dengan mempersiapkan beberapa poin penting yang akan menjadi pembahasan dalam wawancara

2. Tehnik Observasi

Tehnik Observasi adalah pengamatan dan juga pencatatan sistematik atas unsur-unsur yang muncul. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan

3. Tehnik Dokumentasi

Tehnik Dokumentasi adalah metode dengan cara mencatat peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari responden. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan *(life histories),* ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

4.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Data yang diperoleh dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subyek atau obyek penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah petani yang menanam salak di Kabupaten Sleman. Data primer ini diperoleh dengan mengacu pada daftar pertanyaan yang sudah disiapkan terlebih dahulu. Data primer yang diambil diantaranya: nama, umur, pekerjaan, tehnik budidaya, pendapatan, biaya produksi, harga jual dan hasil produksi.

Data Sekunder merupakan data yang diambil dari pemerintah terkait. Data yang didapatkan tidak secara lansung dari obyek atau subyek penelitian. Data sekunder meliputi: Letak administrasi, geografi wilayah dan lain-lain. Diambil dari instansi daerah setempat, misalnya Badan Pusat Statistik.

4.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Analisis SWOT, dalam mengolah data dan memberi rekomendasi. Adapuun analisis SWOT tersebut adalah:

1. Kekuatan (*Strenghts*)

   Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor- faktor lain. Faktor- faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparati

2. Kelemahan (*Weakness*)

   Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang

kurang memadai. Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.

3. Peluang (*Opportunities*)

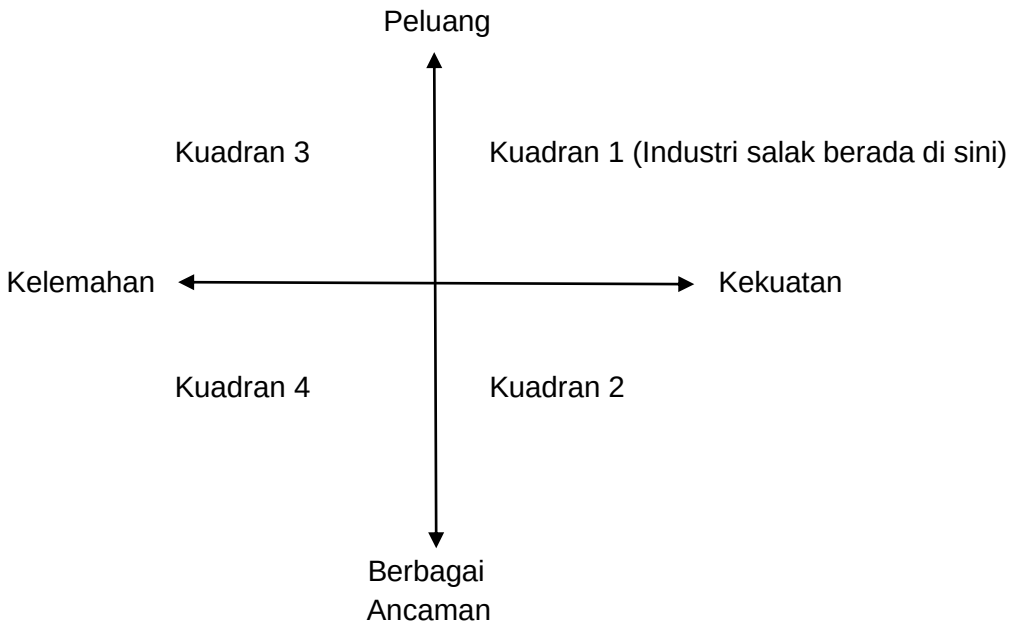
Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, tabel bisa dilihat pada gambar di bawah :



Gambar 4.1 Analisis SWOT

Kuadran 1:

Pada situasi kuadran 1, berada pada situasi yang paling menguntungkan. Posisi pada kuadran 1, berarti perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diambil dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth oriented strategy* dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan.

Kuadran 2:

Pada suatu perusahaan yang telah melakukan identifikasi mengenai kekuatan inti akan menghadapi situasi lingkungan yang tidak menguntungkan. Walaupun mempunyai ancaman dari lingkungan eksternal, perusahaan masih mempunyai kekuatan internal perusahaan yang bisa digunakan sebagai nilai tambah. Dalam situasi seperti ini, strategi yang harusnya diterapkan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan yang dimilikinya yaitu sumber daya dan kompetensinya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan melakukan diversifikasi.

Kuadran 3:

Perusahaan memiliki peluang yang sangat besar dari pasar tetapi perusahaan mempunyai kelemahan dari sumber daya internal. Fokus dari strategi perusahaan yang berada dalam kondisi seperti ini harusnya adalah menghilangkan kelemahan internal sehingga dapat berkonsentrasi pada mengejar peluang pasar yang tersedia.

Kuadran 4:

Posisi ini merupakan situasi yang paling tidak menguntungkan bagi prusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan selain mempunyai hambatan pada faktor eksternalnya yaitu adanya ancaman dari pasar, juga mempunyai hambatan pada sumber daya internal. Situasi tersebut tentu saja membutuhkan strategi yang dapat mengurangi atau bahkan dapat mengarahkan kembali keterlibatan produk atau pasar yang telah ditelaah menggunakan analisa SWOT.

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Umum

Kalurahan Wonokerto merupakan desa yang bertempat di kaki atau lereng Gunung Merapi yang terletak di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Desa Wonokerto terkenal dengan sebutan Desa Salak dan Desa Ramah Anak seperti yang tertulis pada gapura Desa Wonokerto.

Secara Geografis, Kalurahan Wonokerto terletak pada ketinggian 400 s/d 900 m dari permukaan air laut. Dengan ketinggian tersebut bisa dikatakan sedang dan cocok sebagai daerah pertanian. Luas wilayah Desa Wonokerto menurut penggunaanya yaitu 1.103,79 Ha, dan curah hujan rata-rata 3,908 mm pertahun dengan suhu udara 24^0C s/d 28^0C.Wilayah Desa Wonokerto menurut administratif memiliki batas-batas wilayah dengan wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Girikerto

Sebelah Timur : Desa Girikerto

Sebelah Selatan : Desa Donokerto

Sebelah Barat : Desa Srumbung

1. Keadaan Topografi

   Kondisi Topografi wilayah Kalurahan Wonokerto berada di kaki gunung merapi yang terletak di Kapanewon Turi Kabupaten Sleman. Secara geografis. KalurahanWonokerto Terletak Pada Ketinggian 400 s/d 900 m dari permukaan air laut. Dengan ketinggian tersebut, sebagai besar wilayahnya adalah pertanian.

2. Wilayah Administrasi

Wilayah Kalurahan wonokerto memiliki beberapa elemen pemerintahan. Secara administrasi, Kalurahan Wonokerto dibagi menjadi 13 Padukuhan, 37 Dusun, dan terbagi dalam 39 RW dan 63 RT.

Tabel 5.1 Wilayah Administrasi Kependudukan

No	Nama Padukuhan	Jumlah RT	Jumlah RW
1	Tunggularum	2	4
2	Gondoarum	2	4
3	Sempu	2	5
4	Banjarsari	3	6
5	Imorejo	2	4
6	Manggungsari	2	5
7	Jambusari	3	6
8	Dukuhsari	2	4
9	Kembang	2	5
10	Pojok	2	4
11	Becici	3	5
12	Dadapan	2	6
13	Lungguhrejo	2	5
	Total	39	63

Sumber: Data diolah

Tabel 5.2 Administrasi Berdasarkan Wilayah

No.	Nama Padukuhan	Nama Dusun
1	Tunggularum	Tunggularum
2	Gondoarum	Gondoarum, Ngembesan
3	Sempu	Sempu, Tlatar Kapingrejo, Balerante
4	Banjarsari	Banjarsari, Arjosari, Ledok Lempong
5	Imorejo	Nganggrung Lor, Nganggrung Kidul, Imorejo
6	Manggungsari	Manggungsari, Ngelodadi, Ngembesan
7	Jambusari	Jambusari, Banyuurip, Gondorejo lor, Gondorejo kidul

No.	Nama Padukuhan	Nama Dusun
8	Dukuhsari	Dukuhsari, Sidosari
9	Kembang	Kembang, Garongan
10	Pojok	Pojok Garongan
11	Becici	Becici, Puntuk, Kopen, Pulesari
12	Dadapan	Dadapan, Selowangsan, Banjaran
13	Lungguhrejo	Kenteng, Sangurejo, Lungguhrejo, Keringan

Sumber: Data diolah

3. Paguyuban Mitra Turindo

Paguyuban Mitra Turindo adalah salah satu wadah organisasi untuk memudahkan proses ekspor salak. Paguyuban ini bertempat di Wonokerto, Turi, Sleman. Paguyuban ini memiliki register untuk bisa melakukan ekspor ke luar negeri. Tujuan didirikannya Paguyuban ini adalah supaya petani setempat mendapatkan keadilan dan kesejahteraan.

5.2 Kesiapan Pasar Pada Industri Salak di Kabupaten Sleman

Pengertian pasar merupakan tempat untuk transaksi jual dan beli. Aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar ditandai dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual memiliki pilihan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan.

Pembeli atau konsumen salak mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya. Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Para konsumen atau pembeli datang ke pasar untuk berbelanja

dan memenuhi kebutuhannya dengan membawa sejumlah uang guna membayar harganya.

Strategi pemasaran memiliki tujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan dengan memahami kebutuhan pasar meliputi keinginan pelanggan, melakukan riset pelanggan dan pasar, menata informasi pemasaran dan data pelanggan, membangun metode pemasaran yang berkelanjutan.

Pasar salak mengalami peningkatan secara perlahan. Meskipun demikian, ada kendala lainnya dalam pemenuhan kebutuhan ekspor adalah semangat petani salak yg mulai berkurang. Komoditas salak menjadi salah satu yang tembus ekspor di samping gula dari Kulon Progo. Alih fungsi lahan dan usia tanaman yang sudah tua mencapai 20 tahun juga mengakibatkan penurunan produktivitas salak. Kapanewon Turi, Tempel dan Pakem saat ini kurang lebih 3.000 hektar dan yang masih aktif berkisar 1.500 hingga 2.000 hektar. Lahan tersebut digarap oleh sekitar 30 kelompok petani. Di Desa Wonokerto sendiri terdapat sekitar 73.000 m^2..

Kesiapan pasar sangat didukung dari kandungan salak yang memiliki jumlah nutrisi yang terkandung dalam buah salak dan menjadikan buah ini sangat menjadi primadona. Di samping itu buah salak dipercaya dapat mengoptimalkan pencernaan, meningkatkan kesehatan mata, dan mampu meningkatkan energi dalam tubuh.

Segmentasi salak berada di rentang usia remaja dan tua, baik dari golongan yang menengah bawah dan menengah atas, karena harganya yang sangat murah dan terjangkau. Hal ini juga didukung adanya sensasi dalam memakan salak itu sendiri. Konsumen harus mengupas kulit dan membersihkan sekitaran buah salak, sehingga menambah sensasi.

Bagi konsumen yang ingin melancarkan pencernaan juga bisa mengkonsumsi salak. Sasaran pasar salak di Kab. Sleman adalah golongan yang memiliki pengetahuan tinggi tentang khasiat salak, atau yang memiliki ketertarikan dengan sensasi yang terletak pada salak.

Hampir semua kalangan usia memiliki kegemaran memakan salak, selain karena rasa, salak juga memiliki cara penyimpanan yang lebih praktis. Hal ini sangat memudahkan para pengusaha untuk memasarkan salak ke berbagai tipe konsumen. Baik dari yang menengah atas, sedang ataupun menengah bawah. Kesiapan pasar salak sudah cukup dan mampu memenuhi kebutuhan pasar.

Dari penjabaran di atas, maka pengusaha salak dapat meningkatkan penjualan, dengan cara menaikkan peluang yang cukup besar di pasar serta meningkatkan potensi kekuatan yang dimiliki. Adapun peluang yang dimaksud adalah banyaknya penggemar salak di berbagai usia. Kekuatan yang dimiliki adalah banyaknya relasi dalam penyaluran, dalam hal ini, CV. Mitra Turindo, untuk membantu dalam hal distribusi dan ketersediaan buah salak. CV. Mitra Turindo sebagai eksportir salak pondok telah mengekspor salak pondoh seperti tabel 5.3.

Tabel 5.3 Ekspor Salak Pondoh Kabupaten Sleman

No.	Tahun	Jumlah
1	2017	150 Ton
2	2018	350 Ton
3	2019	650 Ton
4	2020	160 Ton

Sumber: Data diolah

Pada 2017 sampai tahun 2019 ekspor salak pondoh mengalami lonjakan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 ketika pandemi Covid-19 mulai muncul, ekspor salak menurun jadi 160 ton. Penyebab turunnya ekspor saat itu bukan karena pasar mancanegara yang lesu atau tak berminat lagi dengan salak Sleman. Ekspor turun karena saat itu transportasi untuk mengirim barang terbatas lantaran banyak layanan kargo libur. Baru masuk 2021, ekspor kembali normal melalui jalur

laut. Ekspor salak pondoj ke Kamboja sebanyak 5 (lima) ton per minggu dengan kapal laut.

Sebelum pandemi, wisatawan bebas menikmati dan membeli salak pondoh langsung dari kebun di berbagai dusun dekat lereng Gunung Merapi yakni di Kecamatan Turi dan Kecamatan Pakem. Kebun salak juga tersebar di Kecamatan Tempel, perbatasan Kabupaten Sleman, Yogyakarta, dengan Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Komoditas unggulan Bumi Sembada ini memiliki cita rasa yang manis, daging buahnya tebal, dan bisa dijadikan oleh-oleh yang murah meriah.

5.3 Kesiapan Produksi dan Teknologi Pada Industri Salak di Kabupaten Sleman

Salak merupakan buah khas Sleman dan menjadi salah satu ikon kabupaten Sleman. Luas lahan pertanian salak di Kecamatan Turi, Kecamatan Tempel, dan Kecamatan Pakem, saat ini sekitar 3.000 hektare. Dari jumlah itu, yang masih aktif berkisar 1.500 hingga 2.000 hektare. Tercatat sebanyak 34 kelompok petani salak yang menggarap kebun seluas itu.

Produktifitas salak di Kabupaten Sleman sangat besar. Setiap tahunnya, Sleman mampu menghasilkan sekitar 2.040 ton hingga 2.880 ton salak per tahun. Sedangkan kebutuhan ekspor salak sendiri mencapai sekitar 1.000 hingga 2.000 ton per tahunnya. Pemerintah Kabupaten Sleman akan terus melakukan sosialisasi dan komunikasi dengan para kelompok tani. Pasalnya masih banyak kelompok petani salak yang belum terakomodir dalam kegiatan ekspor ini.

Dampak pandemi Covid-19 menimbulkan beberapa permasalahan yaitu turunnya produktivitas salak per rumpun di tinglat petani disebabkan kurangnya pemeliharaan, pengairan dan pemupukan dan sebagian salak tidak produktif karena sudah tua atau usia sudah lebih dari 20 tahun.

Teknologi sangat diperlukan terutama dalam penyediaan bibit yang mempunyai kualitas baik. Penyedian bibit salak dengan berbagai macam varietas unggul akan memudahka petani salak untuk melakukan peremajaan salak yang sudah tidak produktif, sehingga diharapkan panen per hektar akan tinggi.

Beberapa hal yang perlu dilakukan agar komoditi salak bisa tetap eksis, antara lain:

1. Memperluas lahan pertanian salak
2. Melakukan regenerasi petani salak
3. Melakukan peremajaan pohon salak
4. Penyediaan bibit salak dengan berbagai varietas unggul

Paguyuban Mitra Turindo bersama Gapoktan setempat sangat bersinergi dengan baik, sehingga produksi yang terbangun juga sangat cepat dan lebih terarah. Kesiapan teknologi informasi telah ditunjukkan dengan pesatnya perputaran pasar salak di Turi dan sekitarnya. Teknologi dalam industri telah membantu masyarakat untuk menjadi lebih sejahtera.

5.4 Kesiapan SDM Pada Industri Salak di Kabupaten Sleman

SDM adalah salah satu faktor yang paling penting dan sangat menentukan. Sumber daya manusia merupakan satu satunya sumber daya yang memiliki keunggulan, sebab memiliki akal, perasaan, keinginan, kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan karya. Satu-satunya yang memiliki ratio, rasa dan karsa. Semua potensi sumber daya manusia tersebut sangat berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam pencapaian tujuannya. Kemajuan teknologi dan informasi, tersedianya modal, dan memadainya bahan, jika tanpa sumber daya manusia maka akan sulit bagi organisasi untuk mencapai tujuannya. Batapapun bagusnya perumusan tujuan dan rencana organisasi, agaknya akan sia-sia belaka

jika unsur sumber daya manusianya tidak diperhatikan, apalagi kalau ditelantarkan.

Pertanian salak merupakan sumber mata pencaharian utama di wilayah Turi, namun hal ini belum ada strategi pengelolaan pertanian salak yang maksimal untuk menambah pendapatan masyarakat. Kurangnya pegawai penyuluh pertanian dalam rangka meningkatkan wawasan, menjadikan kurang efektif pemerintah dalam melaksanakan strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengolahan hasil pertanian yang ada.

Kesiapan SDM petani salak sudah cukup memenuhi tuntutan produksi salak yang ada di Desa Wonokerto. Meskipun demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa jumlah penerus pertanian salak di kalangan pemuda masih menjadi salah satu ancaman di kemudian hari.

Tabel 5.4 Jumlah Penduduk Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman

D.I Yogyakarta Semester I 2021

Usia (Tahun)	BANGUNKERTO			DONOKERTO			GIRIKERTO			WONOKERTO			Total		
	L	P	Jumlah	L	P	Jumlah	L	P	Jumlah	L	P	Jumlah	L	P	Jumlah
0-4	300	266	566	271	258	529	250	261	511	345	327	672	1.166	1.112	2.278
05-9	372	316	688	342	303	645	305	286	591	386	319	705	1.405	1.224	2.629
10-14	369	347	716	317	375	692	333	308	641	409	386	795	1.428	1.416	2.844
15-19	335	341	676	344	336	680	320	286	606	394	379	773	1.393	1.342	2.735
20-24	368	337	705	358	323	681	339	311	650	468	388	856	1.533	1.359	2.892
25-29	310	270	580	347	329	676	300	272	572	422	395	817	1.379	1.266	2.645
30-34	286	316	602	265	286	551	248	264	512	336	331	667	1.135	1.197	2.332
35-39	354	327	681	318	343	661	283	307	590	358	376	734	1.313	1.353	2.666
40-44	363	371	734	333	344	677	323	326	649	400	390	790	1.419	1.431	2.850
45-49	335	362	697	327	401	728	303	324	627	411	438	849	1.376	1.525	2.901
50-54	372	347	719	375	361	736	341	305	646	413	427	840	1.501	1.440	2.941
55-59	281	277	558	293	304	597	241	266	507	328	295	623	1.143	1.142	2.285
60-64	210	247	457	223	249	472	204	222	426	231	254	485	868	972	1.840
65-69	171	177	348	170	182	352	150	155	305	160	170	330	651	684	1.335
70-74	98	132	230	100	124	224	96	117	213	98	111	209	392	484	876
75-79	90	93	183	80	102	182	72	90	162	78	85	163	320	370	690
80	73	111	184	80	130	210	83	98	181	85	118	203	321	457	778
Jumlah	4.687	4.637	9.324	4.543	4.750	9.293	4.191	4.198	8.389	5.322	5.189	10.511	18.743	18.774	37.517

Sumber: Data diolah (kependudukan.jogjaprov.go.id)

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dilihat bahwa sumberdaya manusia untuk usia produktif di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman antara usia 15 – 59 tahun

berjumlah 24.247 orang, sehingga ketersediaan sumberdaya manusia tidak menjadi masalah.

Dalam usahatani sebagian besar tenaga kerjanya adalah dari keluarga petani itu sendiri. Tenaga kerja yang berasal dari keluarga petani merupakan sumbangan pada produksi pertanian secara keseluruhan dan tidak pernah dinilai dalam uang meskipun tenaganya telah dicurahkan dihampir seluruh proses pertanian.

5.5 Kesiapan Finansial Pada Industri Salak di Kabupaten Sleman

Keuangan merupakan kegiatan mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap organisasi. Keuangan berhubungan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrument yang terlibat dalam transfer uang di antara individu ataupun kelompok. Manajemen keuangan menjadi sesuatu yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat pengusaha salak.

Keuangan juga biasa didefinisikan sebagai manajemen keuangan, yaitu segala kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan cara memperoleh, menggunakan, serta mengelola keuangan perusahaan untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Manajemen keuangan merupakan hal yang penting untuk diterapkan pada perusahaan. Hal ini dikarenakan, keuangan merupakan salah satu factor yang paling dominan untuk bisnis.

Perusahaan dengan manajemen yang baik akan memiliki pengelolaan arus kas yang baik pula sehingga perusahaan akan selalu memiliki kas yang cukup untuk membayar sewa, asuransi, telepon, gaji karyawan, dan sebagainya. Perusahaan dapat membandingkan tanggal jatuh tempo pada piutang bisnis dengan tanggal jatuh tempo pada tagihan yang terutang. Arus kas dapat dikelola dengan mempersingkat waktu yang telah ditetapkan kepada pelanggan dalam

membayar tagihan atau dapat melakukan negosiasi terhadap tanggal jatuh tempo kepada vendor.

Manajemen keuangan sangat berpengaruh terhadap bisnis suatu perusahaan yaitu menjaga biaya agar tetap rendah. Perusahaan bisa meminta vendor untuk merendahkan harga, mengurangi pemakaian listrik, maupun membeli persediaan dalam jumlah yang banyak sehingga memperoleh diskon dalam pembelian tersebut. Jika biaya tidak dikelola dan dipantau dengan baik, perusahaan akan sering meningkatkan harga penjualan kepada konsumen demi membayar kenaikan harga yang terus terjadi. Analisis keuangan dilakukan oleh seorang profesional yang menyajikan laporan dalam bentuk rasio yang menggunakan informasi sebagaimana tersaji dalam laporan keuangan

Tabel 5.5 Data Biaya, Penerimaan, Pendapatan dan Keuntungan

B. EKSPLISIT	B. IMPLISIT	PENERIMAAN	PENDAPATAN	KEUNTUNGAN
	(kg)	(Rp)	(Rp)	(Rp)
2.858.000	804.167	4.400.000	1.542.000	737.833
4.977.500	1.703.847	10.266.667	5.289.167	3.585.320
7.515.000	3.111.972	19.555.556	12.040.556	8.928.584
6.650.833	2.772.165	17.111.111	10.460.278	7.688.113
4.873.750	1.630.331	9.777.778	4.904.028	3.273.697
4.802.500	1.628.906	9.777.778	4.975.278	3.346.372
8.802.500	3.886.810	24.444.444	15.641.944	11.755.134
6.361.250	2.517.371	15.644.444	9.283.194	6.765.824
4.348.750	1.262.627	7.333.333	2.984.583	1.721.956
5.308.000	2.030.900	12.222.222	6.914.222	4.883.322
4.190.000	1.188.011	6.844.444	2.654.444	1.466.433
4.406.250	1.120.895	6.355.556	1.949.306	828.410
5.281.250	1.638.481	9.777.778	4.496.528	2.858.047
5.838.750	2.006.835	12.222.222	6.383.472	4.376.637
6.930.000	2.743.068	17.111.111	10.181.111	7.438.043
4.733.750	1.270.327	7.333.333	2.599.583	1.329.256
4.607.500	1.267.802	7.333.333	2.725.833	1.458.031
3.536.250	889.173	4.888.889	1.352.639	463.466

B. EKSPLISIT	B. IMPLISIT	PENERIMAAN	PENDAPATAN	KEUNTUNGAN
	(kg)	(Rp)	(Rp)	(Rp)
4.332.500	1.262.302	7.333.333	3.000.833	1.738.531
3.686.250	892.173	4.888.889	1.202.639	310.466
3.711.250	1.035.555	5.866.667	2.155.417	1.119.862
5.611.250	1.787.963	10.755.556	5.144.306	3.356.343
4.998.750	1.347.068	7.822.222	2.823.472	1.476.404
4.707.500	1.269.802	7.333.333	2.625.833	1.356.031
2.770.500	802.417	4.400.000	1.629.500	827.083
2.485.000	747.666	3.911.111	1.426.111	678.445
4.446.000	1.407.454	8.311.111	3.865.111	2.457.658
3.082.500	900.898	4.888.889	1.806.389	905.491
3.073.750	899.123	4.888.889	1.815.139	916.016
2.492.500	741.416	3.911.111	1.418.611	677.195
4.406.250	1.120.895	6.355.556	1.949.306	828.410
5.281.250	1.638.481	9.777.778	4.496.528	2.858.047
5.838.750	2.006.835	12.222.222	6.383.472	4.376.637
6.930.000	2.743.068	17.111.111	10.181.111	7.438.043
4.733.750	1.270.327	7.333.333	2.599.583	1.329.256
3.657.500	1.267.802	7.333.333	3.675.833	2.408.031
3.286.250	889.173	4.888.889	1.602.639	713.466
4.682.500	1.262.302	7.333.333	2.650.833	1.388.531
3.636.250	892.173	4.888.889	1.252.639	360.466
3.711.250	1.035.555	5.866.667	2.155.417	1.119.862
187.583.333	**60.694.135**	**359.822.222**	**172.238.889**	**111.544.753**

Sumber: Data diolah

Dalam analisis di atas dapat dilihat dengan rumus di bawah ini :

R/C Ratio = 359.822.222 / 248.277.469

= 1,4

Artinya dalam analisa finansial ini, salak memiliki kelayakan untuk dilanjutkan.

Biaya Total (Total Cost)

TC = FC + VC

TC = Rp 187.583.333 + Rp 60.694.135

TC = Rp 248.277.468

Tabel 5.6 Data Penjualan, Biaya dan Laba Bersih

Tahun 2019 sampai 2021

Jenis	Tahun		
	2019	2020	2021
Penjualan	Rp 338.232.889	Rp 359.822.222	Rp 377.813.333
Biaya	Rp 233.380.821	Rp 248.277.469	Rp 260.691.342
Laba Bersih	Rp 104.852.069	Rp 111.544.753	Rp 117.121.991

Sumber: Data diolah

Net Present Value (NPV)

NPV = PV Benefit – PV Cost

NPV = [Arus kas/ (1+i)^t] – Investasi awal

Tingkat bunga 12% per tahun

NPV = 104.852.069 + 111.544.753 + 117.121.991 – Rp 250.000.000

(1 + 0,12)^1 (1 + 0,12)^2 (1 + 0,12)^3

NPV = (Rp 93.632.898 + Rp 88.901.168 + Rp 83.273.735) – Rp 250.000.000

NPV = Rp 15.807.801

NPV > 0, maka investasi layak secara Finansial

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gerry Anugrah Dwiputra (2017); Martua Siadar (2020) yang menyatakan bahwa kriteria kelayakan finansial sudah terpenuhi karena nilai NPV positif.

Internal Rate of Return (IRR)

IRR = i1 + (NPV1 / (TPV1-TPV2)) x (i2-i1)

IRR = Internal Rate of Return

i1 = suku bunga lebih rendah

i2 = suku bunga lebih tinggi

NPV 1 = Net Present Value Pada tingkat bunga rendah

TPV1 = Total Present Value pada tingkat bunga kecil

TPV2 = Total Present Value pada tingkat bunga lebih tinggi

Di asumsikan RRR (Required rate of Return) = 13%

Pada tingkat bunga 12%:

Total Present Value (PV) = Rp 265.807.801

Investasi = Rp 250.000.000

NPV = Rp 265.807.801 – Rp 250.000.000 = Rp 15.807.801

Pada tingkat bunga 17%:

$$NPV = \frac{104.852.069}{(1 + 0,17)^1} + \frac{111.544.753}{(1 + 0,17)^2} + \frac{117.121.991}{(1 + 0,17)^3} – Rp\ 250.000.000$$

NPV = (Rp 89.648.519 + Rp 81.539.214 + Rp 73.084.122) – Rp 250.000.000

NPV = - Rp 5.728.144

Total Present Value (PV) = Rp 244.271.856

Investasi = Rp 250.000.000

NPV = Rp 244.271.856 – Rp 250.000.000 = - Rp 15.728.144

Interpolasi:

Selisih bunga = 17% - 12% = 5%

Selisih PV = Rp 265.807.801 – Rp 244.271856 = Rp 21.535.946

IRR = i1 + (NPV1 / (TPV1-TPV2)) x (i2-i1)

IRR = 12% + (Rp 15.807.801/21.535.946) x 5%

IRR = 12% + (0,734 x 5%)

IRR = 12% + 3,67%

IRR = 15,67%

Kesimpulan: investasi tersebut layak karena IRR lebih tinggi dari nilai RRR (*Required rate of Return*) yaitu IRR > 13%.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gerry Anugrah Dwiputra (2017); Martua Siadar (2020) yang menyatakan bahwa kriteria kelayakan finansial sudah terpenuhi karena nilai IRR lebih besar *Required rate of return*.

Payback Period (PBP)

Tabel 5.7 Data Arus Kas dan Arus Kas Kumulatif

Tahun	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
1	Rp 104.852.069	Rp 104.852.069
2	Rp 111.544.753	Rp 216.396.822
3	Rp 117.121.991	Rp 333.518.813

Sumber: Data diolah

$$PBP = 2 + \frac{250.000.000 - 216.396.822}{333.518.813 - 216.396.822} x\ 1\ tahun$$

PBP = 2 + $\frac{33.630.178}{111.121.991}$ x 1 tahun

PBP = 2 + 0,2869

PBP = 2,287 tahun atau 2 tahun 3 bulan

Jadi Payback Period (waktu pengembalian) adalah 2 tahun 3 bulan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gerry Anugrah Dwiputra (2017 menyatakan bahwa kriteria kelayakan finansial sudah terpenuhi karena nilai PBP adalah 2 tahun 3 bulan.

Industri salak di Turi layak ditingkatkan dengan berbagai pertimbangan, yakni keuangan yang sangat bagus / layak, pasar yang terbuka lebar, dan kekuatan dari dalam yang sangat memadai terkait relasi. Diharapkan keuntungan

ini dapat dijadikan rujukan untuk tetap mempertahankan pasar yang selama ini sudah dipegang oleh para pengusaha salak.

Analisis kelayakan dapat membantu memutuskan apakah usaha tersebut bisa dilanjutkan atau justru dihentikan dengan pertimbangan tertentu. Hal ini tentu sejalan dengan prinsip yang ada dalam ekonomi, di mana ada rasio perbandingan antara pengeluaran dan pendapatan.

Studi kelayakan usaha atau bisnis merupakan proses yang menyangkut berbagai aspek baik itu dari aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya, dimana itu semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dikerjakan atau ditunda dan bahkan ditidak dijalankan.

Dalam ketidakpastian bisnis, studi kelayakan menjadi salah satu factor krusial, di mana dasar dari pertimbangan tersebut dapat diperoleh melalui suatu studi terhadap berbagai aspek mengenai kelayakan suatu bisnis yang akan dijalankan. Keberlangsungan industri salak salah satunya mengacu pada proses perhitungan kelayakan yang dilakukan.

5.6 Analisis SWOT

Untuk menyelesaikan masalah tentang strategi pemasaran dilakukan dengan analisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threat*) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelamahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

Tabel 5.8 Analisis SWOT Faktor Internal

No	Pertanyaan	Nilai					Pengolahan Bobot Kuesioner	Bobot
		STS	TS	RR	S	SS		
		1	2	3	4	5		
	FAKTOR INTERNAL							
Kekuatan (Strength)								
1	Manajemen petani yang handal	0	0	3	31	11	188	0,114
2	Harga pupuk yang terjangkau	0	1	3	32	9	184	0,112
3	Prasarana yang memadai	0	0	10	24	11	181	0,110
4	Kualitas salak yang baik	0	1	7	26	11	182	0,110
5	Layanan purna jual yang baik	0	1	5	25	14	187	0,113
	Jumlah						922	0,559
Kelemahan (Weakness)								
1	Kurang gencarnya promosi salak	0	15	11	17	2	141	0,085
2	Ketersediaan bibit yang terjangkau	0	12	13	18	2	145	0,088
3	Masa penyimpanan salak	1	7	5	32	0	158	0,096
4	Terbatasnya variasi	0	9	12	23	1	151	0,092
5	Minat beli konsumen	0	17	13	15	0	133	0,081
	Jumlah						**728**	**0,441**
	Total Jumlah						**1650**	**1,000**

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 5.8, diketahui bahwa faktor internal pada strategi pemasaran salak dengan kekuatan (*strength*) diperoleh bobot sebesar 0,559. Sedangkan fakktor internal kelemahan (*weaknes*) diperoleh bobot sebesar 0,441.

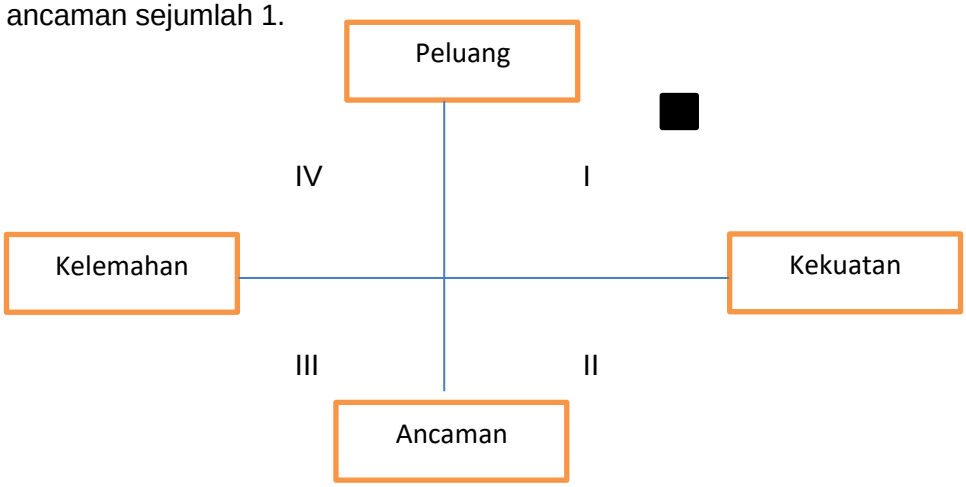
Tabel 5.9 Analisis SWOT Faktor Eksternal

No	Pertanyaan	Nilai					Pengolahan Bobot Kuesioner	Bobot
		STS	TS	RR	S	SS		
		1	2	3	4	5		
	FAKTOR EKSTERNAL							
Peluang (Opportunity)								
1	Potensi salak di pasar	0	0	6	29	10	184	0,132
2	Standar kualitas	0	1	8	23	13	183	0,131
3	Kesadaran konsumen akan manfaat salak	0	13	10	18	4	148	0,106
4	Dukungan pemerintah terhadap perkembangan salak	0	13	15	14	3	142	0,102

5	Pinjaman modal	1	20	8	16	0	129	0,092
	Jumlah						**786**	**0,563**
Ancaman (Threat)								
1	Daya beli konsumen	1	28	8	8	0	113	0,081
2	Persaingan antar varian salak	1	37	4	3	0	99	0,071
3	Munculnya produk salak serupa	0	25	9	11	0	121	0,087
4	Berkurangnya lahan pertanian	0	18	13	14	0	132	0,095
5	Kebijakan Pemerintah	0	6	23	16	0	145	0,104
	Jumlah						**610**	**0,437**
	Total Jumlah						**1396**	**1,000**

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 5.9, diketahui nilai/skor didapat dari bobot x peringkat dengan hasil EFAS pada strategi peluang sebesar 0,563. Sedangkan EFAS pada strategi ancaman sebesar 0,437. Jadi jumlah total faktor EFAS peluang dan ancaman sejumlah 1.



Gambar 5.1 Posisi Stretagi Pemasaran

Berdasarkan gambar diagram cartesius pada strategi pemasaran salak berada pada kuadran I. Fokus strategi yang harus diterapkan perusahaan adalah strategi SO (memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada). Strategi yang harus diterapkan pada kondisi ini adalah strategi agresif.

Tabel 5.10 Analisis SWOT

Internal / Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Manajemen petani yang handal 2. Harga pupuk yang terjangkau 3. Prasarana yang memadai 4. Kualitas salak yang baik 5. Layanan purna jual yang baik	1. Kurang gencarnya promosi salak 2. Ketersediaan bibit yang terjangkau 3. Masa penyimpanan salak 4. Terbatasnya variasi 5. Minat beli konsumen
Opportunities (O)	**Strategi S-O (Agresif)**	**Strategi W-O (Turn Around)**
1. Potensi salak di pasar 2. Standar kualitas 3. Kesadaran konsumen akan manfaat salak 4. Dukungan pemerintah terhadap perkembangan salak 5. Pinjaman modal	1. Mengoptimalkan manajemen petani serta layanan purna jual yang baik dengan memanfaatkan standar kualitas dan potensi pasar (S1, S3, 01, 02) 2. Meningkatkan hasil kualitas salak dengan dan penggunaan pupuk dengan memanfaatkan dukungan pemerintah sehingga standar kualitas terpenuhi (S2, S4, O2, O4) 3. Meningkatkan dukungan pemerintah terhadap potensi salak serta meningkatkan kesadararan masyarakat akan manfaat salah dengan dukungan prasarana yang memadai, kualitas salak yang baik dan layanan purna jual (S3, S4, S5, O3, O4) 4. Meningkatkan kualitas salak dengan memanfaat pinjaman modal (S4, O5)	1. Meningkatkan promosi salak untuk memenuhi permintaan pasar serta kesadaran masyarakat akan manfaat salak (W1, O1, O3) 2. Meningkatkan ketersediaan bibit salak yang memenuhi standar kualitas serta dukungan pemerintah terhadap kemudahan dalam pinjaman modal (W2, O2, O4, O5) 3. Meningkatkan daya beli masyarakat yang dibarengi dengan kesadaran masyarakat akan manfaat salak (W5, O3)

Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Daya beli konsumen 2. Persaingan antar varian salak 3. Munculnya produk salak serupa 4. Berkurangnya lahan pertanian 5. Kebijakan Pemerintah	1. Dengan menghasilkan salak yang berkualitas dan manajemen yang handal dapat mengurangi persaingan (S1, S4, T2) 2. Dengan adanya harga pupuk yang terjangkau perlu adanya campur tangan dari pemerintah (S2, T5)	1. Ketersediaan bibit yang terjangkau perlu di dukung dengan adanya kebijakan pemerintah (W2, T5) 2. Ketersediaan bibit yang baik dan unggul akan meminimalisir bekurangnya lahan pertanian (W2, T4)

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan penerapan matriks SWOT terdiri atas 4 strategis, yaitu strategi SO (*Strengths* - *Opportunity*) memanfaatkan kekuatan dan peluang, strategi WO (*Weakness* - *Opportunity*) meilhat peluang untuk meminimalkan kelemahan, strategi ST (*Strengths* - *Threat*) dengan kekuatan untuk meminimalkan ancaman dan strategi WT (*Weakness* - *Threat*) kelemahan yang dimiliki menjadikan untuk menghindari ancaman.

1. Strategi S – O

   Strategi yang dilakukan adalah:

   a. Mengoptimalkan manajemen petani serta layanan purna jual yang baik dengan memanfaatkan standar kualitas dan potensi pasar
   b. Meningkatkan hasil kualitas salak dengan dan penggunaan pupuk dengan memanfaatkan dukungan pemerintah sehingga standar kualitas terpenuhi
   c. Meningkatkan dukungan pemerintah terhadap potensi salak serta meningkatkan kesadararan masyarakat akan manfaat salah dengan dukungan prasarana yang memadai, kualitas salak yang baik dan layanan purna jual

d. Meningkatkan kualitas salak dengan memanfaat pinjaman modal

2. Strategi W – O

Strategi yang dilakukan adalah:

a. Meningkatkan promosi salak untuk memenuhi permintaan pasar serta kesadaran masyarakat akan manfaat salak

b. Meningkatkan ketersediaan bibit salak yang memenuhi standar kualitas serta dukungan pemerintah terhadap kemudahan dalam pinjaman modal

c. Meningkatkan daya beli masyarakat yang dibarengi dengan kesadaran masyarakat akan manfaat salak

3. Strategi S – T

Strategi yang dilakukan adalah:

a. Dengan menghasilkan salak yang berkualitas dan manajemen yang handal dapat mengurangi persaingan

b. Dengan adanya harga pupuk yang terjangkau perlu adanya campur tangan dari pemerintah

4. Strategi W - T

a. Ketersediaan bibit yang terjangkau perlu di dukung dengan adanya kebijakan pemerintah

b. Ketersediaan bibit yang baik dan unggul akan meminimalisir bekurangnya lahan pertanian

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Pemasaran salak pondoh telah meliputi beberapa wilayah di Indonesia serta telah melakukan ekspor salah pondoh melalui ekportir CV. Mitra Turindo mulai tahun 2017.
2. Komoditi salak pondoh agar tetap eksis di kabupaten Sleman perlu melakukan perluasan lahan pertanian, regenerasi petani salak, melakukan peremajaan pohon salak, dan penyediaan bibit salak pondoh dengan berbagai varietas unggul.
3. Ketersediaan tenaga kerja di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman untuk usia produktif berjumlah 24.247 orang, sehingga ketersediaan tenaga kerja tidak menjadi masalah.
4. Berdasarkan analisis R/C Ratio di dapat angka 1,4 sehingga usaha salak di Desa Wonokerto layak untuk dilanjutkan.
5. Berdasarkan analisis NPV di dapat sebesar Rp 15.807.801, dimana NPV > 0 maka investasi layak secara finansial. Hasil IRR sebesar 15,67% lebih besar dari RRR (*reguired rate of return*) sebesar 13%, sehingga investasi tersebut layak. Sedangkan *Payback Period* (waktu pengembalian) selama 2 tahun 3 bulan.
6. Berdasarkan analisis SWOT strategi pemasaran salak ada pada kuadran I, artinya strategi yang harus diterapkan adalah strategi agresif.
7. Strategi S – O yang dilakukan adalah mengoptimalkan manajemen petani serta layanan purna jual yang baik dengan memanfaatkan standar kualitas

dan potensi pasar, Meningkatkan hasil kualitas salak dengan dan penggunaan pupuk dengan memanfaatkan dukungan pemerintah sehingga standar kualitas terpenuhi, meningkatkan dukungan pemerintah terhadap potensi salak serta meningkatkan kesadararan masyarakat akan manfaat salah dengan dukungan prasarana yang memadai, kualitas salak yang baik dan layanan purna jual, meningkatkan kualitas salak dengan memanfaat pinjaman modal.

Strategi W – O yang dilakukan adalah meningkatkan promosi salak untuk memenuhi permintaan pasar serta kesadaran masyarakat akan manfaat salak, meningkatkan ketersediaan bibit salak yang memenuhi standar kualitas serta dukungan pemerintah terhadap kemudahan dalam pinjaman modal, meningkatkan daya beli masyarakat yang dibarengi dengan kesadaran masyarakat akan manfaat salak.

Strategi S – T yang dilakukan adalah dengan menghasilkan salak yang berkualitas dan manajemen yang handal dapat mengurangi persaingan, dengan adanya harga pupuk yang terjangkau perlu adanya campur tangan dari pemerintah.

Strategi W – T yang dilakukan adalah ketersediaan bibit yang terjangkau perlu di dukung dengan adanya kebijakan pemerintah, ketersediaan bibit yang baik dan unggul akan meminimalisir bekurangnya lahan pertanian.

6.2 Saran

1. Petani memperbesar potensi pasar yang sudah baik dan cakupan pasar yang luas, meningkatkan pertumbuhan pasar yang tinggi dan harga salak yang bersaing, meningkatkan produk yang unik, memanfaatkan berkembangnya pemasok bahan baku dan meningkatkan potensi pasar yang baik.

2. Petani memperbesar kemampuan memguasai teknologi, meningkatkan kemampuan memecahkan masalah, meningkatkan sistem manajemen yang baik, memanfaatkan hubungan interpersonal, dan meningkatkan pelayanan yang baik.
3. Petani lebih meningkatkan penjualan supaya rasio R/C bisa lebih tinggi dan diharapkan hal ini juga akan menambah kesejahteraan para petani.
4. Petani mampu memperbesar peran teknologi, guna mengejar kecepatan teknologi. Hal ini akan menjamin keberlangsungan pemasaran yang efektif dan berkesinambungan.
5. Petani mampu meningkatkan atau mempertahankan kualitas, program yang sudah dijalankan. Hal ini diharapkan mampu mempererat kerjasama yang sudah dibangun dengan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta

Anonim. 2020. Sleman Dalam Angka. BPS. Sleman

Anonim. 2022. https://portaljogja.pikiran-rakyat.com/yogyaistimewa/pr-253396350/produktivitas-tinggi-ekspor-salak-di-sleman-diharapkan meningkat-di-tahun-2022?page=2

Anonim.2022. https://kependudukan.jogjaprov.go.id/statistik/penduduk/golonganu

Artini, Widi, Sidhi, Yuliarsha Eko dan Nina, Lisanty. 2021. Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani Salak Pondoh di Desa Watulimo Kabupaten Trenggalek, Jurnal Ilmiah Management Agribisnis (JIMANGGIS), Vol. 2, No. 2, Desember: 109 - 117

Bambang, Riyanto. 2013. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi. Keempat. Yogyakarta: BPFE

Biro Pusat Statistik. 2020. BPS Sleman Dalam Angka

Brigham. 2011. Dasar – Dasar Manajemen Keuangan. Edisi 11. Jakarta: Erlangga

Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat

Darmawan, T.A. 2015. Analisis Pendapatan Usahatani Metode Sri (System Rice Intensification) Di Gampong Mesjid Kecamatan Kaway Xvi Kabupaten Aceh Barat. Aceh

Desi Astuti. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan Di Kabupaten Langkat. USU. Medan

Esti Purwaningsih. 2019. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Kab. Sragen. Jawa Tengah. Jawa Tengah

Ferdian, A. 2019. Analisis Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Usaha Tani Padi Ladang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Lampung Selatan

Fika M. 2014. Analisis Kelayakan Finansial Dan Kontribusi Pendapatan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Pembudidaya Ikan Lele Dumbo. Jember

Freddy Rangkuti. 2012. Studi Kelayakan Bisnis & Investasi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Giatman. 2007. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Hastuti, Sri. 2013. Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Jurnal Ilmiah Inovasi. Vol 13 No 3. ISSN 1411-5549.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2014. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 27: Akuntansi Koperasi. Jakarta: Salemba Empat

L., Setiawati dan Diana A. 2017. Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis. Standar Akuntansi Keuangan Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi

Maheswara N G. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Ukm Sektor Perdagangan Di Kota Denpasar. Bali

Margono. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta

Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pecetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN

Munandar, Utami. 2006. Kretifitas dan Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat: Jakarta: Gramedia

Tohar, M. 2003. Membuka Usaha Kecil. Yogyakarta: Kanisius

Nasution, Nazri Arisman Surya. 2019. Strategi Pengembangan Usahatani Tanaman Salak Sidempuan Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyaraklat. Medan: Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

Notoatmodjo, S. 2018. Metodologi Penelitian Kesehatan. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT Rineka Cipta

Pertiwi. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja di Daerah Istimewah Yogyakarta. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.

Prasetya. 2006. Penerapan Teknologi Sistem Usaha tani Tanaman-Ternak Melalui Pendekatan Organisasi Kelompok Tani (Suatu Model Pengelolaan Lingkungan Pertanian). Dalam Prosiding Seminar Pengelolaan Lingkungan Pertanian, Surakarta, 1 Oktober 2003. Universitas Sebelas Maret. Surakarta

Pratama W R. 2019. Analisis Kelayakan Pendapatan Keluarga Petani Melalui Pengolahan Sambel Lele. Yogyakarta: UKDW

Rejeki, Sri. 2014. Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Perantara Salak Pondoh di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman

S., Sudomo. 2011. Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Potong Di Jalur Lintas Selatan (Jls) Banyuwangi. Banyuwangi

Sartono, Agus. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta

Simamora. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.

Siregar, Baldric. 2013. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat

S.R, Soemarso. 2009. Akuntansi Suatu Pengantar. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Supriyono, 2000. Sistem Pengendalian Manajemen. Edisi. Pertama, Yogyakarta

Supriyono. 2011. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. Buku 1. Edisi 2. Yogyakarta

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Soekartawi. 2005. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Sutawi. 2002. Manajemen Agribisnis. Bayu Media. UMM Press.

Wanda, F.F.A. 2015. Analisis Pendapatan Usaha Tani Jeruk Siam (Studi Kasus Di Desa Padang Pangrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser). Paser, Kalimantan.

Yusuf, A. Muri. 2005. Metodologi Penelitian (Dasar-Dasar Penyelidikan. Ilmiah). Padang: UNP Press

https://portaljogja.pikiran-rakyat.com/yogyaistimewa/pr-253396350/produktivitas-tinggi-ekspor-salak-di-sleman-diharapkan-meningkat-di-tahun-2022?page=2

https://kependudukan.jogjaprov.go.id/statistik/penduduk/golonganusia/16/1/00/00/34.clear

L A M P I R A N

Lampiran 1

KUISIONER

Nama : ……

Usia : …….. Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Pendidikan Terakhir : ……

Pengalaman : …….. Tahun

PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner dibuat sebagai alat untuk mewancarai responden. Sebuah kuesioner memberikan suatu kerangka yang dapat menggambarkan proses penelitian. Adapun tahapan pada kuesioner di penelitian ini adalah:

1. Isilah identitas responden pada halaman yang telah disediakan. Seluruh identitas responden akan peneliti rahasiakan.
2. Angket penelitian ini hanya untuk kepentingan ilmiah, sehingga diharapkan para responden untuk mengisi jawaban dengan sebenar-benarnya sesuai kenyataan yang sesungguhnya.
3. Berikan tanda (√) untuk masing-masing pertanyaan pada kolom alternatif jawaban yang disediakan, dengan memperhatikan jawaban berikut:

   SS : Sangat setuju

   S : Setuju

   N : Netral

   TS : Tidak setuju

   STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Skala Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1	Manajemen petani yang handal					
2	Harga pupuk yang terjangkau					
3	Prasarana yang memadai					
4	Kualitas salak yang baik					
5	Layanan purna jual yang baik					
6	Kurang gencarnya promosi salak					
7	Ketersediaan bibit yang terjangkau					
8	Masa penyimpanan salak					
9	Terbatasnya variasi					
10	Minat beli konsumen					
11	Potensi salak di pasar					
12	Standar kualitas					
13	Kesadaran konsumen akan manfaat salak					
14	Dukungan pemerintah terhadap perkembangan salak					
15	Pinjaman modal					
16	Daya beli konsumen					
17	Persaingan antar varian salak					
18	Munculnya produk salak serupa					
19	Berkurangnya lahan pertanian					
20	Kebijakan Pemerintah					