

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI EMPING JAGUNG

(THE DEVELOPMENT STRATEGY OF CORN FLAKES AGROINDUSTRY)

Silvana Maulidah¹⁾, Johannes Maruli Tua¹⁾.

¹⁾Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang
E-mail: silvana.maulidah@yahoo.com

ABSTRACT

Malang City has a series of industry ranging from industries that use non-agricultural raw materials to industries that use agricultural raw materials or say as agro-industries. One excellent product is the product Malang corn flakes. The purpose of this research is to analyze how much added value corn prepared fried corn or corn emping ready for consumption; analyze costs, revenues, and profits corn flakes ready to fry corn flakes or corn flakes ready for consumption, and to formulate appropriate development strategies based on the condition of strengths, weaknesses, threats, and opportunities.

The results of this study: (1) The corn flakes ready for consumption gives higher added value than the corn flakes ready to fry. The added value of corn flakes ready for consumption is Rp 5678, -, or 69% of the value of the product. Meanwhile, the added value for ready to fry is Rp 503, - or 18% of the value of the product. (2) The corn flakes ready for consumption is more profitable than the corn flakes ready to fry. The profit of corn flakes ready for consumption is Rp 2.449.632,8, while the corn flakes ready to fry is Rp 142,395.1,-. (3) From the analysis QSPM, the strategy needs to be done and prioritized include: a) Increase the quantity, continuity, quality or product innovation along with the use appropriate technology and efficiently; b) Managing the processes of management, both of production management, financial management and human resources management; c) Increasing the promotion activities to attract consumers of corn flakes accompanied by cooperation with local governments for the administration of this promotion and licensing.

Keywords : added value, cost, revenue, profit, development strategy

ABSTRAK

Kota Malang mempunyai sederet industri mulai dari industri yang memakai bahan baku non-pertanian sampai dengan industri yang menggunakan bahan baku pertanian atau dikatakan sebagai agroindustri. Salah satu produk unggulan Kota Malang adalah produk emping jagung. Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah untuk menganalisis seberapa besar nilai tambah emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi; menganalisis biaya, penerimaan, dan keuntungan emping jagung siap goreng maupun emping jagung konsumsi, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan kondisi kekuatan, kelemahan, ancaman, serta peluang yang ada.

Hasil dari penelitian ini antara lain : (1) Agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng. Nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap konsumsi adalah Rp 5.678,- atau 69% dari nilai produk. Sedangkan nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap goreng adalah Rp 503,- atau 18% dari nilai produk. (2) Agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan dibanding agroindustri emping jagung siap goreng, dimana agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan keuntungan sebesar Rp 2.449.632,8,- selama satu kali proses produksi, sedangkan agroindustri emping

jagung siap goreng menghasilkan keuntungan Rp 142.395,1,- selama satu kali proses produksi. (3) Dari hasil analisis QSPM strategi yang harus dilakukan dan didahulukan antara lain adalah: a) Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien; b) Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik; c) Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan.

Kata Kunci : *nilai tambah, biaya, penerimaan, keuntungan, strategi pengembangan*

PENDAHULUAN

Pada kenyataannya, produk primer pertanian mempunyai permasalahan terkait dengan sifat produk pertanian itu sendiri. Sifat tersebut menurut Kastaman (2007) antara lain adalah: (1) Rendahnya daya saing produk pertanian, baik segar maupun olahan; (2) Kurangnya sumber daya manusia terdidik di bidang pertanian yang terjun dalam praktek usaha pertanian profesional berskala menengah/besar; (3) Rendahnya tingkat keberlanjutan usaha-usaha pengolahan dan pemasaran hasil pertanian yang disebabkan oleh kecilnya skala usaha; (4) Masih kuatnya budaya di masyarakat petani dan pengusaha untuk menghasilkan produk primer saja; (5) Mutu produk olahan, khususnya usaha pengolahan berskala rumah tangga dan usaha kecil, masih belum memenuhi persyaratan yang ditetapkan pasar, khususnya pasar internasional; (6) Sarana dan prasarana yang belum memadai. Pendekatan pembangunan pertanian diupayakan lebih mengarah kepada pengembangan nilai tambah dari produk primer pertanian dengan adanya industri yang dapat mengolah produk primer pertanian menjadi produk olahan baik produk antara, produk semi akhir (*semi finished product*) dan yang utama produk akhir yang berdaya saing (Direktorat Jenderal Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2007). Dengan kata lain, nilai tambah yang diperoleh dari pengembangan produk olahan jauh lebih tinggi dari produk primer. Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan produk primer pertanian serta untuk mendukung pengembangan nilai tambah produk pertanian, sesuai dengan kebijakan pembangunan pertanian jangka panjang, adalah pengembangan agroindustri dan juga pengembangan agroindustri pedesaan. Agroindustri dapat diartikan sebagai industri yang pada umumnya menggunakan bahan baku lokal.

Di Kota Malang, terdapat beberapa agroindustri yang menggunakan bahan baku primer pertanian. Menurut daftar perusahaan yang diperoleh dari situs Pemerintah Kota Malang terdapat produk mulai dari aneka keripik buah, keripik tempe, aneka kerupuk, industri makanan lainnya, sampai kepada berbagai macam camilan. (Pemkot Malang, 2007). Salah satu agroindustri yang termasuk dalam delapan produk unggulan Kota Malang tidak lain adalah agroindustri emping jagung. Agroindustri emping jagung ini menggunakan bahan baku jagung pipilan yang kemudian akan diolah menjadi emping jagung dengan berbagai rasa maupun emping jagung siap goreng yang akan didistribusikan ke daerah pemasaran, baik di dalam kota maupun ke luar Kota Malang bahkan sampai kepada luar negeri. Sentra agroindustri emping jagung ini berada di Kelurahan Pandanwangi Jl. Simpang Teluk Bayur atau dahulu dikenal dengan sebutan Desa Terong Dowo. Akan tetapi, agroindustri emping jagung ini belum menjalankan usahanya secara maksimal. Masih terdapat berbagai kendala yang, baik yang berasal dari sisi internal maupun yang berasal dari luar atau eksternal, yang harus dihadapi oleh agroindustri emping jagung ini, diantaranya : belum adanya teknologi

produksi baru yang efektif untuk diaplikasikan kepada produk emping jagung ini, areal proses produksi yang belum memadai atau mempunyai keterbatasan areal produksi, terbatasnya modal untuk mengembangkan usaha, belum adanya sistem manajemen yang baik, serta persyaratan administrasi untuk didirikannya suatu usaha, bentuk promosi yang masih sederhana sehingga belum efektifnya kegiatan promosi.

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta yang akan diteliti. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yakni pada Agroindustri Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Malang. Pertimbangan penentuan lokasi penelitian ini adalah bahwa daerah tersebut merupakan sentra yang memproduksi emping jagung. Kedua, bahwa Agroindustri Emping Jagung mempunyai peluang yang tinggi untuk dikembangkan karena untuk emping jagung siap goreng atau setengah jadi sasarannya adalah pabrik makanan ringan di luar Kota Malang dan untuk emping jagung siap konsumsi atau produk jadi sasarannya adalah supermarket besar.

Yang merupakan responden pada penelitian ini adalah para produsen Agroindustri Emping Jagung. Metode yang digunakan adalah metode *disproportional stratified random sampling*. Jumlah keseluruhan populasi agroindustri emping jagung yang terdapat pada lokasi penelitian sebanyak 22 produsen. Dengan metode *disproportional stratified random sampling*, maka populasi dibagi kedalam strata-strata agar komposisinya dapat relatif lebih homogen. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis kuantitatif, yaitu analisis nilai tambah, analisis biaya, penerimaan, keuntungan. Yang kedua menggunakan analisis kualitatif yang terdiri dari analisis SWOT, matrik IE, analisis lingkungan agroindustri meliputi eksternal dan internal.

1. Analisis Nilai Tambah Metode Hayami
2. Analisis Biaya Penerimaan & keuntungan

A. Biaya Tetap

Yang dimaksud dengan biaya tetap adalah biaya penyusutan peralatan. Adapun biaya penyusutan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$D = \frac{P - S}{N}$$

Keterangan :

- D = Penyusutan peralatan (Rp / bulan)
- P = Harga atau Nilai awal alat/mesin
- S = Harga atau Nilai akhir alat/mesin
- N = Umur ekonomis alat/mesin (Bulan)

B. Biaya Variabel

Secara sistematis biaya variabel dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TVC = \sum_{i=1}^n VC$$

Keterangan :

- TVC = Total biaya variabel
- VC_i = Biaya variabel untuk input ke-i
- n = Banyaknya input

C. Biaya Total

Biaya total diperoleh dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel.

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC= Biaya total per proses produksi

TFC = Biaya tetap total per proses produksi

TVC= Biaya variabel total per proses produksi

D. Analisis Penerimaan

Penerimaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total

P = Harga jual produk

Q = Jumlah output yang dihasilkan

E. Analisis Keuntungan

Keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan :

Π = Pendapatan bersih atau keuntungan

TR = Penerimaan total per proses produksi

TC = Total pengeluaran per proses produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Tambah Pengolahan Emping Jagung

Dalam sekali proses produksi, dengan menggunakan bahan baku berupa jagung pipilan sebanyak 500 kg dapat dihasilkan emping jagung siap goreng sebanyak 400 kg. Dari hasil perhitungan didapatkan faktor konversi sebesar 0,8 yang artinya 1 kg jagung menghasilkan 0,8 kg emping jagung siap goreng dan juga menghasilkan emping jagung siap konsumsi, selain itu harga emping jagung siap goreng sebesar Rp 3.600,-/Kg sehingga diperoleh nilai produk sebesar Rp 2.880,-. Nilai produk ini dialokasikan untuk bahan baku jagung sebesar pipilan Rp 2.125,-/Kg dan input agroindustri lainnya sebesar Rp 252,-/kg. Pada agroindustri emping jagung siap konsumsi, harga emping jagung sebesar Rp 10.300,- sehingga diperoleh nilai produk 8.240,-. Nilai produk ini dialokasikan untuk bahan baku jagung pipilan sebesar Rp 2.100,- dan input lainnya sebesar Rp 462,-. Dengan demikian nilai tambah yang dihasilkan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 503,- atau 18% dari nilai produk. Untuk produk emping jagung siap konsumsi, nilai tambah yang diberikan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 5.678,- atau 69% dari nilai produk.

Rasio nilai tambah emping jagung siap goreng sebesar 18% dan emping jagung siap konsumsi sebesar 69% menunjukkan bahwa 18% dan 69% nilai produksi emping jagung siap goreng dan emping jagung siap konsumsi merupakan penambahan nilai yang dihasilkan dari pengolahan yang dilakukan terhadap bahan baku emping jagung yaitu jagung pipilan. Pendapatan yang diterima tenaga kerja dari setiap kilogram jagung yang diolah adalah Rp 89,- atau 17,7% dari nilai tambah yang diperoleh. Dari tabel distribusi nilai tambah bagi keuntungan lebih, menunjukkan bahwa keuntungan yang diterima agroindustri emping jagung siap goreng sebesar Rp 413,7 dan tingkat keuntungan sebesar 82,1% dari nilai tambah, hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Rp 1 dari nilai produk akan meningkatkan keuntungan sebesar Rp 0,143.

Sedangkan pada agroindustri emping jagung siap konsumsi, pendapatan yang diterima dari setiap kilogram jagung yang diolah sebesar Rp 34,- atau 0,59% dari nilai tambah yang

diperoleh. Keuntungan agroindustri emping jagung siap konsumsi adalah sebesar Rp 5.645,- atau tingkat keuntungan 99,4% dari nilai tambah, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Rp 1 dari nilai produk akan meningkatkan keuntungan sebesar Rp 5,645,-.

Tabel 1. Rata-Rata Nilai Tambah Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Dalam Satu kali Proses Produksi pada Agroindustri Emping Jagung Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang 2009

NO	Variabel	Rata-Rata	
		Emping Jagung Siap Goreng	Emping Jagung Siap Konsumsi
	Output, Input, Harga		
1	Hasil Produksi (Kg)	400	400
2	Input bahan baku jagung pipilan (Kg)	500	500
3	Input tenaga kerja (HOK)	1,5	5
4	Faktor konversi	0,8	0,8
5	Koefisien tenaga kerja	0,003	0,01
6	harga emping jagung (Rp/Kg)	3.600	10.300
7	Upah rerata per HOK (Rp)	40.000	33.750
	Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga input jagung pipilan (Rp/Kg)	2.125	2.100
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	252	462
10	Nilai produk (Rp)	2.880	8.240
11	a. Nilai tambah (Rp/Kg)	503	5.678
	b. Rasio nilai tambah (%)	18	69
12	a. Pendapatan TK (Rp)	89	34
	b. Bagian tenaga kerja (dari nilai tambah) (%)	18	0,6
	c. Bagian tenaga kerja (dari nilai produk) (%)	3	0,4
13	a. Keuntungan (Rp)	413	5645
	b. Tingkat keuntungan (dari nilai tambah) (%)	82	99
	c. Tingkat keuntungan (dari nilai produk) (%)	14	69

Sumber : Data Primer Diolah 2009

Setelah melakukan analisis nilai tambah maka dilakukan pengujian nilai tambah menurut Hubeis (1998) dalam Setiawan (2009) adalah sebagai berikut :

1. Rasio nilai tambah rendah apabila < 15%
2. Rasio nilai tambah sedang apabila 15-40%
3. Rasio nilai tambah tinggi apabila > 40%

Berdasarkan kriteria diatas, maka dapat diketahui bahwa agroindustri emping jagung yang memproduksi emping jagung siap goreng memberikan nilai tambah yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai tambah rata-rata adalah Rp 503,- per kilogram bahan baku jagung dengan rasio nilai tambah sebesar 18%. Sedangkan agroindustri yang memproduksi emping jagung siap konsumsi memberikan nilai tambah yang tinggi sebesar Rp 5.678,- per kilogram bahan baku dimana rasio nilai tambahnya adalah sebesar 69%. Dari kedua hasil analisis nilai tambah emping jagung, diketahui bahwa agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibanding emping jagung siap goreng. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan, bahwa nilai tambah agroindustri emping

jagung siap konsumsi lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng. Oleh karena itu, hipotesis awal dapat diterima dengan adanya hasil perhitungan nilai tambah agroindustri emping jagung siap konsumsi yang lebih besar dibanding emping jagung siap goreng.

Analisis Biaya Agroindustri Emping Jagung

Biaya Tetap

Perhitungan biaya penyusutan juga diperoleh dengan pembagian antara biaya penyusutan masing-masing alat selama setahun dibagi dengan dengan berapa kali jumlah proses produksi yang dilakukan selama setahun, yaitu sebanyak 96 kali proses produksi dengan asumsi satu bulan melakukan 8 kali proses produksi untuk produk emping jagung siap goreng dan sebanyak 84 kali proses produksi dengan asumsi satu bulan melakukan 7 kali proses produksi untuk emping jagung siap konsumsi.

Tabel 2. Total Biaya Tetap Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

No	Agroindustri	Total (Rp)
1	Emping Jagung Siap Goreng	42.204,9
2	Emping Jagung siap Konsumsi	93.367,2

Sumber : Data primer Diolah, 2009

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa besarnya biaya tetap per satu kali proses produksi adalah sebesar Rp 42.204,9,- untuk produksi emping jagung siap goreng dan Rp 93.367,2,- untuk produk emping jagung siap konsumsi.

Biaya Variabel

Tabel 3. Total Biaya Variabel Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

NO	Keterangan	Total (Rp)	
		Emping Jagung Siap Goreng	Emping Jagung Siap Konsumsi
1	Bahan baku Jagung (Kg)	484.500	870.000
2	Total sumbangan input lain	117.400	549.500
3	Tenaga kerja	73.000	157.500
Total Biaya Variabel		1.255.400	1.577.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Biaya variabel emping jagung siap goreng adalah sebesar Rp 1.255.400,- per proses produksi dan sebesar Rp 1.577.000,- untuk emping jagung siap konsumsi. Biaya variabel terbesar digunakan untuk pembelian bahan baku utama jagung yaitu sebesar Rp 484.500,-. Hal ini dikarenakan rata-rata jumlah input bahan baku jagung yang diperlukan sebesar 500 kilogram. Biaya variabel kedua terbesar adalah pada biaya input lain yang digunakan pada agroindustri emping jagung siap goreng. Biaya input lain antara lain adalah biaya serbuk gergaji, kapur, solar, serta karung yang jika dijumlahkan adalah sebesar Rp 117.400,-. Biaya variabel terkecil terdapat pada biaya tenaga kerja sebesar Rp 73.000,-. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi, biaya variabelnya sebesar Rp 1.577.000,- dengan biaya variabel terbesar terdapat pembelian bahan baku jagung sebesar Rp 870.000,-. Kemudian biaya variabel terbesar kedua digunakan untuk sumbangan input lain sebesar Rp 549.000,- dan biaya terbesar ketiga digunakan untuk tenaga kerja sebesar Rp 157.500,-.

Biaya Total

Tabel 4. Biaya Total Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

NO	Keterangan	Total (Rp)	
		Emping Jagung Siap Goreng	Emping Jagung Siap Konsumsi
1	Total Biaya Variabel	1.255.400	1.577.000
2	Total Biaya Tetap	42.204,9	93.367,2
	Biaya Total	1.297.604,9	1.670.367,2

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Biaya tetap yang diperoleh dari penyusutan peralatan sebesar Rp 42.204,9,- dan untuk biaya variabel sebesar Rp 1.255.400,- untuk satu kali proses produksi, sehingga apabila dijumlahkan biaya total adalah sebesar Rp 1.297.604,9,- untuk produk emping jagung siap goreng. Sedangkan untuk produk emping jagung siap konsumsi biaya tetap yang dihasilkan dari penyusutan sebesar Rp 93.367,2,- dan biaya variabel Rp 1.577.000,-, sehingga apabila dijumlahkan biaya totalnya adalah sebesar Rp 1.670.367,2,-.

Analisis Penerimaan dan Keuntungan Emping Jagung**Analisis Penerimaan**

Tabel 5. Penerimaan Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

No	Produk	Harga/kg	Input (kg)	Output (kg)	Penerimaan (Rp)
1	Emping Jagung Siap Goreng	3600	500	400	1.440.000
2	Emping Jagung Siap Konsumsi	10.300	500	400	4.120.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Dalam satu kali proses produksi, dengan menggunakan satuan input yang sama, penerimaan agroindustri emping jagung siap goreng adalah sebesar Rp 1.440.000,-. Sedangkan penerimaan agroindustri emping jagung siap konsumsi adalah sebesar Rp 4.120.000,-. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penggunaan input yang sama, produk emping jagung siap konsumsi menghasilkan penerimaan yang lebih besar dibanding produk emping jagung siap goreng.

Analisis Keuntungan

Besarnya keuntungan per sekali proses produksi sebesar Rp 142.395,1,- untuk agroindustri emping jagung siap goreng. Sedangkan untuk agroindustri emping jagung siap konsumsi keuntungan per sekali proses produksi adalah sebesar Rp 2.449.632,8,-. Selain dari keuntungan per sekali proses produksi, dari tabel 14 dapat diketahui bahwa keuntungan yang didapat dari emping jagung siap goreng per kilogramnya adalah sebesar Rp 355,98,-, sedangkan keuntungan untuk emping jagung siap konsumsi per kilogramnya adalah sebesar Rp 6124,08,-. Hasil dari keuntungan ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan dibanding produk emping jagung siap goreng. Dengan demikian, hipotesis awal dapat diterima dengan adanya pembuktian bahwa produk emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan.

Tabel 6. Keuntungan Dalam Satu Kali Proses Produksi Pada Agroindustri Emping Jagung Siap Goreng dan Siap Konsumsi Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang Tahun 2009

No	Produk	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Keuntungan Total (Rp)	Keuntungan per unit (kg)
1	Emping Jagung Siap Goreng	1.440.000	1.297.604,9	142.395,1	355,98
2	Emping Jagung siap Konsumsi	4.120.000	1.670.367,2	2.449.632,8	6124,08

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung Analisis Lingkungan Agroindustri

A. Lingkungan Internal Kekuatan

1. Kemudahan memperoleh bahan baku

Dalam memperoleh bahan baku utama, para produsen atau pengusaha tidak mengalami kesulitan. Hal ini dikarenakan bahan baku utama yaitu jagung dipasok dari daerah sekitar Malang (Singosari, Wajak) serta Kediri.

2. Daya tahan produk

Daya tahan produk emping jagung siap goreng dapat mencapai umur 6 bulan, sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi mencapai umur 4 bulan. Hal ini menguntungkan karena produk tidak cepat rusak apabila didistribusikan ke luar kota, dan juga dengan daya tahan produk yang lama dapat dilakukan penyimpanan di gudang dengan jangka waktu 6 bulan apabila terdapat permintaan yang rendah dari konsumen. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi, daya tahan produk maksimal 4 bulan.

3. Kapasitas produk tinggi

Untuk agroindustri emping jagung, baik untuk produsen emping jagung siap goreng dan emping jagung siap konsumsi, mempunyai kapasitas produksi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan bahan baku yang mencapai 600 kilogram satu kali proses produksi yang membutuhkan waktu tiga hari.

4. Pengalaman pemilik usaha

Pengalaman pemilik usaha juga dapat mempengaruhi kelangsungan usaha agroindustri emping jagung ini. Diantara para responden, terdapat responden yang sudah mempunyai pengalaman diatas 10 tahun, sehingga dalam jangka waktu sepuluh tahun atau lebih sudah mengetahui seluk beluk mengenai agroindustri emping jagung baik dari proses produksi sampai kepada pemasarannya.

5. Tenaga kerja terampil

Dalam kegiatan proses produksi emping jagung, dilakukan oleh beberapa tenaga kerja yang umumnya berjumlah 1 sampai 5 orang tenaga kerja. Tenaga kerja yang ada pada setiap usaha merupakan tenaga kerja yang sudah terampil pada bagiannya masing masing atau, menguasai seluruh proses kegiatan produksi.

6. Kemampuan manajerial pengelola

Kemampuan manajerial pemilik usaha merupakan suatu kekuatan atau kelebihan bagi usaha yang dijalankan. Kegiatan manajerial yang dilaksanakan mulai dari pembagian tenaga kerja, penentuan harga jual, penentuan bahan baku, dan sebagainya. Walaupun hanya sederhana, akan tetapi pemilik mempunyai kemampuan manajerial yang cukup dalam menjalankan usaha agroindustri emping jagung.

7. Penjualan langsung

Salah satu kekuatan dari agroindustri emping jagung ini, baik yang memproduksi emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi, adalah sistem penjualan langsung pada lokasi agroindustri. Hal ini menguntungkan, karena dapat mengurangi biaya transportasi.

8. Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha agroindustri ini tergolong strategis, karena terletak dengan jalan raya utama dan tidak jauh dengan sumber bahan baku penolong lainnya yang dibutuhkan. Selain itu, lokasi usaha yang umumnya berada dalam satu RW (Rukun Warga) baik produsen yang memproduksi emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi.

Kelemahan :

1. Kemasan produk sederhana

Salah satu kelemahan dari produk emping jagung siap goreng dan juga emping jagung siap konsumsi adalah kemasan produk yang tergolong sederhana. Untuk produk emping jagung siap goreng hanya dikemas menggunakan karung untuk didistribusikan. Sedangkan untuk emping jagung siap konsumsi hanya dikemas dengan plastik transparan.

2. Penggunaan merek dan label

Penggunaan merek ataupun label tambahan lainnya hanya sederhana atau bahkan tidak ada pada beberapa produsen. Penggunaan merek hanya sebatas pada kertas kecil yang bertuliskan nama merek emping jagung. Bahkan pada produsen emping jagung siap goreng yang menggunakan karung sebagai kemasan tidak mencantumkan merek maupun label lainnya.

3. Bentuk promosi masih sederhana

Selain dari terbatasnya penggunaan merek dan label, kegiatan promosi yang dilakukan juga masih sederhana. Baik produsen emping jagung siap goreng dan siap konsumsi, bentuk promosi yang digunakan hanya pada promosi dari mulut ke mulut serta menggunakan kartu nama yang bertuliskan nama industri dan informasi tentang industri emping jagung.

4. Penggunaan teknologi yang sederhana

Teknologi yang digunakan dalam produksi emping jagung siap goreng dan siap konsumsi juga tergolong sederhana, karena tidak melibatkan mekanisasi peralatan pada setiap proses produksi.

5. Proses pembukuan belum ada

Dari beberapa responden yang diwawancarai, hampir seluruhnya belum melakukan kegiatan pembukuan, dalam artian hanya terbatas pada tanda bukti pembelian bahan-bahan yang diperlukan. Proses pembukuan selama sebulan atau selama proses produksi belum dilakukan.

6. Tenaga pemasar terbatas

Tenaga pemasar yang ada pada setiap produsen juga terbatas, dalam arti tidak semua produsen mempunyai tenaga kerja untuk melakukan pemasaran atau distribusi.

Lingkungan Eksternal

Peluang :

1. Permintaan Tinggi. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha, diketahui jumlah permintaan emping jagung baik yang memproduksi emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari volume produksi yang belum mampu mencukupi semua kebutuhan pelanggan, khususnya pelanggan skala besar seperti distributor atau pabrik makanan ringan.

2. Lokasi usaha mudah dijangkau oleh konsumen.

Lokasi usaha baik produsen emping jagung siap saji dan produsen emping jagung siap konsumsi mudah ditemui oleh para pelanggan. Hal ini dikarenakan lokasi usaha yang strategis,

dekat dengan jalan utama dan tidak sulit untuk ditemukan. Selain itu, lokasi usaha juga terpusat pada satu RW (Rukun Warga).

3. Dukungan pemerintah daerah

Dapat dilihat dengan dimasukkannya produk emping jagung ke dalam salah satu dari delapan produk unggulan Kota Malang yang dapat dilihat pada alamat situs pemerintah Kota Malang, sehingga akibatnya promosi mengenai emping jagung dilakukan secara tidak langsung lewat media elektronik.

4. Kontinuitas bahan baku

Peluang lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh para produsen emping jagung adalah kontinuitas dari bahan baku jagung. Selain dari kemudahan memperoleh bahan baku, ketersediaan dari bahan baku juga tercukupi. Hal ini dikarenakan, pembelian bahan baku tidak dilakukan pada satu lokasi saja, tetapi pada beberapa lokasi yang memproduksi jagung.

5. Kemudahan pinjaman modal

Dari hasil wawancara diketahui bahwa sebenarnya terdapat kemudahan pinjaman modal yang disediakan oleh bank, akan tetapi kebanyakan modal yang ada adalah merupakan modal sendiri para pemilik usaha agroindustri emping jagung. Salah satu kegunaan dari tambahan modal ini dapat digunakan untuk menginvestasikannya kedalam pembelian mesin-mesin atau peralatan baru yang dapat memproduksi emping jagung secara lebih efisien.

6. Perluasan pasar

Faktor lainnya yang menjadi peluang bagi agroindustri emping jagung baik produsen emping jagung siap goreng serta siap konsumsi adalah pasar yang dapat diperluas lagi. Lokasi pemasaran tidak hanya terbatas pada kawasan lokal saja yaitu kawasan malang sekitar, akan tetapi dapat diperluas ke daerah-daerah atau pasar luar kot.

Ancaman :

1. Fluktuasi harga bahan baku

Bahan baku mudah diperoleh dan tersedia sepanjang waktu, akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah harga bahan baku yang berubah-ubah. Ketika musim hujan, umumnya harga bahan baku jagung naik akibat sedikitnya petani yang menanam jagung pada musim hujan. Sebaliknya, ketika panen jagung tiba, harga menjadi relatif turun.

2. Masuknya pesaing baru

Karena terdiri dari beberapa produsen emping jagung, maka masuknya pengusaha emping jagung sejenis yang baru dapat menjadi ancaman. Masuknya pemain baru dapat dikatakan sebagai masuknya pesaing baru, karena dapat mengakibatkan terjadinya persaingan harga atau persaingan untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis yang tepat agar mampu bersaing dengan para pesaing lainnya.

3. Adanya produk substitusi

Faktor lainnya yang menjadi ancaman adalah adanya berbagai macam camilan yang terbuat dari jagung. Selain itu juga terdapat banyak camilan atau makanan ringan yang bukan terbuat dari jagung yang berbentuk emping atau keripik. Oleh karena itu, produsen emping jagung harus memperhatikan produk camilan dari jagung lainnya.

4. Perubahan selera konsumen

Perubahan selera konsumen juga dapat dikatakan sebagai ancaman bagi produsen emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi.

5. Tidak ada ijin usaha

Beberapa faktor yang menyebabkan belum diurusnya perizinan usaha dikarenakan skala usaha yang tergolong rumah tangga, sehingga para produsen berpikiran untuk tidak memproses ijin usaha. Alasan tidak adanya ijin usaha adalah pajak.

6. Ketersediaan tenaga kerja

Pada beberapa produsen emping jagung siap goreng maupun siap konsumsi, tenaga kerja sulit untuk didapatkan. Dikarenakan, dibutuhkan keterampilan untuk memproduksi emping jagung sehingga sepi peminat.

Analisis Matrik SWOT

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan memperoleh bahan baku (S1) • Daya tahan produk (S2) • Kapasitas produksi tinggi (S3) • Pengalaman usaha pemilik (S4) • Tenaga kerja terampil (S5) • Kemampuan manajerial pengelola (S6) • Penjualan langsung (S7) • Lokasi industri strategis (S8) 	<p>Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemasan produk sederhana (W1) • Tidak ada merek dan label produk (W2) • Bentuk promosi masih sederhana (W3) • Penggunaan Teknologi sederhana (W4) • Proses pembukuan yang belum ada (W5) • Tenaga pemasar terbatas (W6)
<p>Faktor Eksternal</p>	<p>Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permintaan produk tinggi (O1) • Lokasi usaha mudah dijangkau (O2) • Dukungan pemerintah daerah (O3) • Kontinuitas bahan baku (O4) • Kemudahan pinjaman modal (O5) • Perluasan pasar (O6) 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Meningkatkan volume dan kontinuitas produksi dengan cara perluasan areal produksi (S1,S3,O1,O4) b) Melakukan Pengembangan pasar disertai dengan inovasi produk (S2,O2,O6) c) Perbaiki proses manajemen yang tepat serta kerjasama dengan Pemda untuk melakukan kegiatan promosi (O3,O5,S4,S5,S6,S7,S8)
<p>Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fluktuasi harga bahan baku (T1) • Masuknya pesaing baru (T2) • Adanya produk substitusi (T3) • Perubahan selera konsumen (T4) • Tidak ada izin usaha (T5) • Ketersediaan tenaga kerja (T6) 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Penggunaan teknologi baru yang lebih efisien disertai perbaikan kemasan dan pemberian merek atau label (W1,W2,W3,W4,O4,O5) b) Melakukan pembukuan agar kondisi keuangan tercatat (O1,O2,O6,W5) c) Bekerjasama dengan pemerintah daerah serta penambahan tenaga pemasar untuk meningkatkan promosi (O3,W6) 	<p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Melakukan manajemen persediaan bahan baku dengan cara penyetoran atau pembelian saat harga murah (T1,S1,S2,S3,S4,S6) b) Menetapkan harga yang bersaing dengan pesaing lainnya (T2,T3,T4,S7,S8) c) Mengurus perizinan usaha dan menambah tenaga kerja (S5,T5,T6)
		<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Meningkatkan kegiatan promosi (W1,W2,W3,T2,T3,T4) b) Menambah tenaga kerja baru yang terampil (W4,W5,W6,T6) c) Perbaiki proses manajemen persediaan bahan baku (T1) d) Mengurus izin usaha (T5)

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Berdasarkan itu diperoleh 12 strategi alternative akan disederhanakan menjadi 3 strategi besar yang bisa diterapkan untuk agroindustri emping jagung yakni:

1. Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai selera konsumen (gabungan strategi SO : a, SO : b, serta WO : a).
2. Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan, dan manajemen tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik (gabungan strategi ST : a, ST : b, WO : b, WT : b , WT : c).
3. Meningkatkan kegiatan promosi guna menarik minat konsumen terhadap produk emping jagung disertai dengan kerjasama dengan pemerintah daerah untuk hal promosi maupun administrasi perizinan (gabungan strategi SO : c, ST : c, WO : c, WT : a , WT : d).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dibanding agroindustri emping jagung siap goreng. Nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap konsumsi yang dihasilkan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 5.678,- atau 69% dari nilai produk, sedangkan nilai tambah yang diberikan dari agroindustri emping jagung siap goreng yang dihasilkan dari setiap kilogram jagung pipilan adalah Rp 503,- atau 18% dari nilai produk.
2. Agroindustri emping jagung siap konsumsi lebih menguntungkan dibanding agroindustri emping jagung siap goreng, dimana agroindustri emping jagung siap konsumsi menghasilkan keuntungan sebesar Rp 2.449.632,8,- selama satu kali proses produksi sedangkan agroindustri siap goreng menghasilkan keuntungan Rp 142.395,1,- selama satu kali proses produksi.
3. Dari hasil analisis strategi yang harus dilakukan dan didahulukan antara lain adalah: a) Meningkatkan kuantitas, kontinuitas, kualitas atau inovasi produk disertai dengan pemanfaatan teknologi yang tepat dan efisien agar dapat menciptakan produk emping jagung yang sesuai dengan selera konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan perluasan areal penjemuran, pemilihan bahan baku jagung yang baik, serta inovasi rasa emping jagung yang baru agar menarik minat konsumen; b) Mengelola proses manajemen, baik manajemen produksi, manajemen keuangan dan tenaga kerja agar proses produksi berjalan dengan baik.

Saran

Dalam rangka pengembangan agroindustri emping jagung di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Produsen emping jagung dapat mensubstitusikan sebagian hasil produksinya untuk diproduksi menjadi emping jagung siap konsumsi dengan mempertimbangkan perolehan tingkat keuntungan yang lebih tinggi apabila memproduksi emping jagung siap konsumsi.
2. Untuk meningkatkan volume penjualan produk emping jagung, maka perlu dilakukan perluasan areal produksi terutama untuk proses penjemuran, memperluas daerah pemasaran baik di wilayah Malang maupun ke luar wilayah Malang, serta pemberian label dan merek pada produk emping jagung untuk melakukan kegiatan promosi produk emping jagung. Sedangkan dalam rangka peningkatan kualitas produk emping jagung perlu diperhatikan pemilihan kualitas bahan baku jagung pipilan yang akan digunakan, serta penggunaan teknik pengemasan yang menarik disertai dengan penggunaan rasa baru agar dapat menarik minat konsumen.

3. Perlu dibentuk suatu kelembagaan atau sebuah kelompok yang didalamnya terdapat para produsen emping jagung siap goreng maupun emping jagung siap konsumsi. Dengan dibentuknya suatu kelembagaan ini maka diharapkan para produsen emping jagung memperoleh informasi pasar serta dapat memperkuat posisi tawar para produsen emping jagung agar mampu bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin. 2000. *Ekonomi Manajerial*. BPF. Yogyakarta
- David, Fred. R. 2006. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba empat. Jakarta
- Demaswasti, Nungky. 2008. *Strategi Pengembangan Agroindustri Bakpao Wuluh Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat*. Skripsi Jurusan Sosial ekonomi Pertanian
- Kastaman, Roni. 2007. *Analisis Prospektif Pengembangan Produk Olahan Manggis (Garcinia Mangostana) Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Kecamatan Puspahiang Kabupaten Tasikmalaya* (Verified 13Oktober 2009)
- PEMKOT Malang. 2007. *Produk Unggulan Kota Malang*. Available at [http://www. Pemkot-Malang.go.id](http://www.Pemkot-Malang.go.id) (Verified 10 Oktober)
- Pindyick, Robert S., Daniel L. Rubinfeld. 2003. *Mikro Ekonomi*. PT INDEKS. Jakarta
- Supriyati. 2007. *Peranan Agroindustri Perdesaan Dalam Perekonomian Dan Perspektif Pengembangannya*. Available at [http://pse.litbang.deptan.go.id / ind/ pdffiles/ Pros_2007-B_1.pdf](http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdffiles/Pros_2007-B_1.pdf) (Verified 13 Oktober 2009)
- Susanto, Roni. Dwi. 2005. *Pembangunan Pertanian Sebagai Basis Pertumbuhan Ekonomi*. Available at http://rudycct.com/PPS702-ipb/10245/roni_dwi_susanto.pdf (Verified 30 Oktober 2009)
- Umar, Husein. 2002. *Strategic Management In Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*. PT Bumi Aksara. Jakarta