

**STUDI AGROINDUSTRI PADA PENGOLAHAN SALE PISANG
DI KABUPATEN BANYUWANGI**

**KARYA ILMIAH TERTULIS
(SKRIPSI)**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Strata Satu
Jurusan Teknologi Hasil Pertanian
Fakultas Teknologi Pertanian
Universitas Jember



Oleh :

DESY IRAWATI
NIM. 971710101037

**FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
JUNI, 2001**

Asal : tradish
Pembelian
Terima : Tab. 1/7/01
No. Induk : 10235993

S
Klass
664.804
IRA
S



**STUDI AGROINDUSTRI PADA PENGOLAHAN SALE PISANG
DI KABUPATEN BANYUWANGI**

**KARYA ILMIAH TERTULIS
(S K R I P S I)**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Strata Satu
Jurusan Teknologi Hasil Pertanian
Fakultas Teknologi Pertanian
Universitas Jember**

Pembimbing :

Ir. NOER NOVIJANTO, M.App.Sc (DPU)

YULI WITONO, STp, MP. (DPA)

Oleh :

DESY IRAWATI

971710101037

**FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

JUNI, 2001

HALAMAN PENGESAHAN

Diterima oleh :

FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN UNIVERSITAS JEMBER

Sebagai Karya Ilmiah Tertulis (KIT)

Dipertahankan pada :

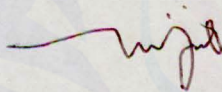
Hari : Kamis

Tanggal : 28 Juni 2001

Tempat : Fakultas Teknologi Pertanian
Universitas Jember

Tim Penguji :

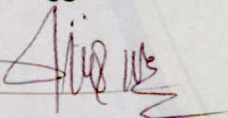
Ketua



Ir. Noer Novijanto, M.App.Sc

NIP : 131 475 864

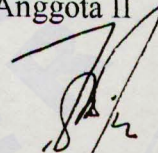
Anggota I



Yuli Witono, STp. MP.

NIP. 132 206 028

Anggota II



Yuli Wibowo, STp

NIP: 132 232 801

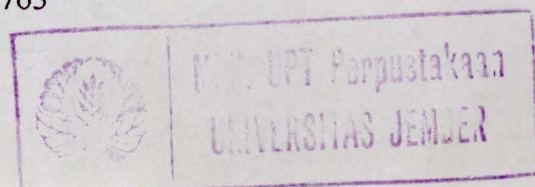
Mengesahkan

Dekan



Ir. Hj. Siti Hartanti, MS

NIP. 130 350 763



DOSEN PEMBIMBING :

Ir. NOER NOVIJANTO M.App.Sc.(DPU)

YULI WITONO, STp. MP. (DPA)

MOTTO

Keridho'an Allah itu terletak pada keridha'an orang tua dan kemurkaan-Nya terletak pada kemurkaan orang tua

(HR. Jami Tirmidzi).

Sesungguhnya Allah tiada mengubah keadaan suatu kaum, kecuali jika mereka mengubah keadaan mereka sendiri. Apabila Allah menghendaki kejahatan pada suatu kaum maka tidak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada bagi mereka mati, selain daripada-Nya.

(Ar-ra'du: 11)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.

(Al-Insyirah: 6-8)

Pengalaman adalah guru yang terbaik, sabar adalah keberanian terbesar dan putus asa adalah kesalahan terbesar

(Sayyidina Ali R.A.)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ♣ *Allah SWT* yang selalu memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya .
- ♣ Kedua orang tuaku (*Bapak Moch. Ali dan Ibu Umi Kulsum*) keberhasilan ini hanya semata untuk kebahagiaan kalian berdua.
- ♣ Kakak-kakakku (*Mbak Cicik, Mbak Sri, Mas Umang dan Mas Har*) beserta keluarganya atas do'a dan dukungannya selama ini.
- ♣ *Seseorang* yang penuh kesabaran dan selalu menemani serta mendukungku untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ♣ Sobat-sobatku (*Ayin, Ra2 dan Wheny*) yang telah sudi menunggu hingga ujian berakhir dan sobatku (*Ila', Wardha, Endri, Rudi, Sholeh dan Dadang*) atas kebersamaan dan dukungannya.
- ♣ Konco-koncoku di "77 D" (*Mbak Atik, Eni, Mbak Lila, Maria, Erna, Indah, Sri, Siti dan Ida*) dan spesial buat "Yuli R" yang telah memberiku semangat untuk menyelesaikan skripsiku ini.
- ♣ Teman-temanku di Kosinusteta (*Nurhayati, Eka, Erna dan yang lainnya*) khususnya buat *Nurul Aimah* yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
- ♣ Semua teman-teman angkatan '97 tanpa terkecuali, khususnya buat *Pipit* atas dorongannya selama ini.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT. atas terselesaikannya Karya Ilmiah Tertulis (Skripsi) yang berjudul "Studi Agroindustri pada Pengolahan Sale Pisang di Kabupaten Banyuwangi" dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan akademik penyelesaian program kesarjanaan (strata satu) pada Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember.

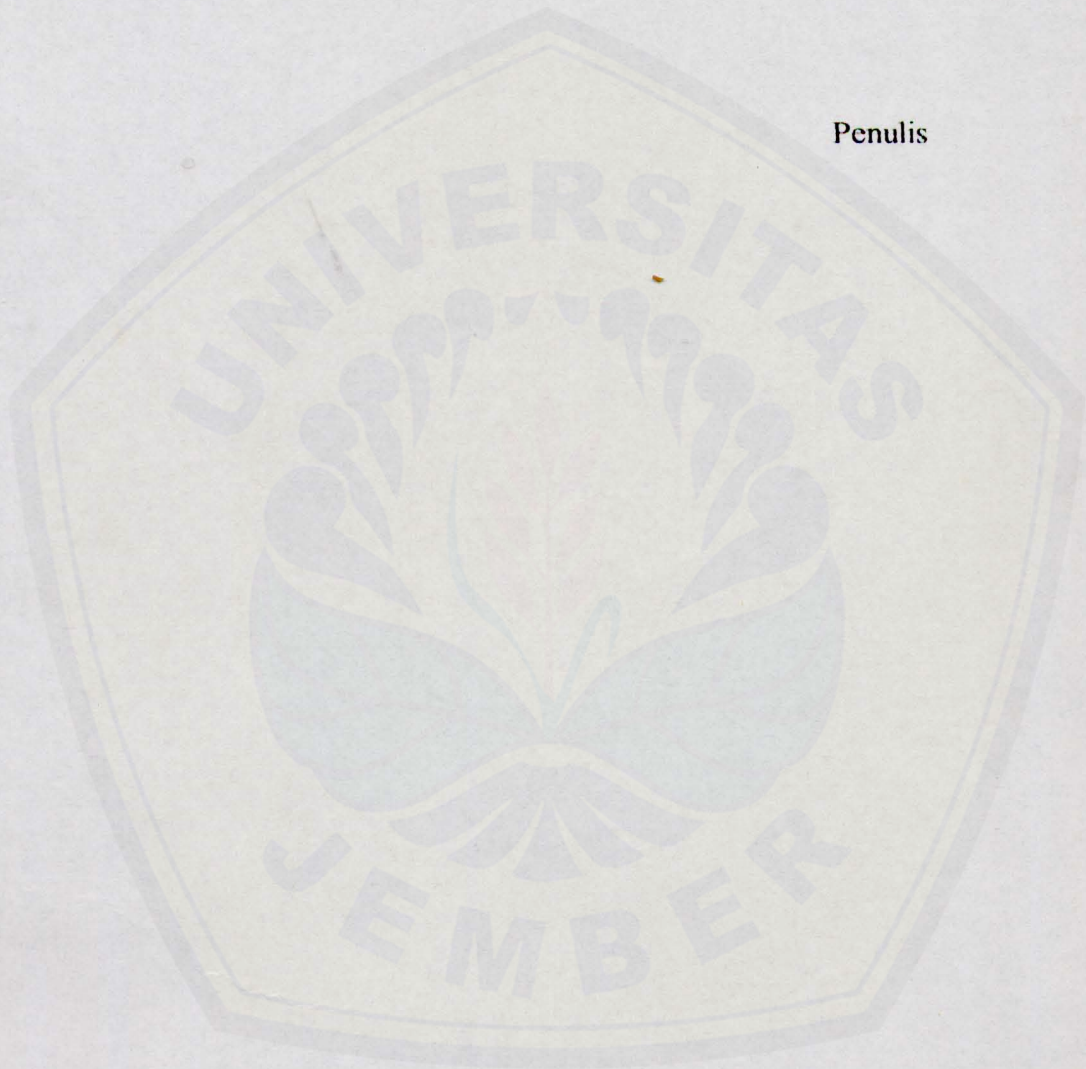
Mulai dari pelaksanaan hingga penulisan skripsi ini selesai, penulis telah banyak mendapatkan berbagai bantuan dan fasilitas dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ir. Hj. Siti Hartanti, MS. selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian.
2. Bapak Ir Susijahadi, MS. selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian atas ijin penelitian yang diberikan.
3. Bapak Ir. Noer Novijanto, M.App.Sc., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia memberikan bimbingan dan saran dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Yuli Witono, STp..MP. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Idha Bagus Suryaningrat, STp..MM., yang telah membantu dalam membimbing dan memberikan informasi dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Saiful dan bapak Bambang yang telah banyak memberikan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pengusaha sale pisang di Banyuwangi yang telah membantu dalam pemberian informasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Teman-temanku Angkatan '97 dan Warga 77 D atas bantuannya selama penelitian dan penulisan skripsi ini.
6. Segenap pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancaran penulisan Karya Ilmiah Tertulis ini.

saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat kepada penulis pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Jember, Juni 2001

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Dosen Pembimbing.....	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Ringkasan	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.3 Batasan Permasalahan.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Kegunaan Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Umum Agroindustri	4
2.2 Komponen dasar dalam Kegiatan Agroindustri.....	5
2.2.1 Pengadaan Bahan Baku.....	5
2.2.2 Produksi/Operasi	5
2.2.3 Pemasaran	5
2.3 Permasalahan dalam Agroindustri	7
2.4 Industri-industri di Pedesaan	8
2.5 Pisang	9
2.6 Sale Pisang.....	10

2.6.1	Sale Pisang Press.....	12
2.6.2	Sale Pisang Goreng.....	12
2.8	Hipotesa.....	13

III. METODOLOGI

3.1	Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	15
3.1.1	Karakteristik Wilayah.....	15
3.1.2	Keadaan Penduduk.....	16
3.1.3	Daya Dukung Lahan dan Produksi Pisang.....	16
3.2	Metode Penelitian.....	17
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	17
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	18
3.5	Metode Pengolahan Data.....	18
3.5.1	Analisis Profil Agroindustri.....	18
3.5.2	Analisis Suplai Bahan Baku.....	18
3.5.3	Analisis Produksi / Operasi Industri.....	18
3.5.4	Analisis Sistem Pemasaran.....	20
3.5.5	Analisis Kebijakan Pemerintah Saat ini.....	20
3.6	Langkah-Langkah dalam Penelitian.....	21

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

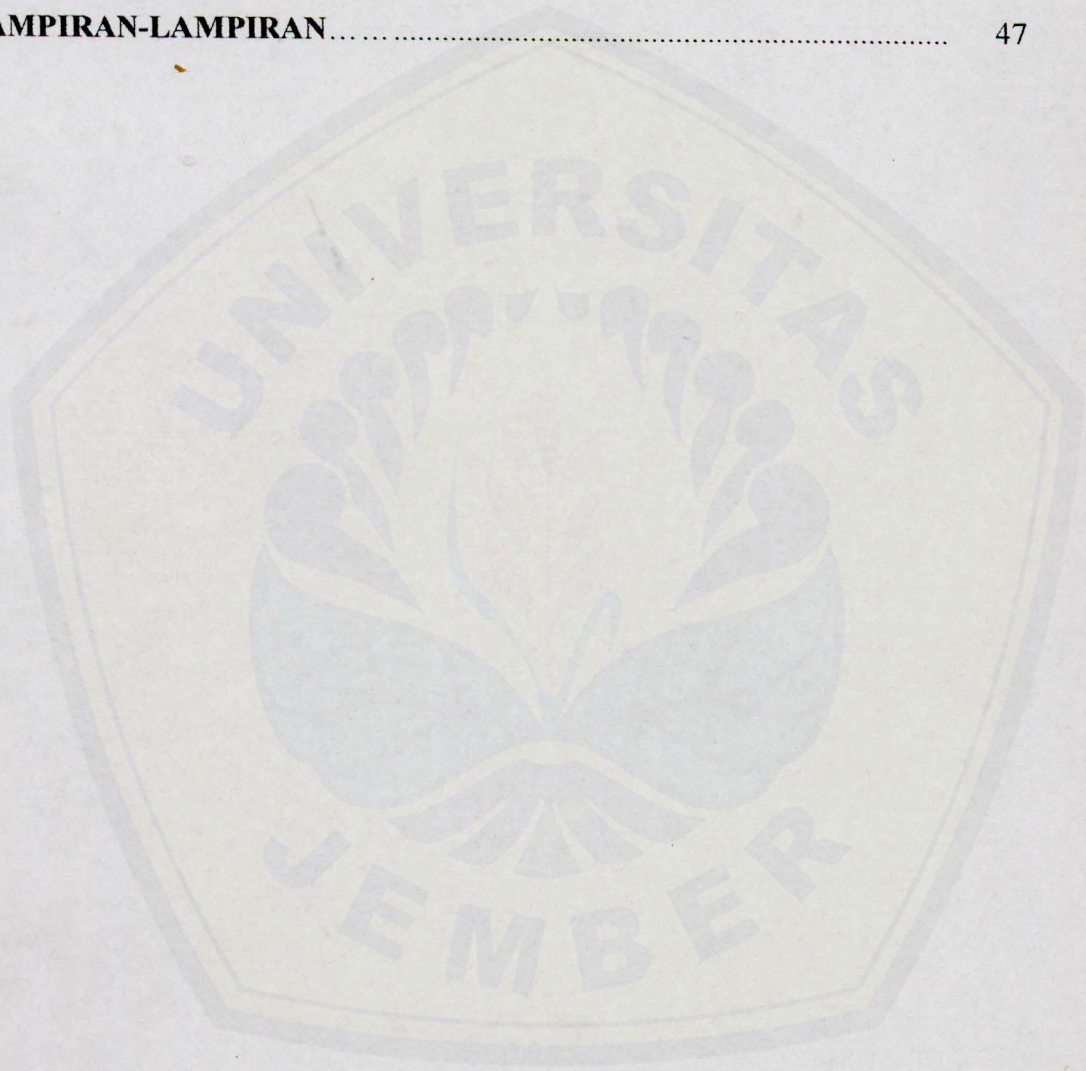
4.1	Profil Agroindustri.....	22
4.2	Aspek Bahan Baku.....	24
4.3	Aspek Produksi /Operasi.....	27
4.4	Aspek Pemasaran.....	33
4.5	Kebijakan yang dilakukan Pemerintah.....	38
4.6	Analisis Kelayakan Usaha.....	39
4.7	Analisis Sensitivitas.....	40

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	44

DAFTAR PUSTAKA	45
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	47
-------------------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Masalah-Masalah Agroindustri Skala Kecil	7
2. Komposisi Kimia Beberapa Macam Sale Pisang	11
3. Nilai Mean dan Standar Deviasi Faktor dari Bahan Baku	26
4. Nilai Mean dan Standar Deviasi Faktor yang Mendukung Lokasi dan Kondisi Pabrik	30
5. Nilai Mean dan Standar Deviasi Faktor yang Berpengaruh Terhadap Konsumen	35
6. Nilai Mean dan Standar Deviasi Faktor dari Kualitas Produk yang Berpengaruh Terhadap Konsumen.....	36
7. Nilai Mean dan Standar Deviasi Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kesenambungan Pemasaran.....	37
8. Nilai Mean dan Standar Deviasi Kebijakan yang Dilakukan Pemerintah	38
9. Hasil Analisis Sensitivitas 14 Industri Sale Pisang di Banyuwangi terhadap Nilai NPV	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahun Mulai Berdirinya Industri Sale Pisang di Banyuwangi.....	22
2. Kepemilikan dari Industri Sale Pisang.....	23
3. Jumlah Tenaga Kerja yang Dibutuhkan Dalam Industri Sale Pisang	24
4. Pemenuhan Bahan Baku Sale Pisang.....	25
5. Beberapa Cara Pengusaha Untuk Memperoleh Peralatan	28
6. Beberapa Kendala yang Berpengaruh terhadap Kelancaran dalam Pengolahan Sale Pisang.....	28
7. Beberapa Faktor yang Menyebabkan Penggunaan Bahan Baku Kurang Optimal	29
8. Macam-Macam Pengawasan yang Dilakukan Pengusaha Terhadap Produk	31
9. Pelatihan yang Pernah diikuti Pengusaha Sale Pisang.....	32
10. Daerah Pemasaran Sale Pisang	33
11. Saluran Distribusi Sale Pisang di Kabupaten Banyuwangi.....	34
12. Beberapa Permasalahan dalam Pemasaran	35
13. Faktor yang Berpengaruh terhadap Persaingan.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Profil Agroindustri	47
2. Aspek Bahan Baku	48
3. Aspek Produksi dan Operasi	49
4. Aspek Pemasaran	50
5. Kebijakan Pemerintah	52
6. Analisis Ekonomi Tiap Industri	53
7. Perhitungan NPV dan IRR	54
8. Analisis Sensitivitas	55
9. Grafik Analisis Sensitivitas	57
10. Peta Daerah Penelitian	60
11. Dokumentasi Kegiatan Penelitian	61
12. Daftar Kuisisioner	63

STUDI AGROINDUSTRI PADA PENGOLAHAN SALE PISANG DI KABUPATEN BANYUWANGI, disusun oleh **DESY IRAWATI** (971710101037) Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember, dengan Dosen Pembimbing Utama (DPU) **Ir. NOER NOVIJANTO, M.App.Sc** dan Dosen Pembimbing Anggota (DPA) **YULI WITONO, STp MP.**

RINGKASAN

Pengembangan agroindustri untuk memacu pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari upaya mengoptimalkan dayaguna potensi sumber daya yang tersedia di masing-masing wilayah. Banyuwangi merupakan salah satu wilayah yang potensial untuk pengembangan agroindustri karena memiliki luas wilayah \pm 578.250 ha dengan lahan kering \pm 36.106,923 ha dan yang sudah ditanami buah pisang seluas \pm 6.144,13 ha. Hal ini menunjukkan bahwa Banyuwangi tergolong daerah yang banyak menghasilkan buah pisang khususnya pisang Ambon. Buah pisang merupakan komoditi yang mudah rusak sehingga diperlukan adanya industri yang mengolah buah pisang menjadi produk lain yang mempunyai daya simpan lebih lama. Salah satunya adalah pengolahan sale pisang yang kini menjadi makanan khas dari daerah Banyuwangi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui situasi saat ini tentang aspek bahan baku, aspek produksi dan operasi, aspek pemasaran serta kebijakan-kebijakan yang dilakukan pemerintah pada sistem agroindustri sale pisang di Banyuwangi, sehingga dapat diketahui variabel kritis yang berpengaruh terhadap perkembangan industri tersebut. Dengan demikian dapat memberi masukan tentang cara-cara membangun strategi yang baik.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan analisa yang digunakan secara deskriptif (kualitatif dan kuantitatif) berdasarkan data-data yang diambil pada 14 industri sale pisang di Banyuwangi melalui beberapa aspek yang terkait dalam agroindustri meliputi aspek bahan baku, aspek produksi/operasi, aspek pemasaran dan juga mengidentifikasi kebijakan yang dilakukan pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk aspek bahan baku baik itu kualitas, kuantitas dan kelancaran sudah cukup baik. Pada aspek produksi dan operasi kendala yang banyak ditemui hanya pada modal dan tempat produksi serta umumnya permintaan pasar berpengaruh terhadap pengoptimalan bahan baku. Umumnya peralatan yang digunakan sederhana. Adanya pengawasan dan pelatihan diharapkan dapat mengefisienkan dan mengefektifkan produksi sale pisang. Pemasaran yang dilakukan oleh beberapa pengusaha sale pisang di Banyuwangi sudah optimal walaupun daerah pemasarannya tidak luas. Dilihat dari kebijakan pemerintah selama ini maka hal itu telah dapat diterima oleh semua pengusaha industri sale pisang sehingga tidak menyulitkan mereka untuk terus mengembangkan usaha sale pisang ini.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan agroindustri untuk memacu pertumbuhan ekonomi, khususnya di pedesaan tidak terlepas dari upaya mengoptimalkan dayaguna potensi sumber daya yang tersedia baik sumber daya manusia maupun sumber daya alami di sektor pertanian. Pengembangan agroindustri perlu dipercepat untuk dapat memperkuat sandaran pola perdagangan yang selama ini bertopang pada komoditi primer, keutuhan dan keterpaduan dalam pengembangan agribisnis akan menjadikan sektor pertanian tetap penting dalam perekonomian nasional.

Dihubungkan dengan pengembangan sektor agroindustri, buah-buahan akan diproses melalui beberapa teknologi pengolahan dalam bentuk segar maupun olahan. Tiap produk akan diolah melalui beberapa tingkat teknologi, tergantung dari produk akhir yang diinginkan.

Kabupaten Banyuwangi merupakan wilayah di Jawa Timur yang potensial untuk pengembangan agroindustri. Menurut sumber Dinas Pertanian Tanaman Kabupaten Banyuwangi Pangan (1997), Kabupaten Banyuwangi memiliki lahan yang cukup luas untuk pertanian, yakni seluas 578.250 ha, dengan lahan kering seluas 36.106,923 ha dan yang sudah ditanami seluas 8.359 ha atau 23,15% dari total lahan kering, dengan rincian :

1. tanaman rambutan ± 545,00 ha
2. tanaman durian ± 350,00 ha
3. tanaman mangga ± 825,00 ha
4. tanaman pisang ± 6.144,13 ha
5. lain-lain ± 350,00 ha

Data tersebut menunjukkan Kabupaten Banyuwangi tergolong daerah yang banyak menghasilkan buah pisang dibandingkan buah yang lain. Selama ini sebagian besar buah pisang dijual untuk dikonsumsi langsung (buah segar). Oleh karena buah pisang merupakan komoditi yang bersifat mudah rusak menyebabkan waktu dan jangkauan pemasarannya sangat terbatas, sehingga sangatlah tepat jika industri pengolahan buah pisang terus dikembangkan. Ada bermacam-macam

produk olahan buah pisang, salah satu yang banyak diolah oleh industri di Banyuwangi ialah sale pisang. Produk olahan ini umumnya cukup laku dipasaran dan menjadi makanan khas dari daerah Banyuwangi serta harganya relatif lebih tinggi dari buah segarnya. Selain itu penanganan pasca panen pisang di Kabupaten Banyuwangi sebagian besar kurang intensif dan kurang beragam serta secara kuantitatif volumenya masih sangat kecil dibandingkan dengan produksinya.

1.2 Permasalahan

Berbagai permasalahan timbul dalam agroindustri yang berakibat terhambatnya perkembangan agroindustri di suatu daerah khususnya di kabupaten Banyuwangi dimana lambatnya perkembangan agroindustri dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya adalah kurangnya penelitian-penelitian yang mengkaji secara mendalam dan menyeluruh berbagai aspek yang terkait dengan agroindustri mulai dari bahan baku, produksi/operasi dan pemasaran serta kebijakan pemerintah.

Pada aspek bahan baku meliputi bagaimana cara pemenuhan dan faktor-faktor dari bahan baku apa saja yang berpengaruh terhadap kelancaran produksi sale pisang. Pada aspek produksi/operasi terkait dengan bagaimana pemenuhan peralatan, kelancaran dalam pengolahan, penggunaan bahan baku agar proses dapat seefisien mungkin, bagaimana kondisi dan lokasi perusahaan dapat mendukung kelancaran serta pengawasan apa yang telah dilakukan dan pelatihan apa saja yang pernah diikuti. Pada aspek pemasaran terkait dengan seberapa luas daerah pemasaran, bagaimana saluran pemasaran, bagaimana penerimaan konsumen terhadap kualitas dan bagaimana persaingan yang terjadi. Dari ketiga aspek ini akan dihubungkan dengan kesesuaian dari kebijakan yang telah dilakukan pemerintah terhadap penerimaan pengusaha sale pisang.

1.3 Batasan Permasalahan

Permasalahan ini dibatasi pada adanya ketidakseimbangan dalam faktor-faktor agroindustri seperti bahan baku, produksi/operasi dan pemasaran sebagai

subsistem serta ketidaksesuaian antara kebijakan yang dilakukan pemerintah terhadap tingkat penerimaan pengusaha terhadap kebijakan tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah membangun strategi yang baik untuk sistem agroindustri, khususnya agroindustri sale pisang di Kabupaten Banyuwangi.

Tujuan Khusus:

1. Mempelajari situasi saat ini mengenai aspek bahan baku, pengolahan dan pemasaran dari sistem agroindustri sale pisang di Banyuwangi.
2. Mengidentifikasi kelayakan dari agroindustri sale pisang.
3. Menentukan variabel kritis yang menyebabkan dampak pada perkembangan agroindustri sale pisang di Banyuwangi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah daerah dan instansi terkait dalam menentukan langkah-langkah kebijakan dan pola pembinaan terhadap para pengusaha agroindustri, disamping akan memberikan manfaat secara langsung kepada para pengusaha industri sehingga mendorong para petani lahan kering untuk bercocok tanam dan mengintensifkan budidaya tanaman pisang. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan berdampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja, memperluas mata rantai perdagangan dan meningkatkan ekonomi masyarakat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum Agroindustri

Menurut Manalili dan Sajise dalam Soekartawi (2000), agroindustri adalah fase pertumbuhan setelah pembangunan pertanian tetapi sebelum pembangunan tersebut memulai ke tahapan pembangunan industri. Jadi, setelah pembangunan pertanian diikuti dengan pembangunan agroindustri kemudian pembangunan industri.

Sementara itu ahli yang lain (Soeharjo, 1991, Soekartawi, 1991, 1992a dan Badan Agribisnis DEPTAN) menyebutkan bahwa agroindustri adalah pengolahan hasil pertanian dan karena itu agroindustri merupakan bagian dari enam subsistem agrobisnis yang disepakati selama ini yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan usaha tani, pengolahan hasil (agroindustri) pemasaran, saran dan pembinaan.

Dengan demikian agroindustri mengandung dua pengertian, pertama agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada food processing manajemen dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan baku utamanya adalah produk pertanian. Arti yang kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Secara vertikal Pengurusan dan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi mengelompokkan agroindustri dalam tiga bidang usaha yaitu:

- a. Agroindustri yang bergerak dalam peningkatan nilai tambah flora dan fauna melalui pengendalian proses produksi biologis lazim disebut industri budidaya pertanian.
- b. Agroindustri yang bergerak di bidang pembuatan mesin, alat dan sarana produksi pertanian seperti pupuk dan pestisida disebut juga agroindustri hulu.
- c. Agroindustri yang bergerak dibidang pendayagunaan dan pengolahan bahan mentah komoditi pertanian dapat disebut agroindustri hilir atau agroindustri pasca panen (Satari, 1989),

2.2 Komponen Dasar dalam Kegiatan Agroindustri

Menurut Austin (1981), terdapat 3 komponen dasar dalam kegiatan agroindustri yaitu pengadaan, produksi/operasi dan pemasaran.

2.2.1 Pengadaan Bahan Baku

Secara kuantitas, bahan baku harus tersedia secara cukup setiap saat manakala bahan baku tersebut diperlukan. Dilihat dari segi kualitas, maka bahan baku seyogyanya harus tersedia secara tepat. Bila hal ini tidak terpenuhi, maka hal tersebut akan berakibat pada menurunnya kualitas produk agroindustri. Bahan baku harus tersedia secara kontinyu sepanjang tahun, karena proses produksi terus berjalan tidak peduli apakah saat itu musim hujan atau musim kemarau. Untuk itu ketersediaan bahan baku ini harus diperhatikan baik dalam jangka pendek, menengah maupun jangka panjang (Soekartawi, 2000).

2.2.2 Produksi/Operasi

Sistem Produksi adalah wahana yang dipakai dalam mengubah masukan-masukan (input) sumberdaya-sumberdaya untuk menciptakan barang dan jasa yang bermanfaat. Sedangkan proses produksi adalah proses transformasi/konversi dari bahan baku, tenaga kerja, mesin, sarana fisik, energi informasi dan teknologi. Proses konversi itu sendiri tidak hanya melibatkan penerapan teknologi tetapi juga manajemen dari berbagai variabel yang dapat dikendalikan. Inti manajemen produksi/operasi yang efektif ialah memelihara antar hubungan dari semua variabel dan sedapat mungkin memandang keseluruhan proses sebagai suatu sistem terpadu. Bila semuanya berjalan dengan semestinya, akan dihasilkan keluaran (output) berupa produk dan jasa yang memenuhi standar kualitas, kuantitas dan biaya yang dapat diperoleh pada saat diperlukan (Buffa, 1994),

2.2.3 Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan

pihak lain. Bila dilihat dari bidang manajemen, pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi (Kotler, 1997).

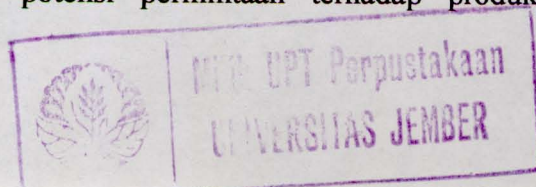
Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Empat unsur alat bauran pemasaran, meliputi:

1. Produk: alat bauran pemasaran yang paling mendasar yang mencakup kualitas, rancangan, bentuk, merek dan kemasan produk.
2. Harga: jumlah uang yang pembeli bayar untuk produk tertentu.
3. Tempat: berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat mudah diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.
4. Promosi: alat bauran yang meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

(Mc. Carthy dalam Kottler, 1997)

Penetapan harga jual sebagai salah satu unsur penentu terhadap daya saing sangat tergantung pada tingkat efisiensi dan produktivitas diseluruh mata rantai kegiatan, mulai pembibitan dan budidaya bahan baku oleh produsen serta proses pengolahan hingga barang sampai ditangan konsumen, melalui berbagai kegiatan perdagangan dan jasa penunjang lainnya. Demikian pula halnya dengan unsur pelayanan, perlu upaya-upaya untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen seperti ketepatan pengiriman, kontinuitas penyediaan, serta jaminan mutu, standar, warna, rasa, desain dan syarat-syarat keamanan pemakaian pihak konsumen sangat perlu mendapat perhatian (Azis, 1993).

Pengusaha harus melihat siapa konsumen yang berminat dalam melakukan pembelian. Konsumen sangat dipengaruhi oleh motif, selera, keadaan sosial, daya beli dan merk. Dalam dunia usaha umumnya persaingan akan selalu ada kecuali bila ia mampu bertindak sebagai monopolis. Setelah pengusaha mengetahui situasi pasar maka langkah-langkah penting yang harus diperhatikan selanjutnya adalah mencari informasi mengenai potensi permintaan terhadap produk,



merencanakan jumlah penjualan, mempersiapkan produk yang akan dipasarkan, menetapkan harga, mengatur distribusi serta mengadakan kegiatan promosi (Rahardi, 1996).

2.3 Permasalahan dalam Agroindustri

Agroprosesing skala kecil merupakan bagian dari agroindustri yang berpengaruh terhadap pengembangan agroindustri dan pengembangan ekonomi Indonesia. Beberapa masalah agroprosesing skala kecil seperti pada **Tabel 1**.

Tabel 1. Masalah-masalah agroprosesing skala kecil

Masalah	Persentase masalah (%)
Teknologi	32,05
Organisasi dan manajemen	20,51
Pemasaran	20,19
Modal	16,67
Bahan baku	2,51
Total	100

Sumber : Susanto (1998).

Masalah-masalah detail dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Masalah teknologi (32,05%). Masalah utama adalah teknologi proses yang digunakan dalam proses produksi yang berpengaruh pada keseragaman mutu produk. Beberapa masalah lain yang terdeteksi adalah pengemasan, kerusakan dan produk. Hal ini disebabkan oleh aplikasi teknologi yang masih rendah, keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dari pekerjaan.
2. Masalah pengorganisasian dan manajemen (20,51%). Sistem bisnis dengan pengetahuan rendah menyebabkan kompetisi yang jelek dalam industri kecil.
3. Masalah pemasaran (20,19%) umumnya disebabkan oleh pengetahuan dasar yang terbatas, persaingan di pasar, kalah dalam informasi pasar dan kompetisi dengan produk pengganti.

4. Masalah modal (16,67 %). Hal ini menyebabkan kelemahan industri skala kecil, karena mereka menggunakan modal milik sendiri. Tetapi disisi lain mereka tidak mengetahui bagaimana mendapatkan bantuan modal
5. Bahan baku dan bahan tambahan (2,51%). Harga bahan juga faktor penting dalam penyediaan bahan baku. Bahan kimia dengan harga tinggi kadang-kadang menjadi faktor penting bagi agroindustri (Susanto, 1998).

Menurut Amin (1993) lambatnya pengembangan agroindustri dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain pertama, di satu pihak disebabkan oleh kurang cepatnya penyesuaian pertumbuhan sektor pertanian dalam menunjang agroindustri dipihak lain, juga disebabkan oleh kurangnya pertumbuhan sektor industri yang mendorong sektor pertanian. Kedua, selama ini pasar di dalam negeri meskipun ditujukan pada pemenuhan pasar luar negeri, umumnya masih tetap dalam bentuk bahan mentah semi diolah. Ketiga, kurangnya penelitian yang mengkaji secara mendalam dan menyeluruh berbagai aspek yang terkait dengan agroindustri mulai dari produksi bahan baku, produksi/operasi dan pemasaran serta sarana dan prasarana seperti penyediaan bibit, pengujian dan pengembangan mutu, transport dan kelengkapan kelembagaan. Keempat, kurangnya minat para investor untuk menanamkan modalnya di subsektor agroindustri.

2.4 Industri - industri di Pedesaan

Secara umum industri kecil di Indonesia dapat dikelompokkan dalam tiga kategori yaitu lokal, tersentralisasi dan industri mandiri. Industri lokal di pedesaan mempunyai karakteristik dapat mendukung pertanian sebagai kegiatan utama. Kategori kedua adalah industri yang tersentralisasi, yaitu industri yang mempunyai kesamaan produk dan terpusat dalam satu daerah. Industri mandiri sebagai kategori ketiga telah mengadopsi teknologi dan manajemen yang relatif lebih baik. Pada industri ini mempunyai kapasitas produksi rendah, tipe industri ini tidak dapat dikategorikan sebagai industri kecil pada beberapa lembaga. Bagaimanapun, jika suatu industri menyerap tenaga kerja sedikit maka dikelompokkan sebagai industri kecil. Hal ini dapat dikatakan bahwa dalam industri kecil, keberadaan industri lokal dan industri tersentralisasi lebih besar

daripada industri mandiri sehingga industri kecil kebanyakan antara lain adalah industri lokal dan tersentralisasi (Widyastuti, 1993).

Industri kecil dan pedesaan biasanya tidak dipisahkan karena keduanya menunjuk pada hal yang sama. Industri pedesaan pada umumnya berupa industri kecil dan industri rumah tangga. Industri kecil adalah industri yang diusahakan terutama untuk menambah pendapatan keluarga. Jadi berbeda dengan industri besar dan menengah di kota-kota, maka tujuan kebijaksanaan memajukan industri kecil bukanlah semata-mata untuk peningkatan output atau nilai tambah sektor industri, tapi lebih jauh lagi membantu menciptakan kesempatan kerja yang sekaligus berarti membantu meningkatkan pendapatan bagi penduduk miskin dipedesaan (Mubyarto, 1987).

Menurut Anonim (1995) industri dikelompokkan menjadi beberapa golongan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan:

1. Industri besar : terdiri dari 100 orang atau lebih
2. Industri sedang : terdiri dari 20 – 99 orang
3. Industri kecil : terdiri dari 5 – 19 orang
4. Industri rumah tangga : terdiri dari 1 – 4 orang

2.5 Pisang

Tanaman pisang termasuk tanaman yang mudah tumbuh. Tanaman ini dapat tumbuh disembarang tempat namun agar produktivitas tanaman optimal sebaiknya pisang ditanam di dataran rendah, ketinggian tempat haruslah dibawah 1000 meter diatas permukaan laut. Di atas itu produktivitas pisang kurang optimum dan waktu berbuah menjadi lebih lama serta kulitnya lebih tebal, iklim yang dikehendaki adalah iklim basah dengan curah hujan merata sepanjang tahun, karenanya pisang memberikan hasil yang baik pada musim hujan dan hasil kurang memuaskan pada musim kemarau. Hal ini bisa diatasi dengan memberikan pengairan yang cukup pada musim kemarau (Suyanti, 1995).

Ditinjau dari segi harga, buah pisang di pasaran lokal, regional maupun internasional relatif stabil sepanjang tahun dibanding harga buah-buahan yang lain karena buah pisang tidak bersifat musiman. Sedangkan tingkat harga buah pisang

tergantung dari jenis, mutu buah pisang, ukuran dan jumlahnya dalam satu sisir. Buah pisang yang mempunyai mutu baik seperti buah mulus tanpa cacat, tingkat ketuaan dan kematangan optimum, penampilannya menarik, ukurannya besar dan berisi padat akan mempunyai harga yang lebih baik daripada buah pisang yang kualitasnya jelek (Cahyono, 1996).

2.6 Sale Pisang

Sale pisang merupakan salah satu hasil olahan pisang yang diawetkan dengan cara pengeringan, baik dengan dijemur atau diasapi (Saraswati, 1993). Sifat-sifat penting yang mempengaruhi/menentukan mutu sale pisang adalah warna, rasa, bau, konsistensi dan ketahanan daya simpannya. Sifat-sifat tersebut sedikit banyak dipengaruhi oleh bahan baku yang dipakai, cara pengolahan, dan cara pengepakan serta penyimpanannya. Sale pisang masih baik jika warnanya kuning kecoklatan sampai coklat tua (belum hitam), mengkilap, konsistensinya sedang (tidak terlalu lunak atau keras) mempunyai rasa sale yang manis serta bebas dari bau-bauan asing (Zachrawan, 1973).

Tidak setiap jenis pisang enak dibuat sale. Hanya beberapa jenis pisang yang baik dibuat sale misalnya pisang ambon, pisang raja, pisang susu dan lain-lain terutama jenis pisang yang manis dan aroma yang tajam (Munajim, 1984). Disamping jenis, ketuaan dan kematangan buah sangat mempengaruhi mutu sale. Buah yang kurang matang akan menyebabkan sale tampak keputihan dan rasa salenya kurang enak (Satuhu, 1994). Menurut Rismunandar (1986) tingkat kemasakan buah pisang yang baik untuk sale pisang yaitu buah yang telah masak optimal, dimana seluruh buah telah berwarna kuning. Buah pisang yang terlalu tua menghasilkan sale pisang yang hitam warnanya dan melekat pegangannya.

Kebutuhan bahan baku per kilogram jenis sale pres berkisar antara 5-6 kg pisang dan untuk jenis sale goreng berkisar antara 4-5 kg pisang. Dengan demikian, setiap kilogram sale rata-rata membutuhkan bahan baku 5 kg pisang (perbandingan 1:5). Untuk komposisi kimia beberapa jenis sale pisang dapat dilihat pada **tabel 2**.

Tabel 2. Komposisi kimia beberapa macam sale pisang

MACAM PISANG	AMBON	RAJA	SUSU	MAS	LILIN
Air	20.30	17.5	19.10	16.80	18.50
Karbohidrat	68.80	72.00	65.90	74.50	66.80
Lemak (gr)	0.80	1.28	1.30	0.70	0.60
Protein	5.20	4.30	3.80	2.90	1.80
Kalsium (gr)	42.00	39.00	61.00	30.00	52.00
Fosfor (gr)	104.00	96.00	81.00	75.00	61.00
Besi (gr)	2,40	1,60	2,20	1,50	1,80
Vitamin A (Si)	156,00	160,00	143,00	136,00	149,00
B (mg)	0,32	0,21	0,18	0,41	0,30
C (mg)	13,10	16,10	25,20	30,10	40,50
Warna	Coklat tua	Coklat muda	Coklat muda	Coklat tua	Coklat tua
Rasa	Manis	Manis	Manis	Manis	Manis
Bau	Harum	Harum	Harum	Kurang manis	Kurang manis

Sumber : Sayekti dan Muryati dalam Anonim (1997)

2.6.1 Sale Pisang Pres

Pada umumnya, alat-alat yang digunakan dalam proses pengolahan sale pisang jenis ini pada sebagian perusahaan, terdiri dari:

- Pisau (stainless steel)
- Alat bantu pengeringan oven
- Alat pemipih/pres
- Widik/alas jemur
- Welat (sembilu)
- Tataan alas jemur

Langkah-langkah pengolahan sale pisang pres umumnya sebagai berikut:

1. Sortasi (seleksi bahan) dengan kriteria tingkat kematangan optimal
2. Pemeraman, dilakukan khusus bagi pisang yang belum masak
3. Pengupasan dari kulit buah
4. Pengerikan lapisan buah pisang dengan welat (sembilu) untuk menghilangkan lapisan luar buah pisang agar tidak terjadi pengkristalan setelah menjadi sale.

5. Pengirisan buah pisang dengan alur membujur (mengiris dengan cara membelah) dengan tingkat ketebalan tertentu dan seragam dengan maksud mempercepat proses pengeringan
6. Penataan pisang hasil irisan pada widik.
7. Pisang hasil irisan yang telah ditata, dikeringkan sampai mencapai kadar air antara 15-20% (jika dijemur pada terik matahari membutuhkan waktu selama 3-4 hari dan jika menggunakan alat pengeringan oven membutuhkan waktu selama \pm 10-20 jam dengan suhu permulaan 45-50⁰C selama beberapa jam dan selanjutnya suhu dinaikkan pelan-pelan sampai kira-kira 70⁰C)
8. Pemipihan pisang yang telah dijemur dengan menggunakan alat pres.

Sebelum dipasarkan dilakukan pemotongan sesuai ukuran yang diinginkan kemudian diadakan pengemasan dan pengepakan.

2.6.2 Sale Pisang Goreng

Peralatan produksi jenis sale ini tidak jauh berbeda dengan peralatan produksi sale pres. Beberapa di antara peralatan tersebut yang tidak digunakan dalam pembuatan sale goreng adalah welat (sembilu) karena pisang yang akan dijadikan sale goreng tidak perlu dikerik dan alat pemipih (pres) sedang peralatan tambahan yang dibutuhkan meliputi :

- Kompor/tungku
- Wajan
- Sotil
- Serok
- Irik atau peratan sejenis yang berfungsi sebagai wadah/ alat pengetus

Secara garis besar proses pengolahan sale goreng meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

1. Sortasi
2. Pemeraman sampai matang (pada buah yang belum masak)
3. Pengupasan
4. Penataan pisang hasil irisan pada widik

5. Pisang hasil irisan yang telah ditata dikeringkan (umumnya derajat kekeringan sale goreng lebih rendah daripada sale pres).
6. Pencelupan pisang hasil pengeringan ke dalam tepung yang telah dipersiapkan.
7. Penggorengan.
8. Penirisan dari sisa minyak goreng.
9. Pengemasan.

Sebelum dipasarkan diadakan pengepakan dengan satuan ukuran berat tertentu dengan menggunakan plastik.

2.7 Hipotesa

Pengembangan agroindustri berawal dari keseimbangan faktor-faktor seperti ketersediaan bahan baku, ketepatan produksi/operasi dan sistem pemasaran yang tepat serta kesesuaian kebijakan pemerintah. Dengan keseimbangan dan kesesuaian ini kegiatan agroindustri akan memberikan banyak keuntungan kepada konsumen, pengusaha dan petani. Keseimbangan yang dimaksud dalam hal ini adalah:

1. Sistem bahan baku: dalam hal kuantitas harus tersedia cukup, dari segi kualitas juga harus memenuhi syarat dan juga diupayakan tersedia secara kontinyu.
2. Sistem produksi/operasi: dengan peralatan mudah didapatkan, kendala yang ditemui dapat diatasi, penggunaan bahan baku dapat optimal, lokasi dan kondisi pabrik mendukung kelancaran proses produksi, pelatihan yang diikuti sesuai dengan kebutuhan dan biaya yang dikeluarkan dapat seminimal mungkin serta ditunjang dengan investasi yang cukup.
3. Sistem pemasaran: saluran penjualan yang sesuai, kualitas sesuai dengan permintaan konsumen, kesinambungan pemasaran terwujud, serta persaingan mudah diatasi.
4. Kesesuaian antara kebijakan yang dilakukan pemerintah terhadap penerimaan pengusaha dapat mendukung sistem pengembangan agroindustri.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

3.1.1 Karakteristik Wilayah

Kondisi tanah di Banyuwangi pada umumnya tergolong subur dengan penyebaran tingkat kesuburan terbagi menjadi 3 wilayah pembangunan, yaitu :

1. Wilayah Banyuwangi bagian utara merupakan wilayah kurang subur, terdapat di wilayah Kecamatan Wongsorejo. Kondisi tanah ini sebenarnya cukup memenuhi syarat untuk dijadikan daerah pertanian, tetapi karena adanya bulan-bulan kering yang lebih panjang dari pada bulan-bulan basah, mengakibatkan kurangnya tingkat kesuburan sebagian wilayahnya.
2. Wilayah Banyuwangi bagian tengah merupakan wilayah yang subur, meliputi kecamatan Giri, Glagah, Banyuwangi, Kabat, Songgon, Singojuruh Rogojampi, Srono, Muncar, Cluring, Genteng, Gambiran, Glenmore dan Kalibaru.
3. Wilayah Banyuwangi bagian selatan merupakan wilayah yang mempunyai kesuburan sedang, meliputi kecamatan Pesanggaran, Bangorejo, Purwoharjo dan Tegaldlimo.

Tingkat kesuburan yang relatif merata dan menjangkau sebagian besar wilayah Kabupaten Banyuwangi ini, tidak terlepas dari kondisi fisik geografisnya, seperti : keadaan geologi (utamanya jenis, struktur dan tekstur tanah), hidrologi (utamanya banyaknya mata air dan keberadaan sungai-sungai yang terus mengalir dengan debit cukup memadai), dan klimatologi (utamanya keadaan iklim dengan interval antara musim penghujan dan musim kemarau relatif seimbang). Karakteristik wilayah yang demikian ini, sangat cocok sebagai daerah pertanian, hal ini terlihat dari data berikut :

- | | |
|---------------------|----------------|
| 1. Pemukiman | : 28.517,89 ha |
| 2. Persawahan | : 73.530,72 ha |
| 3. Pekarangan/tegal | : 16.358,58 ha |
| 4. Hutan produksi | : 78.385,15 ha |
| 5. Hutan lindung | : 9.357,40 ha |

6. Perkebunan	:	44.352,31 ha
7. Pertambakan	:	1.782,50 ha
8. Kebun Campuran	:	2.224,00 ha
9. Lain-lain	:	323.741,45 ha

3.1.2 Keadaan Penduduk

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (1997) penduduk Kabupaten Banyuwangi tercatat 1.452.176 jiwa dan dari jumlah ini komposisinya menurut jenis kelamin terdiri dari 714.981 laki-laki dan 737.195 perempuan. Untuk kelompok usia produktif (15-55 tahun) memiliki jumlah yang dominan (± 861.598 angkatan kerja).

Matapencaharian penduduk Kabupaten Banyuwangi sebagian besar bergerak disektor pertanian. Hal ini tercermin pada data kependudukan tahun 1997 menurut mata pencaharian sebagai berikut:

1. Pertanian	:	49,222 %	=	580.447 orang
2. Industri	:	10,35 %	=	122.057 orang
3. Perdagangan	:	14,26 %	=	168.167 orang
4. Jasa	:	12,35 %	=	145.642 orang
5. Pertambangan	:	0,20 %	=	2.359 orang
6. Listrik, gas dan air minum	:	0,35 %	=	4.128 orang
7. Konstruksi	:	4,88 %	=	57.549 orang
8. Angkutan dan komunikasi	:	2,72 %	=	32.077 orang
9. Lain-lain	:	5,67 %	=	66.865 orang

3.1.3 Daya Dukung Lahan dan Produksi Pisang

Lahan kering yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi $\pm 36.106.923$ ha, di antara lahan kering tersebut yang sudah dikelola untuk budidaya tanaman hortikultur ± 8.359 ha dan untuk tanaman pisang sebesar $\pm 6.144,13$ ha (Biro Pusat Statistik dalam Anonim, 1997)

Dilihat dari varietas yang dikembangkan, tanaman pisang di Banyuwangi pada umumnya jenis pisang ambon (*gros michel*), ambon hijau (*lacatan*), pisang

"Ambon" Jepang (giant cavendish), pisang raja (*Jamaica*), pisang kepok, pisang awak, pisang kayu, pisang emas, pisang berlin dan pisang sri.

Pada akhir tahun 1997, tanaman pisang di Kabupaten Banyuwangi banyak terserang penyakit yang sangat ganas dan sulit dikendalikan Berdasarkan uji laboratorium, jenis penyakit tersebut yaitu penyakit layu atau lendir (*pseudomonas solanacearum*), penyakit busuk batang (*fusarium oxysporium*) dan penyakit darah yang disebabkan oleh bakteri "xantomonas celebense". Penyakit ini pada dasarnya menyerang semua jenis tanaman pisang, namun yang paling rentang terhadap serangan penyakit ini adalah pisang kepok dan pisang ambon

Produksi pisang di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 1997 tercatat ± 36.560 ton. Dihadapkan dengan luas areal tanaman yang ada, tiap hektar rata-rata menghasilkan 5,95 ton. Berarti berada jauh dibawah kapasitas produksi ideal per hektar budidaya tanaman pisang intensif yang rata-rata mencapai 12 ton per hektar. Dengan demikian, kapasitas produksi pisang di Kabupaten Banyuwangi tergolong sangat minim bila dibandingkan dengan total areal tanaman pisang.

3.2 Metode Penelitian

Studi Agroindustri Pada Pengolahan Sale Pisang di Kabupaten Banyuwangi dilakukan secara deskriptif menggunakan metode survey. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kabupaten Banyuwangi pada bulan Oktober 2000 sampai bulan Februari 2001.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah semua perusahaan/industri sale pisang yang ada di Banyuwangi yaitu sebanyak 28 industri. Jumlah industri sale pisang yang diambil sebagai sampel sebanyak 14 industri. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposif (*purposive sampling*). Adapun industri yang diambil sebagai sampel meliputi Gandrung, Laros, Tawon, Lowo, Pisang mas, Anggrek, Podoroso, Mantab, Anita, Manalagi, Bangau Terbang, Raja dan Ambon. Sedangkan peta Kabupaten Banyuwangi dapat dilihat pada lampiran 10.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Beberapa sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer dikumpulkan dari para pengusaha industri sale pisang yang perusahaannya dijadikan objek penelitian. Metode yang digunakan meliputi wawancara semi struktur, kuisisioner dan observasi.
2. Data Sekunder dikumpulkan dari literatur yang ada sebagai contoh kumpulan data mentah yang berasal dari dinas/instansi pemerintah dalam lingkup wilayah Kabupaten Banyuwangi, literatur-literatur dan lain-lainnya.

3.5 Metode Pengolahan Data

Penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengidentifikasi sistem agroindustri sale pisang melalui metode deskriptif baik secara kualitatif maupun kuantitatif dengan menggunakan tabulasi dan grafik-grafik yang dikelompokkan dalam beberapa bagian analisis yang meliputi:

3.5.1 Analisis Profil Agroindustri

Penjabaran karakteristik perusahaan industri pengolahan meliputi kepemilikan perusahaan, besarnya modal, tahun berdiri, dan jumlah tenaga kerja.

3.5.2 Analisis Suplai Bahan Baku

Data sekunder, kuisisioner dan wawancara akan dilakukan untuk mengevaluasi kegiatan suplai bahan baku dalam agroindustri. Data sekunder dari lembaga adalah informasi tentang potensi wilayah atau daerah dapat mendukung pengadaan bahan baku. Kuisisioner dan wawancara akan dilakukan untuk mencari informasi tentang jumlah, kualitas, tingkat kontinuitas bahan baku, penanganan bahan baku, transportasi, dan persaingan antara penjual dan pembeli.

3.5.3 Analisis Produksi/Operasi

Untuk mengevaluasi kondisi produksi dan operasi industri sale pisang menggunakan metode kuisisioner dan wawancara. Informasi yang diperlukan untuk penelitian ini seperti penggunaan peralatan, faktor-faktor pendukung, fasilitas

penyimpanan, pengemasan, pengawasan, dan pelatihan. Informasi penanaman modal, pengeluaran, jumlah produksi, harga jual dan penerimaan akan diperlukan untuk mengevaluasi tingkat kelayakan agroindustri yang ada. Analisis ekonomi yang digunakan yaitu:

a. NPV (Net Present Value)

Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang.

$$NPV = -I + A(P/A, i\%, n)$$

Apabila nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang lebih besar daripada nilai sekarang investasi (NPV positif), maka proyek ini dikatakan menguntungkan sehingga diterima. Sedangkan apabila lebih kecil (NPV negatif), proyek ditolak karena dinilai tidak menguntungkan.

b. IRR (Internal Rate of Return)

Metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang.

$$0 = -I + A(P/A, i\%, n)$$

Apabila tingkat bunga ini lebih besar daripada tingkat bunga relevan (tingkat bunga saat ini) maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan.

Keterangan :

n	= Umur proyek	i	= Tingkat bunga
I	= Nilai investasi awal	A	= Keuntungan tiap tahun

(Husnan dan Suwarsoso, 1997).

Selanjutnya dapat dilakukan analisa sensitivitas untuk melihat apa yang akan terjadi dengan hasil analisa proyek jika terjadi kesalahan atau perubahan

dalam empat aspek perhitungan proyek (investasi, pendapatan, biaya dan penjualan) terhadap nilai NPV. Dalam analisis sensitivitas ini terdapat pertanyaan:

1. Apa yang akan terjadi jika biaya pengembangan kerja 5% lebih tinggi dari yang diramalkan ?
2. Apa yang akan terjadi jika penjualan ditunda selama enam bulan ?
3. Apa yang akan terjadi jika penjualan pada bulan pertama 10% lebih rendah dari yang diramalkan ?
4. Apa yang akan terjadi jika harga penjualan lebih tinggi atau lebih rendah dari yang diramalkan ?

(Pearson & Thomas, 1991).

3.5.4 Analisis Sistem Pemasaran

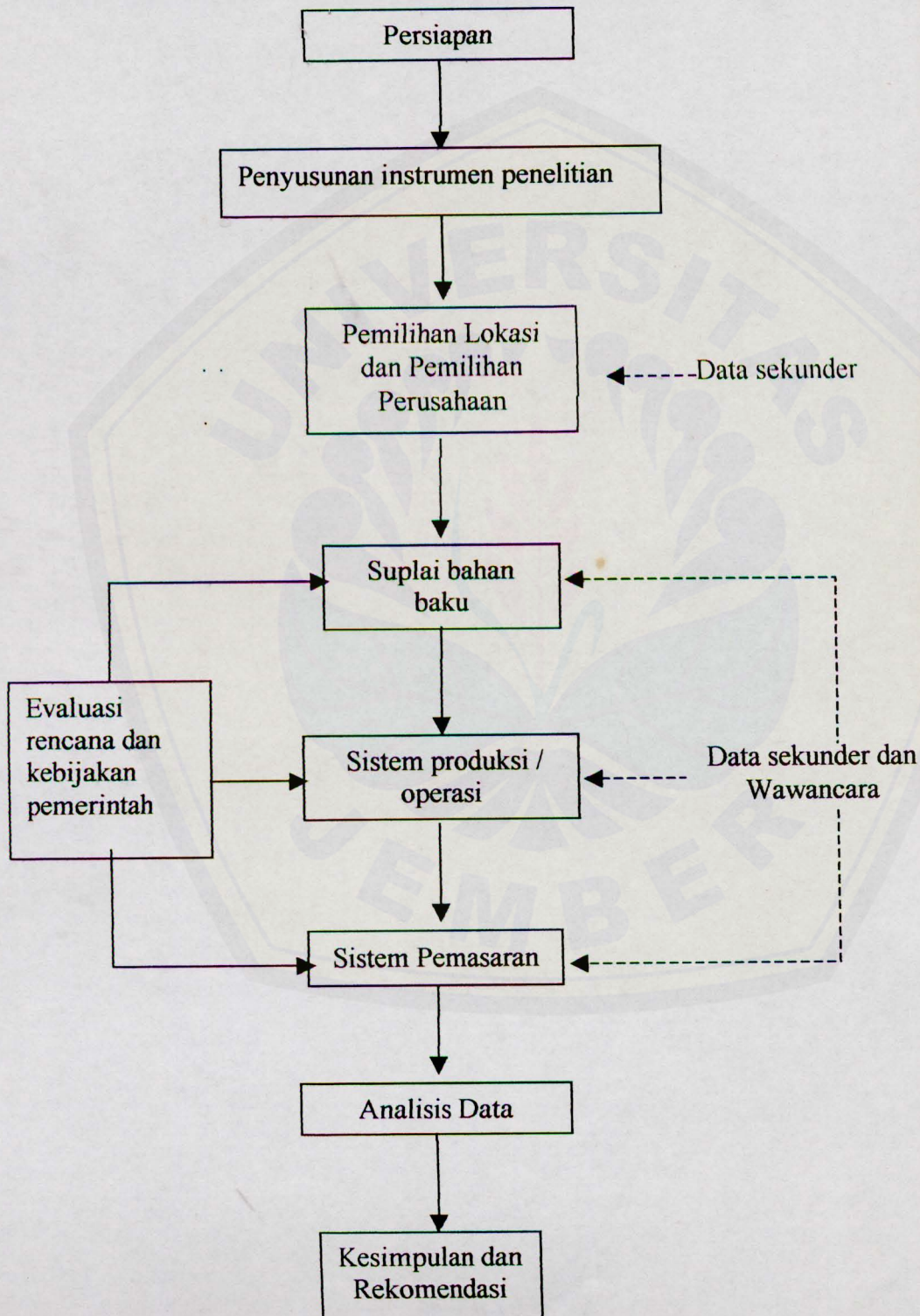
Metode survai dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi rencana dan operasi pemasaran, masalah yang timbul dan penyebabnya. Informasi yang diperlukan seperti: saluran penjualan, daerah pemasaran, penerimaan konsumen, pengaruh kualitas, dan kontinuitas pemasaran serta persaingan yang terjadi.

3.5.5 Analisis Kebijakan Pemerintah Saat ini

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kebijakan pemerintah seperti pengembangan agroindustri, perbaikan kualitas produk, penerapan teknologi, fasilitas pendukung, transportasi, kredit, administrasi, limbah, dan pelatihan. Informasi tentang kebijakan pemerintah akan dibandingkan dengan penerimaan pengusaha terhadap kebijakan tersebut.

3.6 Langkah-langkah dalam Penelitian

Secara garis besar langkah-langkah penelitian “Agoindusri Pada Pengolahan Sale Pisang di Kabupaten Banyuwangi” adalah sebagai berikut:

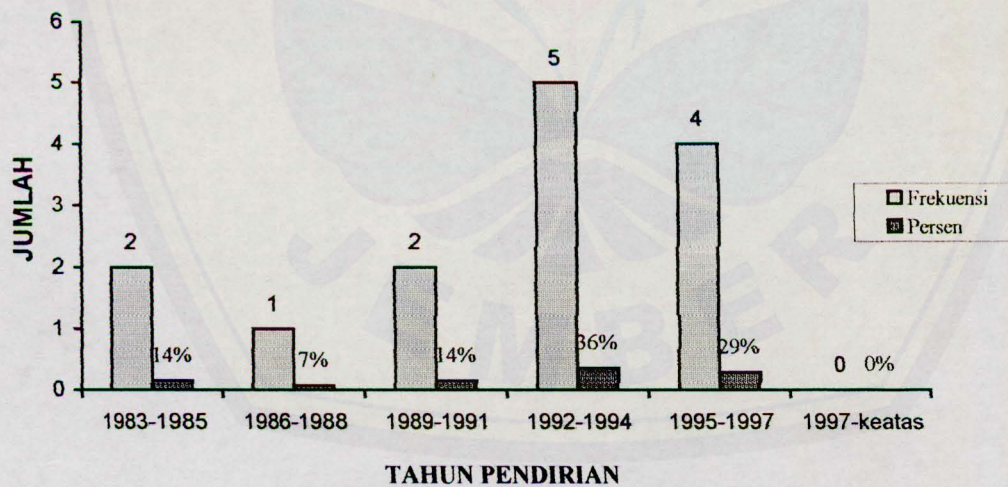


IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap industri sale pisang yang ada di Banyuwangi maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1 Profil Agroindustri

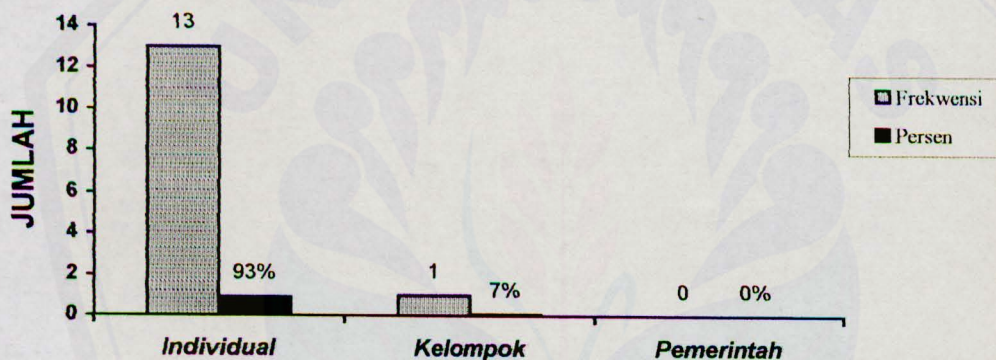
Banyuwangi merupakan daerah yang banyak menghasilkan buah pisang. Berdasarkan kondisi ini maka sebagian masyarakat Banyuwangi menjadikan pisang sebagai makanan olahan diantaranya kripik pisang, sale pisang, pisang molen dan pisang goreng. Usaha ini kemudian dijadikan sebagai lapangan pekerjaan oleh sebagian besar masyarakat Banyuwangi. Di antara produk-produk tersebut yang kuantitasnya cukup besar dan sudah cukup terkenal sebagai “trade mark” khas Banyuwangi adalah sale pisang baik itu sale pisang pres dan sale pisang goreng. Beberapa profil industri sale pisang di Banyuwangi dapat dilihat pada Gambar 1, 2 dan 3.



Gambar 1. Tahun mulai berdirinya industri sale pisang di Banyuwangi

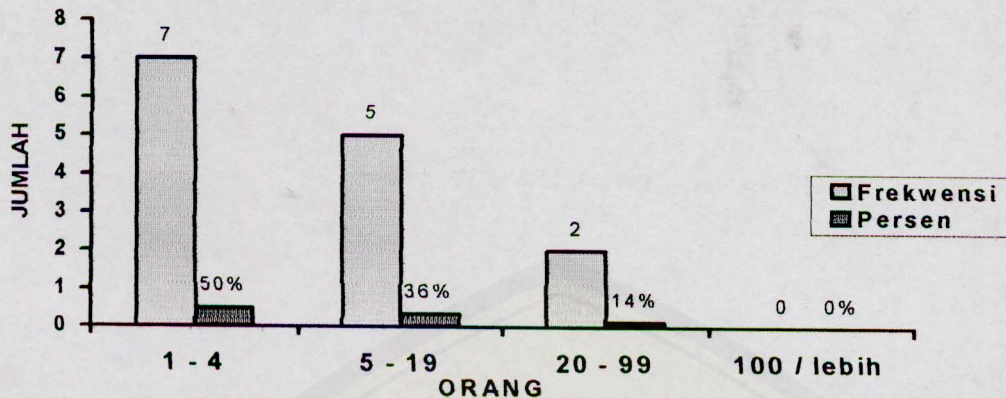
Pada **Gambar 1** ditunjukkan bahwa industri sale pisang di Banyuwangi mulai berdiri pada tahun 1983. Pada tahun 1983-1985 terdapat dua industri (14%), kemudian berdiri 1 industri lagi (7%) pada tahun 1986-1988. Tiga tahun berikutnya berdiri 2 industri (14%), tahun 1994 jumlah berdiri 5 industri (36%)

dan tahun 1995-1997 berdiri lagi 4 perusahaan (29%). Akan tetapi pada tahun 1997 ke atas tidak ada penambahan industri karena adanya krisis moneter yang melanda bangsa, sehingga pertumbuhan industri baru hampir tidak ada. Peningkatan jumlah industri sale pisang pada tahun 1992-1997 menunjukkan bahwa pada masa itu produk sale pisang menjadi produk yang banyak digemari karena kekhasan rasanya dan bagi pengusaha merupakan suatu usaha yang menggiurkan karena memberikan banyak keuntungan. Hal ini disebabkan karena pada waktu itu harga pisang masih sangat murah dan mudah didapat di pasaran.



Gambar 2. Kepemilikan dari industri sale pisang.

Untuk kepemilikan industri sale pisang di Banyuwangi dapat dilihat pada **Gambar 2**, dimana hampir keseluruhan (93%) dari industri sale pisang yang ada di Banyuwangi dimiliki oleh perorangan artinya modal kerja yang digunakan mengandalkan modal sendiri dan dari hasil penelitian hanya ada satu industri (7%) yang kepemilikannya dimiliki oleh kelompok yaitu perusahaan Bangau Terbang dimana perusahaan ini merupakan hasil kerja sama dari masyarakat yang ada di sekitar lingkungan perusahaan tersebut. Umumnya kepemilikan dari suatu usaha yang hanya perorangan, akan membutuhkan tenaga kerja yang relatif sedikit dan tergolong dalam industri kecil. Sebagaimana terlihat pada **Gambar 3**.



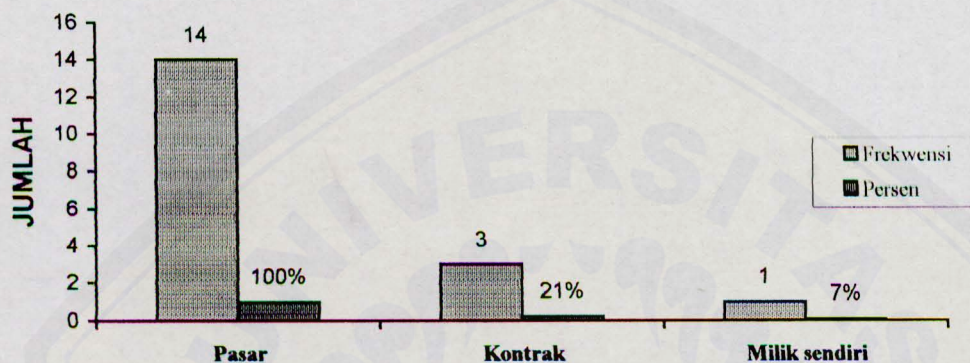
Gambar 3. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam industri sale pisang

Pada **Gambar 3** ditunjukkan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh industri sale pisang. Sehingga dapat dikatakan bahwa 50% industri sale pisang di Banyuwangi tergolong industri rumah tangga, 36% tergolong industri kecil dan 14% tergolong industri besar. Penyerapan tenaga kerja yang sedikit, cenderung memanfaatkan tenaga kerja yang berada dalam lingkup rumah tangga atau anggota keluarganya sendiri sehingga sistem pengupahannya masih terkait dengan sistem kekerabatan. Dalam proses pengolahan sale pisang sangat sederhana dan tidak membutuhkan teknologi yang modern, oleh karena itu tenaga kerja yang digunakan sebagian besar dari golongan orang-orang yang memiliki pendidikan yang rendah. Menurut Weston dan Brigham (1991) tiga karakteristik industri kecil yaitu (1) pasar yang dilokalisir, (2) kebutuhan modal yang rendah, dan (3) tingkat teknologi yang relatif sederhana.

4.2 Aspek Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku secara tepat waktu, kuantitas dan kualitas yang baik serta tersedia secara berkelanjutan akan menjamin performansi dari industri tersebut. Dalam kaitannya dengan bahan baku, maka karakteristik produk pertanian yang digunakan sebagai bahan baku tersebut perlu diketahui secara baik misalnya bagaimana sistem produksinya, kapan dapat diusahakan dan sebagainya (Soekartawi, 1996).

Selama ini, perusahaan sale pisang yang ada, baik yang memproduksi sale pres maupun sale goreng cenderung memilih pisang ambon sebagai bahan bakunya, terutama jenis pisang ambon kuning (*gros michel*) dan pisang ambon hijau (*lacatan*) dan hanya sebagian kecil yang menggunakan pisang raja (*jamica*) dan inipun dilakukan bila ada permintaan dari konsumen



Gambar 4. Pemenuhan bahan baku sale pisang

Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, pengusaha sale pisang memperoleh bahan baku baik dari pasar, kontrak maupun dari kebun sendiri. Pada **Gambar 4** ditunjukkan bahwa semua pengusaha sale pisang memperoleh bahan baku dari pasar (100%), artinya bahwa sumber bahan baku utama berasal dari pasar. Namun ada juga sebagian pengusaha disamping sudah memperoleh bahan baku dari pasar juga menggunakan sistem kontrak (21%) maupun dari kebun sendiri (7%) untuk memenuhi kebutuhan bahan baku. Pembelian bahan baku dari pasar paling banyak diminati pengusaha karena dengan cara ini pengusaha dapat meminimalkan resiko kerugian akibat kualitas dan kuantitas bahan baku yang tidak sesuai dengan yang diinginkan. Selain itu jumlah bahan baku yang dibeli dapat disesuaikan dengan kondisi permintaan konsumen. Walaupun cara ini agak lebih mahal namun, dapat mengantisipasi resiko kerugian yang lebih besar. Pada sistem kontrak kedua belah pihak yaitu pedagang dan pengusaha bersama-sama menentukan harga dari bahan baku, kuantitas dan kualitasnya. Tetapi umumnya pisang yang telah dikirim sulit dikembalikan lagi. Oleh karena itu hanya sebagian kecil dari mereka yang menggunakan sistem kontrak.

Tabel 3. Nilai mean dan standar deviasi faktor dari bahan baku.

Faktor	N	min	max	Mean	Std.Dev
Jumlah bb	14	2	5	3.714	0.825
Kualitas bb	14	3	5	3.714	0.825
Kelancaran bb	14	2	5	3.500	0.760
Persaingan	14	3	5	3.929	0.829
Transportasi	14	1	5	2.571	1.222
Penyimpanan	14	1	5	2.571	1.089

Pada **Tabel 3.** ditunjukkan bahwa ada beberapa faktor dari bahan baku yang berpengaruh diantaranya yaitu jumlah, kualitas dan kelancaran bahan baku. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pengusaha sale pisang tidak menemui permasalahan dalam hal jumlah dan kualitas (nilai mean mendekati 4) dengan demikian kelancaran bahan baku dapat terjamin (baik). Akan tetapi yang menjadi hambatan dalam perolehan bahan baku ini yaitu waktu musim kemarau panjang dimana pisang sulit didapatkan karena pisang dalam kondisi ini tidak dapat hidup dengan baik (kekurangan air) sehingga jumlah pisang menjadi terbatas. Jumlah bahan baku yang dibutuhkan untuk setiap kilogram sale ditentukan oleh jenis dan kualitas pisang serta jenis sale yang diproduksi.

Pada umumnya kriteria yang digunakan untuk menentukan baik tidaknya kualitas dari pisang yaitu volume besar, kemasakan cukup (tidak terlalu mentah), rasanya manis dan umumnya warna kuning atau hijau kekuning-kuningan. Untuk memperoleh buah pisang ini tidak akan lepas dari persaingan, dimana persaingan yang terjadi untuk memperoleh buah pisang ini kuat karena pisang ambon selain dijadikan produk olahan juga dapat dikonsumsi dalam bentuk segarnya. Persaingan ini juga diakibatkan karena kecenderungan dari pengusaha sale pisang yang hanya menggunakan pisang ambon.

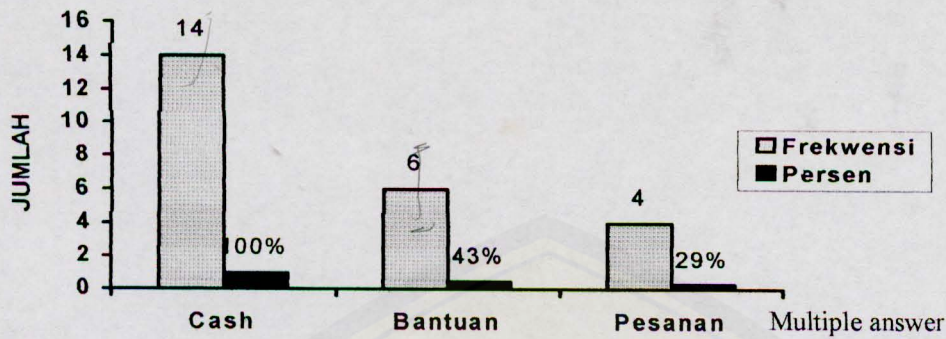
Dalam penanganan dan transportasi bahan baku serta penyimpanannya sudah cukup diperhatikan (nilai mean = 2.5), dari data yang ada menunjukkan sebagian pengusaha memperhatikan masalah tersebut dan sebagian mengacuhkannya, karena menganggapnya tidak terlalu berpengaruh pada kualitas bahan baku. Penyimpanan dibutuhkan bila pisang yang mereka peroleh kurang masak maka perlu pemeraman, dimana pada umumnya pisang yang telah

mereka peroleh langsung mereka olah (jika kematangan pisang telah cukup). Dalam hal transportasi, sebagian pengusaha menggunakan pick up bila jumlah pisang banyak dan ada pula yang hanya menggunakan becak karena jarak antara pasar dan lokasi perusahaan dekat.

Untuk mengantisipasi masalah-masalah tersebut dapat digunakan jenis pisang yang lain seperti yang telah dilakukan beberapa industri sale pisang di luar kabupaten Banyuwangi misalnya menggunakan pisang raja dan dalam hal penanganan bahan baku diperlukan tempat khusus sehingga kualitas bahan baku tetap terjaga, misalnya menggunakan kamar kosong atau kotak kayu. Sedangkan masalah alat transportasi yang digunakan tergantung dari jumlah bahan baku yang dibeli.

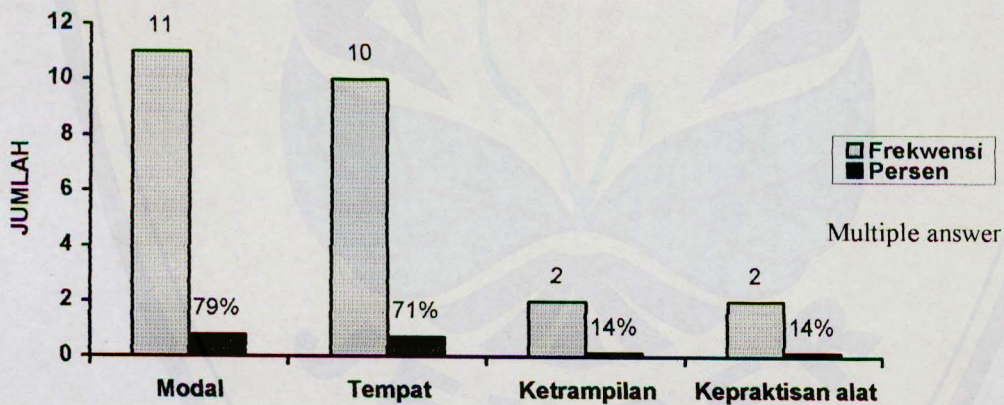
4.3 Aspek Produksi/Operasi

Teknologi yang digunakan dalam proses produksi sale pisang umumnya sederhana. Alat-alat produksinya seperti pisau, welat dan widik maupun alat-alat yang diperlukan dapat dibeli dengan harga murah dipasar. Demikian juga penguasaan perangkat lunaknya seperti pengetahuan tentang teknik pengolahan, sistem pengawetan dan pengemasannya tidak memerlukan keahlian akademik dan keterampilan yang rumit. Karena kondisi inilah maka 100% pengusaha sale pisang memperoleh peralatan dengan cara kontan. Selain itu untuk lebih menunjang /meningkatkan industri sale pisang khususnya di daerah Banyuwangi, maka pemerintah berupaya memberikan bantuan berupa peralatan-peralatan yang digunakan misalnya widik, wajan dan lain-lain. Akan tetapi tidak semuanya mendapatkan bantuan, oleh karena itu hanya 43% pengusaha sale pisang yang mendapat bantuan. Selain dengan cara itu mereka mendapatkan peralatan juga dengan cara memesan (29%). Hal ini dapat dilihat pada **Gambar 5**.



Gambar 5. Beberapa cara pengusaha untuk memperoleh peralatan yang digunakan dalam pembuatan sale pisang.

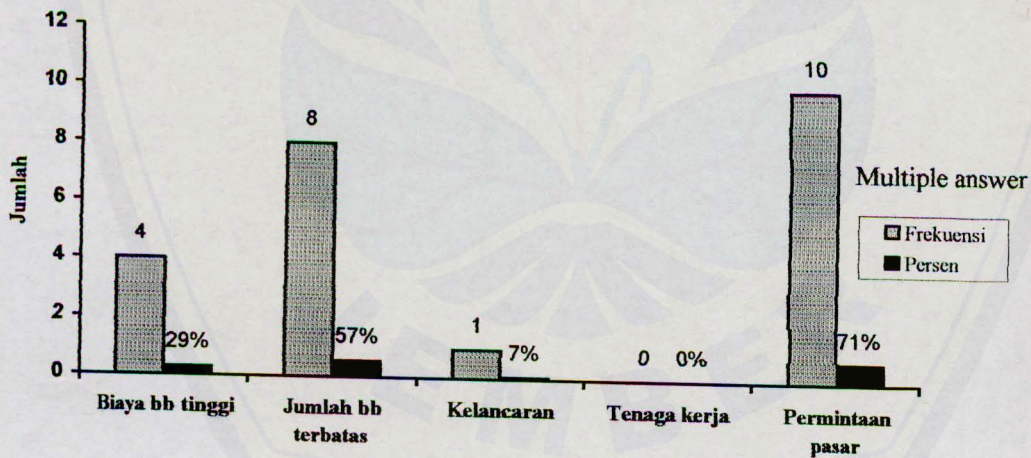
Cara memesan alat seperti ini mungkin harganya lebih tinggi, tetapi peralatan dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya sehingga efektifitas produksi meningkat.



Gambar 6. Beberapa kendala yang berpengaruh terhadap kelancaran dalam proses pengolahan sale pisang.

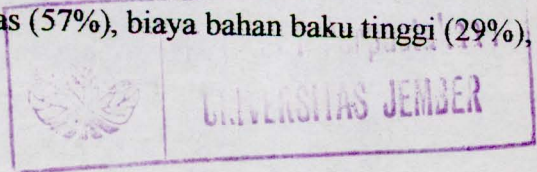
Pada **Gambar 6** ditunjukkan bahwa dalam proses pengolahan sale pisang ditemui beberapa permasalahan yang dihadapi para pengusaha diantaranya yaitu modal (79%), tempat (71%), keterampilan (14%), dan kepraktisan alat (14%). Modal merupakan permasalahan yang banyak ditemui karena modal banyak berperan misalnya untuk mendapatkan bahan baku, untuk pembiayaan tenaga kerja dan untuk memperoleh peralatan yang sesuai. Umumnya pengusaha yang

memiliki modal kecil akan memperoleh bahan baku yang relatif sedikit dan peralatan yang digunakan relatif sederhana bila dibandingkan pengusaha yang memiliki modal yang besar. Pada pembuatan sale pisang seperti dijelaskan pada Bab II, bahwa untuk mempercepat pengeringan diperlukan tempat yang luas dan mudah terkena sinar matahari, apabila dalam proses pengeringan ini tempatnya sempit maka pengeringan pisang akan sulit walaupun saat ini juga terdapat alat pengeringan seperti oven. Akan tetapi dengan menggunakan oven rasanya kurang sesuai dan kenampakan yang dihasilkan kurang bagus sehingga sebagian besar pengusaha sale pisang tidak menggunakan alat tersebut dan alat ini hanya digunakan pada musim hujan. Proses pembuatan sale pisang ini sederhana sehingga tidak diperlukan ketrampilan khusus dan hal ini ditunjukkan dengan prosentase ketrampilan sebagai kendala yang relatif kecil (14%). Dalam hal kepraktisan alat juga memiliki prosentase yang kecil karena umumnya peralatan yang dimiliki oleh beberapa pengusaha hampir sama.



Gambar 7. Beberapa faktor yang menyebabkan penggunaan bahan baku kurang optimal.

Pemakaian bahan baku dalam pengolahan kadang kurang optimal. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa hal yang dapat dilihat pada Gambar 7. Gambar tersebut menunjukkan prosentase faktor-faktor yang menyebabkan ketidakefektifan pemakaian bahan baku, dimana permintaan pasar terhadap produk (71%), jumlah bahan baku terbatas (57%), biaya bahan baku tinggi (29%),



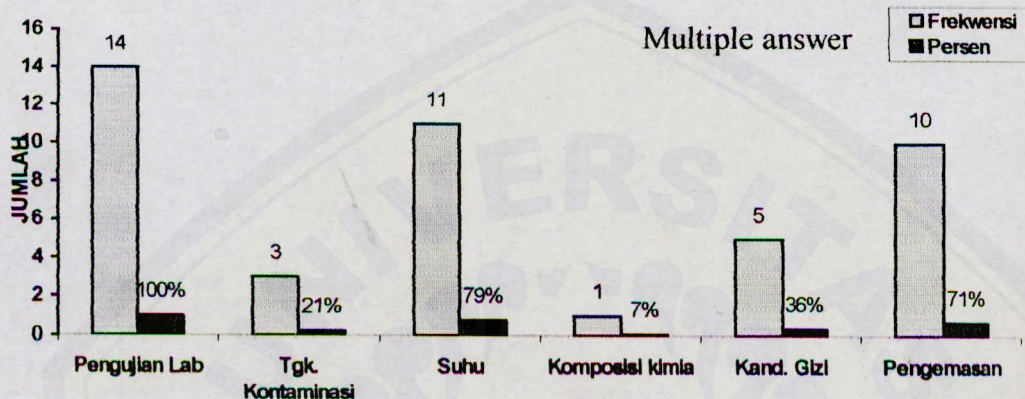
kelancaran bahan baku (7%) dan tenaga kerja (0%). Permintaan pasar memiliki prosentase yang paling tinggi karena umumnya industri sale pisang dalam memproduksi sale pisang berorientasi pada pasar artinya pada musim-musim tertentu mereka membuat sale pisang dalam jumlah yang banyak misalnya pada hari raya dan liburan. Produksi sale pisang yang tidak disesuaikan dengan kondisi pasar dikhawatirkan dapat terjadi over supply di pasar sehingga terjadi kejenuhan pasar dan mengakibatkan kerugian di pihak pengusaha. Jumlah bahan baku yang terbatas juga berpengaruh besar terhadap pengoptimalan bahan baku sebab bila bahan baku sulit didapatkan berarti proses tidak dapat optimal. Sedangkan untuk biaya bahan baku tinggi mempunyai pengaruh yang relatif kecil, karena walaupun biaya bahan baku tinggi bila permintaan pasar tetap besar maka harga jual produk dapat dinaikkan sehingga pengusaha tidak akan mengalami kerugian. Kelancaran bahan baku juga memiliki prosentase yang kecil karena Banyuwangi termasuk daerah penghasil pisang yang relatif besar dan sarana transportasinya sudah memadai. Hal ini terkait dengan faktor-faktor yang mendukung lokasi dan kondisi industri yang dapat dilihat pada **Tabel 4**.

Tabel 4. Nilai mean dan standar deviasi faktor-faktor yang mendukung lokasi dan kondisi pabrik.

Faktor	N	MIN	MAX	MEAN	STDEV
BAHAN BAKU	14	2	5	3.857	0.864
PASAR	14	2	5	3.643	0.842
TRANSPORTASI	14	2	5	3.786	0.802

Menurut Husnan dan Suwarsono (1997) variable utama yang perlu diperhatikan untuk memilih lokasi suatu pabrik diantaranya yaitu ketersediaan bahan baku, letak pasar yang dituju, tenaga listrik dan air, supply tenaga kerja dan fasilitas transportasi. Pada **Tabel 4** terlihat bahwa ketersediaan bahan baku untuk sale pisang di Banyuwangi sudah baik (nilai mean 3,8) dan letak pasar yang cukup dekat (nilai mean 3,6) serta transportasi yang baik (nilai mean 3,8). Selain itu untuk fasilitas listrik dan air tidak menemui permasalahan karena lokasi industri sudah terjangkau oleh listrik dan sumber airnya yang melimpah. Dalam

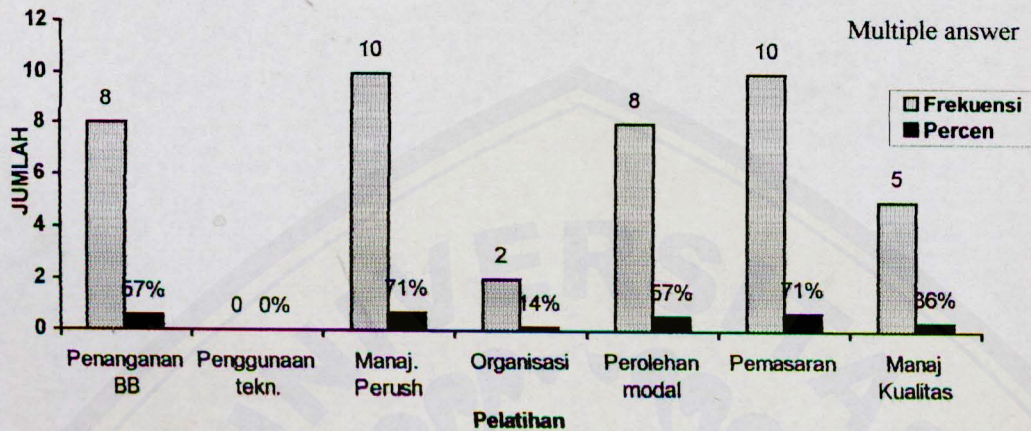
hal tenaga kerja mereka tidak menemui kendala sebab umumnya berasal dari anggota keluarga sendiri dan masyarakat di sekitar lokasi industri. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa lokasi industri sale pisang yang ada di Banyuwangi sudah tepat dan dengan kondisi ini dapat memperlancar proses produksi sale pisang.



Gambar 8. Macam-macam pengawasan yang dilakukan pengusaha terhadap produk.

Pada proses pengolahan diperlukan beberapa pengawasan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan. Pada **Gambar 8** dapat diketahui bahwa ada beberapa pengawasan yang dilakukan oleh pengusaha sale pisang di antaranya: pengujian laboratorium, suhu pengeringan, komposisi kimia, kandungan gizi dan pengemasan. Dalam pengawasan ini tidak semua pengusaha melakukannya. Pengusaha sale banyak melakukan pengujian laboratorium (100%) dan suhu (79%). Pengawasan ini dilakukan oleh pengusaha agar dapat diketahui apakah produk yang dihasilkan tersebut layak/tidak untuk dikonsumsi. Pengujian laboratorium ini dilakukan oleh Departemen Kesehatan sebagai syarat izin produksi yang meliputi pengujian kandungan gizi dan ada tidaknya zat-zat tertentu yang berbahaya bagi yang mengkonsumsinya. Pengawasan suhu berfungsi untuk mengetahui tingkat kekeringan dari sale pisang itu bila suhu lingkungan rendah maka proses pengeringan akan berjalan lambat dan bila dibiarkan terus-menerus akan mengakibatkan sale pisang berjamur. Pengawasan terhadap pengemasan juga diperlukan dimana dari koresponden yang ada hanya 71% yang melakukan pengawasan ini. Upaya pengawasan ini dimaksudkan untuk

meyakinkan bahwa pengemas dapat melindungi produk agar tidak terkontaminasi dan tetap higienis. Pengawasan kandungan gizi memiliki prosentase 36%, tingkat kontaminasi 21% dan komposisi kimia 8%.



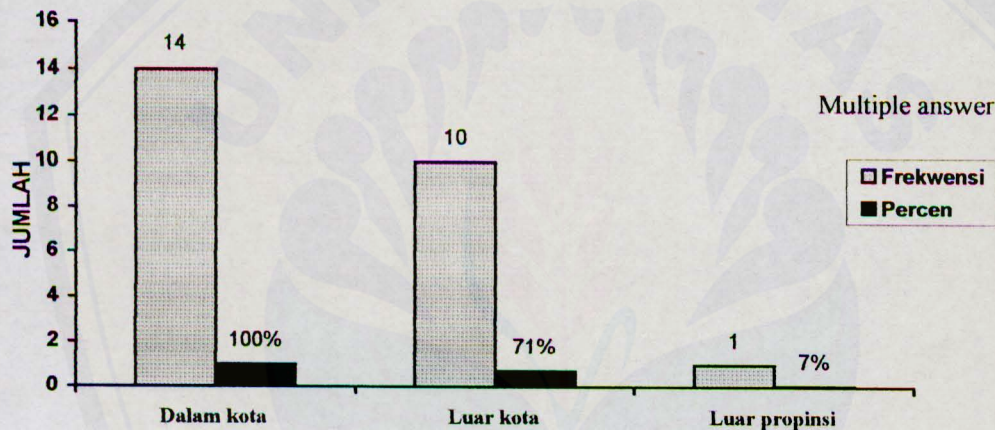
Gambar 9. Pelatihan yang pernah diikuti oleh pengusaha sale.

Untuk lebih meningkatkan produktivitas usaha sale pisang maka pemerintah berupaya untuk mengadakan pelatihan-pelatihan. Pada **Gambar 9** dapat diketahui bahwa pelatihan mengenai bahan baku memiliki prosentase 57%, manajemen perusahaan 71%, organisasi 14%, perolehan modal 57%, pemasaran 71%, dan manajemen kualitas 36%. Pelatihan mengenai manajemen perusahaan sangat diminati oleh beberapa pengusaha sale pisang, karena dalam pelatihan ini mereka dapat mengetahui bagaimana merencanakan dan mengolah produk yang dihasilkan sehingga dapat memperoleh laba yang sebanyak-banyaknya. Dengan adanya pelatihan mengenai bahan baku pengusaha dapat lebih membedakan pisang dengan kualitas baik dan jelek serta cara-cara yang tepat dalam penanganan bahan baku. Pelatihan pemasaran juga sangat penting karena keberhasilan dari suatu usaha dapat dilihat dari pemasarannya. Dengan pelatihan ini pengusaha lebih mengetahui bagaimana cara-cara melakukan pemasaran yang baik terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat. Pelatihan perolehan modal juga diperlukan, khususnya bagi pengusaha yang hanya memiliki modal kecil, sehingga dengan kemudahan mendapatkan modal usaha sale pisang dapat lebih berkembang. Dalam hal pelatihan manajemen kualitas dan organisasi hanya

memiliki prosentase yang kecil karena pada prinsipnya mereka mengutamakan produk mereka laku di pasaran.

4.4 Aspek Pemasaran

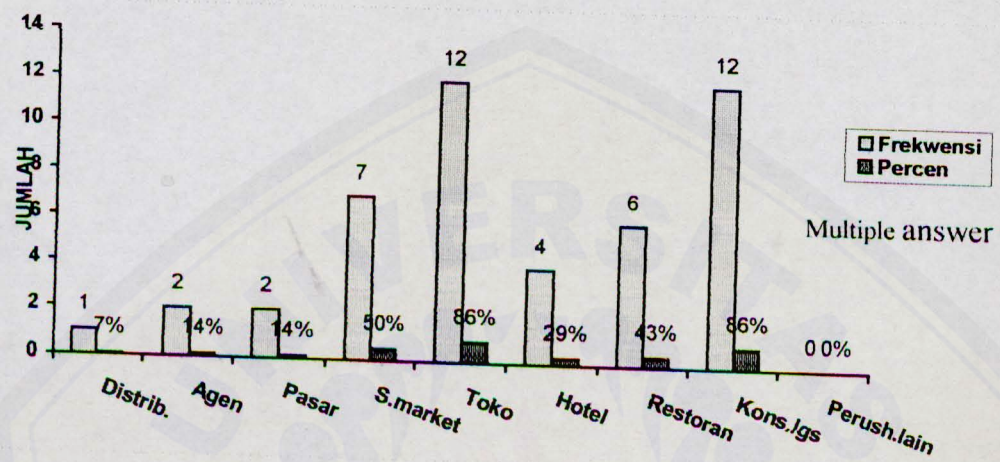
Menurut Kottler (1997) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Secara garis besar pemasaran merupakan proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen.



Gambar 10. Daerah pemasaran sale pisang

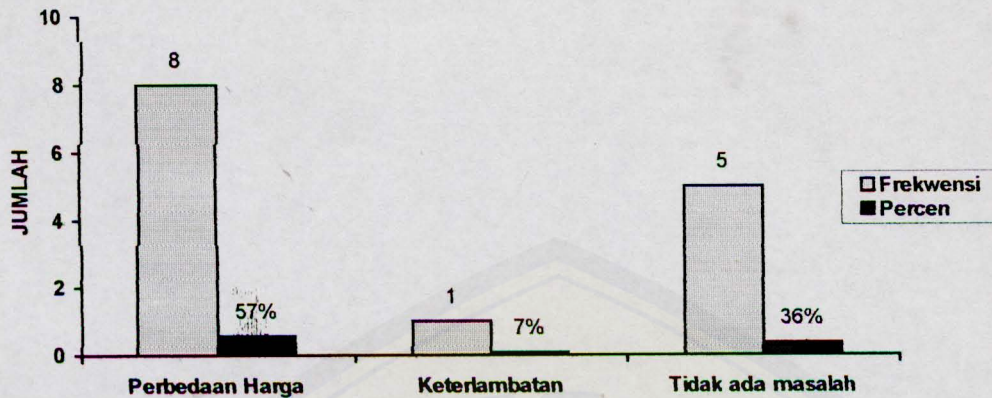
Secara umum pemasaran produk sale pisang cukup lancar dengan indikator semua produk sale yang dihasilkan selalu habis terjual dan tidak pernah tertahan sampai berhari-hari. Wilayah pemasaran sale pisang yang dihasilkan oleh perusahaan di Kabupaten Banyuwangi disamping untuk memenuhi permintaan pasar lokal dalam lingkup Kabupaten Banyuwangi, juga menjangkau beberapa kota di Jawa Timur (Jember, Bondowoso, Situbondo, Malang dan Surabaya) maupun beberapa kota diluar propinsi Jawa Timur seperti Denpasar, Yogyakarta dan Jakarta. Pada **Gambar 10** terlihat bahwa pemasaran sale pisang di dalam kota dilakukan oleh semua industri (100%), di luar kota hanya 71% dan diluar propinsi 7%. Hal ini menunjukkan bahwa daerah pemasaran sale pisang tidak begitu luas, akan tetapi mendasar pada indikator kelancaran pemasaran yang

selama ini dirasakan oleh semua produsen sale pisang di kabupaten Banyuwangi, dan semakin terbukanya peluang pasar, diprediksikan prospek pemasaran komoditas ini berjalan lancar (Anonim, 1997).



Gambar 11. Saluran distribusi sale pisang di kabupaten Banyuwangi.

Pada umumnya saluran distribusi produk sale pisang sangat sederhana, dimana berdasarkan **Gambar 11** dapat dilihat bahwa hampir keseluruhan industri sale pisang memasarkan produknya melalui toko (86%) dan konsumen langsung (86%). Sedangkan saluran penjualan yang lain hanya memiliki prosentase yang kecil yaitu distributor (7%), agen (14%), pasar (14%) supermarket (50%), hotel (29%) dan restoran (43%). Penjualan sale pisang di toko dan konsumen langsung banyak dilakukan oleh pengusaha sebab prosedur dalam memasukkan barang di toko lebih mudah, transportasi tidak sulit karena dekat lokasi pabrik, mudah dijangkau masyarakat dan penjualan langsung kepada konsumen akan menambah laba yang diterima yaitu biaya transportasi dapat dikurangi, sedangkan saluran penjualan yang lain memiliki prosentase yang cukup rendah karena umumnya konsumen beranggapan dengan membeli di tempat tersebut justru lebih mahal.



Gambar 12. Beberapa permasalahan dalam pemasaran.

Pada **Gambar 12** ditunjukkan beberapa permasalahan yang ditemui dalam pemasaran. Permasalahan terbesar adalah perbedaan harga (57%), sedangkan keterlambatan hanya memiliki prosentase 7% dan 36% industri tidak menemui masalah. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga merupakan kendala utama dalam pemasaran, karena konsumen menginginkan produk dengan harga murah sedangkan setiap pengusaha memiliki prinsip yang berlainan dalam memasarkan produknya. Sebagian pengusaha berprinsip lebih baik harga sedikit diturunkan asalkan produknya banyak terjual dan sebagian ada yang menaikkan harga dengan harapan dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dalam hal keterlambatan pemasaran memiliki prosentase yang rendah karena didukung oleh ketersediaan bahan baku yang cukup lancar dan fasilitas jalan yang memadai

Tabel 5. Nilai mean dan standar deviasi faktor yang berpengaruh terhadap konsumen.

Faktor	N	MIN	MAX	MEAN	STDEV
Harga	14	2	5	4.0714	0.99725
Kualitas	14	2	5	3.2143	0.97496
Merek	14	1	5	3.0714	1.26881

Menurut Kottler (1997) salah satu penekanan dalam pemikiran pemasaran masa kini yaitu meningkatnya penekanan pada kualitas, nilai dan kepuasan

pelanggan. Para pelanggan memberikan bobot yang lebih besar pada kualitas dan nilai dalam membuat keputusan untuk membeli. Menurut Soekartawi (1997) ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain konsep pemasaran yaitu mengidentifikasi keinginan konsumen, mengidentifikasi produk yang dipasarkan dan mengidentifikasi konsumen sekaligus menciptakan dan membina konsumen. Oleh karena itu perlu memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap konsumen. Pada **Tabel 5** dapat dilihat bahwa harga berpengaruh kuat (mean = 4,07) terhadap keinginan konsumen, umumnya konsumen menginginkan produk yang dibelinya mempunyai harga yang murah dibandingkan harga yang mahal. Untuk faktor merek cukup berpengaruh (mean = 3,07) tetapi dari hasil penelitian sebagian pengusaha beranggapan bahwa merek sedikit berpengaruh terhadap konsumen karena konsumen tidak hanya terkait dengan satu merk sedangkan faktor kualitas cukup berpengaruh (mean = 3,2). Untuk faktor-faktor dari kualitas produk yang berpengaruh terhadap konsumen dapat dilihat pada **Tabel 6**.

Tabel 6. Nilai mean dan standar deviasi faktor dari kualitas produk yang berpengaruh terhadap konsumen

Faktor	N	MIN	MAX	MEAN	STDEV
Kemasan	14	3	5	3.92857	0.82874
Warna	14	2	5	3.50000	1.01905
Rasa	14	3	5	3.92857	0.61573
Penampilan produk	14	3	5	4.11111	0.92796

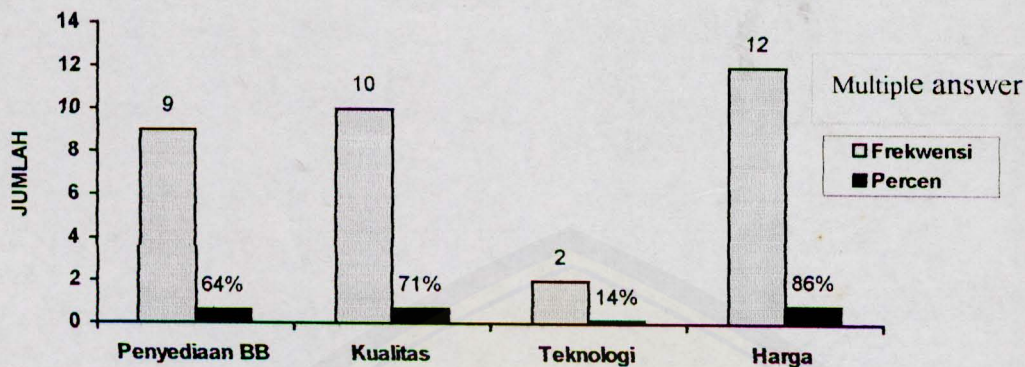
Ada beberapa faktor dari kualitas produk yang berpengaruh pada konsumen yaitu kemasan, warna, rasa dan penampilan produk. Pada **Tabel 6** ditunjukkan bahwa kemasan dari suatu produk berpengaruh kuat (mean = 3,9) terhadap keinginan dari konsumen untuk membeli sale pisang. Umumnya konsumen akan membeli suatu produk bila kenampakan dari kemasannya itu baik dan menarik serta menjamin produk tahan lama. Warna dari sale pisang yang dihasilkan juga berpengaruh kuat terhadap konsumen (mean = 3,5), sale pisang goreng yang berwarna hitam umumnya menunjukkan bahwa sale pisang itu gosong dan rasanya akan sedikit pahit, sehingga tidak disukai konsumen. Begitu

juga untuk faktor dari rasa dan penampilan produk yang keduanya berpengaruh kuat terhadap konsumen (mean 3,9 dan 4,1). Biasanya rasa yang kurang manis kurang diminati, sehingga proses pengeringan dan kualitas pisang yang diolah perlu diberi perhatian khusus. Sedangkan kenampakan produk yang dalam hal ini bentuk dari sale pisang, konsumen banyak menginginkan sale pisang yang penampilannya baik dan hal ini sangat tergantung pada selera konsumen.

Tabel 7. Nilai mean dan standar deviasi faktor yang berpengaruh terhadap kesinambungan pemasaran.

Faktor	N	MIN	MAX	MEAN	STDEV
Harga	14	3	5	4.07143	0.82874
Distribusi	14	1	5	3.28571	1.26665
Promosi	14	1	5	3.00000	1.10940
Musim	14	3	5	4.64286	0.63332

Semua pengusaha sale pisang menginginkan kesinambungan dari pemasaran produknya. Kesinambungan pemasaran identik dengan keberhasilan dari suatu usaha. Oleh karena itu perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesinambungan pemasaran diantaranya adalah harga, distribusi, promosi dan musim. Pada **Tabel 7** ditunjukkan bahwa harga berpengaruh kuat terhadap kesinambungan pemasaran. Bila dikaitkan dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen maka umumnya harga murah lebih disukai konsumen. Semakin banyak konsumen yang berminat terhadap produk tersebut berarti semakin lama kesinambungan pemasarannya. Faktor saluran distribusi dan promosi cukup berpengaruh, dimana sebagian pengusaha menganggap kedua faktor tersebut sedikit berpengaruh terhadap kesinambungan pemasaran, karena walaupun mereka tidak melakukan promosi, produk tetap laku dan dari sisi saluran distribusi ada yang hanya menjual produknya langsung ke konsumen dan mereka beranggapan cara tersebut sudah cukup baik untuk pemasaran produk. Faktor musim sangat berpengaruh terhadap kesinambungan produk (nilai mean 4,6), biasanya menjelang hari raya dan hari libur permintaan sale pisang meningkat.



Gambar 13. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persaingan sale pisang

Persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam pemasaran suatu produk. Menurut Kottler (1997) suatu perusahaan harus membandingkan secara teratur produk, harga, saluran dan promosi mereka yang dimiliki para pesaing. Berdasarkan **Gambar 13** ditunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha menyatakan bahwa harga sangat berpengaruh (86%), kualitas (71%), penyediaan bahan baku (64%) dan teknologi (14%). Kondisi ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas sangat berpengaruh terhadap persaingan hal ini terkait dengan kesinambungan pemasaran, umumnya konsumen lebih menyukai produk berkualitas tinggi dengan harga murah. Sedangkan teknologi hanya mempunyai prosentase yang relatif rendah karena teknologi yang digunakan umumnya sama.

4.5 Kebijakan yang dilakukan pemerintah

Tabel 8. Nilai mean dan standart deviasi kebijakan yang dilakukan pemerintah

	N	MIN	MAX	MEAN	STDEV
Pengemb. agroindustri	12	3	4	3,71429	0,48795
Transportasi	12	2	5	3,75000	0,86603
Perijinan	12	2	5	3,33333	0,88763
Upah minimum	12	3	4	3,08333	0,28868
Penerapan Teknologi	12	3	4	3,71429	0,48795
Peraturan ttg Kualitas	12	3	4	3,09091	0,30151
Merek	12	2	4	3,00000	0,63246
Pajak	12	2	3	2,88889	0,33333
Kredit	12	2	4	2,71429	0,75593
Limbah	12	2	4	3,00000	0,50000
Kegiatan/pelatihan	12	3	5	4,00000	0,63246

Berdasarkan **Tabel 8** dapat diketahui bahwa pemerintah menerapkan beberapa kebijakan yang berhubungan dengan industri guna memajukan sektor agroindustri yang meliputi perencanaan pengembangan agroindustri dengan potensi daerah sudah sesuai (3.714), ketersediaan fasilitas penunjang sudah baik (3.75), registrasi, masalah administrasi dan perijinan usaha cukup mudah (3.33), upah minimum yang telah ditetapkan sudah sesuai dengan kemampuan pengusaha (3.08), penerapan informasi dan teknologi berdasarkan kebutuhan sudah tepat (3.71), peraturan tentang kualitas tidak terlalu ketat (3.09), peraturan tentang merk, promosi dan label cukup ketat (3.00), pajak yang berlaku tidak terlalu tinggi (2.89), kredit bank cukup rendah (2.71), peraturan tentang limbah dan polusi sudah sesuai (3.00), dan kegiatan pelatihan yang diselenggarakan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi (4.00). Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah sudah dapat diterima oleh pihak pengusaha sehingga mereka tidak kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Namun demikian banyak kebijakan pemerintah yang tidak diperhatikan oleh pengusaha, karena pada dasarnya mereka lebih mementingkan kelancaran usahanya daripada melaksanakan kebijakan pemerintah. Hal ini mungkin disebabkan kurangnya sosialisasi kebijakan oleh pemerintah.

4.6 Analisis Kelayakan Usaha

Dalam menganalisa kelayakan industri sale pisang ada beberapa kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kriteria NPV (Net Present Value) dan IRR (Internal Rate Of Return). Kriteria ini digunakan untuk mengetahui apakah industri tersebut layak diteruskan atau tidak. Dalam analisis NPV dan IRR dari industri tersebut digunakan jangka waktu lima tahun dan tingkat bunga 18% (sesuai tingkat bunga bank saat ini).

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan terhadap industri sale pisang di Banyuwangi dapat dikatakan bahwa semua industri sale pisang baik yang tergolong industri rumah tangga, industri kecil maupun industri sedang layak untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat pada Lampiran 7, dimana untuk semua industri sale pisang di Banyuwangi nilai NPV lebih besar dari nol. Nilai NPV

yang terbesar dimiliki oleh industri “Pisang Mas” karena industri pisang mas dapat mengefisiensi biaya produksi sehingga keuntungan yang diperoleh lebih besar.

Analisis kelayakan industri sale pisang juga dilakukan dengan metode IRR. Dari lampiran 7 terlihat bahwa nilai IRR untuk semua industri sale pisang lebih besar dari 25%. Menurut Kadariah (1978) jika ternyata IRR daripada suatu proyek sama dengan nilai i yang berlaku sebagai social discount rate maka NPV dari proyek itu adalah sebesar nol. Jika IRR lebih besar dari social discount rate berarti NPV lebih besar dari nol. Oleh karena itu jika suatu nilai IRR yang lebih besar dari atau sama dengan Sosial Discount Rate menandakan tanda “GO” untuk suatu proyek. Hal ini berarti bahwa semua industri sale pisang di Banyuwangi tersebut “GO” dalam artian usaha tersebut layak untuk terus dikembangkan karena usaha tersebut tidak mengalami kerugian.

Dari kedua hasil analisis kriteria investasi (NPV dan IRR) maka dapat disimpulkan bahwa usaha yang dijalankan oleh industri sale pisang yang ada di Banyuwangi layak untuk terus dikembangkan.

4.7 Analisis Sensitivitas

Hasil analisis sensitivitas 14 industri sale pisang di Banyuwangi terhadap nilai NPV dapat dilihat pada Tabel 9. Pada Tabel 9 terlihat bahwa sebagian industri sale pisang mengalami nilai NPV negatif jika terjadi penurunan penjualan mulai 10% dari semula dan kenaikan biaya mulai 10% dari biaya semula. Misalnya pada industri Lowo, Laros, Podoroso, Mantab, Bangau Terbang dan Anita. Hal ini menunjukkan biaya dan penjualan sangat sensitif dan ini perlu adanya antisipasi dari pengusaha-pengusaha sale tersebut agar penjualan maupun biaya diupayakan agar tetap konstan atau dengan meningkatkan penjualan yaitu menaikkan jumlah produk yang dijual dan menaikkan harga produk. Untuk biaya maka perlu ditekan agar nantinya biaya dapat seminim mungkin misalnya untuk biaya tenaga kerja, biaya bahan baku dan biaya bahan substitusi.

Selain itu ada beberapa industri yang hanya mengalami NPV negatif jika terjadi penurunan penjualan pada tingkat perubahan diatas 30% dan kenaikan

biaya pada tingkat perubahan diatas 50% misalnya pada industri Pisang Mas, Raja dan Ambon. Hal ini menunjukkan bahwa pada industri-industri tersebut memiliki tingkat perubahan yang lebih luas, maksudnya bila terjadi penurunan penjualan dengan tingkat perubahan sebesar 10% industri tersebut masih memiliki kecenderungan untuk tetap terus berkembang walaupun keuntungan yang dihasilkan lebih rendah dari sebelumnya.

Tabel 9. Hasil analisis sensitivitas 14 industri sale pisang di Banyuwangi terhadap nilai NPV.

Nama Produk	TK.Sens. NPV thd				NPV Negatif jika	
	IA	LB	PJ	BI		
1. Gandrung	1	2	4	4	PJ (T) 30%	BI (N) 40%
2. Laros	1	1	4	4	PJ (T) 10%	BI (N) 10%
3. Tawon	1	2	4	4	PJ (T) 10%	BI (N) 30%
4. Lowo	1	2	4	4	PJ (T) 10%	BI (N) 10%
5. Pisang Mas	1	2	3	3	PJ (T) 30%	BI (N) 50%
6. Anggrek	1	1	4	4	PJ (T) 30%	BI (N) 30%
7. Podoroso	1	1	4	4	PJ (T) 10%	BI (N) 10%
8. Mantab	1	1	4	3	PJ (T) 10%	BI (N) 10%
9. Anita	1	1	4	4	PJ (T) 10%	BI (N) 10%
10. Manalagi	1	2	3	3	PJ (T) 10%	BI (N) 30%
11. Bangau Terbang	1	2	3	3	PJ (T) 10%	BI (N) 10%
12. Kenanga	1	2	4	4	PJ (T) 30%	BI (N) 30%
13. Raja	1	2	4	3	PJ (T) 30%	BI (N) 50%
14. Ambon	1	2	4	3	PJ (T) 30%	BI (N) 50%
Rata-rata	1	1.6	3.8	3.6		

Keterangan:

Nilai 4 = sangat sensitif

Nilai 3 = sensitif

Nilai 2 = agak sensitif

Nilai 1 = tidak sensitif

(T) = Penurunan

IA = Investasi Awal

LB = Keuntungan

PJ = Penjualan

BI = Total Biaya

(N) = Kenaikkan

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas tersebut maka dapat ditentukan variabel kritis yang berdampak pada perkembangan agroindustri sale pisang diantaranya volume penjualan, harga produk, biaya tenaga kerja, biaya bahan baku dan biaya bahan substitusi.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “ Studi Agroindustri pada Pengolahan Sale Pisang di Kabupaten Banyuwangi” dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebagian besar agrindustri sale pisang di Banyuwangi tergolong industri rumah tangga (50%) dengan ciri-ciri investasi relatif kecil, modal kerja yang digunakan mengandalkan modal sendiri, tenaga kerja yang digunakan sedikit dan tidak memerlukan keahlian yang khusus.
2. Pada umumnya kualitas, kuantitas, dan kelancaran bahan baku yang diperoleh oleh pengusaha sale pisang di Banyuwangi cukup baik. Akan tetapi hal ini tidak terlepas dari persaingan yang kuat. Dalam hal penanganan, sebagian ada yang memperhatikan dan ada pula yang kurang memperhatikan.
3. Peralatan yang digunakan dalam produksi dan operasi sale pisang sangat sederhana. Kendala yang banyak dihadapi oleh pengusaha sale pisang yaitu terbatasnya modal (79%) dan tempat produksi (71%). Permintaan pasar banyak berpengaruh terhadap pengoptimalan bahan baku (71%). Adanya lokasi yang sesuai, pengawasan yang dilakukan dan pelatihan yang diikuti dapat menunjang kelancaran proses pengolahan sale pisang ini.
4. Saluran pemasaran yang banyak dilakukan oleh pengusaha sale pisang yaitu melalui toko (86%) dan penjualan secara langsung (86%). Perbedaan harga produk menjadi permasalahan dalam pemasaran sale pisang dimana hal ini berhubungan dengan penerimaan konsumen terhadap sale pisang. Musim berpengaruh sangat kuat terhadap kesinambungan pemasaran.
5. Hampir semua kebijakan yang dilakukan pemerintah dapat diterima oleh pengusaha sale pisang dan kebijakan-kebijakan tersebut tidak menyulitkan mereka untuk terus meningkatkan usahanya.

6. Dari hasil analisis kriteria investasi (NPV dan IRR) dapat diketahui bahwa semua agroindustri sale pisang di Banyuwangi layak untuk terus dikembangkan (NPV > 0 dan untuk IRR > 18%).
7. Dari hasil analisis sensitivitas dapat diketahui variabel kritis kelayakan sale pisang dipengaruhi oleh biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, biaya bahan substitusi, volume penjualan dan harga produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian Studi Agroindustri pada Pengolahan Sale Pisang di Kabupaten Banyuwangi dapat di berikan saran sebagai berikut :

1. Untuk mengatasi minimnya modal maka perlu mengupayakan kemudahan fasilitas perbankan serta mengalokasikan program-program pembinaan dari pemerintah.
2. Untuk mengantisipasi persaingan yang cukup kuat dalam memperoleh bahan baku maka perlu adanya diversifikasi penggunaan bahan baku (mengurangi ketergantungan pisang ambon sebagai bahan baku utama).
3. Untuk meningkatkan dan menyeragamkan kualitas produk sejalan dengan tuntutan konsumen, diperlukan adanya standardisasi kualitas yang tercakup di dalam kebijaksanaan dan langkah-langkah pembinaan yang terprogram secara jelas.
4. Perlu terbentuknya organisasi yang bersifat kooperatif (seperti: koperasi, yayasan dan badan-badan kerjasama lainnya) yang dapat mewedahi, menampung, menyalurkan dan memperjuangkan kepentingan para pengusaha agroindustri sale pisang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. 1993. *Pasar Global Agroindustri*. Jakarta: Bangkit.
- Anonim. 1993. *Teknologi dan Industri: Pembelajaran dan Pengaplikasian Organisasi Teknologi*. Indonesia: BPPT.
- _____. 1995. *Statistik Indonesia Besar dan Sedang*. Jakarta : Biro Pusat Statistik.
- _____. 1997. *Prospek Pengembangan Agroindustri Sale Pisang*. Banyuwangi: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah,
- Austin E,J. 1981. *Agroindustrial Project Analysis*. Marylan, USA: The John Hopkins University Press.
- Buffa. *Manajemen Produksi/Operasi Modern*. 1994. Jakarta: Erlangga.
- Cahyono, B. 1996. *Pisang: Budidaya dan Analisis Usaha Tani*, Yogyakarta: Kanisius.
- Heddy. 1994. *Pengantar Produksi Tanaman dan Penanganan Pasca Panen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Husnan, S. dan Suwasono. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pencetakan (UPP) AMP YKPM.
- Kadariah. 1978. *Pengantar Evaluasi Proyek*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kottler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Dadi Kayana Abadi.
- Mubyarto. 1987. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES
- Munadjim. 1984. *Teknologi Pengolahan Pisang*. Jakarta : Gramedia.
- Rahardi, F. 1996. *Agribisnis Tanaman Buah*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rismunandar. 1986. *Bertanam Pisang*. Bandung: CV. Sinar Baru.
- Saraswati. 1993. *Membuat Sale dan Dodol Pisang*. Jakarta : Bhratara.

- Satari, G. 1989. *Strategi Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam Menunjang Pembangunan Agroindustri: Rumusan Simposium I Hasil Penelitian dan Pengembangan Tanaman Industri*. Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Industri.
- Satuhu, S. 1995. *Pisang Budidaya: Pengolahan dan Prospek Pasar*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Soehardjo. 1990. *Agroindustri: Bahan Penataran Dosen dalam Rangka Pembinaan Perguruan Tinggi Swasta*. Bogor: IPB.
- Soekartawi. 1996. *Pembangunan Pertanian*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- _____. 1997. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Susanto, T. 1998. *Peranan Universitas dalam Pembangunan Agroindustri di Indonesia*, Malang: Universitas Brawijaya.
- Wheston, J dan Brigham, E. 1991. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* : jilid Dua Edisi Ketujuh. Terjemahan oleh A. Q. Khalid dari *Essentials of Managerial Finance : Seventh Edition (1985)*. Jakarta: Airlangga.
- Wibowo R dan Januar,J. 1990. *Agroindustri: Strategi Pembangunan Pertanian Menyongsong Era Lepas Landas: Makalah Panel Himaseta*. Jember: Faperta Unej
- Widyastuti, W. 1993. *Beberapa Karakteristik dan Prospek Pengembangan Industri Kecil*, Jakarta: Aditya Media.
- Zachrawan N.W. 1984. *Bananas Chemistry Physiology and Technology*. New York : Interscience Publisher.

Lampiran 1.

PROFIL AGROINDUSTRI

No	NAMA PRODUK, KANDURUNG	KEPEMILIKAN	LOKASI	TH. PENDIRIAN	INVESTASI	PRODUK	TENAGA KERJA
1	GANDRUNG	Perorangan	Lateng- Bwi	1994	4214700 (50%p, 50%B)	S.goreng & s.pres	6 orang
2	LAROS	Perorangan	Lateng- Bwi	1997	1404900 (100% P)	Sale goreng	2 orang
3	TAWON	Perorangan	Banjarsari-Glagah	1992	2809800 (100%P)	Sale goreng	2 orang
4	LOWG	Perorangan	Songgon	1984	50000000 (70%p, 30%K)	Sale pres	30 orang
5	PIS. MAS	Perorangan	Klatak-Kalipuro	1983	27464000 (100%p)	Sale pres	20 orang
6	ANGGREK	Perorangan	Klatak-Kalipuro	1992	24760000 (80%P, 20%K)	S.goreng & s.pres	8 orang
7	PODO ROSO	Perorangan	Bakungan-Glagah	1992	2107350 (100%P)	Sale goreng	3 orang
8	MANTAB	Perorangan	Sobe-Banyuwangi	1990	3105800 (100%P)	Sale goreng	10 orang
9	ANITA	Perorangan	Kebalenen-Bwi	1996	2809800 (35%P, 65%K)	Sale goreng	4 orang
10	MANALAGI	Perorangan	Bakungan-Glagah	1994	2107350 (100%p)	Sale goreng	4 orang
11	B. TERBANG	Kelompok	Bangorejo	1995	26434500 (50%p, 50%b)	S.goreng & s.pres	8 orang
12	KENANGA	Perorangan	Lateng-Bwi	1995	2643450(100%P)	S.goreng & s.pres	10 orang
13	RAJA	Perorangan	Bl.Agung-P.sanggar	1988	2809800 (100%)	S.goreng & s.pres	3 orang
14	AMBON	Perorangan	Siliragung-P.sanggar	1990	4212700 (100%P)	S.goreng & s.pres	4 orang

Lampiran 2.

ASPEK BAHAN BAKU

No.	Keterangan	GDR	LRS	TWN	LOWO	PMS	AGR	PDRS	MTB	ANT	MNLG	BTRB	KNG	RAJA	AMBN
1	Pemenuhan Bahan Baku	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
	a. Pasar	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	b. Kontrak	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. Milik sendiri	-	-	-	-	-	V	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Informasi untuk memperoleh bahan baku	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
	a. Pasar	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	b. Pedagang langsung	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. Petani	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memperoleh bahan baku	5	3	4	5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3
	a. Jumlah Bahan Baku	5	5	3	5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
	b. Kualitas	4	4	3	5	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3
	c. Kelancaran	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	3	4	4	3
	d. Persaingan	5	4	3	1	1	2	1	2	2	3	3	4	2	3
	e. Penanganan dan transportasi	3	4	3	3	3	2	1	2	1	3	5	2	2	2
	e. Kerusakan selama penyimpanan														
4	Keterlibatan perantara dalam pemenuhan bahan baku	4	-	-	-	-	3	-	3	-	-	-	3	-	-
	a. Proses pembelian	4	-	-	-	-	3	-	3	-	-	-	3	-	-
	b. Penentuan harga	4	-	-	-	-	3	-	3	-	-	-	3	-	-
	c. Ketersediaan bahan baku	4	-	-	-	-	3	-	3	-	-	-	3	-	-

KETERANGAN

1. Sangat kurang
2. Kurang
3. Cukup
4. Baik
5. Sangat baik

ASPEK PRODUKSI DAN OPERASI

No.	Keterangan	GDR	LRS	TMN	LOWO	PMS	AGR	PDRS	MTB	ANT	MNLG	BTRB	KNG	RAJA	AMBEN
1	Cara memperoleh peralatan	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	-	V	V	V
	a. Cash	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	-	V	V	V
	b. Bantuan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. Pesanan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Permasalahan dalam pengolahan	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	-	V	V	V
	a.Modal	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	-	V	V	V
	b.Tempat	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	-	V	V	V
	c. Keterampilan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	d. Kepraktisan alat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Faktor lokasi dan kondisi pabrik	3	5	4	5	4	2	5	3	4	4	4	4	4	3
	a. Bahan baku	4	5	4	5	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3
	b. Pasar	4	5	4	5	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3
	c. Transportasi	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3
4	Penyebab penggunaan bb tidak max	-	V	-	-	V	-	-	-	-	-	-	-	V	V
	a. Biaya bb tinggi	-	V	-	-	V	-	-	-	-	-	-	-	V	V
	b. Jumlah bb terbatas	-	V	-	-	V	-	-	-	-	-	-	-	V	V
	c. Kelancaran bb	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	d. Tenaga kerja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	e. Permintaan pasar	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	f. Pengawasan produk	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Pengawasan produk	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
	a. Pengujian laboratorium	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
	b. Tingkat kontaminasi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. Suhu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	d. Komposisi kimia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	e. Kandungan gizi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	f. Pengemasan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Pelatihan yang pernah diikuti	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-
	a. penanganan bahan baku	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-
	b. penggunaan teknologi mesin/peralatan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. manajemen perusahaan	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-
	d. Organisasi	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-
	e. Perolehan modal	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-
	f. Pemasaran	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-
	g. Manajemen kualitas	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-	V	-

Keterangan:

- 1 = Sangat kurang
- 2 = Kurang
- 3 = Sedang
- 4 = Baik
- 5 = Sangat baik

ASPEK PEMASARAN

No.	Keterangan	GDR	LRS	TMN	LOWO	PMS	AGR	FDR's	NITE	ANT	MNLG	BTRB	KNG	RAJA	AMBN
1	Keterangan :														
	Daerah pemasaran :														
	a. Dalam kota	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
	b. Luar kota	V	V	-	V	V	V	V	-	-	V	-	V	V	V
	c. Luar propinsi	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Saluran pemasaran														
	a. Distributor	-	-	-	-	V	-	-	-	-	-	V	-	-	-
	b. Agen	-	-	-	-	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. Pasar	-	-	-	-	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	d. Supermarket	V	V	-	V	V	V	V	-	V	V	-	V	V	V
	e. Toko	V	V	V	V	V	V	V	-	V	V	-	V	V	V
	f. Hotel	V	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	g. Restoran	V	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	h. Konsumen langsung	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
	i. Perusahaan lain	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Penggunaan transportasi														
	a. Menyewa	V	-	V	-	-	V	-	-	-	V	-	-	-	-
	b. Milik pribadi	-	V	V	V	V	-	V	V	V	V	V	V	V	V
4	Permasalahan dalam pemasaran														
	a. Perbedaan harga	V	-	V	-	-	V	-	-	V	V	-	V	V	V
	b. Keterlambatan	-	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	c. Tidak ada	-	-	-	V	V	-	V	V	-	-	V	-	-	-
5	Faktor yang berpengaruh pada konsumen														
	a. Harga	5	5	5	2	3	3	4	3	5	5	4	5	4	4
	b. Kualitas	5	3	2	5	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4
	c. Merek	1	5	5	3	3	3	3	1	3	5	3	3	3	2
6	Kualitas produk yang berpengaruh pada konsumen														
	a. Kemasan	4	5	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	3
	b. Warna	3	5	4	5	5	2	3	3	3	4	4	3	3	2
	c. Rasa	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4
	d. Penampilan produk	5	5	4	5	5	4	3	3	-	-	-	3	-	-

Lampiran 5.

KEBIJAKAN PEMERINTAH

No.	Keterangan	GDR	LRS	TMN	LOWO	PMS	AGR	PDRS	MTB	ANT	MNLG	BTRB	KNG	RAJA	AMBN
1	Pengembangan agroindustri	4	-	4	3	4	4	-	-	-	4	3	-	-	3
2	Transportasi	5	5	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
3	Perijinan	5	3	4	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3
4	Upah minimum	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
5	Penerapan Teknologi	4	-	4	3	-	4	3	-	-	4	4	-	2	-
6	Peraturan tentang Kualitas	3	3	3	3	3	4	3	3	-	3	3	3	3	3
7	Merek	2	4	3	2	-	3	3	3	3	3	4	3	3	3
8	Pajak	3	-	3	3	3	3	3	-	-	3	2	3	2	2
9	Kredit	4	-	-	2	-	3	2	-	3	-	2	3	-	3
10	Limbah	3	3	-	2	3	3	3	3	-	-	4	3	3	3
11	Kegiatan/pelatihan	5	-	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3

Keterangan:

- 1 = Kurang
- 2 = Agak kurang
- 3 = Cukup
- 4 = Baik
- 5 = Sangat baik

LAMPIRAN 6

ANALISIS EKONOMI TIAP INDUSTRI

NAMA NO. PERUSAHAAN	INVESTASI AWAL	RATA-RATA PROD/BLN	HARGA PRODUK/Kg	UPAH/ORG	JUMLAH TNG KJ	JUMLAH BB(KG)	HARGA BB/KG	BIAYA LL/BLN
1 GANDRUNG	4214700	500	12000	5000	6	2500	700	1500000
2 LAROS	1404900	450	12000	4000	2	2250	1200	2250000
3 TAWON	2808800	500	10000	3000	2	2500	700	2500000
4 LOWO	50000000	2000	11000	6500	30	9000	1000	4500000
5 PISANG MAS	27464000	5000	12000	9000	20	28000	600	18000000
6 ANGGREK	24760000	4200	10000	7500	8	28000	1300	6000000
7 PODO ROSO	2107350	900	10000	4500	3	4500	1000	3600000
8 MANTAB	3105800	600	12000	4000	10	2500	1000	3000000
9 ANITA	2809800	450	11000	5000	4	2200	800	2250000
10 MANALAGI	2107350	500	10000	3000	4	3000	700	2000000
11 BANGAU TERBANG	26434500	1000	13000	5000	8	5000	800	6000000
12 KENANGA	2643450	500	12000	5000	10	2600	700	2000000
13 RAJA	2809800	450	12000	5000	3	2500	800	1350000
14 AMBON	4214700	500	11000	4500	4	2600	800	1500000

LAMPIRAN 7

PERHITUNGAN NPV dan IRR

NAMA NO. PRODUK	INVEST. AWAL	PENJ /BLN	BIAYA TNG KJ	BIAYA BB	BIAYA LAIN-LAIN	TOTAL BIAYA	K / TH	NPV	FAKTOR	IRR
1 GANDRUNG	4214700	6000000	900000	1875000	1500000	4275000	20700000	60514200	0,20361	> 25%
2 LAROS	1404900	5400000	240000	2700000	2250000	5190000	2520000	6475140	0,55750	> 25%
3 TAWON	2808800	5000000	180000	1750000	2500000	4430000	6840000	18579880	0,41064	> 25%
4 LOWO	50000000	22000000	5850000	9000000	4500000	19350000	31800000	49438600	1,57233	> 25%
5 PISANG MAS	27464000	54000000	5400000	16800000	18000000	40200000	165600000	490367200	0,16585	> 25%
6 ANGGREK	24760000	50000000	1800000	36400000	6000000	44200000	69600000	192879200	0,35575	> 25%
7 PODO ROSEO	2107350	9000000	405000	4500000	3600000	8505000	5940000	16467030	0,35477	> 25%
8 MANTAB	3105800	7200000	1200000	2500000	3000000	6700000	6000000	15656200	0,51763	> 25%
9 ANITA	2809800	4950000	600000	1760000	2250000	4610000	4080000	9948360	0,68868	> 25%
10 MANALAGI	2107350	5000000	360000	2100000	2000000	4460000	6480000	18155610	0,32521	> 25%
11 BANGAU	26434500	13000000	1200000	4000000	6000000	11200000	21600000	41108700	1,22382	> 25%
12 KENANGA	2643450	6000000	1500000	1820000	2000000	5320000	8160000	22872870	0,32395	> 25%
13 RAJA	2809800	5400000	450000	2000000	1350000	3800000	19200000	57228600	0,14634	> 25%
14 AMBON	4214700	5500000	540000	2080000	1500000	4120000	16560000	47568420	0,25451	> 25%

Keterangan :

PENJ / BLN = VOL. PENJ. X HARGA PRODUK

BIAYA BB = JUMLAH BB PER BLN X HARGA PER KG

BIAYA LL = BIAYA BHN SUBSTITUSI + BIAYA PENGEMAS

K / THN = PENJ/BLN - BIAYA LL/BL X 12

NPV = - INVES + K/THN (P/A, 18%, 5)

FAKTOR = INVES / K

Faktor untuk (P/A, 15%, 5) = 3,352

Faktor untuk (P/A, 18%, 5) = 3,127

Faktor untuk (P/A, 25%, 5) = 2,6893

AMPIRAN 8

ANALISIS SENSITIVITAS

"GANDRUNG"					"MANTAB"				
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	58406850	92878650	173086200	-19693350	50%	14103300	25037200	150742600	-110049200
30%	59249790	79932870	128057400	12389670	30%	14724460	21284800	96708040	-59767040
10%	60092730	66987090	83028600	44472690	10%	15345620	17532400	42673480	-9484880
0%	60514200	60514200	60514200	60514200	0%	15656200	15656200	15656200	15656200
10%	60935670	54041310	37999800	76555710	-10%	15966780	13780000	-11361080	40797280
-30%	61778610	41095530	-7029000	108638730	-30%	16587940	10027600	-65395640	91079440
50%	62621550	26149750	-52057800	140721750	-50%	17209100	6275200	-119430200	141361600

"LAROS"					"ANITA"				
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	5772690	10415160	107789940	-90899640	50%	8543460	16327440	102820260	-76544460
30%	6053670	8839152	67264020	-51949728	30%	9105420	13775808	65671500	-41947332
10%	6334650	7263144	26738100	-12999816	10%	9667380	11224176	28522740	-7350204
0%	6475140	6475140	6475140	6475140	0%	9948360	9948360	9948360	9948360
-10%	6615630	5687136	-13787820	25950096	-10%	10229340	8672544	-8626020	27246924
30%	6896610	4111128	-54313740	64900008	-30%	10791300	6120912	-45774780	61844052
50%	7177590	2535120	-94839660	103849920	-50%	11353260	3569280	-82923540	96441180

"TAWON"					"MANALAGI"				
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	17175480	29274220	112389880	-64535780	50%	17101935	28287090	111965610	-65522910
30%	17737240	24996484	74865880	-31289516	30%	17523405	24234498	74441610	-32051502
10%	18299000	20718748	37341880	1956748	10%	17944875	20181906	36917610	1419906
0%	18579880	18579880	18579880	18579880	0%	18155610	18155610	18155610	18155610
10%	18860760	16441012	-182120	35203012	-10%	18366345	16129314	-606390	34891314
-30%	19422520	12163276	-37706120	68449276	-30%	18787815	12076722	-38130390	68362722
50%	19984280	7885540	-75230120	101695540	-50%	19209285	8024130	-75654390	101834130

"LOWO"					"BANGAU TERBANG"				
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	24438600	99157900	462202600	-313606100	50%	27891450	74880300	285014700	-169025700
30%	34438600	79270180	297097000	-168388220	30%	33178350	61371660	187452300	-84971940
10%	44438600	59382460	131991400	-23170340	10%	38465250	47863020	89889900	-918180
0%	49438600	49438600	49438600	49438600	0%	41108700	41108700	41108700	41108700
-10%	54438600	39494740	-33114200	122047540	-10%	43752150	34354380	-7672500	83135580
-30%	64438600	19607020	-198219800	267265420	-30%	49039050	20845740	-105234900	167189340
50%	74438600	-280700	-363325400	412483300	-50%	54325950	7337100	-202797300	251243100

LANJUTAN LAMPIRAN 8

"PISANG MAS"				"KENANGA"					
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	476635200	749282800	1503515200	-263865200	50%	21551145	35631030	135444870	-76940970
30%	482128000	645716560	1098256000	37827760	30%	22079835	30527766	90416070	-37015434
10%	487620800	542150320	692996800	339520720	10%	22608525	25424502	45387270	2910102
0%	490367200	490367200	490367200	490367200	0%	22872870	22872870	22872870	22872870
10%	493113600	438584080	287737600	641213680	-10%	23137215	20321238	358470	42835638
30%	498606400	335017840	-117521600	942906640	-30%	23665905	15217974	-44670330	82761174
50%	504099200	231451600	-522780800	1244599600	-50%	24194595	10114710	-89699130	122686710

"ANGGREK"				"RAJA"					
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	180499200	301698800	1130979200	-636401200	50%	55823700	87247800	158543400	-14067000
30%	185451200	258170960	755739200	-304689040	30%	56385660	75240120	118017480	14451240
10%	190403200	214643120	380499200	27023120	10%	56947620	63232440	77491560	42969480
0%	192879200	192879200	192879200	192879200	0%	57228600	57228600	57228600	57228600
10%	195355200	171115280	5259200	358735280	-10%	57509580	51224760	36965640	71487720
30%	200307200	127587440	-369980800	690447440	-30%	58071540	39217080	-3560280	100005960
50%	205259200	84059600	-745220800	1022159600	-50%	58633500	27209400	-44086200	128524200

"PODO ROSO"				"AMBON"					
PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA	PER	INVESTASI	KEUNT.	PENJ.	BIAYA
50%	15413355	25754220	185325030	-143103780	50%	45461070	73459980	150759420	-29731020
30%	15834825	22039344	117781830	-79275456	30%	46304010	63103356	109483020	1188756
10%	16256295	18324468	50238630	-15447132	10%	47146950	52746732	68206620	32108532
0%	16467030	16467030	16467030	16467030	0%	47568420	47568420	47568420	47568420
10%	16677765	14609592	-17304570	48381192	-10%	47989890	42390108	26930220	63028308
30%	17099235	10894716	-84847770	112209516	-30%	48832830	32033484	-14346180	93948084
50%	17520705	7179840	-152390970	176037840	-50%	49675770	21676860	-55622580	124867860

KETERANGAN :

NPV = -1INVESTASI + KEUNTUNGAN / TH (P/A, 18%, 5)

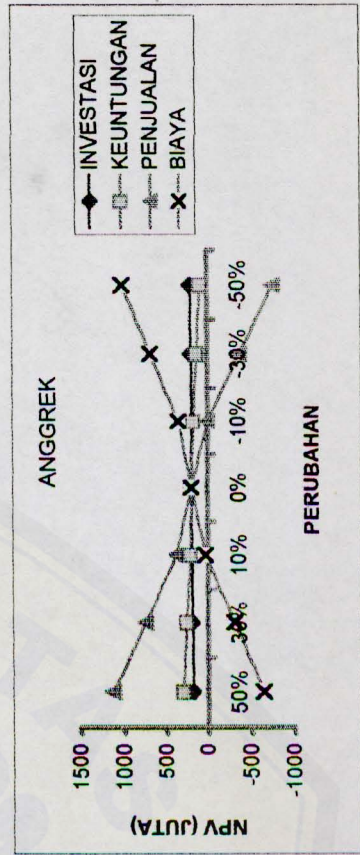
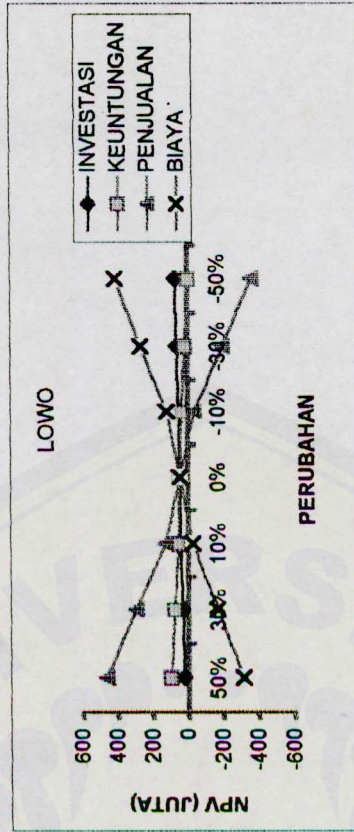
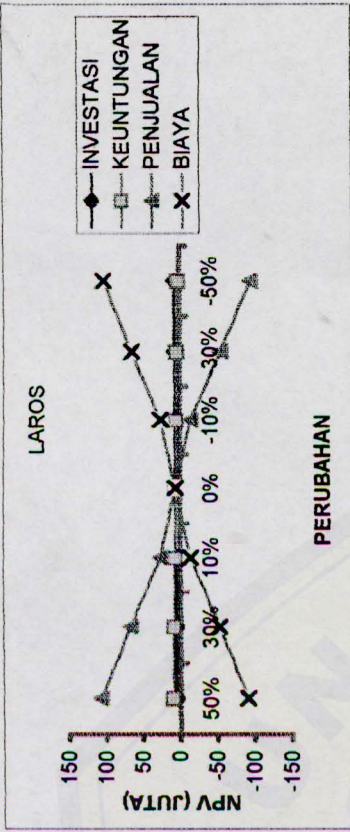
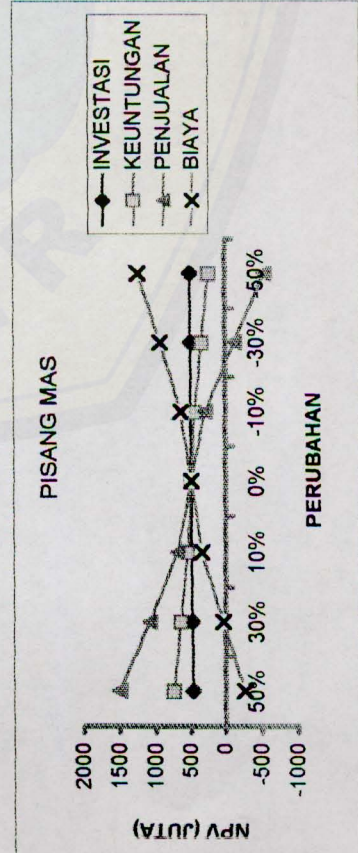
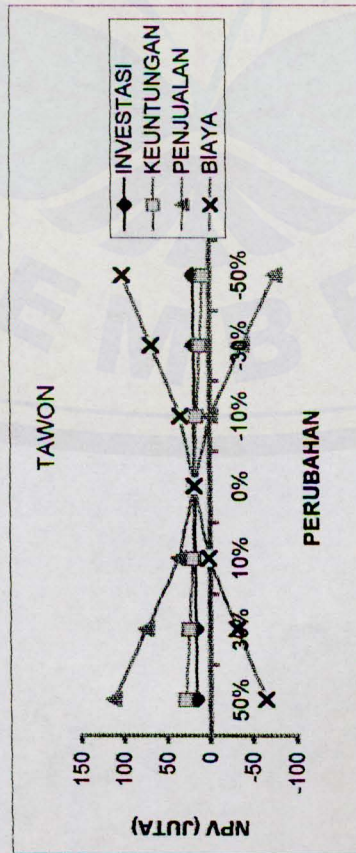
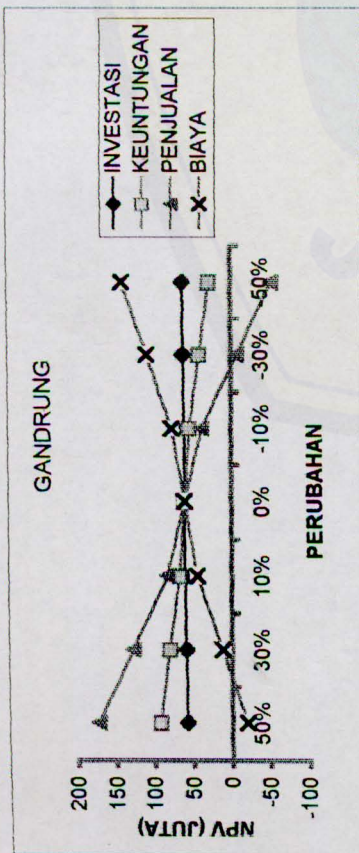
PER : TINGKAT PERUBAHAN

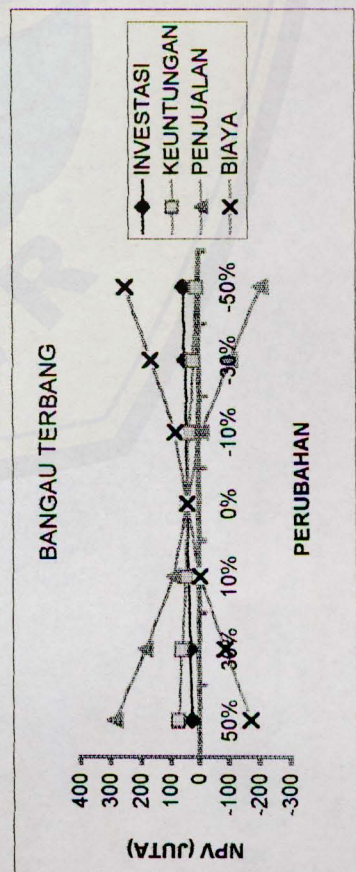
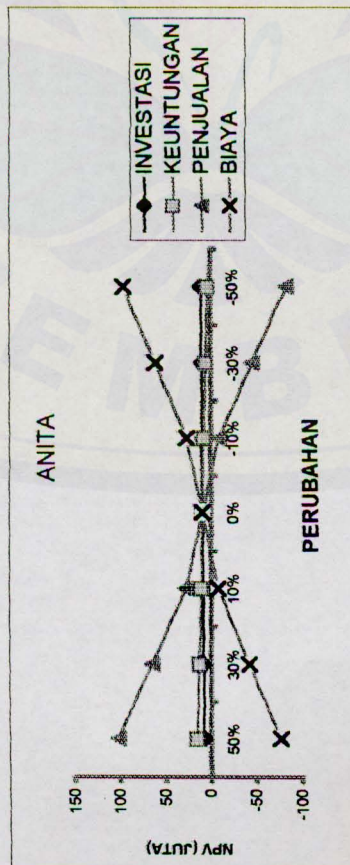
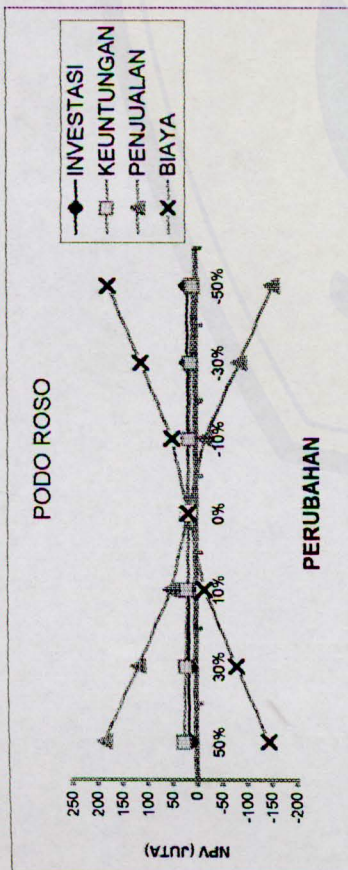
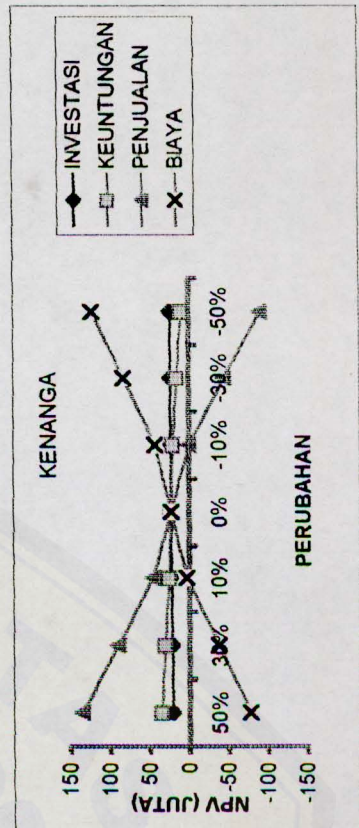
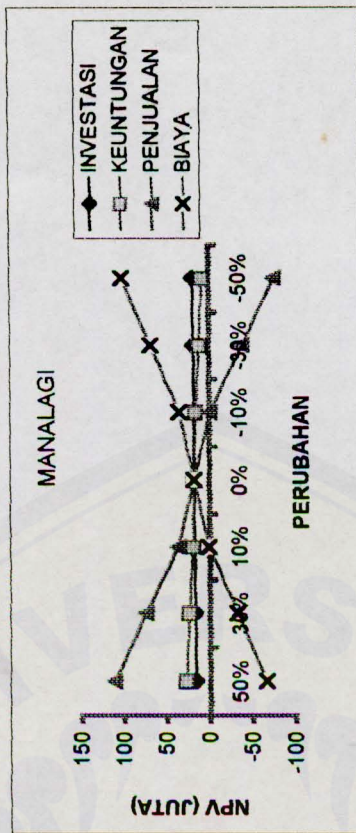
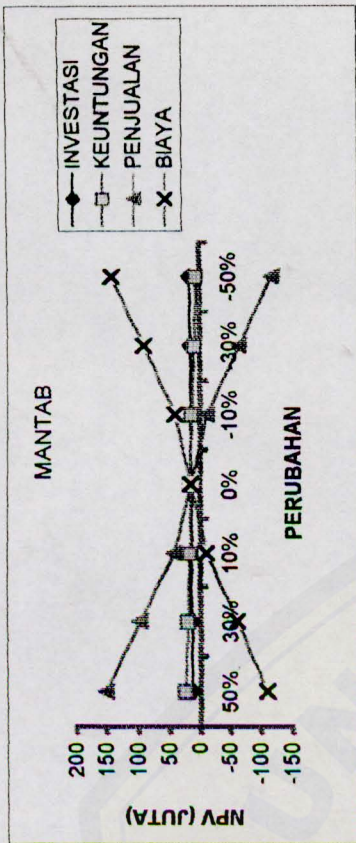
KEUNT. : KEUNTUNGAN

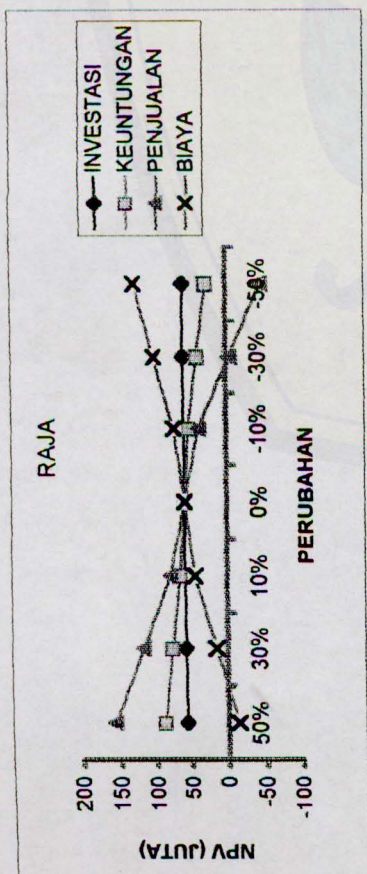
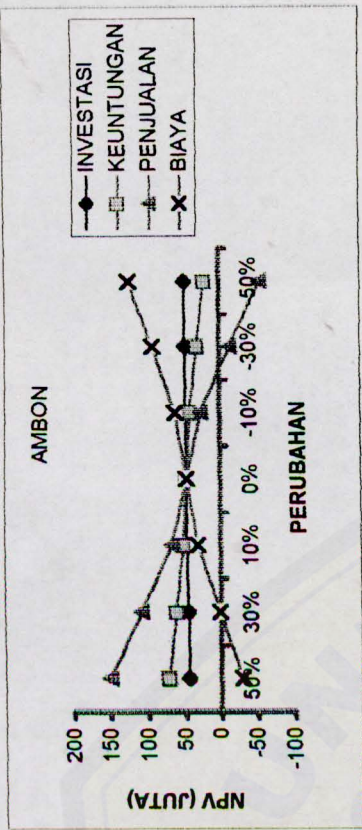
PENJ. : PENJUALAN

GRAFIK ANALISIS SENSITIVITAS

LAMPIRAN 9







LAMPIRAN 10

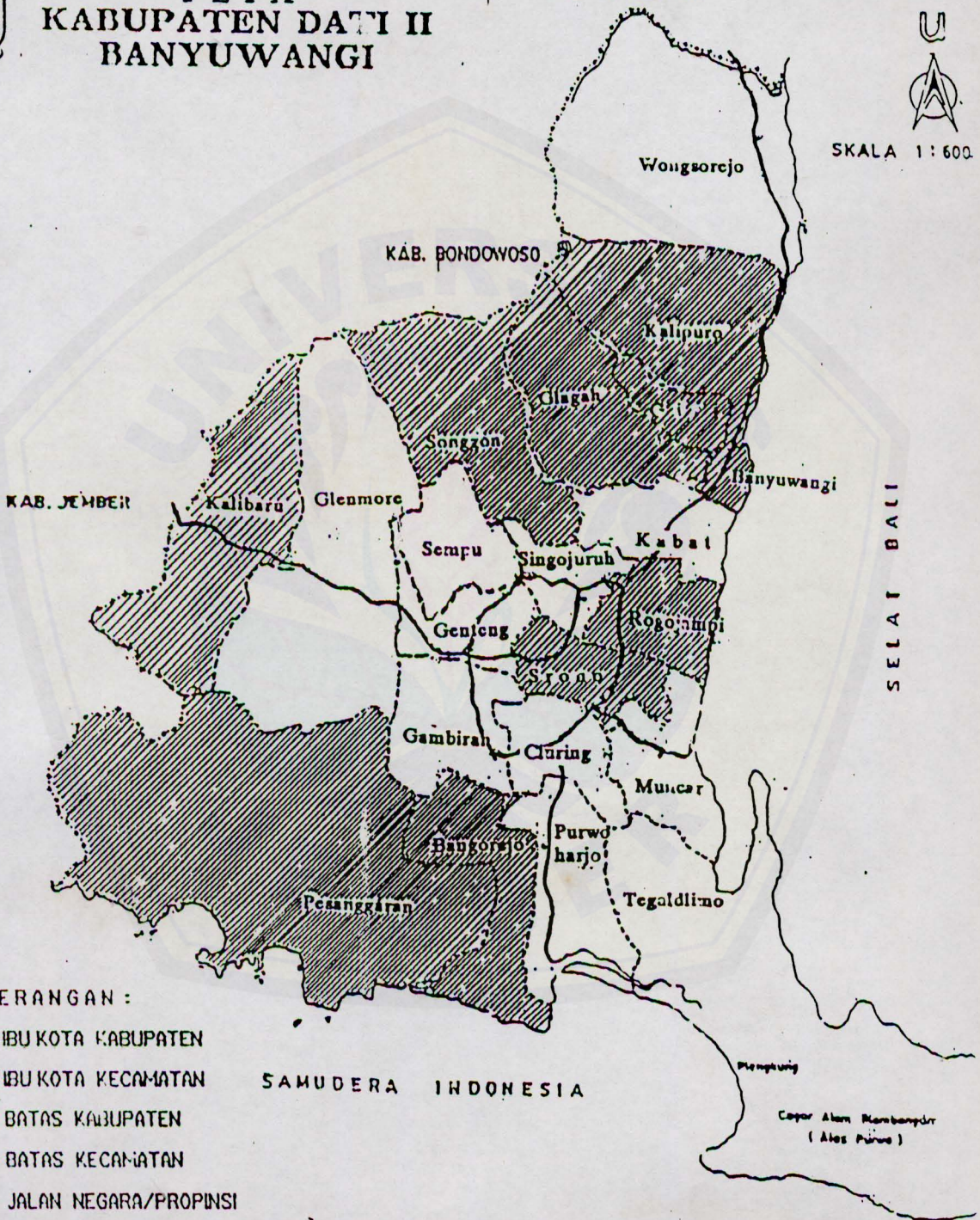


PETA KABUPATEN DATI II BANYUWANGI

KAB. SITUBONDO



SKALA 1 : 600.

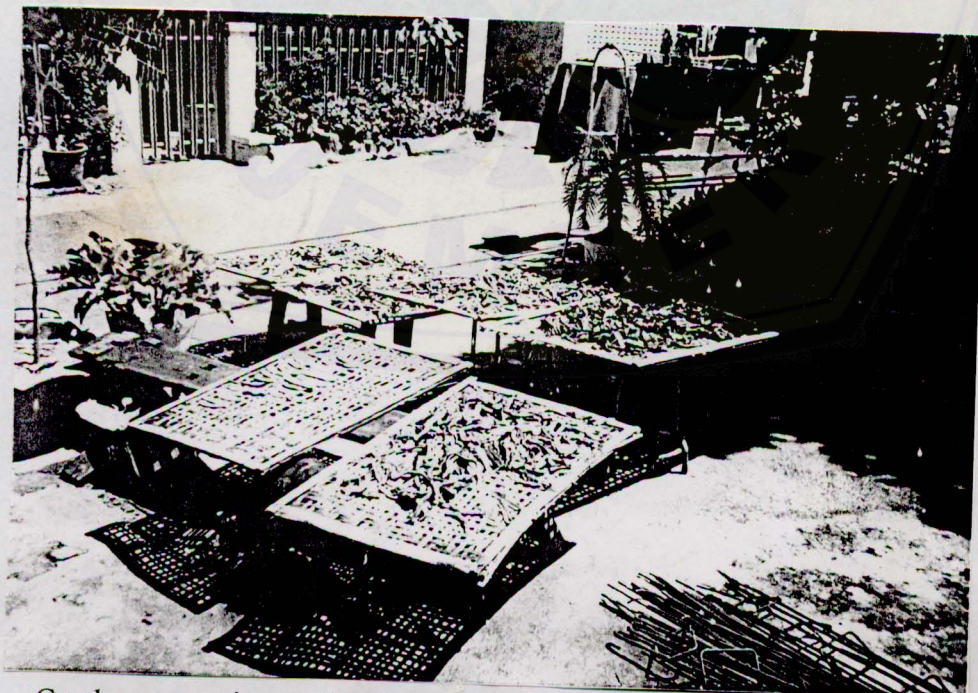


Lampiran 11

Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Gambar bahan baku setelah dibeli dari Pasar

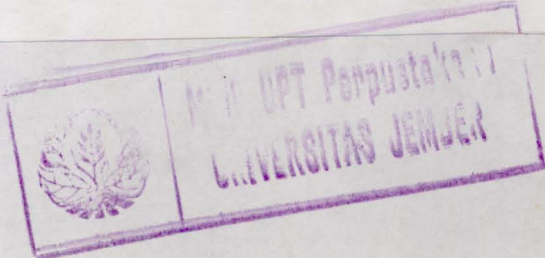


Gambar pengeringan Sale Pisang



Gambar pengemasan sale pisang goreng

Gambar ini menunjukkan salah satu tahapan dalam proses pengolahan pisang goreng, yaitu pengemasan sale pisang goreng.



Kuesioner Profil Perusahaan

Surveyor: _____ Tgl wawancara: _____

Nama Responden: _____

Nama Perusahaan: _____

Nama Produk: _____

Alamat lengkap perusahaan: _____

Telp/fax : _____

Nama pemilik : _____

Kepemilikan : perorangan [] kelompok [] pemerintah []

Investasi perorangan, : _____

Credit bank dan bantuan dlm %

Berdiri/beroperasi sejak : _____

Produk yg dihasilkan : _____

Jumlah tenaga kerja : _____ orang

Terampil/pendidikan : _____ orang

Non pendidikan : _____ orang

Tehnologi yang digunakan : _____

(mesin, alat, proses dll) _____

Katagory industri/perush : _____ kecil, _____ sedang, _____ besar

Jumlah rata2 produksi/th : _____

Pemenuhan kapasitas rata2:

Bahan baku : _____ kg, ton / bulan, tahun

Produk jadi : _____ kg, ton / bulan, tahun

Lingkup Pemasaran : _____

(dalam kecamatan, kabupaten, propinsi, atau ekspor)

Kuesioner

Surveyor: _____

Tgl wawancara: _____

Nama Responden: _____

Nama Perusahaan: _____

Nama Produk: _____

Mohon diisikan tanda silang (x) pada tanda [] sesuai dengan pilihan anda, dan pilihan boleh lebih dari satu.

Bahan baku

1. Bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan bahan baku?
 membeli dr pasar memiliki sendiri [] sistem kontrak [] cara lain (sebutkan)
 jika membeli dipasar, : sekitar kecamatan [] dalam kota [] luar kota []
- ◆ Bila menggunakan kontrak, apakah memungkinkan untuk menjaga harga lebih rendah? Ya [] Tidak []
- ◆ Jika ya, kontrak juga menyangkut penentuan kualitas [], jumlah, pengiriman [], bantuan teknis []? _____
- ◆ Bagaimana penentuan harga dalam kontrak? Berdasarkan: tingkat kemasakan [] Jumlah pembelian [] waktu pembelian [] kualitas bahan []
- ◆ Berapa lama biasanya kontrak dilakukan? _____ bulan / tahun
- ◆ Apakah bahan baku juga dikonsumsi dalam bentuk segar? Ya [] Tidak []
 Jiika ya, mana yang lebih banyak dijual dipasar: bentuk segar [] bentuk olahan []

2. Produk jadi apa saja yang anda dihasilkan dari bahan baku ini?

prioritas produk (unit/kg)	Jumlah bahan baku (kg)

- ◆ Berapa harga bahan baku per kg? Rp _____ per kg

♦ Apakah terdapat perbedaan harga bahan baku dalam penggunaan ini?

Ya tidak

3. Bagaimana faktor-faktor bahan baku dibawah ini dalam industri?

Isikan tanda silang pada tabel.

Faktor	Sangat baik	baik	cukup	kurang	Sangat kurang
jumlah bahan baku.					
kualitas					
kelancaran					

Menurut anda permasalahan apa yang umum terjadi pada faktor tersebut?

Jumlah bahan baku	kualitas	kelancaran

4. Bagaimana persaingan dalam pemenuhan bahan baku dalam industri?

Sangat kuat kuat sedang lemah sangat lemah

♦ Bagaimana anda memperoleh informasi bahan baku? Di pasar dari teman

Dari perantara (pengepul) pedagang langsung dari petani

♦ Barapa perusahaan yang anda tahu, membeli bahan baku yang sama?

♦ Bagaimana daya beli mereka dibandingkan yang lain?

Jauh lebih kuat lebih kuat sama lebih lemah jauh lebih lemah

(berdasarkan pada jumlah, harga, area, jumlah pemasok)

5. Seberapa jauh industri anda memperhatikan kualitas?

Sangat kuat kuat sedang lemah sangat lemah

Sangat kuat, bila benar-benar menerima atau menolak bahan baku, berdasarkan standart yang berlaku.

Kuat, bila tidak terlalu mutlak tetapi tetap memperhatikan kualitas.

Sedang, bila merima atau menolak dapat di tentukan (negosiasi) oleh harga.

9. Apakah ada perantara (makelar) yang terlibat pada beberapa kegiatan di pasar bahan baku? Jika ya, seberapa jauh mereka terlibat?

Kegiatan	Sangat kuat	Kuat	Sedang	Lemah	Sangat lemah
Proses Pembelian	Menentukan tempat, waktu, kualitas, transportasi	Perush sedikit terlibat	Sama-sama terlibat	Lebih banyak pada perush dipd perantara	Ditentukan semua oleh perush
Penentuan harga	Ditentukan oleh perantara	Tidak banyak menentukan	Sama-sama menentukan	Perush lebih banyak menentukan	Ditentukan oleh perush
Ketersediaan bahan baku	Jumlah, area, petani, supplier, order	Perush sedikit terlibat	Seimbang	Perush lebih banyak terlibat	Perush terlibat penuh

10. Apakah terdapat organisasi para penyedia bahan baku (supplier)?

Ya [] tidak []

Jika ya, apakah tujuan dan kegiatannya?

◆ Dapatkah berfungsi sebagai alat komunikasi antara petani dan perusahaan?

◆ Apakah juga berfungsi mengawasi kualitas?

◆ Apakah hambatan dari organisasi ini?

◆ Jika tidak ada organisasinya, menurut anda, permasalahan apa penyebabnya?

Kuesioner

Surveyor: _____ Tgl wawancara: _____
 Nama Responden: _____
 Nama Perusahaan: _____
 Nama Produk: _____

Mohon diisi tanda silang (x) pada tanda [] sesuai dengan pilihan anda, dan pilihan boleh lebih dari satu.

Prosesing

- 11. Apakah anda menggunakan teknologi dalam proses produksi? Ya [] Tidak []
 Jika ya, teknologi apa? Mesin [] Peralatan [] Teknologi proses []
- ◆ Apakah yang diprioritaskan dalam teknologi tersebut?
 Tenaga kerja (labor intensive) [] Mesin (capital intensive) []
 Penjelasan, _____
- ◆ Bagaimana anda membeli atau memperoleh mesin dan alat yang digunakan?
 Cash [] kredit [] kerjasama [] bantuan [] membuat/pesan [] cara lain []
- ◆ Apakah tersedia fasilitas untuk sukucadang dan bengkel bila terjadi kerusakan?
 Penjelasan, _____
- ◆ Kendala apa dalam memilih teknologi yang diperlukan dalam proses?
 Modal [] ketrampilan [] kepraktisan alat [] tempat [] listrik []
- ◆ Apakah memungkinkan menggunakan mesin atau alat bekas pakai untuk mengurangi biaya? Penjelasan, _____
- ◆ Berapa rata-rata penggunaan bahan baku dalam kegiatan prosesing? _____ kg/hari
 Berapa penggunaan maximumnya? _____ kg/hari
 Jika tidak maximum, mengapa? Biaya bahan baku tinggi [] jumlah bahan baku terbatas [] kelancaran bahan baku [] tenaga kerja [] permintaan pasar []
- 12. Apakah penggunaan teknologi yang ada sudah sesuai dengan standart kualitas kebutuhan pasar? Penjelasan, _____
 Jika belum, apa rencana anda, _____

28
 A
 11 B

- ◆ Apakah peningkatan keuntungan akan diperoleh sesuai dengan peningkatan kualitas dan sesuai dengan peningkatan investasi pada teknologi?

Bagaimana pengaruh penggunaan teknologi dalam industri ini? Jauh lebih kuat []
 lebih kuat [] sama [] lebih lemah [] jauh lebih lemah [] ~~X~~

- ◆ Menurut anda, seberapa jauh kondisi perusahaan pesaing, berdasarkan mesin, peralatan, teknologi yang digunakan dan kualitas produknya?
 Jauh lebih kuat [] lebih kuat [] sama [] lebih lemah [] jauh lebih lemah []

13. Apakah faktor-faktor ini telah mendukung lokasi dan kondisi pabrik saat ini?

Faktor	Sangat baik	baik	sedang	Kurang	Sangat kurang
Bahan baku					
pasar					
transportasi					

14. Apakah fasilitas listrik dan air telah sesuai dengan kebutuhan? Ya [] tidak []

- ◆ Apakah infrastruktur (jalan) mendukung transportasi? Penjelasan, _____

15. Apakah lokasi dapat mendukung kemajuan perusahaan? ya [] tidak []

- ◆ Apakah lokasi perusahaan dapat mendukung pendapatan masyarakat sekitar?

Penjelasan, _____

- ◆ Keuntungan apa yang dapat diberikan kepada wilayah sekitar?

Penjelasan, _____

- ◆ Apakah terdapat pajak atau insentive dari pemerintah?

Penjelasan, _____

16. Apakah anda menggunakan fasilitas penyimpanan produk jadi? Jika ya, apakah cukup memadai? Penjelasan, _____

♦ Seberapa besar potensial kerusakan secara jumlah dan kualitas yang terjadi karena penyimpanan pada produk jadi?

Sangat banyak [] banyak [] cukup [] sedikit [] sangat sedikit []

17. Menurut anda apa keuntungan pengemasan pada produk anda?

Penampilan [] Menjaga kandungan gizi [] daya simpan [] lainnya []

♦ Kemasan apa yang dibutuhkan untuk menjaga kualitas produk dan daya simpan?

Penjelasan, _____

18. Sudahkan perusahaan mencantumkan: layout umum [], diagram bahan [],

aliran produksi [], dan pengembangan masa depan dalam master plan []

19. Apakah perusahaan juga memiliki jadwal kebutuhan bahan baku dan prosesing?

Ya [] tidak [] Jika ya, jelaskan _____

♦ Apakah perusahaan juga mempertimbangkan persediaan yang musiman?

Ya [] tidak [] Jika ya, jelaskan _____

♦ Sudahkan perusahaan menguji penggunaan kapasitas produksi?

Ya [] tidak [] Jika ya, jelaskan _____

20. Apakah anda melakukan pengawasan:

♦ pengujian laboratorium? ya [] tidak []

♦ tingkat kontaminasi Ya [] tidak []

♦ suhu Ya [] tidak []

♦ komposisi kimia Ya [] tidak []

♦ kandungan gizi Ya [] tidak []

♦ pengemasan Ya [] tidak []

21. Berapa besar investasi pertama yang diperlukan? _____

◆ Berapa banyak rata-rata produksi per hari? _____

◆ Berapa harga per unit / kg produk? _____

◆ Berapa biaya tenaga kerja per orang, per hari? _____

◆ Berapa banyak bahan baku rata-rata per hari? _____

◆ Berapa harga bahan baku per kg? _____

22. Apakah anda pernah mengikuti pelatihan, ya[] tidak[]

➤ Jika ya, pelatihan yang pernah anda ikuti:

Penanganan bahan baku[]

Penggunaan teknologi baru, mesin atau peralatan[]

Manajemen perusahaan[]

Organisasi[]

Perolehan modal / kredit perbankan[]

Pemasaran[]

Manajemen kualitas[]

Lain-lain [] sebutkan.....

➤ Dari berbagai pelatihan tersebut, menurut anda yang paling penting adalah

Penjelasan, _____

Kuesioner

Surveyor: _____ Tgl wawancara: _____

Nama Responden: _____

Nama Perusahaan: _____

Nama Produk: _____

Mohon diisikan tanda silang (x) pada tanda [] sesuai dengan pilihan anda, dan pilihan boleh lebih dari satu.

Marketing

23. Menurut anda siapakah konsumen dari produk anda?

Berpenghasilan dibawah 200 ribu [] antara 200-500 ribu [] diatas 500 ribu []

24. Dimana anda menjual produk anda? Distributor [] agen [] pasar []

Supermarket [] toko [] hotel [] restoran [] konsumen langsung []
perusahaan lain []

♦ Anda menggunakan: merek sendiri [] merek perush lain(kerjasama) []
Sebagian merek lain []

♦ Di mana yang paling banyak terjual? _____

♦ Produk ini juga dijual ke: hanya dalam kota [] luar kota [] luar propinsi []

♦ Alat transportasi apa yang digunakan?
Mobil box [] truk besar [] milik pribadi [] menyewa []

25. Siapakah pesaing-pesaing dalam industri ini?

Perush lain produk sejenis [] Perush lain produk tidak sejenis []

Perush disekitar kabupaten [] Perush diluar kabupaten []

Perush lama [] pendatang baru []

♦ Bagaimana pengaruh produk substitusi produk lain yang sejenis?

Sangat kuat [] kuat [] sedang [] kurang [] sangat kurang []

♦ Berapa banyak perusahaan pesaing dalam industri ini disekitar anda?

29. Bagaimana pengaruh faktor-faktor dibawah ini kepada konsumen ?

Faktor	Sangat kuat	kuat	Sedang	Lemah	Sangat lemah
Harga (thd perubahan permintaan)	50% (perubahan permintaan)	40%	30%	20%	10%
Kualitas	Milik pada kualitas	Lebih banyak pertimbangan pada kualitas	Seimbang antara harga dan kualitas	Lebih banyak pada harga	Kualitas tidak dipertimbangkan
Merek produk	Hanya pada satu merek	Dua sampai tiga merek	Banyak merek	Sedikit pertimbangan pada merek	Merek tidak dipertimbangkan

30. Bagaimana faktor kualitas produk dibawah ini berpengaruh pada konsumen?

Faktor	Sangat kuat	kuat	sedang	Lemah	Sangat lemah
Penampilan produk					
Kemasan					
Warna					
Rasa					

31. Apakah faktor dibawah ini berpengaruh pada kontinuitas penjualan?

Faktor	Sangat kuat	kuat	sedang	Lemah	Sangat lemah
harga					
Distribusi					
Promosi					
Musim					

♦ Apakah anda mengaitkan tingkat penjualan dengan pemenuhan bahan baku ?

Ya[] tidak[]

♦ Apakah produk jadi diujikan kepada konsumen? Ya tidak

♦ Jika ya, bagaimana pendapat para konsumen?

Penjelasan,

29. Apakah anda melakukan kegiatan promosi untuk produk anda? Ya tidak

♦ Jika ya, media promosi apa yang anda gunakan ?

Koran majalah radio papan nama diskon lainnya

♦ Informasi apa yang dibutuhkan oleh para konsumen?

Rasa warna volume gizi harga lainnya

♦ Bagaimana para pesaing melakukan promosi ?

Penjelasan,

30. Bagaimana struktur atau saluran distribusi produk?

Pabrik agen distributor supermarket toko konsumen

♦ Apakah saluran distribusi yang ada sudah memadai dan memenuhi kebutuhan konsumen? Ya tidak

♦ Jika tidak, permasalahan apa yang sering terjadi:

Kerusakan produk Keterlambatan perbedaan harga kehilangan

♦ Apakah terdapat kegiatan pengemasan kembali dan penyimpanan dalam saluran distribusi tersebut? Ya tidak

Jika ya penjelasan,

32. Secara umum, bagaimana pengaruh faktor ^{di bawah ini} dalam persaingan industri ini?

Penyediaan bahan baku kualitas teknologi harga faktor lain

Kuesioner

Surveyor: Tgl wawancara:

Nama Responden:

Nama Perusahaan:

Nama Produk:

Mohon diisikan tanda silang (x) pada tanda [] sesuai dengan pilihan anda, dan pilihan boleh lebih dari satu.

Kebijakan

31. Bagaimana komentar anda tentang peraturan dan kegiatan yang berkaitan dengan Agroindustri di bawah ini:

1. Kesesuaian perencanaan pengembangan agroindustri dengan potensi daerah
sangatsesuai[] sesuai[] kurang sesuai(sebagian)[] tidak sesuai[]
tidak tahu[]

Penjelasan,

2. Ketersediaan fasilitas jalan, jembatan, transportasi, pasar dsb.

Sangat baik[] baik[] cukup[] kurang[] sangat kurang[] tidak tahu[]

Penjelasan,

3. Registrasi, masalah administrasi, perijinan usaha

Sangat mudah[] mudah[] wajar[] sulit[] sangat sulit[] tidak tahu[]

Penjelasan,

4. Upah minimum

Sangat tinggi[] tinggi[] sesuai[] rendah[] sangat rendah[] tidak tahu[]

Penjelasan,

5. Penerapan informasi dan penerapan teknologi berdasarkan kebutuhan
 Sangat tepat [] tepat [] kurang tepat (sebagian) [] tidak tepat []
 Sangat tidak tepat [] tidak tahu []
 Penjelasan, _____

6. Peraturan tentang kualitas.
 Sangat ketat [] ketat [] wajar [] longgar [] sangat longgar [] tidak tahu []
 Penjelasan, _____

7. Peraturan tentang merek, promosi, label,
 Sangat ketat [] ketat [] wajar [] longgar [] sangat longgar [] tidak tahu []
 Penjelasan, _____

8. Pajak yang berlaku
 Sangat tinggi [] tinggi [] wajar [] rendah [] sangat rendah [] tidak tahu []
 Penjelasan, _____

9. Kredit bank
 Sangat tinggi [] tinggi [] wajar [] rendah [] sangat rendah [] tidak tahu []
 Penjelasan, _____

10. Peraturan tentang limbah dan polusi
 Sangat ketat [] ketat [] wajar [] longgar [] sangat longgar [] tidak tahu []
 Penjelasan, _____

11. Bagaimana kegiatan/program pelatihan yang diselenggarakan berdasarkan kebutuhan informasi?
 sangat sesuai kebutuhan [] sesuai kebutuhan [] kurang sesuai []
 tidak sesuai [] sangat tidak sesuai [] tidak tahu / tidak pernah ikut []

12. Bagaimana pengaruh yang diterima dari kebijakan dan peraturan tersebut kepada perusahaan?

Sangat mendukung [] mendukung [] kurang mendukung [] menghambat []

Sangat menghambat [] tidak tahu []

Penjelasan,

13. Bagaimana komentar anda terhadap peraturan dan kebijakan tersebut ?

Tidak perlu dirubah [] sebagian perlu dirubah [] perlu perubahan total []

Penjelasan,

