

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI SALAK

Kasus : Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan

Arnol Sitompul^{*)}, Yusak Maryunianta ^{}), Lily Fauzia^{***})**

***) Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian USU**

*****)dan ***)Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian USU**

Jl. Prof. A. Sofyan No.3 Medan

E-mail: arnoldsitompulboy@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan menentukan strategi pengembangan agroindustri salak di daerah penelitian. Metode pengambilan sampel secara *Purposive Sampling*, *Snowball Sampling* dan *Accidental* dengan jumlah sampel 35 orang. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode analisis SWOT.

Hasil penelitian diperoleh (1) Kekuatan agroindustri salak dalam pengembangannya adalah ketersediaan bahan baku yang melimpah, ketersediaan tenaga kerja yang banyak, variasi jenis produk banyak, memiliki sertifikat produk, jumlah produksi bertambah dan produk sudah mulai dikenal masyarakat. Kelemahan agroindustri salak dalam pengembangannya adalah keterbatasan modal, kurangnya tenaga profesional, dan kurangnya kemitraan industri. Peluang agroindustri salak dalam pengembangannya adalah pemasaran yang cukup luas, adanya dukungan Pemkab, sarana dan prasarana yang mendukung, nilai jual olahan salak tinggi, sistem birokrasi dan keamanan yang baik. Ancaman agroindustri salak dalam pengembangannya adalah ketidakstabilan harga salak, kurang partisipasi petani dalam pelatihan, dan kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab. (2) Strategi pengembangan agroindustri salak adalah strategi agresif (*growth oriented strategy*) yaitu dengan melakukan kegiatan dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi olahan salak dan melakukan pemasaran produk hingga ke luar negeri dan memanfaatkan dukungan Pemkab, sarana dan prasarana untuk mempromosikan berbagai produk yang telah bersertifikat.

Kata Kunci : Strategi, Agroindustri Salak

ABSTRACT

The objective of the research was to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats factors and determine the strategy of zalacca agroindustry development in areas of research. Method of sampling were Purposive Sampling, Snowball Sampling and Accidental with total sample 35 people. Analysis method used were descriptive method and SWOT analysis method.

The research results obtained (1) Strength in the development of zalacca agroindustry were the availability of raw materials, availability of labor, many variations type of product, product certificate, the production increased and the product is best known for the community. Zalacca agroindustry weakness were the lack of capital, lack of professional personnel, and lack of industry partnerships. Zalacca agroindustries chances of the improvement were broadly market, endorsement of Regengial Government, and infrastructure that support, high-value processed product of zalacca, bureaucratic system and good security. Zalacca agroindustry threats were the instability of the price of zalacca, less participation in the training of farmers, and lack of coordination between the institutional of Regengial Government. (2) The Strategy of zalacca agroindustry development were aggressive (growth oriented) strategy i.e : to conduct activities by increasing the quantity and quality of processed zalacca production and to improvement product overseas market and take advantage of Regengial Government supports and infrastructure to promote various certified products.

Keywords: Strategy, Zalacca Agroindustry

PENDAHULUAN

Komoditi salak merupakan salah satu jenis buah tropis asli Indonesia yang menjadi komoditas unggulan dan salah satu tanaman yang cocok untuk dikembangkan. Di Indonesia terdapat berbagai varietas salak diantaranya: salak pondoh, salak swaru, salak enrekang, salak gula pasir, salak bali, salak padang sidempuan, salak gading ayu, salak pangu, salak sibakua, salak sangata, salak condet, salak manonjaya, salak kersikan, salak bongkok (Departemen Pertanian, 2013).

Pada umumnya para petani melakukan panen dengan memetik dengan sembarang alat, sistem ini berakibat kepada kualitas produk yang rendah. Hasil panen tidak dilakukan sortasi (*grading*) yang langsung dijual kepada pedagang pengumpul dengan harga berupa antara Rp 2.000 – Rp 3.000 per kg. Para pedagang pengumpul yang melakukan sortasi dan menjualnya ke pasar setempat dengan harga Rp 3.500 – Rp 5.000 per kg secara beragam (Dinas Pertanian Tapanuli Selatan, 2011).

Salah satu komoditas unggulan dari Kabupaten Tapanuli Selatan adalah buah salak. Jika dilihat dari angka produksinya paling banyak dibandingkan dengan buah-buah yang lain. Produksi buah salak pada tahun 2011 yaitu 193.772 ton dimana mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya 1,69 persen dari tahun

sebelumnya. Tabel 1 akan menjelaskan luas panen, produktivitas dan produksi salak per kecamatan pada tahun 2011.

Tabel 1. Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Salak per Kecamatan 2011

No	Kecamatan	Salak		
		Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Kw/Ha)	Produksi (ton)
1	Angkola Timur	64	261,56	1.674
2	Angkola Selatan	560	261,50	14.644
3	Angkola Barat	6.458	261,50	168.877
4	Batang Toru	10	261,00	261
5	Marancar	318	261,51	8.316
	Jumlah	7.410	261,50	193.772

Sumber : *Badan Pusat Statistik Tapanuli Selatan, 2012*

Menurut Naibaho (2009), karena harga buah salak tidak pernah stabil atau menjadi rendah di pasaran hingga sering membuat para petani menjadi bingung dan bahkan buah salak kebanggaan Kota Padangsidempuan ini tidak laku dijual. Bahkan, sering buah salak tidak jadi dipanen si pemiliknya karena tingginya biaya operasional dan distribusi dari lahan perkebunan hingga di pasar dan tidak sebanding dengan nilai jualnya yang sangat rendah. Maka muncullah strategi dari para kelompok tani untuk mengolah buah salak menjadi bahan produksi yang dapat dijual dengan sistem kemasan. Sehingga jangkauan pemasarannya bisa lebih luas lagi, dan tidak hanya menjual buah yang di panen dari kebun. Akan tetapi sudah bisa diekspor baik dengan kemasan dan olahan yang baru ke seluruh daerah di Indonesia bahkan hingga ke luar negeri.

Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengembangkan agroindustri salak di daerah penelitian?
2. Bagaimana strategi pengembangan agroindustri salak di daerah penelitian?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengembangkan agroindustri salak di daerah penelitian.
2. Untuk menentukan strategi pengembangan agroindustri salak di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan bagi *stakeholder* dalam mengembangkan agroindustri salak.
2. Sebagai bahan informasi ilmiah bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tanaman salak memiliki nama ilmiah *Salacca edulis reinw.* Salak merupakan tanaman asli Indonesia. Oleh karena itu, bila kita bertanam salak berarti kita melestarikan dan meningkatkan produksi negeri sendiri. Salak termasuk famili *Palmae*, serumpun dengan kelapa, kelapa sawit, aren, (enau), palem, pakis yang bercabang rendah dan tegak. Batangnya hampir tidak kelihatan karena tertutup pelepah daun yang tersusun rapat dan berduri. Dari batang yang berduri itu tumbuh tunas baru yang dapat menjadi anakan atau tunas bunga buah salak dalam jumlah yang banyak (Soetomo, 2001).

Menurut Soekartawi (2005) mendefinisikan bahwa agroindustri adalah sebagai pengolahan sumber bahan baku yang bersumber dari tanaman ataupun hewan. Dengan demikian bahwa kegiatan atau proses agroindustri merupakan upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk, menghasilkan produk yang dapat dipasarkan, dapat digunakan atau dapat dimakan, meningkatkan daya simpan, menambah pendapatan dan keuntungan bagi produsen (petani).

Landasan Teori

Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dimana alat analisis yang cocok untuk merumuskan strategi tersebut adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2009).

Proses penyusunan rencana strategis dimulai tiga tahap yaitu:

1. Tahap pengumpulan data,
2. Tahap analisis, dan
3. Tahap pengambilan keputusan.

Tahap pengumpulan data ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Data dibedakan menjadi dua yaitu data eksternal dan data internal yang diperoleh dari dalam dan luar perusahaan, model yang dapat digunakan dalam tahap ini yaitu:

1. Matriks faktor strategi eksternal,
2. Matriks faktor strategi internal, dan
3. Matriks posisi

Sebelum melakukan analisis, maka diperlukan tahap pengumpulan data yang terdiri atas tiga model yaitu:

1. Matriks Faktor Strategi Internal

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS).

- a. Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan).
- b. Beri *rating* masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi internal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan dan nilai "*rating*" terhadap kelemahan bernilai negatifnya.

- c. Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 100 pada kolom bobot (kolom 3). Bobot ditentukan secara subjektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- d. Kalikan *rating* pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh *scoring* dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan *scoring* (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan *rating* dipindahkan ke tabel Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) untuk dijumlahkan dan kemudian diperbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

2. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel *External Factors Analysis Summary* (EFAS).

- a. Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor eksternalnya (peluang dan ancaman).
- b. Beri *rating* dalam masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi eksternal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap peluang dan nilai “*rating*” terhadap ancaman bernilai negatif.
- c. Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 100 pada kolom bobot (kolom 3). Bobot ditentukan secara subjektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- d. Kalikan *rating* pada kolom 2 dengan pada kolom 3, untuk memperoleh skoring dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan *skoring* (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

Menurut Rangkuti (1997), untuk menentukan bobot masing-masing faktor tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi 50 pada kolom 3 dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Rating} \times \text{Total Bobot}}{\text{Total Rating}}$$

3. Matrik Posisi

Hasil analisis pada tabel matrik faktor strategi internal dan faktor eksternal dipetakan pada matrik posisi dengan cara sebagai berikut:

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut:
 1. Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar daripada peluang maka nilainya $y < 0$.
 2. Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya $x < 0$.

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Adapun lokasi penelitian yang dipilih yaitu Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan daerah yang potensial bagi pertumbuhan tanaman salak dan telah ada industri pengolahannya.

Metode Pengambilan Responden

Metode yang digunakan dalam penentuan responden dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*, yaitu pelaku dari setiap *stakeholders* yang berkaitan dengan penelitian (petani, industri, lembaga pendukung), pedagang olahan salak metode pengambilan sampel dengan *Snowball Sampling*

yaitu menelusuri dengan mewancarai pengusaha olahan salak dan konsumen dengan metode *Accidental*.

Tabel 2. Daftar Responden Penelitian

No	Sumber Responden	Jumlah Responden	Keterangan
1	Produsen Salak	23	Petani Salak
2	Pelaku Agroindustri Salak	1	Industri pengolahan buah Salak Agrina
3	Pemasar Hasil olahan salak	3	Pedagang olahan salak
4	Lembaga pendukung	3	Dinas Pertanian, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Badan Ketahanan Pangan
5	Konsumen	5	Masyarakat Umum
Total		35	

Metode Pengumpul Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk menyelesaikan masalah 1 digunakan metode analisis deskriptif dengan melihat faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengembangkan agroindustri salak di daerah penelitian.

Untuk menyelesaikan masalah 2 digunakan metode analisis SWOT dari usaha agroindustri salak di daerah penelitian untuk menentukan strategi pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, *rating* dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks IFAS untuk diberi *scoring* (*rating* x bobot) seperti Tabel 3 berikut :

Tabel 3. Matriks Evaluasi Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor
<i>Kekuatan (Strengths)</i>			
1. Ketersediaan bahan baku yang melimpah	3	7,5	22,5
2. Ketersediaan tenaga kerja yang banyak	3	7,5	22,5
3. Banyaknya variasi produk	4	10	40
4. Memiliki sertifikat produk	4	10	40
5. Jumlah produksi bertambah	3	7,5	22,5
6. Produk sudah mulai dikenal masyarakat	3	7,5	22,5
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Keterbatasan modal	1	16,67	16,67
2. Kurangnya tenaga kerja profesional	1	16,67	16,67
3. Kurangnya kemitraan industri	1	16,67	16,67
			16,67

Selanjutnya, hasil dari identifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, *rating* dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks EFAS untuk diberi *scoring* (*rating* x bobot) seperti Tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Matriks Evaluasi Faktor-Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1. Pemasaran produk yang cukup luas	3	7,14	21,42
2. Adanya dukungan Pemkab	3	7,14	21,42
3. Saranana dan prasarana yang mendukung	4	9,52	38,08
4. Nilai jual olahan salak tinggi	4	9,52	38,08
5. Sistem birokrasi baik dan keamanan kondusif			
6. Ketersediaan lahan salak yang luas	3	7,14	21,42
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Ketidakstabilan harga salak	1	12,5	12,5
2. Kurangnya partisipasi petani dalam pelatihan	1	12,5	12,5
3. Kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab	2	25	50

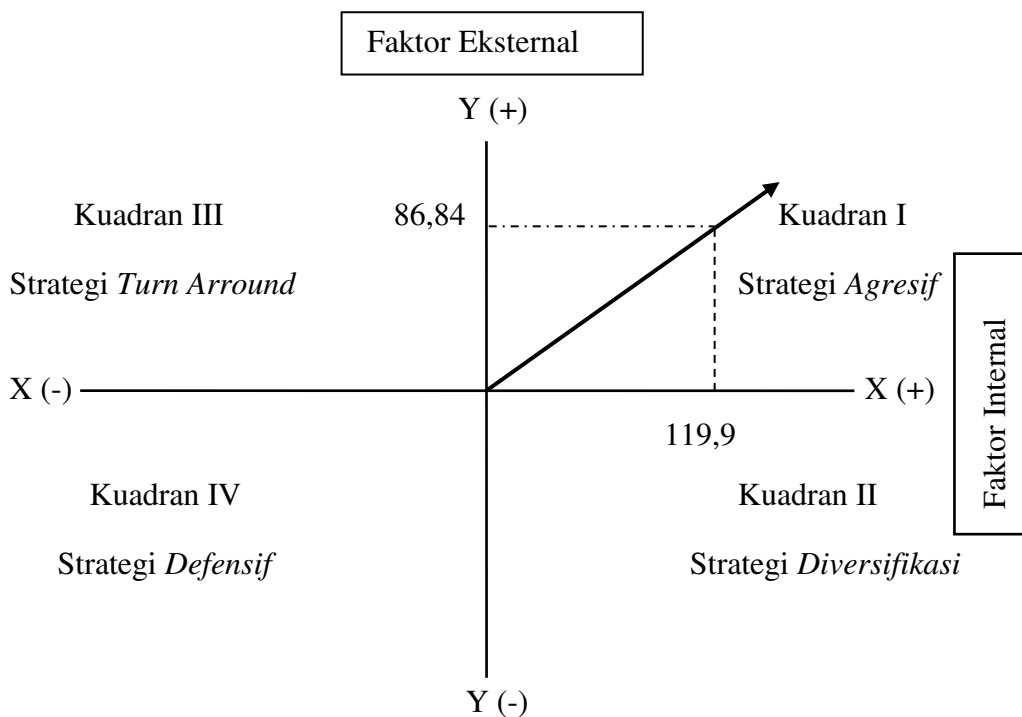
Selanjutnya dilakukan penggabungan antara faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Penggabungan Matriks Evaluasi Faktor Strategi Internal Dan Eksternal Pengembangan Agroindustri Salak

Faktor-Faktor Strategis	Rating	Bobot	Skor
Faktor-Faktor Internal			
<i>Kekuatan (Strengths)</i>			
1. Ketersediaan bahan baku yang melimpah	3	7,5	22,5
2. Ketersediaan tenaga kerja yang banyak	3	7,5	22,5
3. Banyaknya variasi produk	4	10	40
4. Memiliki sertifikat produk	4	10	40
5. Jumlah produksi meningkat	3	7,5	22,5
6. Produk sudah mulai dikenal masyarakat	3	7,5	22,5
Total Skor Kekuatan	20	50	170
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Keterbatasan modal	1	16,67	16,67
2. Kurangnya tenaga profesional	1	16,67	16,67
3. Kurangnya kemitraan industri	1	16,67	16,67
Total Skor Kelemahan	3	50	50,01
Selisih (Kekuatan-Kelemahan)			119,99
Faktor Strategis Eksternal			
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1. Pemasaran produk yang cukup luas	3	7,14	21,42
2. Adanya dukungan Pemkab	3	7,14	21,42
3. Saranana dan prasarana yang mendukung	4	9,52	38,08
4. Nilai jual olahan salak tinggi	4	9,52	38,08
5. Sistem birokrasi baik dan keamanan kondusif	3	7,14	21,42
6. Ketersediaan lahan salak yang luas	3	7,14	21,42
Total Skor Peluang	21	50	161,84
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Ketidakstabilan harga salak	1	12,5	12,5
2. Kurangnya partisipasi petani dalam pelatihan	1	12,5	12,5
3. Kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab	2	25	50
Total Skor Ancaman	4	50	75
Selisih (Peluang-Ancaman)			86,84

Berdasarkan penggabungan matriks evaluasi faktor internal dan eksternal tersebut, maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan agroindustri salak di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten

Tapanuli Selatan. Posisi strategi pengembangan dianalisis menggunakan matriks posisi, sehingga menghasilkan titik koordinat (x,y). Nilai x diperoleh dari selisih faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan nilai y diperoleh dari selisih faktor eksternal (peluang dan ancaman). Posisi titik koordinatnya dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1 : Matriks Posisi Strategi Pengembangan Agroindustri Salak

Matriks posisi strategi pengembangan agroindustri salak pada gambar 1 menunjukkan nilai $x > 0$ yaitu 119,99 dan nilai $y > 0$ yaitu 86,84. Hal ini berarti posisi strategi pengembangan agroindustri salak terletak pada kuadran I.

Pengembangan agroindustri salak di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan berada pada posisi yang sangat menguntungkan bagi industri pengolahan salak karena industri pengolahan salak memiliki kekuatan dan memanfaatkan peluang.

Tabel 6. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku yang melimpah 2. Ketersediaan tenaga kerja yang banyak 3. Banyaknya variasi produk 4. Memiliki sertifikat produk 5. Jumlah produksi terus bertambah 6. Produk sudah mulai dikenal masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan modal 2. Kurangnya tenaga professional 3. Kurangnya kemitraan industri
Peluang (Opportunities)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran produk cukup luas 2. Adanya dukungan Pemkab 3. Sarana dan prasarana mendukung 4. Nilai jual olahan salak tinggi 5. Birokrasi baik dan keamanan kondusif 6. Ketersediaan lahan salak yang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi olahan salak untuk memenuhi volume pasar domestik dan luar negeri. (S3, S4, O3, O6) 2. Memanfaatkan dukungan Pemkab, sarana dan prasarana untuk mempromosikan berbagai produk yang telah bersertifikat. (S3, S4, S6, O2, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan lembaga perbankan dan lembaga keuangan mikro (LKM) melalui fasilitas Pemerintah Kabupaten untuk meningkatkan permodalan. (W1, W3, O2)
Ancaman (Treaths)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidakstabilan harga salak 2. Kurangnya partisipasi petani dalam pelatihan 3. Kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembinaan dan pemberdayaan dengan asosiasi pengolahan hortikultura terhadap fluktuasi harga salak. (S1, S2, T1, T2) 2. Meningkatkan kegiatan sosialisasi pelatihan dan tindak lanjut (<i>follow up</i>) terhadap petani untuk memanfaatkan variasi produk bersertifikat yang sudah mulai dikenal masyarakat. (S3, S4, S6, T2, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan sosialisasi tentang seminar kewirausahaan dibidang agroindustri salak. (W1,W2, W3, W4, T1, T3)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kekuatan agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah ketersediaan bahan baku yang melimpah, ketersediaan tenaga kerja yang banyak, banyaknya variasi produk, memiliki sertifikat produk, jumlah produksi terus bertambah, dan produk sudah mulai dikenal masyarakat.
2. Kelemahan agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah keterbatasan modal, kurangnya tenaga profesional, dan kurangnya kemitraan industri.
3. Peluang agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah pemasaran produk cukup luas, adanya dukungan pemda, sarana dan prasarana (jalan, listrik, telekomunikasi) yang mendukung, sistem birokrasi baik dan keamanan kondusif, nilai jual olahan salak tinggi, dan ketersediaan lahan yang luas.
4. Ancaman agroindustri salak dalam pengembangannya di daerah penelitian adalah ketidakstabilan harga salak, kurangnya partisipasi petani dalam pelatihan, kurangnya koordinasi antara instansi Pemkab.
5. Strategi pengembangan agroindustri salak di daerah penelitian berada pada daerah kuadran I. Hal ini berarti bahwa pengembangan agroindustri salak berada pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*) atau strategi agresif (*growth oriented strategy*) dengan ini seharusnya melakukan kegiatan dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi olahan salak dan melakukan pemasaran produk hingga ke luar negeri dan memanfaatkan dukungan Pemkab, sarana dan prasarana untuk mempromosikan berbagai produk yang telah bersertifikat.

Saran

Kepada Industri diharapkan untuk meningkatkan kemitraan dengan *stakeholders* untuk mengembangkan agroindustri salak dan meningkatkan secara kuantitas dan kualitas produksi olahan salak untuk mencapai target pasar luar negeri serta meningkatkan promosi agar produk agroindustri salak lebih dikenal masyarakat baik di dalam negeri dan luar negeri.

Kepada Pemerintah diharapkan memberikan sosialisasi kredit lunak UMKM dengan bunga yang sudah disubsidi pemerintah untuk mengembangkan usaha, memberikan sosialisasi pembinaan dan pelatihan secara terus-menerus bagi masyarakat dalam mengolah salak serta membantu mempromosikan produk dari salak ke luar negeri serta lembaga penelitian dan riset teknologi melakukan penelitian untuk menghilangkan rasa sepat pada salak.

Kepada Peneliti Selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengkaji aspek penyusunan dan tindak lanjut program dalam strategi pengembangan agroindustri salak.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pertanian, 2013. *Budidaya salak pondoh*. Departemen Pertanian diakses dari <http://epetani.deptan.go.id/budidaya/budidaya-salak-pondoh-8094> pada hari minggu 26/05/2013 pukul 20.52 WIB.
- Dinas Pertanian, 2011. *Profil Salak Kabupaten Tapanuli Selatan*. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Holtikultura Kabupaten Tapanuli Selatan.
- Naibaho. 2009. *Omset Hingga Rp 30 Juta per Bulan*. Dikutip dari www.medanbisnisonline.com/2009/02/09/omset-hingga-rp-30-juta-per-bulan/-20k.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- _____. 2009. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekartawi. 2005. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soetomo, M. 2001. *Teknik Bertanam Salak*. Sinar Baru Algensindo, Bandung.