



**INDUSTRI PENGOLAHAN SALAK  
& PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT  
STUDI ANALISA SWOT DI TAPANULI SELATAN**

**Nurhalimah Lubis**

Mahasiswa Pascasarjana UIN Sumatera Utara

**Email: Nur\_halimah15@ymail.com**

**Saparuddin Siregar**

**Isnaini Harahap**

Dosen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

***Abstract***

*The object of this study was to find out how the prospect of salacca processing industry of UD.Salacca is in building economy of society depends on Islam perspective. The method of the study was kualitatif approach which the techniques of collecting the data were interview and documentation. The analysis of the data was SWOT analysis which is to find out the strengths, the weaknesses, the opportunities, and the threats of the industry. Based on result of the interview held to the interviewees then the researcher finds out some strengths such as strategic location, wide market share, MUI halal label and satisfied profits while the weaknesses are not sophisticated technology and expired of the products. Then, the business opportunities are support of the government and achievement of foreign market while the threat which is faced is new business competitors so that it can be concluded that salacca processing industry of UD. Salacca is deserved and prospective to be developed.*

**Keyword:** Prospect, Salacca Processing Industry, SWOT Analysis

**Pendahuluan**

Kabupaten Tapanuli Selatan sudah lama dikenal sebagai penghasil asli buah salak di Sumatera Utara dengan tingkat produksi 426.758 ton/tahun. Sejak tahun 1999 Menteri Pertanian RI telah menetapkan varietas lokal salak Kabupaten Tapanuli Selatan menjadi salak merah dan salak putih sebagai dua varietas salak nasional. Ditinjau dari produktivitasnya, daerah sentra penghasil buah salak terdapat di beberapa kecamatan yaitu Angkola Barat, Angkola Selatan, Angkola Timur dan Marancar dan Sayur Matinggi. Kecamatan Angkola Barat merupakan daerah yang memiliki luas area tanaman salak terbesar dan jumlah produksi salak terbanyak dibandingkan kecamatan lain di Kabupaten Tapanuli Selatan.

Salak merupakan buah yang tersedia sepanjang masa, tetapi pada saat panen serempak harga buah salak menjadi rendah, sehingga petani menjadi bingung untuk

menjual buah salaknya. Bahkan, sering terjadi buah salak tersebut tidak jadi di panen oleh petani karena biaya operasional dan distribusi tidak sebanding dengan nilai jual yang sangat rendah. Maka muncul strategi dari para kelompok tani untuk mengolah buah salak menjadi bahan produksi yang dapat dijual dengan sistem kemasan sehingga jangkauan pemasarannya bisa lebih luas, tidak hanya di Tapanuli Selatan akan tetapi juga bisa diekspor ke luar negeri.

Penjualan salak dalam bentuk kemasan, merupakan salah satu upaya petani untuk mempertinggi nilai jual salak. Upaya ini sejalan dengan kebijakan pemerintah yang sedang mengembangkan keunggulan produk pertanian melalui agroindustri. Pertanian akan mampu menjadi penyelamat bila dilihat sebagai sebuah sistem yang terkait dengan industri dan jasa. Jika pertanian hanya berhenti sebagai aktivitas budidaya (*on farm agribusiness*) nilai tambahnya kecil. Nilai tambah pertanian dapat ditingkatkan melalui kegiatan hilir (*off farm agribusiness*), berupa agroindustri dan jasa pertanian (Soekartawi, 2010: 134).

Potensi pengembangan penjualan salak kemasan sesungguhnya cukup besar. Menurut Tim Penulis Penebar Swadaya, konsumsi salak untuk pasar lokal tercatat sangat tinggi sebab rakyat Indonesia yang jumlahnya ratusan juta jiwa umumnya menyukai buah salak. Sebagai buah asli Indonesia, salak mempunyai prospek yang cukup cerah masyarakat sangat menyukai buah ini sehingga konsumsi salak sudah mencapai pasar luar negeri walau masih dalam jumlah yang sedikit. Oleh pemerintah, salak dijadikan sebagai komoditas penting yang perlu ditingkatkan nilai eksportnya (WidjiAnarsis, 2010: 86).

Dari sisi varian, buah salak dapat diolah menjadi berbagai produk turunan seperti dodol salak, keripik salak, sirup salak, kurma salak, kopi salak dan lainnya. Menurut penelitian mardiah dan Laboratorium IPB bahwa buah salak dapat menjadi makanan diet pengganti nasi karena zat yang terkandung dalam 100 mg buah salak dapat mengganti fungsinya dalam tubuh manusia dan bermanfaat untuk menurunkan kolesterol, kadar gula, mempertahankan kelembaban kulit, memperkuat struktur tulang dan meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit. Hal inilah yang menjadikan industri ini cukup potensial untuk dikembangkan. Penelitian Yuni Kholidah tentang *Strategi Pengembangan Klaster Ekonomi Berbasis Agribisnis Salak Di Kabupaten Tapsel* menunjukkan perluasan pangsa pasar, pengembangan produk dan peningkatan jumlah produksi salak sangat mungkin dilakukan dan menjadi suatu klaster ekonomi di Kabupaten Tapsel (Yuni Kholidah, 2015: 5).

Sedangkan dari sisi daya tahan produk, pengolahan buah salak akan mempertinggi daya tahan buah salak menjadi lebih lama dan awet. Selama ini buah salak segar hanya bisa bertahan dan dapat disimpan selama kira-kira 1 minggu. Tetapi dengan pengolahan salak olahannya dapat bertahan selama 8 bulan bahkan lebih. Dari penelitian yang berjudul *Analisis nilai tambah pengolahan salak Agrina Desa Parsalakan Kec. Angkola Barat Kab. Tapanuli Selatan* oleh Afrida tahun 2012, ditemukan bahwa salak kemasan juga mampu meningkatkan nilai tambah dari setiap hasil olahan buah salak. Dengan menggunakan metode Hayami diperoleh hasil penelitian bahwa nilai tambah dodol salak sebesar 11.270/kg, kurma salak 5.543/kg, keripik salak 484/kg, sirup salak 6.231/kg. Dan nilai tambah yang paling tinggi adalah dodol salak (Afrida, 2012: 3).

UD.Salacca merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dalam pengolahan makanan dan minuman yang terbuat dari salak seperti dodol, keripik, sirup, kurma dan lainnya. Industri pengolahan salak UD.Salacca ini sudah mendapatkan beberapa

penghargaan atas produknya seperti produk UKM inovatif dari Kementerian Pertanian, food terlaris di Pasar Santa oleh Kementerian Perindustrian, Halal MUI Awards dan juara terbaik Al-Ahmadi tahun 2015. Bahkan rencana kedepan dari industri ini adalah Untuk menjadikan UD.Salacca sebagai “*Agroedutoursim*” selain menikmati olahan salak masyarakat bisa sekaligus belajar. Dengan adanya produk- produk yang merupakan ciri khas daerah akan menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung, untuk itu kedepannya UD.Salacca selain menjual produk olahan dari salak juga sebagai tempat pelatihan pengolahan buah, tempat penelitian, tempat berekreasi dengan tersedianya kebun salak siap petik sendiri, ditempat ini juga akan disediakan tempat belajar pembibitan buah salak yang baik, untuk mengenalkan salak sebagai buah tropis khas Indonesia, sehingga bagi pelajar yang ingin magang dan penelitian tersedia tempat yang baik, karena selama ini hanya tersedia fasilitas untuk pengolahan dan penjualan, sehingga untuk yang pertaniannya kurang tersedia.

Oleh karena itu, perusahaan UD.Salacca ini konsisten untuk mengembangkan produksi dari beberapa produknya. UD.Salacca juga berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari produk tersebut agar masyarakat lebih menyukainya. Sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan dari setiap produk yang telah di produksi UD.Salacca. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah penjualan setiap bulannya dari produk tersebut dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1  
Jumlah Penjualan Produk Olahan Salak UD.Salacca Tahun 2016

Jenis Produk	Jumlah Penjualan/Bulan			
	September	Oktober	Nopember	Desember
<b>Nagogo drink</b>	1.788 botol	19.655 botol	20.755 botol	22.455 botol
<b>Sirup Salak</b>	1.716 botol	2.434 botol	2.565 botol	3.335 botol
<b>Madu Salak</b>	3.977 botol	4.115 botol	4. 784 botol	5.677 botol
<b>Kurma Salak</b>	2.721 kotak	26.346 kotak	27.124 kotak	29.344 kotak
<b>Dodol Salak</b>	32.993 kotak	33.124 kotak	35.465 kotak	40.556 kotak
<b>Keripik Salak</b>	7.652 kotak	8.125 kotak	8. 734 kotak	9.376 kotak

Sumber : UD.Salacca Industri Pengolahan Salak Desa Parsalakan

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa produk yang diproduksi oleh UD.Salacca ini diminati oleh masyarakat. Jumlah Penjualan dari produk ini mencapai jumlah yang tinggi dan meningkat dalam setiap bulannya. Setiap produk memiliki keunggulan masing-masing agar diminati oleh produsen di pasaran. Terlihat dari tabel bahwa produk olahan salak ini mempunyai pasar yang baik karena kapasitas produksinya yang besar. Sehingga memiliki prospek yang baik untuk lebih dikembangkan. Hal ini juga dapat dilihat dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh jakfar abdul azis tentang *Prospek Pengembangan Sirup Salak Di Bangkalan* mengatakan bahwa industri sirup salak ini layak untuk dikembangkan dan menjadi sebuah industri yang modern karena

mempunyai pangsa pasar yang normal dan kebutuhan rata-rata dalam setahun 900 botol. Dari segi aspek teknis kapasitas produksi salak sebesar 437 unit per tahun (Jakfar Abdul Azis, 2008: 2).

Dalam suatu usaha atau bisnis tentu ada hal-hal yang dapat menjadi kendala untuk mengembangkan usahanya, begitu juga dengan industri salak kemasan ini ada beberapa kendala yang mungkin akan dihadapi seperti kurangnya modal usaha, terbatasnya sarana dan prasarana, kurangnya pengetahuan dan keterampilan para petani di bidang pertanian dan pemasarannya. Hal tersebut didukung dengan dilakukannya penelitian tentang *Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Salak* yang dilakukan oleh Sri Hastuti. Dimana hasilnya menunjukkan bahwa faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi pengembangan salak di Kab. Lumajang antara lain: Sumber Daya lahan, kelembagaan kelompok petani, pemasaran hasil, sumber daya manusia, varietas salak, pemodal, bibit, luas areal salak, kebijakan pemerintah dan lainnya. Dari kondisi tersebut maka strategi yang dapat digunakan adalah memperluas perusahaan dengan membangun lokasi lain, meningkatkan jenis produk, fasilitas produksi dan teknologi (Sri Hastuti, 2013: 4).

Tingginya produksi salak di Padangsidimpuan menjadi salah satu alasan dari unit-unit usaha mulai mendirikan sebuah industri pengolahan buah salak tersebut. Beberapa diantaranya adalah industri pengolahan UD.Salacca dan UD.Agrina yang berada di Desa Parsalakan. Produksi olahan salak kemasan dari kedua industri tersebut sudah sangat dikenal dan diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu industri pengolahan salak kemasan ini memiliki prospek untuk berkembang dengan baik dimasa yang akan datang. Dengan demikian dari latar belakang di atas penulis ingin meneliti tentang "Prospek Pengembangan Industri Pengolahan Salak Dalam Membangun Ekonomi Masyarakat Desa Parsalakan Ditinjau Dari Ekonomi Islam".

### **Kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan sebagai dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Dalam kewirausahaan kita akan menjumpai istilah wirausaha yaitu orang yang mengorganisasi, mengelola, serta menanggung resiko atas keputusan bisnis yang dijalaninya. Dengan keterampilan dan strateginya seorang wirausaha mampu menciptakan suatu peluang, mengantisipasi dan mengupayakan kesuksesan bagi diri, perusahaan dan orang lain (Rusdiana, 2014: 115).

Menurut Leonardus dalam bukunya mengemukakan ada 4 karakteristik kewirausahaan yaitu (Leonardus Saiman, 2014: 65):

- 1) Menjalankan sebuah bisnis yang mempunyai kemungkinan menghasilkan keuntungan.
- 2) Berani menanggung dan menerima resiko bisnis tersebut di masa-masa mendatang.
- 3) Bisnis yang ditekuni akan mempunyai kesempatan tumbuh.
- 4) Perusahaan akan membuat inovasi dan akan terjadi kapitalisasi usaha tersebut.

Menurut Ahmad Amin memberikan batasan bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat (Faishal, Badroen, dkk, 2010: 170). Adapun etika wirausaha adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap dan perilaku pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- 2) Penampilan yang ditunjukkan harus baik dan sopan.
- 3) Cara berpakaian pengusaha juga harus sesuai tempat.
- 4) Cara bicara pengusaha harus sesuai dengan usaha yang dijalankannya.
- 5) Gerak-gerik seorang pengusaha juga harus dapat menyenangkan orang lain terutama para pelanggan.

### **Produksi**

Produksi menurut As-Sadr sebagaimana dikemukakan oleh Adiwarmanto Karim adalah usaha mengembangkan sumber daya alam agar lebih bermanfaat bagi kehidupan manusia (Karim, Adiwarmanto, 2012: 124). Sedangkan menurut Qutub Abdul Salam adalah usaha mengeksploitasi sumber daya agar menghasilkan manfaat ekonomi (Ruslan Abdul, 2013: 54). Produksi juga merupakan suatu rangkaian kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung akan mempertinggi nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan demikian, produksi berkaitan erat dengan bekerja, yaitu satu aktivitas yang dilakukan seseorang secara bersungguh-sungguh dengan mengeluarkan secara potensinya untuk mencapai tujuan tertentu. Alquran menyebutkan dengan istilah “beramal” yang merupakan aktualisasi eksistensi diri untuk memelihara kelangsungan hidup, memakmurkan bumi, dan memberi nilai tambah kehidupan. Kahf mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana sigariskan dalam agama Islam yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat (M. Ridwan, 2013: 71).

### **Distribusi**

Distribusi atau pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dari barang-barang jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Contohnya, seorang manusia membutuhkan air dalam memenuhi kebutuhan dahaganya. Jika ada segelas air maka kebutuhan dahaganya akan terpenuhi. Namun manusia tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannya namun juga ingin memenuhi keinginannya yaitu misalnya segelas air merek Aqua yang bersih dan mudah dibawa. Maka manusia ini memilih Aqua botol yang sesuai dengan kebutuhan dalam dahaga dan sesuai dengan keinginannya yang juga mudah dibawa (Sentot Imam Wahjono, 2010: 3).

### **Prospek Pengembangan Usaha**

Prospek merupakan gambaran umum tentang usaha yang kita jalankan untuk masa yang akan datang. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor dalam maupun luar dari usaha tersebut. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, teknologi dan lainnya. Sedangkan dari luar seperti transportasi, komunikasi, fasilitas kredit, penggunaan teknologi baru yang dapat meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan diharapkan dapat memberikan keuntungan kepada pengusaha. Beberapa aspek yang tidak bisa dihilangkan dalam kajian kelayakan bisnis yaitu (Fahmi, Irham, Dkk, 2010: 68): aspek Sumber daya manusia (SDM), aspek teknis, aspek pemasaran, aspek

produksi, aspek manajemen, aspek keuangan, aspek kesempatan kerja, aspek lingkungan, aspek ekonomi, sosial dan politik.

Usaha industri kecil pengolahan salak yang dilakukan pengusaha di daerah penelitian masih tergolong pengolahan yang bersifat sederhana dengan bahan baku yang diperoleh dari desa sekitar industri pengolahan tersebut. komoditi salak adalah komoditi yang dapat dinikmati dalam bentuk segar, namun dengan harga kecil dan mudah rusak sehingga kurang menguntungkan bagi petaninya. Oleh karena itu perlu dilakukan proses pengolahan lebih lanjut untuk menolong para petaninya karena produk olahan salak ini dapat menerobos pasar baik pasar domestik maupun pasar luar negeri. Dalam proses produksi industri pengolahan salak tidak lepas dari biaya produksi. Biaya produksi yang dikeluarkan pengusaha antara lain biaya bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja, biaya penyusutan dari peralatan yang digunakan dan biaya pengemasan . proses produksi ini menghasilkan output yaitu salak olahan. Hasil penjualan output tersebut merupakan penerimaan yang diperoleh oleh industri pengolahan salak tersebut. Dengan demikian biaya dan penerimaan yang diperoleh maka dapat diketahui keuntungan dengan menghitung selisih antara penerimaan dan pengeluaran (biaya) dari industri pengolahan salak.

Setelah diketahui industri pengolahan salak tersebut layak untuk dikembangkan maka dapat dilakukan tindakan selanjutnya untuk mengembangkan usaha tersebut. Tetapi jika ternyata usaha penlahan salak ternyata tidak layak dikembangkan maka pengusaha industri pengolahan salak juga dapat mengambil tindakan yang tepat untuk membuatnya menjadi layak. Setelah diketahui kelayakannya dapat dilihat juga posisi industri pengolahan salak berada dimana sehingga dapat dilihat prospek pengembangan ke depannya.



Gambar 2.2 Prospek Pengembangan Usaha

Penelitian ini akan dilakukan pada UD.Salacca yaitu sebuah sentra industri usaha kecil pengolahan salak. Lokasi ini berada di Desa Parsalakan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten Tapanuli Selatan. Penulis menjadikan lokasi ini sebagai tempat penelitian karena di daerah ini merupakan salah satu sentra produksi salak terbanyak yang ada di daerah Tapanuli Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Maret 2017. Penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif yaitu berusaha mempelajari benda-benda di dalam konteks alaminya yang berupaya untuk memahami atau menafsirkan fenomena yang dilihat dari sisi makna yang dilekatkan manusia (peneliti) kepadanya (Nuryaman,

2010:160). Penelitian ini yang bersifat deskriptif yaitu berusaha menggambarkan dan mendefinisikan siapa yang terlibat di dalam suatu kegiatan, apa yang dilakukannya, kapan dilakukannya, di mana dan bagaimana melakukannya (Lexy J Moleong, 2014: 156).

Untuk mengumpulkan data baik dari primer atau sekunder, peneliti menggunakan teknik wawancara yang akan dilakukan dengan pemilik perusahaan, karyawan dan kepala Desa Parsalakan. Selain itu juga ada dokumentasi yang akan digunakan sebagai laporan atau data yang disimpan dan bisa dikaji ulang untuk bukti keakuratan data.

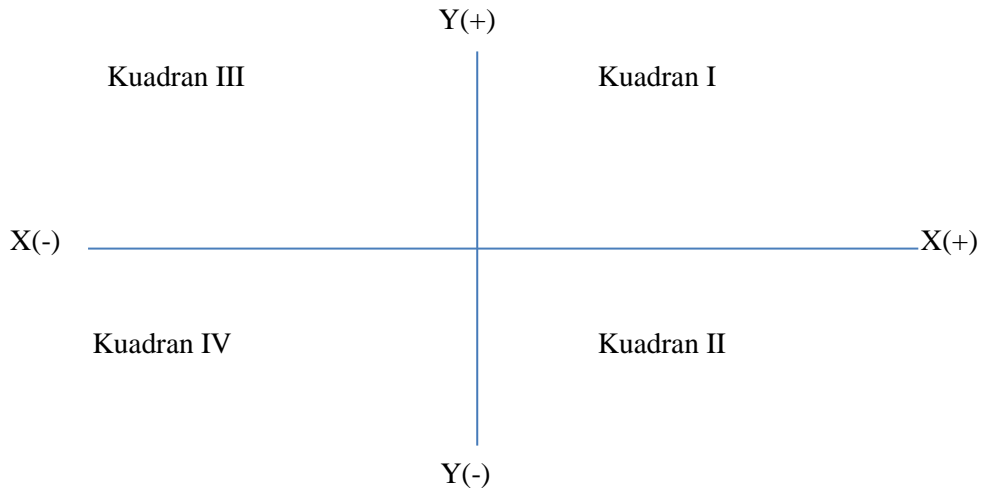
Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT yaitu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*Threats*). Dengan mengintegrasikan model analisis SWOT, manajemen resiko, budaya organisasi serta berbagai model strategi bisnis lainnya, analisis SWOT ini dapat dipakai untuk mengelola kinerja dengan mempertimbangkan faktor strategi dan resiko secara tepat. Mengelola kinerja ini merupakan keharusan bagi perusahaan, karena dengan ini perusahaan dapat menggunakan seluruh potensi sumber daya yang tersedia secara optimal untuk memaksimalkan kekayaan pemilik badan usaha dan menciptakan nilai untuk *stakeholder* (Feddy Rangkuti, 2015: 3).

Menurut Situmorang dan Dilham dalam membuat analisis SWOT dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (Feddy Rangkuti, 2015: 3) :

1. Persiapan : Menyamakan Pemahaman
  - a. Perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya organisasi dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistis dalam mewujudkan visi dan misinya.
  - b. Mengumpulkan jenis dan kualitas data dan informasi yang internal dan eksternal yang diperlukan.
  - c. Menyamakan langkah-langkah dalam melakukan analisis eksternal dan internal.
2. Mengidentifikasi Faktor Internal dan Eksternal
3. Membuat matriks evaluasi faktor internal dan eksternal.
4. Membuat matriks posisi perusahaan

Hasil analisis pada tabel matriks evaluasi faktor internal dan eksternal dipetakan pada matriks posisi organisasi 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 analisis sebagai berikut :
  - 1) Kalau peluang besar dari ancaman maka nilai  $y > 0$  dan sebaliknya ancaman lebih besar dari peluang maka nilai  $y < 0$
  - 2) Kalau kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai  $x > 0$  dan sebaliknya kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilai  $x < 0$ .



**Pembahasan**

1. Keuntungan Industri Pengolahan Salak UD.Salacca

Keuntungan adalah total penerimaan dikurangi dengan biaya produksi dalam satu kali periode produksi. Biaya produksi yang dimaksud adalah seluruh pengeluaran yang dipergunakan dalam pengolahan salak ini. Berikut adalah tabel penerimaan, biaya dan keuntungan dari UD.Salacca:

Tabel 4.7  
Daftar Penerimaan Dan Keuntungan UD.Salacca

Tahun	Total Produksi	Total Penerimaan	Total Biaya	Total Keuntungan
2016	14.858	Rp 220.324.000	Rp 125.648.000	Rp 94.676.000
2015	16.836	Rp 195.044.000	Rp 105.634.000	Rp 89.410.000
Total	31694	Rp 415.368.000	Rp 230.982.000	Rp 184.086.000

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dalam 2 tahun perusahaan ini aktif dalam produksi olahan salaknya. Dimana dalam satu minggu dilakukan proses produksi sebanyak 6 kali dan dalam tahun 2015 dihasilkan total produksi sebanyak 16.836. kemudian dari total produksi tersebut akan menghabiskan biaya sebesar Rp 105.634.000 sehingga total keuntungan yang diperoleh pada tahun 2015 adalah sebesar 89.410.000. pada tahun 2016 diperoleh total produksinya adalah 14.858 dengan biaya produksi sebesar Rp 125.648.000 dan memperoleh keuntungan sebesar Rp 94.676.000. dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa total pendapatan lebih besar daripada biaya produksi ( $TR > TC$ ), hal ini menunjukkan bahwa usaha pengolahan salak UD.Salacca ini menguntungkan dan layak untuk dikembangkan lebih baik lagi.

2. Prospek Pengembangan Usaha Pengolahan Salak UD. Salacca dalam Membangun Ekonomi Masyarakat

Setiap usaha yang dijalani pasti memiliki prospek, karena prospek merupakan gambaran tentang usaha yang dijalani di masa yang akan datang. setiap pengusaha akan memikirkan bagaimana cara untuk mengembangkan usahanya. baik atau tidaknya prospek suatu usaha tersebut tergantung pada pengusahanya sendiri dan tidak terlepas dari permintaan konsumen akan produk dari usaha tersebut. sebelum membuka usaha maka seorang pengusaha harus bisa memilih usaha yang cocok untuk dijalankan dengan membaca kondisi pada lokasi yang ada, menemukan sebuah usaha yang belum ada atau walaupun sudah ada kita harus memiliki nilai tambah untuk usaha tersebut, seperti melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produk. Usaha industri pengolahan salak UD.Salacca ini sudah ada sejak tahun 2014 yang dipelopori oleh Bapak Gulma Mendrofa, dan pada saat ini usaha ini sudah mengalami banyak peningkatan dan perkembangan yang sangat pesat dilihat dari jumlah penjualan yang meningkat dan pemasaran produk yang semakin luas. prospek yang bagus membuat usaha ini masih tetap bertahan sampai sekarang dan usaha ini sudah memiliki beberapa cabang di tempat lain. usaha industri pengolahan salak UD.Salacca ini sangat membantu dalam pengembangan ekonomi masyarakat dimana dengan adanya usaha ini maka tingkat pengangguran terhadap warga disana dapat berkurang dan para petani salak pun tidak harus menjual salaknya di pasar dengan harga yang lebih rendah dari biaya transportasinya.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan masalah yang dihadapi perusahaan UD.Salacca maka dapat diketahui bahwa permintaan pasar pada produk olahan salak ini meningkat dari tahun 2015 ke 2016, sehingga memiliki prospek untuk dikembangkan. Namun dalam pengembangan ada strategi yang harus dilakukan, dan disini akan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

**a. Persiapan: Menyamakan Pemahaman (Persepsi)**

Dalam hal ini akan dilakukan pemahaman faktor-faktor yang menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut sedangkan faktor eksternal adalah peluang dan ancaman dari luar lingkungan UD.Salacca tersebut.

**b. Menentukan Faktor Internal dan Eksternal**

Faktor internal dari prospek pengembangan UD.Salacca adalah sebagai berikut :

- 1) Kekuatan
  - i) Industri pengolahan salak UD.Salacca ini berada di daerah Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat yang memang salah satu daerah penghasil salak terbesar di Kabupaten Tapanuli Selatan ini.
  - ii) Pangsa pasarnya sudah sangat luas dimana produk-produk dari hasil olahan UD.Salacca ini dipasarkan bukan hanya didaerah Tapanuli Selatan dan Medan saja tapi juga sudah dikirim ke luar provinsi seperti Jakarta, Palembang, Kalimantan bahkan sudah sampai ke Dubai.
  - iii) Industri pengolahan salak UD.Salacca baru berdiri 2 tahun tapi industri ini sudah bisa mencapai keuntungan yang memusakan yaitu kurang lebih sebesar Rp 80.000.000 setiap tahunnya.
  - iv) Produk-produk dari perusahaan ini sudah di nyatakan halal oleh MUI terbukti bahwa perusahaan ini sudah mendapatkan penghargaan Halal

MUI award sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan ketidakjelasan produknya.

2) Kelemahan

- i) Kelemahan dari setiap produk dimana setiap produk memiliki tanggal kadaluarsa yang berbeda-beda. Ada yang hanya bertahan dalam beberapa bulan tapi ada juga yang sampai satu tahun seperti dodol salak dan kurma salak.
- ii) Sarana transportasi. Dimana dalam hal ini produk –produk tersebut akan dikirim ke berbagai daerah bahkan sampai luar provinsi dan pastinya akan menggunakan jasa angkutan. Dalam proses pengiriman ini lah yang sering terjadi masalah seperti keterlambatan barang sampai ke tujuan masing-masing.
- iii) Teknologi yang digunakan dalam usaha ini masih belum canggih, dimana dalam proses produksinya masih menggunakan tenaga manusia walaupun sudah ada mesin tapi itu belum cukup maksimal sehingga masih membutuhkan tenaga kerja yang profesional agar produksi tetap berjalan dengan baik.

Adapun faktor-faktor eksternal dari Usaha pengolahan salak UD.Salacca ini adalah:

1) Peluang

- i) Dukungan Pemerintah. Pemerintah Tapanuli Selatan sangat mendukung usaha pengolahan salak ini. Hal ini dapat dilihat dengan diberikannya bantuan mesin dan pelatihan-pelatihan secara rutin setiap tahunnya dari Dinas Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Daerah. Kemudian juga setiap ada ajang pameran atau acara-acara produk usaha ini akan selalu dibawa untuk di promosikan kepada masyarakat luas.
- ii) Pemasaran dari produk-produk olahan salak dari UD.Salacca ini sudah sampai ke luar provinsi bahkan ada yang sampai ke Dubai yaitu produk kopi biji salak. Dari hal tersebut dapat dipastikan bahwa peluang dari bisnis ini untuk beberapa tahun yang akan datang sangat bagus, jika perusahaan tetap konsisten dengan kualitas produknya maka bukan hanya Dubai tapi negara-negara lain pasti bisa kita ekspor produk-produk tersebut.

2) Ancaman

Munculnya pesaing baru. Kemungkinan besar dalam setiap bisnis pasti akan memiliki pesaing. Dalam hal ini juga pasti akan ada pengusaha-pengusaha yang sudah mengetahui bagaimana prospek dari usaha ini akan membuka usaha baru yang sama dengan produk usaha ini sehingga dapat mengancam pengembangan usaha ini di masa berikutnya

### c. Membuat Matriks Evaluasi Faktor Internal & eksternal dari UD.Salacca

Hasil identifikasi faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan akan dipindahkan ke tabel matriks evaluasi faktor internal (EFI) dan akan diberikan pembobotan rating dan skor. Kemudian skor akan di jumlah dan diperbandingkan. Selanjutnya juga dengan faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman akan dimasukkan ke tabel matriks evaluasi faktor eksternal

(EFE) dan akan diberikan skor, bobot dan rating. Kemudian di jumlah dan diperbandingkan.

Di bawah ini merupakan tabel perhitungan pembobotan dikalikan rating dari faktor –faktor internal:

Tabel 4.8 Daftar perhitungan dan pembobotan faktor internal

<b>Faktor internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan</b>			
Lokasi yang strategis	0,21	3	0,63
Pangsa Pasar yang luas	0,16	1	0,16
Keuntungan yang memuaskan	0,16	2	0,32
Adanya label Halal dari MUI	0,21	3	0,63
<b>Total Skor Kekuatan</b>	<b>0,74</b>	<b>9</b>	<b>1,74</b>
<b>Kelemahan</b>			
Adanya kadaluarsa dari setiap produk	0,21	1	0,21
Teknologi yang belum canggih	0,16	2	0,32
<b>Total skor kelemahan</b>	<b>0,37</b>	<b>3</b>	<b>0,53</b>
<b>Selisih kekuatan dan kelemahan</b>	<b>1,21</b>		

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa total skor kekuatan lebih besar daripada total skor kelemahan ( $x > 0$ ) dengan selisihnya adalah sebesar 1,21. Dalam hal ini berarti bahwa faktor kekuatan lebih dominan.

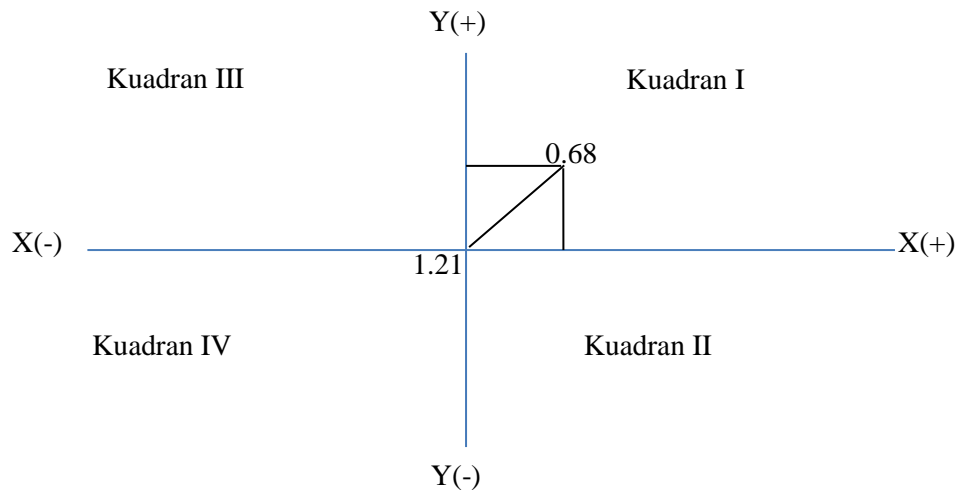
Tabel 4.9 Daftar pembobotan dan rating faktor eksternal

<b>Faktor eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang</b>			
Dukungan pemerintah	0.29	3	0.84
Pencapaian pasar luar negeri	0.21	2	0.42
<b>Total skor peluang</b>	<b>0.60</b>		<b>1.26</b>
<b>Ancaman</b>			
Munculnya pesaing baru	0.29	2	0.58
<b>Total skor ancaman</b>	<b>0.29</b>	<b>0.58</b>	
<b>Selisih peluang dan ancaman</b>	<b>0.68</b>		

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa total skor peluang lebih besar daripada total skor ancaman ( $y > 0$ ) dengan selisihnya adalah sebesar 0,68. Dalam hal ini berarti bahwa faktor peluang lebih dominan.

#### **d. Membuat Matriks Posisi Perusahaan**

Berdasarkan matriks evaluasi faktor internal dan eksternal di atas maka dapat dibuat matriks posisi perusahaan untuk melihat dimana posisi perusahaan UD.Salacca di Tapanuli Selatan. Tabel di atas diperoleh  $x > 0$  dan  $y > 0$ .



Gambar 4.1 posisi matriks perusahaan UD.Salacca

Pengembangan usaha industri pengolahan salak UD.Salacca berada di posisi kuadran I, yang merupakan posisi yang sangat menguntungkan bagi industri pengolahan salak karena pada posisi ini industri tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Kebijakan pertumbuhan yang agresif ini didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan aset, profit atau kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai melalui pengembangan produk baru, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan penjualan produk dengan menambah akses ke pasar yang lebih luas untuk mendapatkan profit yang lebih besar. Dari hasil analisis SWOT dapat diketahui bahwa industri pengolahan salak UD.Salacca adalah benar di posisi yang menguntungkan untuk dikembangkan yaitu di kuadran I. Hal ini berarti bahwa industri ini memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan lebih baik lagi.

#### e. Penentuan Alternatif Strategi

Strategi-strategi pengembangan usaha pengolahan salak UD.Salacca di Kabupaten Tapanuli Selatan ini dapat dilakukan dengan berbagai alternatif. Penentuan alternatif strategi bagi pengembangan usaha ini adalah dengan analisis SWOT. Matriks SWOT ini dibangun dari faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Berdasarkan matriks analisis SWOT maka dapat disusun empat strategi utama yaitu SO, WO, ST dan WT. Strategi pengembangan usaha industri pengolahan salak UD.Salacca di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan menggunakan seluruh kekuatan dan peluang adalah sebagai berikut:

- 1) Kebijakan pemerintah daerah dengan memberikan bantuan berupa mesin dan pelatihan-pelatihan kepada perusahaan harus dimanfaatkan dengan baik agar bisa lebih meningkatkan produktivitas dari produk-produk yang ada di usaha tersebut.
- 2) Lokasi yang strategis dan memiliki sertifikat halal dari MUI akan menjadi suatu daya tarik konsumen untuk lebih memilih produk UD.Salacca ini sehingga dapat meningkatkan penjualan produk-produknya.

- 3) Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk agar bisa mencapai pangsa pasar yang lebih luas bahkan sampai ke luar negeri.

Strategi pengembangan usaha industri pengolahan salak UD.Salacca di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan meminimalkan seluruh kelemahan dan memanfaatkan peluang adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan harus memanfaatkan bantuan yang diberikan pemerintah untuk meminimalkan kelemahan atas teknologi yang masih kurang agar proses produksi tetap berjalan dengan baik dan tidak menghambat pengembangan usaha ini.
- 2) Perusahaan harus mampu meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan pasar-pasar yang sudah ada bahkan menambah pasar baru agar produk-produk tersebut sudah terjual sebelum tanggal kadaluarsanya berlaku sehingga tidak menimbulkan kerugian pada perusahaan.

Strategi pengembangan usaha industri pengolahan salak UD.Salacca di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan harus memasuki dan menguasai pasar yang sudah dimiliki dengan baik, sehingga apabila muncul pesaing baru maka produk usaha ini tidak mudah direbut oleh pesaing.
- 2) Perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas dari produknya dan dengan label halal dari MUI maka perusahaan lebih bisa menguasai pasar dan konsumen tidak ragu dengan kejelasan produk tersebut.

Strategi pengembangan usaha industri pengolahan salak UD.Salacca di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan harus bisa lebih meningkatkan kualitas tenaga kerjanya untuk bisa memproduksi lebih baik lagi, karena walaupun masih belum memiliki teknologi yang canggih tapi produksinya tetap baik dan berkualitas sehingga dapat mengatasi masalah pesaing yang akan muncul.
- 2) Perusahaan harus menambah pasar baru dan menguasai pasar yang ada untuk meningkatkan penjualan sehingga produk yang sudah diproduksi tidak sampai habis masa kadaluarsanya. hal ini juga dapat mengatasi ancaman dengan pesaing baru yang muncul nantinya.

Dari analisis SWOT tersebut dapat dilihat posisi dari industri pengolahan salak UD.Salacca berada pada kondisi yang sangat menguntungkan karena industri ini mempunyai peluang dan kekuatan yang dimanfaatkan sehingga prospek pengembangannya akan sangat menguntungkan. selain itu dari analisis SWOT diatas dapat juga dilihat alternatif strategi yang sesuai untuk mengembangkan industri pengolahan salak UD.Salacca ini. Berikut adalah daftar matriks SWOT dari perusahaan UD.Salacca:

Tabel 4.10 Matriks SWOT UD.Salacca

Internal  Eksternal	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi yang strategis</li> <li>• Pangsa pasar yang luas</li> <li>• Keuntungan yang memuaskan</li> <li>• Adanya label halal dari MUI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya kadaluarsa pada produk</li> <li>• Teknologi yang belum canggih</li> </ul>
<b>Peluang (Opportunity)</b>  Dukungan pemerintah Pencapaian pasar luar negeri	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan bantuan dari pemerintah untuk berproduksi lebih baik lagi</li> <li>• Memanfaatkan lokais yang strategis dan Label halal dari MUI sebagai daya tarik konsumen terhadap produk yang dimiliki</li> <li>• Meningkatkan kualitas produk untuk bis mencapai pasar luar negeri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meminimalkan kelemahan teknologi dengan bantuan yang diberikan pemerintah agar produksi tetap berjalan dengan baik</li> <li>• Meningkatkan penjualan dengan menambah pasar dan mempertahankan pasar lama agar produk tidak kadaluarsa sebelum terjual</li> </ul>
<b>Treath (Ancaman)</b>  Munculnya pesaing baru	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasuki pasar baru dan mempertahankan pasar lama agar kemunculan pesaing tidak mudah merebut pasar dari produk kita</li> <li>• Meningkatkan kualitas produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas tenaga kerja agar bisa mengatasi kelemahan teknologi yang belum canggih sehingga bisa mengatasi ancaman munculnya pesaing baru</li> </ul>

	dan dengan memiliki label halal dari MUI maka bisa menguasai pasar dan konsumen tidak ragu dengan kejelasan produk kita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah pasar baru agar produk yang kadaluarsanya cepat tidak mengalami kerusakan sebelum terjual</li> </ul>
--	---	--

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa industri pengolahan salak UD.Salacca memiliki kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal perusahaan sedangkan peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal perusahaan. Dimana dengan strategi SWOT dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang akan datang dan juga meminimalkan kelemahan agar dapat mengatasi ancaman pesaing baru yang muncul di masa yang akan datang.

## Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang prospek pengembangan usaha industri pengolahan salak dalam membangun ekonomi masyarakat di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha industri pengolahan salak UD.Salacca ini memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan di masa yang akan datang. Dari hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa industri pengolahan salak UD.Salacca memiliki keuntungan yang memuaskan, pangsa pasar produknya yang luas bahkan sampai ke Dubai, lokasi yang strategis, kualitas produk yang baik dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Parsalakan sehingga industri pengolahan UD.Salacca ini memiliki prospek dan layak untuk dikembangkan lagi di masa yang akan datang.
2. Dalam menjalankan usaha ini perusahaan mengalami beberapa kendala-kendala baik yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri seperti produk yang memiliki tanggal kadaluarsa, teknologi yang belum canggih, sedangkan kendala-kendala yang berasal dari luar perusahaan yaitu munculnya pesaing baru.

## Reference:

- A, Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia. 2014.
- Abdul, Ruslan, *Konsep Produksi dan Distribusi dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Afrida, Analisis Nilai Tambah Pengolahan Salak di Desa Parsalakan Kab.Tapsel, *Jurnal Sosial Agriculture Dan Agribisnis*, Vol 1, No 1, 2012.

- Anarsis, Widji, *Agribisnis Komoditi Salak*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Azis, Abdul Jakfar, Prospek Pengembangan Sirup di Bangkalan, *Jurnal Embryo*, Vol 5, No 1, 2008.
- Badroen, Faishal, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana, 2010.
- Hastuti, Sri, Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronowijo Kabupaten Lumajang, *Jurnal Ilmiah Inovasi*, Vol.13, No 3, 2013.
- Irham, Fahmi, Dkk, *Studi Kelayakan Bisnis Teori Dan Aplikasi*. Cet-2, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Ekonomi Makro*, Jakarta: IIT Indonesia, 2012.
- Kholidah, Yuni, Strategi Pengembangan Kluster Ekonomi Berbasis Agribisnis Salak, *Jurnal Agriculture*, Vol 13, No 3, 2015.
- Moleong, J Lexy, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta:Rosda Karya, 2014.
- Nuryaman, *Metode Penelitian Akuntansi Dan Bisnis*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.
- Rangkuti, Feddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta:Gramedia Pustaka Umum, 2011.
- Rangkuti, Feddy, *SWOT Balance Scorecard*, (Jakarta:PT.Gramedia: 2015
- Ridwan, M, *Pengantar Mikro dan Makro Islam*, Bandung: Citapustaka Media, 2013.
- Saiman, Leonardus, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Soekartawi, *Agribisnis dan Aplikasinya*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010.
- Wahjono, Imam Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.