

# PERENCANAAN USAHA

Teknik Membuat Kelayakan Usaha  
Dilengkapi Contoh Beberapa Model Usaha Agribisnis



Dr. Sukesu, MM.

# **PERENCANAAN USAHA**

**Teknik Membuat Kelayakan Usaha  
Dilengkapi Contoh Beberapa Model Usaha Agribisnis**

Oleh: Dr. Sukezi, MM

**Lutfansah Mediatama**

## **PERENCANAAN USAHA**

Teknik Membuat Kelayakan Usaha  
Dilengkapi Contoh Beberapa Model Usaha Agribisnis

Penulis Dr. Sukesii, MM  
Layout Ahmad Muslich

Penerbit  
Lutfansah Mediatama  
Jl. Darmokali I/11  
Telp. 031-5611263

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Cetakan I, September 2010

---

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Perencanaan Usaha: Teknik Membuat Kelayakan Usaha Dilengkapi  
Contoh Beberapa Model Usaha Agribisnis/ oleh Sukesii. – Surabaya: Lutfansah  
Mediatama 2010

xiv + 177 hlm. ; 15,5 x 23 cm

ISBN : 978-602-8625-25-8

---

## KATA PENGANTAR

Usaha apapun yang sedang dijalankan baik berskala besar, maupun kecil tentunya sedikit banyak terkonsep adanya suatu perencanaan yang matang, dalam arti jelas adanya suatu aktivitas penawaran dan yang ditawarkan. Pokok yg Paling Penting dlm BISNIS Bukan Kantor, Bukan Mr. Hi Tech, Bahkan Bukan Produk atau Jasa, Melainkan PENAWARAN, Bisnis belum ada sebelum ada PENAWARAN – – – Mark Joyner dalam MR

Pengelolaan bisnis saat ini dituntut kemampuan yang adaptif, hal ini disebabkan begitu banyak perubahan yang cepat terjadi dari dunia usaha. Perubahan-perubahan yang terjadi di picu oleh berbagai faktor seperti: *global competition*, dan *government deregulation*. Implikasinya adalah pengelola bisnis di era mendatang jelas berbeda dengan era sebelumnya. Perusahaan harus sanggup menawarkan produk atau jasa yang *unik, berkualitas, dan sustainable*, karena keistimewaan, mutu produk atau kualitas pelayanan yang diterima konsumen saat ini belum tentu diterima pula pada esok harinya. Merenda harapan dengan kualitas pelayanan: *customers first*, itulah yang selalu dikatakan oleh para pimpinan pada hampir disemua perusahaan, terutama yang membidangi jasa.

Menurut *Davies & Davies (2002)*, dewasa ini semua perusahaan menghadapi lingkungan bisnis yang terus berubah dengan cepat dan kompleks. Satu keputusan yang salah, atau sumber daya yang dialokasikan secara salah, dapat berarti malapetaka. Selanjutnya bisnis dibutuhkan *focus* dalam penetapan *positioning*. Kunci utama keberhasilan *positioning* terletak pada persepsi yang diciptakan. Selain ditentukan oleh persepsi pelanggannya sendiri, posisi atau citra sebuah per-usahaan dipengaruhi pula oleh para pesaing dan pelanggan mereka. Strategi *positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek/produk pesaing. Strategi

*positioning* akan dijelaskan dalam bab tersendiri dalam buku ini.

Mengingat, menimbang bisnis kita sampai saat ini sangat tergantung dengan mitra rekanan dilingkungan kita, maka sudah saatnya strategi yang kita jalankan bukan hanya pendekatan bisnis namun juga sentuhan hati. Maka dari itu mari kita putus dan tetapkan, kita gelorakan budaya peduli dan melayani kita kepada mitra-mitra rekanan supaya menjadi bisnis yang sehat, tumbuh dan berkembang, dengan melakukan pendekatan yang antara lain:

- a. Memiliki budaya untuk melayani dan memuaskan pelanggan dengan baik,
- b. Membuat system kerja yang jelas dan jangka panjang,
- c. Memiliki SDM yang berkualitas, bisa memotivasi dan memberikan pelatihan SDM secara terus menerus,
- d. Selalu ingin menjadi yang terbaik
- e. Selalu tanggap dan mengikuti perubahan
- f. Kreatif dan selalu menghasilkan ide - ide baru.
- g. Memiliki provit yang bagus

Kenyataan di lapangan masih banyak mitra rekanan bisnis kita yang masih jauh dari ideal misalnya;

- a. Budaya pelayanan pelanggan belum dijalankan dengan baik.
- b. Sistem kerja yang asal - asalan
- c. Masih banyak SDM yang tidak sesuai dengan kompetensi yang diharapkan
- d. Pelatihan, motivasi hanya mengandalkan program dari internal
- e. Sudah puas dan nrimo dengan kondisi saat ini
- f. Selama ini hanya mengandalkan *walk in customer* maupun jasa broker
- g. Sudah memiliki salesman tapi tidak dikelola dengan baik, produktifitas rendah, kurang membekali ilmu cara penjualan yang baik, tidak ada target produktifitas dan monitoring.

Agar pembaca memperoleh gambaran yang lebih konkrit dan utuh, dalam buku ini penulis sertakan contoh riil berdasarkan kajian dan penelaahan di lapangan dari sebuah bisnis di bidang agribisnis petani bunga krisan dan mangga klonal 21 yang lagi ngetren untuk

dibicarakan prospek bisnisnya sangat menjanjikan. Alhamdulillah penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah -NYA yang pada akhirnya dapat menyusun buku yang berjudul PERENCANAAN USAHA Teknik Membuat Kelayakan Usaha Dilengkapi Contoh Beberapa Model Usaha Agribisnis.

Tujuan disusunnya buku ini adalah untuk ikut berperan memberikan sumbangan dari hasil kajian ilmiah di lapangan tentang sejauh mana kelayakan sebuah usaha baik kecil maupun besar sangat dibutuhkan sebuah perencanaan yang matang. Perencanaan Usaha (*Business Plan*) hendaknya paling tidak mengandung komponen-komponen sebagai berikut:

- Pernyataan Visi dan Misi Organisasi
- Tinjauan/perumusan kondisi lingkungan usaha
- Tinjauan/perumusan kondisi internal organisasi
- Analisis SWOT
- Penentuan Strategi Bisnis
- Perencanaan Keuangan

Dalam buku ini selain dijelaskan mengenai ruang lingkup kegiatan kajian beserta metodologi, dilengkapi dengan kerangka pemikiran, tehnik sampling, dan alat-alat penggalian data untuk kepentingan kelayakan serta hasil analisa penghitungan kelayakan usaha dari data-data yang telah ada sekaligus rekomendasi hasil yang diusulkan.

Selanjutnya, disadari adanya sejumlah keterbatasan yang kami miliki dalam menyusun buku ini, meskipun telah dikerahkan segala kemampuan, tetapi masih dirasakan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kami mengharapkan saran yang membangun demi penyempurnaan isi buku ini.

Wassalam  
Hormat saya,

**Sukei**



# DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I	PENDAHULUAN	1
BAB II	RUANG LINGKUP PERENCANAAN USAHA	7
	1. Visi Organisasi	8
	2. Misi Organisasi	8
	3. Tinjauan Kondisi Lingkungan Bisnis	8
	a. Faktor Sosial Ekonomi	9
	b. Faktor Teknologi	10
	c. Faktor Pemerintah	10
	d. Faktor Pelanggan	10
	e. Faktor Pemasok (Supplier)	11
	f. Faktor Pesaing (Competitors)	11
	g. Faktor Internasional	11
	4. Perumusan Kondisi Internal (Sumber Daya Organisasi)	11
	a. Faktor Pemasaran dan Distribusi	12
	b. Faktor Penelitian dan Pengembangan	12
	c. Faktor Manajemen Produksi dan Operasi	12
	d. Faktor Sumber Daya Manusia (Karyawan)	13
	e. Faktor Keuangan dan Akuntansi	13
	f. Faktor Budaya Perusahaan	13
	g. Faktor Struktur Organisasi	14
	5. Analisis SWOT	14
	6. Penyusunan Strategi Bisnis ( <i>Business Strategy</i> )	15
	a. Strategi Stabilitas	15

	b.	Strategi Pertumbuhan	16
	c.	Strategi Penciutan ( <i>Retrenchment</i> )	18
	d.	Strategi Kombinasi	18
	7.	Penyusunan Rencana Keuangan ( <i>Financial Planning</i> )	19
<b>BAB III</b>		<b>DUKUNGAN TEORI dan TEHNIK BUDIDAYA</b>	
	3.1.	Rencana Usaha	21
	3.2.	Penyusunan Strategi Bisnis ( <i>Business Strategy</i> )	21
	3.3.	Tujuan Penyusunan Rencana Bisnis	23
	3.3.1	Penyusunan Rencana Bisnis Untuk Pihak Internal Perusahaan	23
	3.3.2	Penyusunan Rencana Bisnis Untuk Pihak Eksternal Perusahaan	25
	3.3.3	Tahap –Tahap Penyusunan Rencana Kerja	25
	3.4.	Pemberdayaan Ekonomi	27
	3.5.	Tehnik Budidaya Bunga Potong Krisan	29
	3.6.	Tehnik Budidaya Mangga	50
<b>BAB IV</b>		<b>KONDISI LINGKUNGAN KEGIATAN</b>	
	4.1.	Jenis dan Lokasi Kegiatan	65
	4.2.	Lingkup Materi	65
	4.3.	Kebutuhan Data	66
	4.4.	Metode Pengumpulan Data	67
	4.5.	Analisa Kasus	67
	4.5.1	Aspek Teknik Produksi	68
	4.5.2	Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan	68
	4.5.3	Aspek Pasar	69
	4.5.4	Aspek Sosial dan Ekonomi	69
	4.5.5	Analisis Aspek Keuangan	70
	4.5.6	Analisis Diagnosis Lingkungan	70
	4.6.	Lokasi	72
	4.7.	Lingkup Materi	72
	4.8.	Kebutuhan Data dan Tehnik Pengumpulan Data	73
	4.9.	Analisa Data	74

4.9.1 Aspek Teknik Produksi	74
4.9.2 Aspek Sumber Daya Manusia dan Kelembagaan	74
4.9.3 Aspek Pasar	75
4.9.4 Aspek Sosial – Ekonomi	75
4.9.5 Analisis Aspek Keuangan	76
<b>BAB V KELAYAKAN USAHA BUNGA KRISAN</b>	
<b>ANALISIS KASUS</b>	
5.1. Analisis Aspek Teknis	85
5.2. Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan	90
5.3. Analisis Aspek Pasar	94
5.4. Analisis Aspek Sosial dan Ekonomi	97
5.5. Analisis Aspek Keuangan	100
5.6. Analisis dan Pilihan Strategi Bisnis	105
<b>BAB VI KELAYAKAN USAHA PETANI MANGGA</b>	
6.1. Analisis Aspek Teknis	109
6.2. Aspek Sumber Daya Manusia & Kelembagaan	116
6.2.1 Jumlah dan Tingkat Pendidikan Petani Mangga	116
6.2.2 Kelembagaan Petani Mangga Gadung	119
6.3. Analisis Aspek Pasar	120
6.3.1 Perkembangan Permintaan dan Produksi Mangga	120
6.3.2 Daerah Pemasaran dan Mata Rantai Pemasaran	123
6.4. Aspek Sosial dan Ekonomi	126
6.5. Aspek Keuangan	130
6.6. Strategi Pengusahaan	136
6.6.1 Strategi Bidang Produksi	137
6.6.2 Strategi Bidang Pemasaran	138

Perencanaan Usaha

6.6.3 Strategi Bidang Sumber Manusia	140
6.6.4 Strategi Bidang Infrastruktur	140
6.6.5 Strategi Bidang Keuangan	141

BAB VII STRATEGI POSITIONING

STRATEGI <i>REPOSITIONING</i> PRODUK	143
--------------------------------------	-----

BAB VIII KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

8.1. Kesimpulan	151
8.2. Tindak Lanjut Usaha Bunga Krisan	153
8.2. Tindak Lanjut Usaha Mangga Gadung Klonal 21	156

DAFTAR PUSTAKA	159
----------------	-----

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	
3.1. Kesesuaian Lahan Tanaman Mangga	53
3.2. Diskripsi Varietas Mangga Unggul	55
3.3. Perbandingan Efisiensi Teknologi Penyambungan Dini Dan Penempelan	56
3.4. Dosis dan Waktu Pemupukan Tanaman Mangga	58
3.5. Hama Utama	61
4.1. Inventarisasi biaya-biaya usaha tani tanaman hias bunga	81
4.2. Inventarisasi biaya-biaya usaha tani tanaman hias bunga (Revisi)	82
4.3. Pencatatan penerimaan usahatani tanaman hias bunga	82
4.4. Struktur biaya usahatani tanaman hias bunga (Persen)	83
5.1. Tingkat Pendidikan Petani Bunga Krisan	92
5.2. Investasi Awal Budidaya Bunga Krisan	101
5.3. Biaya Tenaga Kerja	101
5.4. Sarana Produksi	102
5.5. Pendapatan	103
5.6. Perhitungan Laba-rugi	103
5.7. Analisis Kelayakan Usaha Agribisnis Bunga Krisan	104
6.1. Kontribusi Mangga di Jawa Timur Terhadap Mangga Nasional	110
6.2. Luas Daerah Potensial Pengembangan Mangga	113
6.3. Tingkat Pendidikan Petani Mangga Gadung Klonal 21	117
6.4. Keikutsertaan Petani Dalam Pelatihan	117
6.5. Jumlah Petani yang Melakukan Budidaya sesuai SOP	118
6.6. Perkembangan Konsumsi Perkapita Mangga	121
6.7. Perkembangan Ekspor Mangga	121
6.8. Perkembangan Luas Panen dan Produksi	122
6.9. Sentra Produksi Mangga di Kabupaten Pasuruan	123

6.10. Sistem Pemasaran di Tingkat Petani	125
6.11. Tanggapan Responden Tentang Cara Pembayaran	125
6.12. Pemenuhan Kebutuhan Tenaga Kerja	127
6.13. Dampak Usaha Mangga Gadung Klon 21 Terhadap Keluarga	129
6.14. Tanggapan Responden tentang Kondisi Infrastruktur Penunjang	130

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	
3.1. Orentasi Penyusunan Rencana Bisnis	23
3.2. Formulasi Rencana Bisnis	26
3.3. Sketsa Atap Rumah Lindung	30
3.4. Contoh Rumah Lindung	30
3.5. Cara pengolahan tanah untuk tanaman krisan	31
3.6. Cara pemasangan Basamid pada lahan untuk krisan (bedengan ditutup plastik)	32
3.7. Cara pemasangan jaring penyangga tanaman	34
3.8. Pemasangan instalasi listrik untuk pencahayaan	34
3.9. Pembibitan Krisan	36
3.10. Persiapan Tanam Krisan	37
3.11. Cara penugalan tanah sebelum benih ditanam	37
3.12. Cara Penanaman Benih Krisan	38
3.13. Cara Pemupukan Tanaman	40
3.14. Penyulaman tanaman krisan	40
3.15. Pengendalian gulma pada tanaman krisan	41
3.16. Hama Pengorok Daun <i>Liriomyza</i> sp. dan gejala serangannya	42
3.17. Hama Kutu daun <i>Macrosiphoniella sanborni</i> dan gejala serangannya	43
3.18. Thrips ( <i>Thrips</i> sp.) dan gejala serangannya	44
3.19. Serangan bakteri <i>Pseudomonas chitorii</i>	45
3.20. Gejala serangan penyakit Karat pada tanaman krisan	46
3.21. Kapang Kelabu ( <i>Botrytis cinerea</i> Pers)	47
3.22. Virus dan Viroid	48
3.23. Bunga krisan siap dipanen dan cara panen krisan	49
3.24. Cara Mengemas Bunga Krisan	50
5.1. Contoh Rumah Lindung	87

5.2. Bunga krisan siap dipanen dan cara panen krisan	89
5.3. Cara Mengemas Bunga Krisan	90
6.1. Mangga Gadung Klonal 21	109
6.2. Peta Persebaran Poduksi Mangga di Jawa Timur	110
6.3. Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung Klonal 21 Di Kecamatan Rembang	114
6.4. Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung Klonal 21 Di Kecamatan Wonorejo	114
6.5. Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung Klonal 21 Di Kecamatan Sukorejo	115
6.6. Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung Klonal 21 Di Kecamatan Bangil	115
6.7. Mata Rantai Pemasaran Mangga Gadung Mata Rantai Pemasaran Mangga Gadung	124
7.1. Jaring-Jaring Persepsi	146

# BAB I

## PENDAHULUAN

Perencanaan Usaha (Business Plan) merupakan sebuah dokumen rencana strategis dari sebuah organisasi bisnis yang berdimensi jangka menengah/panjang, yang akan dijadikan sebagai dasar dalam menyusun rencana tahunan dari unit-unit usaha yang terdapat di dalamnya. Sebuah *Perencanaan Bisnis (Business Plan)* yang disiapkan melalui proses yang baik dan benar akan dapat membantu manajemen dalam mengurangi dampak dari berbagai perubahan yang mungkin terjadi, meminimumkan pemborosan dan tindakan-tindakan yang tidak perlu, serta memaksimalkan keberhasilan usaha melalui pemanfaatan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien.

Tujuan Penyusunan Perencanaan Usaha (Pengembangan Bunga Krisan di Kecamatan Tukur dan usaha mangga klonal 21) dan mangga gadung klonal 21 adalah membuat suatu Rencana Usaha (*Business Plan*) yang mendeskripsikan tentang Prospek Bisnis (Rencana Pengembangan) bunga krisan di Kecamatan Tukur dan mangga gadung klonal 21 di Kecamatan Rembang. Tersusunnya suatu Prospek Konsep Bisnis yang menjelaskan secara rinci bisnis yang digeluti, struktur bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan; dan tersediannya analisa pasar yang membahas dan menganalisa konsumen potensial; siapa dan di mana mereka berada, apa yang menyebabkan mereka mau membeli, dan persaingan yang akan dihadapi dan bagaimana memposisikan diri untuk memenangkannya. Tersediannya suatu analisa finansial yang mencakup estimasi pendapatan dan arus kas, neraca serta rasio keuangan lainnya.

Selain sebagai alat manajemen, *Business Plan*, juga dapat berfungsi sebagai sarana bagi badan usaha yang bersangkutan untuk berkomunikasi dengan para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) termasuk calon investor dan kalangan kreditor (perbankan). Dalam kondisi lingkungan ekonomi yang serba tidak menentu seperti sekarang ini, dengan adanya Business Plan akan sangat membantu dalam mengatasi rintangan dan hambatan dalam menjalankan usaha.

Upaya untuk memasarkan produk dan hasil usaha sangat didukung oleh keberhasilan suatu usaha itu sendiri yang sangat tergantung pada seberapa besar kemampuan pengelola mengenali sumber daya perusahaan yang dimilikinya. Tidak sedikit perusahaan yang gagal dikarenakan ketidak mampuannya untuk mengenali dan mengelola Sumber Daya perusahaan. Ada dua jenis Sumber Daya perusahaan yaitu *tangibles* (nampak) dan *intangible* (tidak nampak). Dalam pengelolaan bisnisnya usaha pertanian ataupun jenisnya jasa tersebut memanfaatkan secara optimal kemampuan semua aset yang ada dalam Sumber Daya perusahaan.

Seperti halnya usaha di bidang agribisnis bunga krisan (*Chrysanthemum*) atau yang dikenal dengan bunga seruni merupakan salah satu jenis tanaman hias yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi dan potensial untuk dikembangkan secara komersial. Permintaan dari tahun ke tahun terus meningkat seiring dengan peningkatan taraf hidup dan perkembangan apresiasi masyarakat terhadap tanaman hias termasuk bunga krisan. Krisan banyak disukai masyarakat di samping memiliki keindahan karena keragaman bentuk dan warna, juga karena memiliki kesegaran yang relatif lama, mudah dirangkai. serta waktu pembungaan dan panennya dapat diatur menurut kebutuhan pasar.

Di Jawa Timur, tanaman krisan biasa dibudidayakan di dataran medium dan dataran tinggi seperti di daerah Batu, Pasuruan dan Malang. Di Kabupaten Pasuruan krisan bunga potong diusahakan di Kecamatan Tuter dengan berbagai macam varietas sesuai dengan permintaan pasar. Pengembangannya telah dilakukan sejak tahun 1998 dan sekarang telah berkembang seluas  $\pm 12$  Ha dengan populasi  $\pm 8$  juta batang permusim. Budidaya bunga krisan dilakukan oleh

petani bunga yang tergabung dalam asosiasi petani bunga “ALAM KRISPA” dan selain itu juga sudah memiliki lembaga badan hukum petani bunga Krisan berbentuk KOPERASI “AGRO MITRA” di Kecamatan Tutur.

Bunga potong krisan mempunyai peluang pasar yang sangat besar. Pasar potensial yang dapat diharapkan adalah pasar-pasar yang ada di kota-kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Malang, dan Denpasar. Permintaan tersebut terutama untuk kebutuhan bahan dekorasi di restoran, kantor, hotel, maupun rumah tinggal. Perilaku masyarakat di kota besar dalam menyambut hari-hari besar Natal, Tahun Baru, Lebaran, dan pesta-pesta pernikahan, membuat permintaan terhadap bunga krisan dan bunga potong lainnya semakin meningkat. Meskipun telah banyak dibudidayakan di Indonesia, tetapi tanaman krisan masih belum dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri terlebih lagi untuk kebutuhan ekspor.

Harga jual bunga potong krisan dipengaruhi oleh kualitas atau mutu bunga. Banyak kasus menunjukkan bahwa bunga potong krisan yang dihasilkan oleh petani Indonesia bermutu rendah dan mengakibatkan harga jual rendah, sehingga tidak dapat menutup biaya produksi yang telah dikeluarkan. Berkaitan dengan hal tersebut, sejojanya peningkatan produksi harus disertai dengan perbaikan teknologi budidaya untuk meningkatkan kualitas produksi bunga, hingga akhirnya diharapkan dapat meningkatkan harga jual. Perbaikan teknik budidaya ini dilakukan dengan menerapkan teknologi budidaya anjuran spesifik lokasi dan komponen komponen lain dalam budidaya secara terpadu sebagaimana tertuang dalam standar operasional prosedur (SOP) budidaya krisan.

Merujuk dari uraian tersebut di atas dapat dikemukakan bahwa bisnis bunga potong krisan memiliki prospek yang cerah. Namun agar peluang tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal oleh para pemangku kepentingan (stakeholder), maka diperlukan suatu rencana usaha (*business plan*) pengembangan secara jelas, dan diskripsi tentang prospek usaha bunga krisan yang nantinya informasi ini selain berguna bagi pengembangan petani juga diperuntukan pihak luar/ investor.

Selanjutnya, untuk agribisnis usaha mangga merupakan salah satu komoditas buah unggulan nasional, prioritas program pengembangannya dilakukan melalui penumbuhan sentra-sentra mangga yang pelaksanaannya melalui pendekatan sistem agribisnis.

Salah satu sentra mangga di Indonesia adalah Kabupaten Pasuruan yang produksinya pada tahun 2008 mencapai 17.710 ton mangga gadung klonal 21 tetapi baru menyuplai 3.08% produksi mangga nasional.

Dalam pengembangannya mangga gadung klonal 21 diharapkan dapat menjadi agribisnis mangga yang efisien dan mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif. Sehingga untuk menjaga harga ditingkat petani perlu dirumuskan secara cermat kebijakan harga yang sejauh mungkin memanfaatkan mekanisme pasar. Bentuk-bentuk insentif yang seyogyanya dikembangkan adalah insentif berupa non moneter insentif, seperti penyediaan teknologi berdasarkan keragaman sumberdaya, pendidikan, latihan, penyuluhan serta pemberdayaan dan pengembangan kelembagaan petani dan pedesaan, kelancaran penyediaan sarana produksi dan kredit usahatani (Wibowo, 2001).

Mangga gadung klonal 21 telah menjadi salah satu komoditas buah- andalan masyarakat Kabupaten Pasuruan dan merupakan sumber pendapatan petani kecil. Bahkan beberapa tahun terakhir komoditas Mangga Gadung Klonal 21 telah banyak memberikan kontribusi terhadap peningkatan devisa karena telah diekspor ke beberapa Negara Eropa, Amerika maupun Asia.

Pada umumnya mangga gadung klonal 21 dapat tumbuh dan berproduksi cukup baik di wilayah secara umum agroklimat yang sesuai bagi pertanaman mangga adalah tipe iklim E dan F, 3 - 4 bulan basah, 8 - 9 bulan kering, curah hujan 1.000-1.500 mm/tahun dan kecepatan angin tidak terlalu cepat atau 10 km/jam. Wilayah yang sesuai untuk pengembangan mangga gadung klonal 21 tersebar di Kecamatan Rembang, Sukorejo, Bangil dan Wonorejo dan pada saat ini telah mulai dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Pasuruan bersama masyarakat untuk mengembangkan budidaya mangga gadung Klonal 21.

Mangga gadung klonal 21 sangat digemari masyarakat karena mempunyai keunggulan kompetitif tinggi dan mempunyai prospek untuk dikembangkan, karena permintaan pasar yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Konsumen banyak yang menyukai buah mangga gadung klonal 21 karena rasanya yang manis, aromanya harum dan harganya cukup terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

Sebagian besar buah mangga yang masak segar didistribusikan dan dipasarkan guna memenuhi permintaan dalam negeri baik yang dijual melalui pasar tradisional maupun pasar swalayan. Pemenuhan permintaan dalam negeri tersebut cenderung meningkat sepanjang tahun. Faktor penentu peningkatan permintaan terhadap buah-buahan khususnya mangga, adalah peningkatan jumlah penduduk terutama penduduk perkotaan dan wilayah industri, semakin membaiknya pendapatan masyarakat pada umumnya, serta permintaan yang datang dari industri olahan lanjut yang cenderung meningkat sepanjang tahun. Belum lagi kebutuhan ekspor dari tahun ketahun cenderung terus meningkat pula dari 584.500 kg pada Tahun 2003 menjadi sebesar 1.908.001 kg pada Tahun 2008, hal ini menunjukkan bahwa mangga Indonesia semakin diminati oleh konsumen luar negeri. Dan pemenuhan tersebut dipenuhi langsung melalui para produsen, pedagang pengepul, pedagang ditingkat pasar eceran baik di pasar-pasar tradisional, maupun melalui pasar supermarket, hotel, restoran, dan melalui bentuk produk olahan.

Dengan dikenalnya mangga gadung klonal 21 sebagai komoditas ekspor dan mulai banyak permintaan di masyarakat. Maka akan sangat membantu dan berpeluang besar bagi para petani atau pengusaha agribisnis yang ingin mengusahakan komoditas mangga tersebut. Namun demikian belum banyak informasi yang terkait dengan potensi wilayah yang sesuai, dan prospek usaha untuk pengembangan komoditas tersebut.

Dilihat dari sudut peluang agribisnis, usaha tani mangga gadung klonal 21 cukup prospektif untuk dilakukan saat ini. Oleh karena itu perlu dikaji daerah pengembangan baru untuk meningkatkan produksi mangga pada beberapa daerah di wilayah Kabupaten Pasuruan.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas maka perlu dilakukan pengkajian mengenai penggalian informasi potensi pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 di beberapa wilayah pengembangan baru.

#### Permasalahan

Sejauh manakah struktur bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana rencana prospek usaha petani budidaya agrobisnis bunga krisan dan mangga gadung klonal 21 yang digeluti masyarakat di Kabupaten Pasuruan?

# **bab III**

## **RUANG LINGKUP PERENCANAAN USAHA**

Seperti yang telah diuraikan di depan bahwa, tujuan penyusunan perencanaan usaha (*Business Plan*) yang mendeskripsikan tentang prospek usaha (Rencana Pengembangan) dan tersusunnya suatu Prospek Konsep Bisnis yang menjelaskan secara rinci bisnis yang digeluti, struktur bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana rencana untuk mensukseskan bisnis ini; sehingga adanya analisa pasar yang membahas dan menganalisa konsumen potensial; siapa dan di mana mereka berada, apa yang menyebabkan mereka mau membeli, dan persaingan yang akan dihadapi dan bagaimana memosisikan diri untuk memenangkannya; dan tersediannya suatu analisa finansial yang mencakup estimasi pendapatan dan arus kas, neraca serta rasio keuangan lainnya akan ditampilkan secara rinci, sehingga dengan harapan tulisan ini akan bermanfaat bagi yang berkepentingan. Oleh karena itu, agar dalam perencanaannya tidak membingungkan bagi pemakai dengan secara bertahap dalam penyusunan Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) hendaknya paling tidak mengandung komponen-komponen sebagai berikut:

1. Pernyataan Visi dan Misi Organisasi
2. Tinjauan/perumusan kondisi lingkungan usaha
3. Tinjauan/perumusan kondisi internal organisasi
4. Analisis SWOT
5. Penentuan Strategi Bisnis
6. Perencanaan Keuangan

### **1. Visi Organisasi**

Visi Organisasi merupakan suatu keadaan akhir dimana organisasi berharap akan dapat mencapainya. Dengan adanya visi akan sangat menunjang keberhasilan organisasi, karena akan menjadi panduan perilaku bagi para anggota organisasi sebagaimana yang diharapkan organisasi dalam menunjang aktivitas usahanya. Dengan visi ini diharapkan para karyawan/seluruh anggota organisasi akan mengetahui bagaimana harus berperilaku dalam organisasi tersebut.

### **2. Misi Organisasi**

Misi organisasi pada dasarnya adalah merupakan suatu pernyataan umum maksud organisasi. Pernyataan tersebut umumnya memuat filosofi usaha yang menjadi dasar/pegangan dalam pembuatan keputusan-keputusan yang sifatnya strategis serta citra organisasi yang ingin diproyeksikan. Disamping itu pernyataan tersebut menyatakan pula barang atau jasa yang dihasilkan berikut pula pasarnya. Jadi Misi Organisasi pada umumnya lebih merupakan suatu pernyataan sikap, pandangan, serta orientasi dari sejumlah target yang terinci. Dengan dirumuskannya misi organisasi memungkinkan:

- Terjaminnya kesatuan pendapat mengenai maksud organisasi
- Tersedianya suatu dasar untuk mendorong penggunaan sumber daya organisasi yang seoptimal mungkin.
- Tersedianya standard/patokan pengalokasian sumberdaya organisasi.
- Terciptanya kesamaan sikap dan pandangan para anggota organisasi.
- Memudahkan pengenalan dan penjabaran maksud perusahaan ke dalam tujuan-tujuan perusahaan yang lebih terinci.

### **3. Tinjauan Kondisi Lingkungan Bisnis**

Lingkungan suatu perusahaan dalam bisnis, seperti halnya organisasi lain adalah pola semua kondisi eksternal dan pengaruh-pengaruh yang mempengaruhi kehidupan dan pengembangan perusahaan. Lingkungan secara relevan mempengaruhi terhadap

operasi keputusan strate-gi. Jadi lingkungan sebenarnya pola semua kondisi-kondisi atau faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi atau menuntun kearah kesempatan atau ancaman pada kehidupan dan pengembangan perusahaan. Lingkungan secara relevan mempengaruhi proses atau operasi keputusan strategik.

Adapun analisis lingkungan menurut Glueck dan Jouch (1989: 85) adalah: "is the process by wich strategists monitor the environment sectors to determine opportunities for and treats to their firms". Rangkaian dari pelaksanaan analisis lingkungan adalah diagnosis lingkungan yaitu keputusan- manajemen yang dibuat berdasarkan penilaian pentingnya data (peluang dan ancaman) dari analisis lingkungan. Jadi, diagnosis sebenarnya adalah opini yang dihasilkan dari analisis fakta untuk menentukan sifat suatu masalah dengan maksud melakukan tindakan untuk mengambil/ menggunakan kesem-patan dari suatu peluang atau menghindari ancaman secara efektif.

Menurut Glueck dan Jauch faktor lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi sebagai berikut:

Lingkungan umum, terdiri dari:

- a. Faktor sosial ekonomi.
- b. Faktor teknologi.
- c. Faktor pemerintah.

Lingkungan Industri dan Internasional, terdiri dari:

- d. Faktor konsumen/pelanggan.
- e. Faktor pemasok.
- f. Faktor pesaing.
- g. Faktor internasional.

**a. Faktor Sosial Ekonomi**

Faktor ini meliputi aspek ekonomi, demografi, geografi dan sosial yang dapat membantu atau menghambat perusahaan untuk mencapai tujuannya.

**b. Faktor Teknologi**

Adanya perubahan teknologi akan dapat mempengaruhi proses produksi, pengadaan dan pemanfaatan faktor produksi sehingga dapat menghasilkan barang substitusi dan atau komplementer yang mungkin akan menjadi ancaman atau pesaing bagi produk dan jasa yang ada sekarang. Salah satu pengukur perubahan teknologi adalah jumlah biaya yang dibelanjakan pada penelitian dan pengembangan sektor tertentu. Perubahan teknologi pada umumnya mengarah pada biaya produksi dan harga jual lebih rendah, kualitas produk meningkat, pelayanan lebih cepat dan memuaskan, waktu pengolahan lebih cepat dan praktis.

**c. Faktor Pemerintah**

Tindakan pemerintah juga dapat mempengaruhi dunia usaha karena tindakan pemerintah dapat menimbulkan peluang atau hambatan usaha bahkan kadang-kadang keduanya. Pemerintah dapat mempengaruhi perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung, karena pemerintah dapat mengatur berbagai masalah yang mempengaruhi perusahaan. Misalnya pengendalian tingkat gaji dan harga, persamaan kesempatan kerja, pengaturan kredit, lokasi pabrik, jenis dan media advertensi yang diijinkan dan lain-lain. Undang-undang dan peraturan tersebut dapat mengubah kegiatan perusahaan se-hari-hari, bahkan seringkali dapat mempengaruhi strategi bisnis perusahaan.

**d. Faktor Pelanggan**

Glueck dan Jauch (1989: 117) menyatakan bahwa “strategi yang efektif adalah yang memperhatikan siapa pelanggannya dan apa kebutuhan dan keinginan konsumen”. Terdapat tiga faktor dalam analisis industri untuk sektor pelanggan yaitu-identifikasi pembeli, demografi, dan geografi.

**e. Faktor Pemasok (Supplier)**

Faktor ini akan mempengaruhi besarnya biaya dan tersedianya semua faktor produksi yang diperlukan untuk menghasilkan output, misalnya bahan mentah, bahan penolong dan faktor produksi lainnya yang semuanya itu dipengaruhi oleh hubungan erat kekuatan perusahaan dan pemasoknya.

**f. Faktor Pesaing (Competitors)**

Perusahaan perlu memperhatikan keadaan pesaing, sebab hal ini akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan pada masa yang akan datang. Perusahaan hendaknya mampu mendeteksi keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaingnya, agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat yang akan mendukung upaya peningkatan volume penjualan perusahaan.

**g. Faktor Internasional**

Faktor ini perlu diperhatikan dalam penyusunan strategi perusahaan, karena dengan adanya era globalisasi ekonomi, batas antar negara sudah bukan merupakan kendala. Dalam lingkungan ini masalahnya semakin kompleks antara lain karena timbulnya pesaing baru, kekuatan inovasi, persaingan harga, kualitas, ketidakstabilan biaya dan budaya.

**4. Perumusan Kondisi Internal (Sumber Daya Organisasi)**

Lingkungan internal perusahaan adalah lingkungan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang bersangkutan. Dengan melakukan analisis terhadap variabel-variabel internal perusahaan akan dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang menjadi penyebab tinggi/rendahnya pendapatan yang bisa dicapai. Kekuatan organisasi dapat mendorong perusahaan untuk memanfaatkan peluang lingkungan sebaik-baiknya atau menghadapi lingkungan dengan kemampuan lebih tinggi, sehingga dapat mempercepat pencapaian tujuan perusahaan. Sebaliknya kelemahan organisasi dapat menghalangi pemanfaatan peluang lingkungan atau memperlemah perusahaan di dalam menghadapi

tantangan lingkungan, sehingga dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan.

Terdapat 7 faktor lingkungan internal, yaitu pemasaran dan distribusi, penelitian dan pengembangan, manajemen produksi dan operasi, Sumber daya manusia (karyawan), keuangan dan akuntansi, budaya perusahaan, serta struktur organisasi.

**a. Faktor Pemasaran dan Distribusi**

Kelemahan perusahaan di bidang pemasaran akan menyebabkan kelemahan strategis dalam penyaluran produk dan jasa, mempromosikan produknya serta kurang mampu meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasarnya. Menurut Glueck dan Jauch (189: 157) “masalah pemasaran operasional dalam bidang segmentasi, penempatan dan bauran (produk, harga, promosi, distribusi) merupakan hal yang cukup penting dalam kemampuan untuk bersaing secara efektif”;

**b. Faktor Penelitian dan Pengembangan**

Pada umumnya teknologi akan terus berkembang, oleh karena itu perusahaan perlu memiliki keunggulan di bidang penelitian dan pengembangan agar dapat memperbaiki proses produksi, modifikasi produk, mengembangkan fungsi produk yang sudah ada, dapat memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien, sehingga bisa mendukung upaya peningkatan pendapatan. Terdapat lbeberapa bentuk penelitian dan pengembangan antara lain: riset eksplorasi, riset produk baru atau proses produksi, riset peningkatan, riset penurunan biaya, dan riset adaptasi terhadap bahan baku;

**c. Faktor Manajemen Produksi dan Operasi**

Faktor ini dapat memberikan keunggulan strategis bagi perusahaan bila dapat menghasilkan pengembangan perencanaan produksi dan sistem pengendalian yang teliti, peningkatan produktivitas, program dan kemampuan pabrik serta keputusan tentang lokasi usaha yang tepat. Apabila perusahaan mampu

memproduksi dengan biaya rendah, dapat memperoleh bahan baku yang menguntungkan, mampu menjalankan bisnis dengan baik, sedangkan perusahaan yang lainnya tidak maka perusahaan akan mempunyai keunggulan bersaing;

**d. Faktor Sumber Daya Manusia (Karyawan)**

Setiap faktor dari kelemahan strategis dapat merupakan kelemahan bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Perusahaan yang kurang mampu meningkatkan ketrampilan para karyawannya akan merupakan kelemahan bagi perusahaan. Sebab karyawan tersebut kurang mampu menghasilkan produk yang lebih tinggi mutunya sesuai keinginan konsumen;

**e. Faktor Keuangan dan Akuntansi**

Salah satu tujuan dari analisis keuangan adalah untuk menentukan (1) apakah di bidang keuangan perusahaan lebih kuat atau lebih lemah dari pesaingnya (2) apakah perusahaan dapat bertahan lebih lama lagi atau bersaing lebih efektif dengan modal yang lebih kecil. Dengan demikian perusahaan yang lemah di bidang keuangan tidak akan dapat bersaing, sebab perusahaan tidak mempunyai dana yang cukup untuk melakukan kegiatan promosi secara gencar serta tidak mampu memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada, sehingga keuntungan yang dihasilkan akan lebih kecil;

**f. Faktor Budaya Perusahaan**

Budaya perusahaan adalah sekumpulan kepercayaan-kepercayaan, harapan-harapan dan nilai-nilai yang dimiliki bersama oleh anggota perusahaan serta diwariskan dari satu generasi karyawan kepada generasi berikutnya. Budaya ini menciptakan norma-norma dalam perusahaan yang menentukan perilaku-perilaku yang dapat diterima, dari top manajemen sampai karyawan operasional.

Budaya perusahaan mempunyai beberapa peranan penting dalam suatu perusahaan, diantaranya:

- 1) Membantu menghasilkan kesepakatan pekerja.
- 2) Memberikan suatu arti tentang identitas karyawan.
- 3) Meningkatkan stabilitas organisasi sebagai sebuah sistem sosial.
- 4) Menyajikan kerangka referensi bagi para pegawai dalam menjalankan aktivitas-aktivitas organisasi dan menggunakannya sebagai panduan untuk berperilaku secara tepat;

#### **g. Faktor Struktur Organisasi**

Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar untuk mencapai tujuan bersama atau sekelompok tujuan tertentu. Karena organisasi merupakan satu kesatuan sosial maka diperlukan koordinasi pola interaksi para anggota organisasi secara formal. Struktur organisasi menetapkan bagaimana tugas akan dibagi, siapa bertanggung jawab kepada siapa, dan mekanisme koordinasi yang formal serta pola interaksi yang akan diikuti. Perusahaan yang dapat menyusun struktur organisasi secara efektif akan menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan tersebut.

### **5. Analisis SWOT**

SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats*, yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT sangat bermanfaat dalam penyusunan rencana bisnis, baik rencana jangka pendek maupun jangka panjang. Rencana yang baik harus disusun berdasarkan telaah terhadap kondisi internal sehingga dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi yang bersangkutan, serta telaah terhadap lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang diperkirakan akan timbul di masa yang akan datang.

Analisis SWOT adalah penelitian tentang hubungan atau interaksi antara faktor internal dengan faktor eksternal organisasi.

Dengan dilakukan analisis SWOT akan dapat memberikan manfaat kepada pihak manajemen antara lain berupa:

- a. Peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan secara langsung berdasarkan kekuatan yang dimiliki saat ini.
- b. Hambatan-hambatan yang dapat diatasi dengan adanya kekuatan yang ada.
- c. Peluang mana saja yang belum dapat dimanfaatkan saat ini, karena kelemahan-kelemahan yang dimiliki organisasi.
- d. Kendala-kendala mana yang menjadi ancaman bagi organisasi karena adanya kelemahan yang serius.

Dengan diketahui situasi yang akan dihadapi, organisasi dapat mengambil langkah-langkah serta kebijakan yang terarah dan mantap serta menentukan strategi yang tepat.

## **6. Penyusunan Strategi Bisnis (*Business Strategy*)**

Strategi bisnis merupakan rancangan utama manajemen puncak (top management) untuk pengelolaan organisasi secara keseluruhan. Tujuan dari penyusunan strategi bisnis ini adalah untuk mengelola portofolio bisnis yang ada saat ini maupun di masa yang akan datang. Secara umum terdapat 4 alternatif strategi yang dapat dilakukan sesuai dengan kondisi bisnis yang dihadapi. Keempat alternatif strategi tersebut adalah: strategi stabilitas, strategi perluasan, strategi penciutan serta strategi kombinasi.

### **a. Strategi Stabilitas**

Strategi stabilitas merupakan strategi/aktivitas yang bersifat mempertahankan diri, perusahaan harus melanjutkan pekerjaan yang selama ini telah dilakukan. Pendekatan strategi stabilitas ini bukan berarti pendekatan “Tidak Berbuat Apa-apa” dan juga tidak berarti tidak mencapai pertumbuhan laba. Dengan strategi stabilitas peningkatan/pertumbuhan laba dapat dilakukan melalui peningkatan efisiensi pada operasional organisasi. Pada strategi stabilitas yang efektif, suatu perusahaan/organisasi bisnis akan memberikan perhatian pada sumber daya dan sumber dana yang telah dimiliki atau yang akan dikembangkan sebagai alat untuk bersaing. Strategi stabilitas dapat dilakukan/

dipilih jika:

- Perusahaan/organisasi tersebut menjalankan usahanya pada bidang yang sekarang ada.
- Strategi dasar yang diputuskannya terpusat pada penyempurnaan terus-menerus dari hasil-hasil yang telah dicapai.

Strategi stabilitas ini menganjurkan bahwa perusahaan harus melanjutkan pekerjaan yang telah biasa dilakukan. Asumsi strategi ini adalah bahwa kondisi lingkungan tidak berubah secara nyata dalam masa yang akan datang, atau lingkungan bisnis berubah secara lambat. Strategi ini dapat berbahaya, apabila digunakan secara kontinue sebab dapat membuat perusahaan/organisasi lalai, pada lingkungan bisnis terus berubah tanpa disadari oleh organisasi.

#### **b. Strategi Pertumbuhan**

Strategi pertumbuhan adalah suatu strategi bisnis yang dapat dipilih oleh organisasi/perusahaan jika:

- Organisasi tersebut menambah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan atau menambah luas pasar atau memperluas fungsi usahanya.
- Organisasi tersebut memusatkan perhatiannya pada penambahan aktivitas dalam bisnisnya yang telah ada.

Perusahaan yang akan menerapkan strategi pertumbuhan ini perlu merumuskan kembali pola usahanya atau dengan menambah jumlah bidang usaha yang dijalankan. Strategi pertumbuhan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu strategi pertumbuhan internal dan strategi pertumbuhan eksternal.

##### **b1) Pertumbuhan Internal**

Strategi pertumbuhan internal diperoleh dari penerapan strategi sebelumnya dengan menambah usaha untuk memperbaiki sesuatu yang dianggap perlu. Perusahaan menekankan pada kekuatannya dan mencoba memperbaiki dengan menambah sumber-sumber yang diperlukan. Pertumbuhan internal kemungkinan dapat terjadi karena

adanya penetrasi atau ekspansi. Penetrasi menekankan pada peningkatan pangsa pasar, penjualan dan laba dari produk yang telah ada.

## **b2) Pertumbuhan Eksternal**

Pertumbuhan eksternal dilakukan dengan menambah fungsi atau operasi pada organisasi yang sekarang ada. Pertumbuhan ini dapat dilakukan dengan cara melakukan integrasi atau diversifikasi.

### **Integrasi**

Integrasi dapat dilakukan apabila perusahaan tetap berada pada produk yang sama. Integrasi dapat dilakukan dengan cara mengakuisisi perusahaan lain, baik melalui integrasi horisontal, maupun integrasi vertikal.

Integrasi Horisontal, dilakukan apabila perusahaan mengakuisisi perusahaan lain yang sejenis, biasanya merupakan pesaingnya.

Integrasi Vertikal, dilakukan apabila perusahaan mengakuisisi perusahaan lain yang satu garis, baik ke atas maupun ke bawah. Misalnya perusahaan mengakuisisi perusahaan yang memproduksi bahan baku atau perusahaan distributor.

### **Diversifikasi**

Diversifikasi didefinisikan sebagai suatu alternatif jalan dari penyatuan sumber daya. Diversifikasi menghendaki perusahaan masuk dalam produk yang sama atau produk baru, sementara pada saat yang sama perusahaan mengelola produk yang telah ada. Diversifikasi dapat dilakukan melalui dua cara yaitu: diversifikasi terkonsentrasi (concentric diversification) dan konglomerasi (conglomerate).

Diversifikasi terkonsentrasi, dilakukan apabila perusahaan membeli perusahaan lain yang mempunyai produk atau teknologi yang sama atau masih berhubungan dengan produk atau teknologi yang dimiliki. Diversifikasi ini pada umumnya lebih menarik, karena manajemen telah mempunyai pengalaman terhadap produk tersebut, sehingga

memungkinkan untuk menggunakan teknik produksi, bahan baku, cara penjualan, dan saluran distribusi yang sama. Konglomerasi, dilakukan apabila perusahaan mendirikan atau membeli perusahaan lain yang memiliki produk atau teknologi yang tidak ada hubungannya dengan produk atau nteknologi yang dimiliki.

**c. Strategi Penciutan (*Retrenchment*)**

Strategi ini dilakukan apabila perusahaan melihat bahwa strategi yang sekarang tidak dapat mencapai tujuan dasarnya. Oleh karena itu perusahaan perlu mengurangi skala operasinya. Pengurangan operasi tergantung dari seriusnya masalah dalam strategi yang digunakan saat ini. Terdapat beberapa alternatif untuk melakukan penciutan ini, yaitu: pengurangan (*cutback*), pelepasan (*divesment*), likuidasi (*liquidation*)

**Pengurangan (*cutback*)**

Gluek mengemukakan bahwa strategi ini akan bermanfaat secara efektif jika strategi yang ada terancam oleh perubahan lingkungan jangka pendek, seperti penurunan penjualan, yang berlangsung sementara.

**Pelepasan (*divesment*)**

Styragi ini dilakukan jika perubahan lingkungan tidak bersifat sementara, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengurangi skala operasinya dengan melepas penjualan salah satu produknya.

**Likuidasi (*liquidation*)**

Likuidasi adalah menjual perusahaan secara keseluruhan. Hal ini merupakan tindakan yang paling berat dari serangkaian tindakan penciutan. Strategi ini terpaksa diambil beberapa alasan: anatar lain manajemen merasa bahwa perusahaan bisa bangkrut apabila terus menjalankan operasinya.

**d. Strategi Kombinasi**

Dengan berkembangnya dunia usaha yang pesat, terlihat bahwa sebgauh perusahaan menggunakan lebih dari satu strategi dasar

(stabilitas, pertumbuhan, pengurangan) dalam satu waktu. Strategi ini dikenal dengan strategi kombinasi. Strategi kombinasi ini dapat diterapkan pada perusahaan yang berkembang dan mempunyai beberapa lini produk. Strategi kombinasi dapat diterapkan pada perusahaan yang berkembang dan mempunyai beberapa lini produk. Strategi kombinasi dapat digambarkan bahwa satu divisi sedang berkembang, oleh karena itu strategi yang tepat adalah pertumbuhan, sedangkan divisi yang lain dalam keadaan menurun (penarikan diri) atau stabil (stabilitas).

## 7. Penyusunan Rencana Keuangan (*Financial Planning*)

Muara akhir dari seluruh kegiatan dalam perencanaan bisnis (business plan) berupa perencanaan keuangan. Seluruh aktivitas yang akan dilakukan dalam rencana usaha tercermin di dalam perencanaan keuangan. Untuk mengetahui seberapa jauh tingkat keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dengan mudah melalui analisis terhadap laporan keuangannya. Demikian pula, untuk mengetahui bagaimana prospek rencana usaha yang akan dikembangkan juga dapat dianalisis melalui rencana keuangannya (financial planning).

Berdasarkan analisis terhadap rencana keuangan tersebut akan dapat diketahui bagaimana prospek usaha di masa yang akan datang. Dalam konteks penyusunan perencanaan usaha (business plan), rencana keuangan (financial planning) akan memuat berbagai hal, yang meliputi antara lain:

- a. Jenis investasi dan jumlah kebutuhan dana investasi.
- b. Alternatif sumber pembiayaan investasi
- c. Estimasi biaya operasional (modal kerja).
- d. Taksiran pendapatan dan biaya pada berbagai tingkat operasi. Termasuk besaran harga/tarif pada berbagai skala operasi/produksi.
- e. Proyeksi keuangan (laporan laba-rugi dan aliran kas).
- f. Perhitungan kelayakan investasi.



# bab III

## DUKUNGAN TEORI dan TEHNIK BUDIDAYA

### 3.1. Rencana Usaha

Dunia usaha mengharuskan selalu berinovasi dalam menghasilkan keunikan baik dalam menciptakan hasil maupun sampai ke produk akhir dalam memasarkan.

Apakah prediksi perkembangan lingkungan usaha yang dituangkan dalam rencana bisnis senantiasa sesuai dengan perubahan lingkungan perusahaan yang terjadi sesungguhnya? Jawabannya tentu saja tidak. Tetapi sebagaimana pepatah bijaksana yang disampaikan oleh John Maynard Keynes (Aczel, 1999), "*It is better to be roughly right than precisely wrong*", seperti itu pulalah nilai rencana usaha bagi sebuah perusahaan.

Lalu apa yang dimaksud dengan **rencana bisnis** (*business plan*) itu sendiri? Rencana bisnis merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan rencana perusahaan/ pengusaha untuk memanfaatkan peluang-peluang usaha (*business opportunities*) yang terdapat di lingkungan eksternal perusahaan (*Robbins and Coulter, 2003:252*), menjelaskan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) usaha, serta menjelaskan berbagai langkah yang harus dilakukan untuk menjadi peluang usaha tersebut menjadi suatu bentuk usaha yang nyata (operasionalisasi usaha) (*Wheelen and Hunger, 2004: 306*)

### 3.2. Konsep Pendukung Rencana Bisnis

Definisi rencana bisnis tersebut di atas, mengandung konsep-konsep pendukung salah satunya adalah perencanaan. Rencana bisnis merupakan bagian integral dari perencanaan usaha (*business*

*plan*) secara umum. Hal yang membedakan perencanaan usaha secara umum dengan rencana bisnis adalah bahwa rencana bisnis dikaitkan secara spesifik dengan adanya peluang usaha yang akan dieksploitasi oleh perusahaan.

Perencanaan (*planning*) adalah penetapan di awal hasil-hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan serta bagaimana cara untuk mencapai hasil tersebut, berikut perangkat yang dibutuhkan untuk menjamin ketercapaian tujuan perusahaan (Stoner et al., 1995: 265). Perencanaan mencakup visi, misi, tujuan usaha yang ingin dicapai, strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, kebijakan usaha yang ditetapkan perusahaan, program, prosedur, dan anggaran (*Jackson and Musselman, 1992:85*).

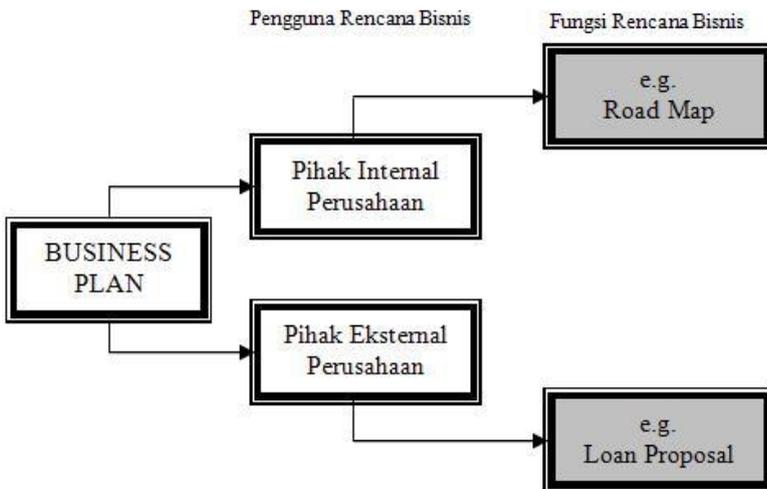
Berdasarkan data-data yang dimiliki oleh perusahaan, rencana bisnis yang disusun oleh perusahaan korporasi memiliki perbedaan dengan rencana bisnis yang dikembangkan oleh usaha baru (*start-up business*). Perusahaan korporasi telah memiliki data-data keuangan historis, sehingga pengembangan bisnis baru memiliki keterkaitan sangat erat dengan rencana strategis perusahaan yang didukung oleh usaha yang ada saat ini. Sebagai mana contoh pengembangan usaha mie instan dengan merek mie sedap yang dilakukan oleh kelompok usaha Wing's, turut didukung oleh arus kas yang dimiliki oleh kelompok usaha ini. Demikian pula pada saat PT. Unilever Indonesia menambah lini produk es krim dengan merek Wall's, pengembangan lini bisnis ini turut didukung oleh arus kas usaha yang sudah ada.

Sedangkan usaha yang benar-benar baru dan dikembangkan oleh wirausahawan belum memiliki data-data historis, sehingga laporan keuangan yang disusun dalam rencana bisnis untuk kategori usaha ini hanya memiliki proyeksi laporan keuangan (laporan laba rugi proforma [*proforma income statement*], laporan arus kas [*cash flow statement*], maupun neraca [*balance sheet*]).

### 3.3. Tujuan Penyusunan Rencana Bisnis

#### 3.3.1. Penyusunan Rencana Bisnis Untuk Pihak Internal Perusahaan

Apabila ditinjau dari sudut “untuk siapa sebuah rencana bisnis (*business plan*) disusun?”, maka rencana bisnis yang disusun perusahaan akan memiliki dua orientasi tujuan penyusunan rencana bisnis yakni tujuan penyusunan rencana bisnis dengan orientasi untuk kepentingan internal perusahaan dan untuk kepentingan pihak-pihak eksternal perusahaan. Gambar 3.1 di bawah ini menggambarkan orientasi tujuan penyusunan rencana bisnis.



**Gambar: 3.1**  
**Orientasi Penyusunan Rencana Bisnis**

Rencana bisnis yang diawali dengan suatu pengenalan peluang usaha yang spesifik dapat memberikan panduan bagi seluruh sumber daya manusia yang terlibat dalam rencana eksploitasi peluang usaha. Rencana bisnis akan memberi arahan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh benefit dari suatu peluang usaha. Rencana bisnis akan memberi arahan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh benefit dari suatu peluang usaha serta di mana posisi perusahaan berada dibandingkan dengan pesaing dalam kegiatan bisnis tersebut.

Peluang usaha yang dimiliki perusahaan sangatlah beragam. Bagi perusahaan korporasi yang ingin memperluas lini produk sehingga dapat melakukan liputan pasar (*market coverage*) secara lebih intensif, peluang usaha dapat berupa penambahan lini produk baru dengan melakukan pembelian usaha baru (akuisisi). Sebagai contoh, untuk melengkapi lini produk minimum, PT. Coca Cola telah melakukan pembelian PT. Alfalindo Putra Setia (produsen air mineral milik Ades) dalam rangka intensifikasi pasar. Rencana pembelian usaha baru ini tentu saja harus dituangkan dalam suatu rencana bisnis perusahaan dan harus dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan di dalam perusahaan, sehingga mereka memiliki cara pandang yang relatif homogen mengenai arah penguasaan perusahaan dalam jangka panjang.

Sementara itu bagi perusahaan kecil, peluang usaha misalnya, dapat berupa penawaran produk baru yang lebih baik kualitasnya dibandingkan dengan produk yang ada saat ini. Sebagai contoh, pengusaha kecil Jonas Foto yang berlokasi di Jalan Batik Jonas Bandung, memperoleh aliran rupiah yang deras pada era tahun 1980-an berkat kepiawaian pendiri Jonas Foto menghasilkan foto berwarna dengan kualitas berbeda dibandingkan dengan pesaingnya pada saat itu, sehingga produk Jonas Foto digemari oleh kalangan muda Bandung. Saat ini Jonas Foto sudah berkembang menjadi usaha foto yang besar dan memiliki cabang di berbagai kota besar di Indonesia.

Apa pun jenis usaha yang dimiliki, peluang usaha tersebut akan semakin jelas untuk dieksploitasi seandainya perusahaan memiliki rencana bisnis yang lebih rinci, sehingga seluruh sumber daya internal organisasi (manusia, modal, peralatan, teknologi, dan lain sebagainya) akan lebih dapat difokuskan ke arah eksploitasi suatu peluang usaha.

Rencana bisnis yang disusun perusahaan juga dapat digunakan sebagai panduan (*road map*) arah pengembangan usaha selama 3-5 tahun mendatang. Dengan menuliskan secara formal berbagai premis perencanaan (*planning premises*) yang dibuat untuk menetapkan tujuan, strategi, program maupun anggaran untuk waktu beberapa tahun mendatang, maka hal tersebut akan lebih memudahkan perusahaan untuk membuat perencanaan kontinjensi (*contingency planning*)

seandainya premis perencanaan yang telah dibuat perusahaan ternyata mengalami perubahan karena terjadinya perubahan lingkungan eksternal maupun internal perusahaan.

Rencana bisnis dapat digunakan pula sebagai patokan dalam melakukan evaluasi dengan membandingkan pencapaian tujuan secara riil (*actual result*) dan tujuan perusahaan yang dinyatakan dalam suatu bisnis. Apabila terjadi perbedaan yang signifikan antara tujuan yang ditetapkan dengan pencapaian tujuan secara aktual, maka perusahaan dapat mengambil tindakan koreksi (*corrective action*) yang merupakan salah satu bentuk pengendalian usaha.

### **3.3.2. Penyusunan Rencana Bisnis Untuk Pihak Eksternal Perusahaan**

Untuk merealisasikan rencana usaha yang telah disusun, perusahaan pada umumnya membutuhkan investor maupun kreditor (*Miller, 2005:7*). Untuk dapat menarik investor maupun kreditor, pegusaha terlebih dahulu harus meyakinkan pihak-pihak tersebut mengenai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, pengelola perusahaan yang dapat dipercaya (memiliki rekam jejak yang bersih). Perusahaan yang masih memiliki prospek pertumbuhan usaha dalam jangka panjang serta adanya jaminan dari pihak pengelola perusahaan bahwa dana yang ditanamkan di perusahaan tersebut akan digunakan sesuai dengan tujuan penggunaan dana serta terjaganya keamanannya.

Sebagian besar materi yang dapat digunakan oleh para investor maupun kreditor untuk menilai layak tidaknya suatu bisnis untuk mereka danai, tercantum dalam sebuah rencana bisnis. Materi-materi yang tercantum dalam rencana bisnis dapat digunakan perusahaan untuk melakukan pencarian dana baik dari investor maupun kreditor.

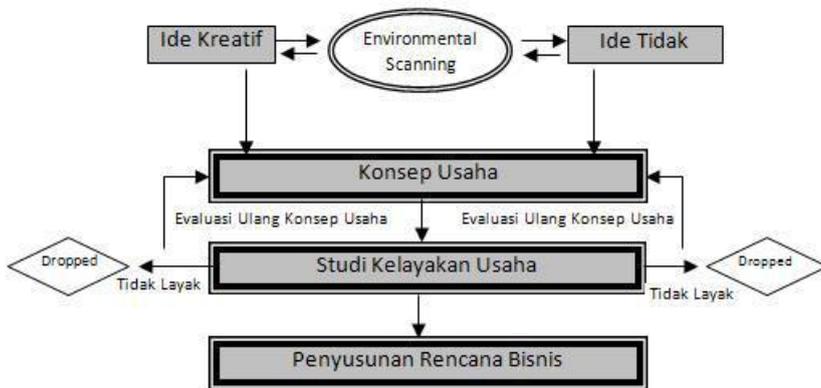
### **3.3.3. Tahap -Tahap Penyusunan Rencana Kerja**

Kembali kepada tahapan proses manajemen strategis sebagaimana terlihat pada Gambar 3.2, setelah kegiatan peninjauan lingkungan selesai-baik tahap pertama (pada saat menemukan ide usaha) maupun tahap kedua-selanjutnya perusahaan/pengusaha harus melakukan

Formulasi Penyusunan Rencana Usaha (*Business Plan Formulation*) yang mencakup empat tahap utama sebagai berikut:

1. Tahap ide usaha (*Business Idea*)
2. Tahap Perumusan Konsep Usaha (*Business Concept*)
3. Tahap Study Kelayakan Usaha (*Feasibility Study*)
4. Tahap Penyusunan Rencana Bisnis

Setelah formulasi rencana bisnis selesai dibuat, masih terdapat dua tahapan manajemen strategis yang harus dilakukan perusahaan/ pengusaha yakni **Tahap Implementasi Rencana Bisnis** dan **Tahap Pengendalian Usaha**.



**Gambar: 3.2**  
**Formulasi Rencana Bisnis**  
Sumber : Rangkuti (2005)

Apa pun ide usaha yang dihasilkan seorang pengusaha, pada dasarnya ide usaha tersebut muncul sebagai hasil peninjauan lingkungan yang dilakukan pengusaha, terutama dalam melihat peluang usaha yang terdapat di lingkungannya. Oleh sebab itu, pengembangan ide usaha tidak dapat dipisahkan dengan proses peninjauan lingkungan yang merupakan titik awal kegiatan manajemen strategis.

Sebagai suatu proses manajemen strategis, penyusunan rencana bisnis diawali dengan suatu peninjauan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Peninjauan terhadap lingkungan internal

perusahaan akan memberi gambaran bagaimana kemampuan SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran yang saat ini dimiliki perusahaan dibandingkan pesaing yang relevan, hal ini dilakukan sebagai tolok ukur (*benchmark*).

Sementara itu penelaahan terhadap lingkungan eksternal perusahaan akan mengungkapkan adanya sejumlah peluang maupun ancaman terhadap usaha yang tengah dijalankan perusahaan. Bagi wirausahawan yang akan memulai usaha baru, penelaahan terhadap lingkungan usaha, akan memberi informasi awal yang sangat berharga mengenai adanya berbagai peluang usaha yang dapat dieksploitasi.

Pada tahap peninjauan lingkungan, pengusaha sebagai pemikir strategis dapat menggunakan berbagai metode yang menunjukkan titik berat perhatiannya terhadap lingkungan yang dianalisis, untuk memperoleh peluang usaha yang akan merangsang timbulnya ide untuk mendirikan usaha baru (*new business idea*)

### **3.4. Pemberdayaan Ekonomi**

Pemberdayaan merupakan sebuah gerakan perlawanan pembangunan alternatif terhadap hegemoni developmentalisme (teori modernisasi). Sejak tiga dekade silam, para ahli pembangunan berhaluan kritis telah melontarkan pertanyaan besar, mengapa terjadi kemiskinan di tengah-tengah gencarnya proyek-proyek pembangunan? Dudley Seers (1969), misalnya, menilai pertanyaan kritis itu telah mengundang upaya serius memikirkan kembali doktrin-doktrin pembangunan. Konon tumbuh ortodoksi yang kuat bahwa merajalelanya kemiskinan di Dunia Ketiga disebabkan karena gagalnya model pembangunan ekonomi yang sangat dipengaruhi oleh teori modernisasi atau doktrin developmentalisme.

Sejalan dengan Otonomi Daerah, pelimpahan wewenang kepada pemerintah daerah di bidang pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian lingkungan mengandung maksud untuk meningkatkan peran masyarakat lokal dalam pengelolaan lingkungan hidup. Peran serta dalam intensitas tinggi oleh masyarakat umum inilah yang dapat menjamin dinamisme dalam pengelolaan lingkungan,

sehingga pengelolaan ini mampu menjawab tantangan tersebut di atas. Mekanisme peran serta masyarakat ini perlu termanifestasikan dalam kehidupan sehari-hari melalui mekanisme demokrasi.

Pemberdayaan masyarakat terkait dengan pemberian akses bagi masyarakat, lembaga, dan organisasi masyarakat dalam memperoleh dan memanfaatkan hak masyarakat bagi peningkatan kehidupan ekonomi, sosial dan politik. Oleh sebab itu, pemberdayaan masyarakat amat penting untuk mengatasi ketidakmampuan masyarakat yang disebabkan oleh keterbatasan akses, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, adanya kondisi kemiskinan yang dialami sebagian masyarakat, dan adanya keengganan untuk membagi wewenang dan sumber daya yang berada pada pemerintah kepada masyarakat.

Potensi masyarakat untuk mengembangkan kelembagaan keswadayaan ternyata telah meningkat akibat kemajuan sosial ekonomi masyarakat. Pada masa depan perlu dikembangkan lebih lanjut potensi keswadayaan masyarakat, terutama keterlibatan masyarakat pada berbagai kegiatan yang dapat meningkatkan ketahanan sosial, dan kepedulian masyarakat luas dalam memecahkan masalah kemasyarakatan.

Potensi masyarakat tersebut di atas, dalam hal ini diartikan sebagai "Masyarakat Madani" yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Keberdayaan masyarakat Warga Madani dicirikan dengan timbulnya kesadaran bahwa, mereka paham akan haknya atas lingkungan hidup yang baik dan sehat serta sanggup menjalankan kewajiban dan tanggung jawab untuk tercapainya kualitas lingkungan hidup yang dituntutnya. Kemudian, berdaya yaitu mampu melakukan tuntutan mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat. Selanjutnya, mandiri dalam kemampuan berkehendak menjalankan inisiatif lokal untuk menghadapi masalah lingkungan di sekitarnya. Dan, secara aktif tidak saja memperjuangkan aspirasi dan tuntutan kebutuhan lingkungan yang baik dan sehat secara terus menerus, tetapi juga melakukan inisiatif lokal.

### 3.5. Tehnik Budidaya Bunga Potong Krisan

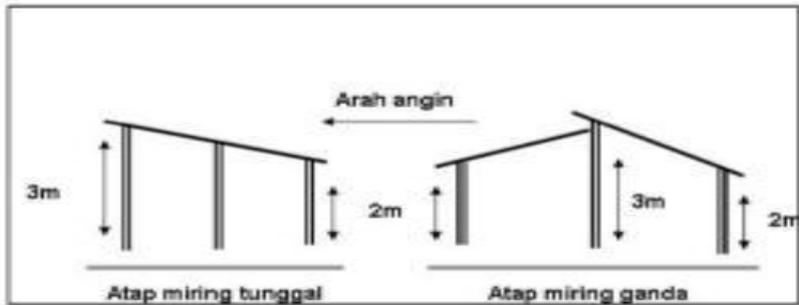
Budidaya bunga krisan menjadi salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat di Kecamatan Tukur. Untuk menjaga kelangsungan kualitas hasil produksi harus diperhatikan beberapa unsur yang ada. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing peran unsur-unsur terkait di dalam. Dalam melakukan pengelolaan aspek teknik/produksi untuk mendapatkan kualitas hasil produk antara lain mulai menyajikan syarat tumbuh bunga krisan, pemilihan lokasi, proses produksi, pembibitan, pemeliharaan, sampai dengan waktu panen/pemotongan (Sihombing, 2007).

#### 1. Syarat Tumbuh

- Krisan bunga potong tumbuh baik pada ketinggian 650 m - 1200 m dari permukaan laut.
- Suhu yang terlalu tinggi merupakan faktor pembatas dalam pertumbuhannya. Suhu optimum antara 20 °C - 26 °C untuk pertumbuhan dan antara 16 °C - 18 °C untuk pembungaan dengan kelembaban udara antara 70% - 80%.
- Untuk pertumbuhan akar pada saat awal pertumbuhan diperlukan kelembaban 90% - 95%.
- Tanah yang cocok digunakan sebagai tempat budidaya krisan potong adalah bertekstur tanah liat berpasir, memiliki kapasitas menahan air yang besar, mempunyai aerasi dan drainase yang baik, pH 5,5 - 6,5 serta bebas dari hama dan penyakit.

#### 2. Pembuatan Rumah Lindung

Dalam budidaya krisan bunga potong, rumah lindung mutlak diperlukan. Rumah lindung biasanya dibuat dari bambu atau kayu dengan atap terbuat dari plastik UV dan dinding dari kain kasa. Atap plastik berfungsi mengurangi intensitas atau paparan cahaya matahari yang terlalu tinggi.



Gambar: 3.3  
**Sketsa Atap Rumah Lindung**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian - 2009

Di samping itu, atap plastik akan melindungi tanaman krisan dari terpaan atau siraman air hujan, yang merupakan faktor penentu dalam memicu dan menyebarkan penyakit karat daun pada pertanaman krisan. Demikian juga, bunga akan terlindungi dari siraman air hujan yang dapat menyebabkan kerusakan atau busuk pada bunga. Sementara kain kasa sebagai dinding berfungsi untuk mencegah masuknya serangga hama seperti lalat pengorok daun, kutu daun dan belalang.



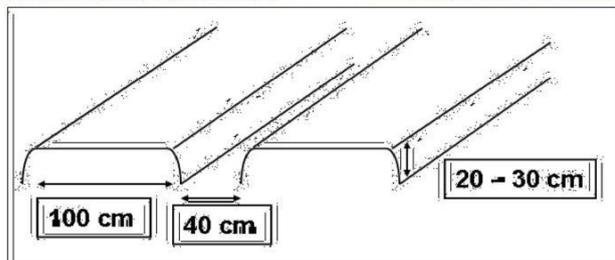
Gambar: 3.4  
**Contoh Rumah Lindung**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian - 2009

### 3. Pengolahan Tanah

Adapun cara pengolahan tanah untuk budidaya tanaman krisan sebagai berikut:

- Tanah dibersihkan dari gulma dan diangkat ke luar rumah lindung kemudian dibakar.
- Tanah diolah dengan cangkul sedalam 30 cm, kemudian dikering anginkan selama 2 minggu. Pada periode ini sangat dianjurkan agar tanah tidak diberi air atau terbasahi.
- Tanah dihaluskan, di atasnya diberi pupuk kandang dan diaduk sampai rata. Selanjutnya dibentuk bedengan dengan lebar 100 cm, tinggi 20 cm - 30 cm, panjang disesuaikan dengan keadaan lahan atau panjang rumah plastik.
- Jarak antar bedengan sekitar 40 cm yang memungkinkan pekerja leluasa dalam melakukan kegiatan pemeliharaan tanaman.



**Gambar: 3.5**

#### **Cara pengolahan tanah untuk tanaman krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Apabila tanah telah digunakan berulang kali untuk budidaya krisan dan ditemukan gejala serangan penyakit layu fusarium, maka sebaiknya sebelum tanam tanah tersebut diberi perlakuan Basamid dengan dosis dan cara pemakaian sesuai dengan anjuran yang tertera pada kemasan. Pemasangan Basamid tersebut dilakukan pada saat pemberian pupuk kandang dan diaduk merata, ditutup rapat dengan plastik selama 2 minggu. Plastik penutup dibuka dan tanah dibiarkan selama satu minggu dan setelah itu lahan siap ditanami.



**Gambar: 3.6**  
**Cara pemasangan Basamid pada lahan untuk krisan**  
**(bedengan ditutup plastik)**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

#### **4. Pemasangan Jaring Penyangga Tanaman**

Jaring penyangga biasanya terbuat dari anyaman tali plastik. Jaring tersebut berfungsi untuk membantu tegaknya tanaman krisan yang memiliki batang agak kurus dan kurang mampu menopang bagian atas tanaman. Beberapa tahapan dalam pemasangan jaring penyangga bunga krisan tersebut di antaranya:

- Besar lubang penyangga disesuaikan dengan jarak tanam yakni 12,5 cm x 12,5 cm, sehingga pada saat tanam, bibit krisan diletakkan persis di tengah-tengah lubang jaring tersebut.

- Sebelum jaring dipasang, pada masing-masing ujung bedengan dipasang dua tiang bambu dengan posisi sekitar 5 - 10 cm di sisi kiri dan kanan masing-masing ujung bedengan.
- Jarak antar tiang tersebut sekitar 1,10 m dan tinggi sekitar 1,20 m. Pemasangan tiang penyangga harus kokoh, sehingga dapat menahan beban berat dari batang tanaman krisan apabila jaring telah dinaikkan dan dikencangkan sesuai dengan pertumbuhan tanaman.
- Bila bedengan cukup panjang, maka perlu dipasang beberapa tiang bambu penahan jaring penyangga di kedua sisi bedengan dengan jarak 4 - 5 m dan jumlahnya disesuaikan panjang bedengan.
- Jaring penyangga dipasang dengan cara mengikatkan masing-masing ujung jaring pada sebilah potongan bambu dengan panjang 1,20 m.
- Setelah diikat, potongan bambu tersebut dipasangkan melintang pada tiang bambu masing-masing ujung bedengan dan tidak diikat permanen, sehingga dapat dinaikkan sesuai dengan tinggi tanaman.
- Jaring penyangga dalam satu musim tanam krisan dinaikkan sebanyak 3-4 kali. Jaring penyangga harus dipasang sebelum tanam dan diletakkan tepat di atas permukaan bedengan.
- Jaring selanjutnya dinaikkan secara bertahap mengikuti pertumbuhan tanaman sampai mencapai tiga per empat bagian tinggi tanaman.
- Penaikan jaring penyangga sebaiknya jangan sampai terlambat, karena akan menyebabkan pertumbuhan tanaman krisan miring dan pada akhirnya batang menjadi bengkok. Hal ini akan menurunkan mutu krisan potong dan pada akhirnya akan mengurangi nilai jual di pasar.

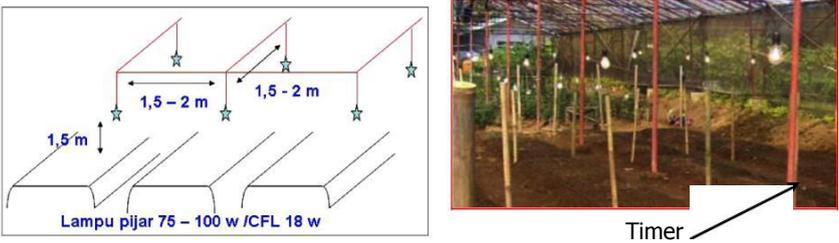


**Bambu Penahan Jaring**

**Gambar: 3.7**  
**Cara pemasangan jaring penyangga tanaman**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

**5. Pemasangan Instalasi Listrik untuk Pencahayaan**



**Gambar: 3.8**  
**Cara pemasangan jaring penyangga tanaman**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian -  
2009

Sebelum benih krisan ditanam, terlebih dahulu instalasi listrik dipasang di atas bedengan yang telah dibuat, dengan tata letak seperti tertera dalam gambar. Dengan pengaturan tata letak lampu sedemikian rupa semua tanaman diperkirakan akan mendapatkan intensitas cahaya yang sama atau mendapatkan instensitas cahaya yang cukup untuk mendukung pertumbuhan tanaman krisan secara optimum.

Intensitas cahaya lampu pada malam hari yang dibutuhkan krisan bunga potong berkisar antara 70 – 100 lux atau setara dengan lampu pijar 75 – 100 watt atau TL 40 watt atau CFL 18 watt. Kebutuhan cahaya tersebut akan tercukupi merata di seluruh permukaan tanaman pada jarak titik lampu 1,5 – 2 m x 2 m dan ketinggian 1,5 – 2 m di atas permukaan bedengan. Selain itu dipasang “Timer” baik digital atau manual, yang berfungsi untuk mengatur lampu listrik secara otomatis sesuai dengan lama waktu menyala yang telah ditentukan.

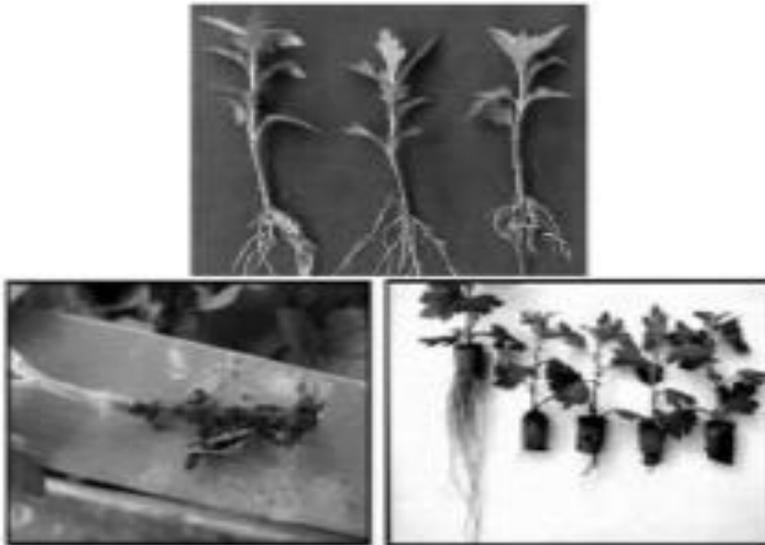
## **6. Bibit Krisan**

Krisan bunga potong diperbanyak secara vegetatif dengan menggunakan stek pucuk berakar. Produksi bibit membutuhkan kebun tanaman induk tersendiri serta cara dan penanganan yang khusus, sehingga hanya dilakukan oleh beberapa petani atau pengusaha tertentu yang khusus untuk memproduksi benih krisan (penangkar benih). Oleh karena itu, bibit atau benih krisan umumnya tidak dibuat sendiri oleh petani krisan bunga potong, tetapi dibeli dari penangkar benih.

Meskipun bibit krisan tersebut diproduksi secara khusus belum tentu mutunya terjamin. Oleh karena itu, petani krisan bunga potong harus jeli untuk melihat keadaan benih yang dibeli tersebut sebelum ditanam. Bibit harus diseleksi terlebih dahulu, sehingga setelah ditanam akan menghasilkan tanaman yang normal, sehat, subur dan akhirnya menghasilkan bunga potong yang bermutu baik.

Kriteria benih yang sehat dan baik diantaranya adalah:

- umur stek antara 12 – 15 hari setelah diakarkan
- tidak layu atau lemas, batang kokoh dan tidak busuk
- daun tidak kusam, tidak pucat dan agak mengkilap
- bebas penyakit karat daun dan hama pengorok daun
- panjang akar lebih dari 1,5 cm dengan jumlah lebih dari 5 helai



**Gambar: 3.9**  
**Pembibitan Krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

## 7. Penanaman

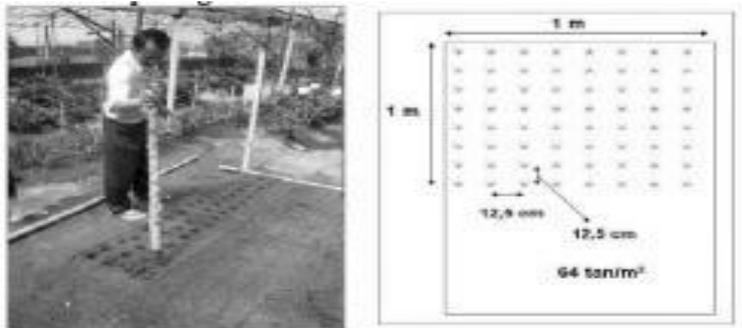
Sehari sebelum tanam, bedengan diberi air sampai basah atau mencapai kapasitas lapang hingga ke bagian dalam bedengan.



**Gambar: 3.10**  
**Persiapan Tanam Krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Sebelum bibit ditanam, persis di tengah-tengah lubang jaring penyangga dibuat lubang tanam menggunakan tugal dengan jarak tanam 12,5 cm x 12,5 cm atau 64 lubang tanam/m<sup>2</sup>. Pembuatan lubang harus hati-hati dan tidak boleh terlalu dalam. Hal tersebut dimaksudkan untuk mencegah agar akar benih yang akan ditanam tidak sampai menggantung pada saat penanaman, karena dapat mengakibatkan benih tersebut mati.



**Gambar: 3.11**  
**Cara penugalan tanah sebelum benih ditanam**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Selanjutnya bibit atau benih yang sudah berakar dan telah diseleksi dimasukkan ke lubang tanam sebanyak satu bibit/lubang dengan kedalaman 2 - 3 cm. Kemudian ditutup dengan tanah dan ditekan-tekan dengan ujung jari agar akar tanaman menyatu dengan tanah. Hal tersebut dimaksudkan agar bibit dapat lilir dengan cepat.



**Gambar: 3.12**  
**Cara Penanaman Benih Krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Penanaman sebaiknya dilakukan pada pagi hari sebelum jam 10.00 WIB atau sore hari setelah jam 15.00 WIB dengan kondisi lingkungan tidak terlalu panas, agar benih yang ditanam dapat terhindar dari stres akibat kepanasan dan kondisinya dapat pulih (lilir) dengan cepat. Pada saat bersamaan, benih untuk sulaman juga ditanam di pinggiran bedengan. Apabila ada tanaman yang mati, maka dapat segera disulam dengan tanaman pengganti yang memiliki umur dan keadaan pertumbuhan yang sama.

## **8. Pemberian Cahaya Tambahan**

Tanaman krisan bunga potong merupakan tanaman hari pendek, sehingga dibutuhkan tambahan cahaya untuk memperpanjang stadia pertumbuhan vegetatifnya. Bila penyinaran kurang dari 14,5 jam perhari, maka tanaman tersebut akan memasuki stadia generatif dan segera membentuk bunga.

- Pemberian cahaya tambahan dilakukan sejak awal penanaman sampai umur 25 – 35 hari setelah tanam atau tergantung dari tinggi tanaman dan bila telah mencapai rata-rata 40 cm, maka lampu dapat dipadamkan.
- Lampu dinyalakan selama 4 jam antara jam 18.00 – 22.00 atau 20.00 – 24.00 wib dan diatur secara otomatis. Perlu diperhatikan untuk daerah yang sering mengalami pemadaman aliran listrik, “Timer” terutama yang manual, harus sering dicek selama waktu pemberian cahaya tambahan dan waktunya dicocokkan kembali bila berubah.
- Bila tidak distel ulang, maka lampu seringkali akan menyala pada siang hari, bukan pada malam hari saat cahaya tambahan dibutuhkan oleh tanaman.

## 9. Pupuk dan Pemupukan

- Sebagai pupuk dasar digunakan pupuk kandang yang sudah matang sebanyak 10 ton/ha dan ditambah NPK 300 kg/ha dengan perbandingan unsur N yang lebih tinggi, disebarakan merata pada saat pembuatan bedengan dan dicampurkan dengan media tanam.
- Pemupukan susulan diberikan pada umur 30 dan 60 hari sebanyak 20 g NPK per m<sup>2</sup>. Pemberian pupuk susulan pada umur 60 hari diberikan NPK dengan perbandingan unsur K yang lebih tinggi.
- Pemberian pupuk dilakukan pada larikan di antara baris tanaman, kemudian ditutup dengan tanah. Selain itu dapat juga diberikan pupuk daun satu minggu satu kali dengan dosis sesuai anjuran.
- Pemeliharaan yang dilakukan mencakup penyulaman, penyiraman, pengendalian gulma dan perompesan daun. Penyulaman dilakukan untuk mengganti tanaman yang mati atau pertumbuhannya lambat dan kerdil. Penyulaman dapat dilakukan sampai umur 3 minggu setelah tanam. Penyulaman tanaman krisan seperti terlihat di bawah ini:



**Gambar: 3.13**  
**Cara Pemupukan Tanaman**



**Gambar: 3.14**  
**Penyulaman tanaman krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

- Penyiraman dilakukan setiap hari sampai tanaman berumur satu minggu. Pada minggu berikutnya penyiraman tergantung keadaan tanaman dan cuaca. Seiring dengan pertumbuhan tanaman, maka jumlah air yang diberikan makin banyak.
- Penyiangian gulma dilakukan sesuai dengan kondisi pertanaman dan biasanya dilakukan 1 bulan satu kali.
- Untuk mengurangi kelembaban di sekitar batang tanaman, dilakukan perompesan daun sebanyak 5 - 8 daun terbawah yang dilakukan pada umur 30 hari dan 60 hari setelah tanam.

Perompesan tersebut juga dimaksudkan untuk membuang daun yang terserang hama pengorok daun dan penyakit karat daun.



**Gambar: 3.15**  
**Pengendalian gulma pada tanaman krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

## 10. Hama dan Penyakit

### a. Pengorok Daun *Liriomyza* sp.

Bersifat polifag yang dapat menyerang lebih dari 100 spesies tanaman dan di Indonesia dilaporkan juga menyerang cabai, kentang, tomat, seledri, kacang merah, kubis, gambas, kapri, brokoli, lettuce, bawang daun, bayam, bawang merah, buncis dan beberapa jenis gulma misalnya bayam air. Serangga dewasa menusuk daun-daun muda dengan ovipositornya. Selain untuk makan (mengisap cairan) juga untuk meletakkan telur. Larva hidup dengan cara mengorok daun sehingga pada daun terjadi alur-alur bekas korokan yang berliku. Pada intensitas serangan tinggi bagian daun dan kadang-kadang seluruh tanaman terlihat putih dan populasi pupa dapat mencapai 40 pupa.

Pada populasi tinggi beberapa lubang korokan menyatu dan menyebabkan daun menguning mirip gejala serangan cendawan *Phytophthora infestans*. Kerusakan tanaman tidak hanya disebabkan oleh kotoran larva, tetapi juga karena tusukan ovipositor serangga betina yang menyebabkan gejala bintik-bintik putih. Untuk

mengendalikan hama tersebut, sebagai tindakan pencegahan dapat dilakukan dengan merompes daun-daun yang terserang secara berkala. Bila populasi tinggi pengendalian dapat dilakukan dengan menggunakan insektisida berbahan aktif kartab hidroklorida dan abamektin.

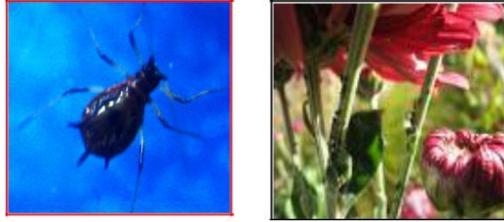


**Gambar: 3.16**  
**Hama Pengorok Daun *Liriomyza* sp. dan gejala serangannya**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

**b. Kutu daun *Macrosiphoniella sanborni***

Memiliki tubuh berukuran kecil, berwarna kehitaman dan biasanya bergerombol pada pucuk tanaman atau daun muda atau tangkai bunga. Hama tersebut merusak tanaman dengan cara mengisap cairan tanaman. Hama tersebut sangat rakus dan pada populasi tinggi dapat menyebabkan tanaman menjadi merana. Karena kerakusannya menyerap cairan tanaman, maka banyak cairan yang dibuang sebagai kotoran yang merupakan media yang baik untuk pertumbuhan jamur jelaga hitam. Jelaga hitam akan tumbuh menutupi permukaan daun dan akibatnya proses fotosintesis pada daun sebagai dapur tanaman akan terganggu. Pada akhirnya akan mengganggu pertumbuhan tanaman. Selain itu, kutu daun juga berperan sebagai vektor atau penyebar penyakit virus pada tanaman krisan. Untuk mengendalikan hama tersebut dapat digunakan insektisida berbahan aktif deltametrin, sipermetrin.



**Gambar: 3.17**  
**Hama Kutu daun *Macrosiphoniella sanborni***  
**dan gejala serangannya**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

**c. *Thrips (Thrips sp.)***

Menyerang dengan cara mengisap cairan tanaman (daun muda/pucuk) dan tunas-tunas muda, sehingga sel-sel tanaman menjadi rusak dan mati. Gejala serangan paling banyak dijumpai pada permukaan bawah daun atau bunga. Kerusakan tanaman ini ditandai dengan adanya bercak-bercak putih atau keperak-perakan/ kekuning-kuningan seperti perunggu terutama pada permukaan bawah daun. Gejala bercak keperak-perakan awalnya tampak dekat tulang daun menjalar ke tulang daun hingga seluruh permukaan daun menjadi putih. Daun kemudian menjadi coklat, mengeriting atau keriput dan akhirnya kering. Pada intensitas serangan yang tinggi, tepi daun berkerut, menggulung ke dalam dan timbul benjolan seperti tumor sehingga mengakibatkan pertumbuhan tanaman menjadi kerdil dan bila daun tersebut dibuka, akan terdapat imago yang berkelompok. Tanaman yang merana tidak akan menghasilkan bunga yang prima.

Kerusakan pada bunga tidak terlihat dengan jelas dan kasat mata, namun dapat mengakibatkan penurunan masa kesegaran bunga setelah panen.

Hama ini juga bertindak sebagai vektor *Tomato Spotted Wilt Virus* (TSWV). Populasi dan serangan thrips biasanya tinggi pada musim kemarau dan menurun pada musim hujan.



**Gambar: 3.18**  
**Thrips (*Thrips sp.*) dan gejala serangannya**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Beberapa penyakit yang sering dijumpai pada tanaman krisan dapat disebabkan oleh bakteri, fungi, dan virus. Tanaman krisan mudah terserang penyakit bila kelembaban terlalu tinggi atau bila tanaman dalam kondisi stress/tidak sehat. Lingkungan yang lembab terjadi pada saat musim penghujan, atau karena kondisi lingkungan pertanaman rapat sehingga sirkulasi udara yang tidak berjalan lancar.

Penyakit lanas yang disebabkan oleh bakteri *Pseudomonas chitorii*. Gejala penyakit ini berupa spot/bercak coklat kehitaman berair pada daun dan melebar hingga ke seluruh daun. Spot ini seolah-olah mempunyai inti dan perlahan-lahan terpisah seperti gelombang. Pada stadium serangan lebih lanjut, daun akan berwarna kecoklatan dan mengering. Bakteri ini menyerang dengan intensitas tinggi bilamana kelembaban lingkungan pertanaman tinggi seperti pada musim hujan. Bila serangan sudah parah, penyakit ini dapat mengakibatkan kematian tanaman. Penyakit ini sangat sulit dikendalikan bila sudah mulai menyerang. Penanganan kuratif penyakit ini belum diketahui sampai saat ini. Pencegahan penyakit dapat dilakukan dengan menanam bahan tanaman bebas penyakit, penyiraman dengan air

yang tidak mengandung bakteri ini dan tidak membasahi daun terlalu lama, serta sanitasi lingkungan. Bilamana memungkinkan juga menghindari/meminimalkan aktifitas yang beresiko melukai tanaman. Fungisida/ bakterisida yang mengandung tembaga seperti yang berbahan aktif *Cu-hidroksida* juga dapat digunakan untuk pencegahan terutama pada saat musim serangan hebat.



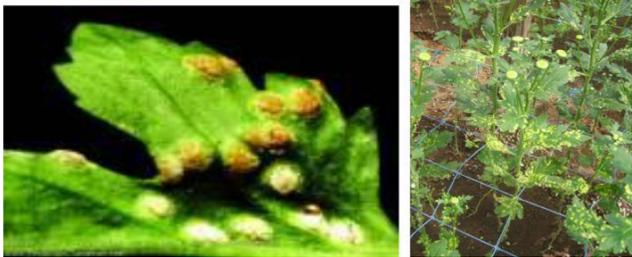
**Gambar: 3.19**  
**Serangan bakteri *Pseudomonas chicorii***

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

**Penyakit karat disebabkan oleh dua macam cendawan yaitu *Puccinia chrysanthemi* Roze (karat hitam) dan *P. horiana* Henn (karat putih)**

Di daerah tropis seperti Indonesia, serangan karat putih lebih umum dijumpai daripada karat hitam. Gejala serangan karat putih adalah terdapatnya bintil-bintil (pustul) putih pada daun bagian bawah yang berisi telium (teliospora) cendawan atau terjadi lekukan-lekukan mendalam berwarna pucat pada permukaan daun bagian atas. Pada serangan lebih lanjut, penyakit ini dapat menghambat perkembangan bunga. Penyakit ini berkembang baik pada kelembaban tinggi terutama dengan pertanaman yang rapat.

Adanya tetesan air hujan dari atap rumah lindung yang bocor akan mempercepat pertumbuhan dan penyebaran penyakit tersebut. Pengendalian dengan sanitasi lingkungan, aplikasi fungisida, penanaman varietas yang tahan/toleran dan perbaikan lingkungan fisik pertanaman terutama aerasi dan kelembaban lingkungan pertanaman dengan penjarangan tanaman atau menanam dengan kerapatan lebih renggang. Agar pengendalian karat dengan fungisida lebih efektif, maka penyemprotan harus dilakukan dari bagian bawah daun. Di samping itu, apabila ditemukan atap yang bocor maka harus segera diperbaiki atau ditambal.



**Gambar: 3.20**  
**Gejala serangan penyakit Karat pada tanaman krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

#### **d. Kapang Kelabu (*Botrytis cinerea* Pers)**

Mempunyai inang yang luas, seperti gladiol, anggrek, violces, begonia, lili, mawar, bunga kertas, dan gulma air. Spora berkecambah pada petal bunga, kemudian berkembang menjadi bercak kecil dan bundar dan membesar. Bila kelembaban pada lingkungan pertanaman tinggi (terutama pada musim hujan), intensitas serangan dapat meningkat dan menyebabkan busuk bunga.

Spora cendawan dapat menyebar dengan perantara angin atau serangga. Cendawan dapat bertahan sebagai saprofit pada sisa-sisa tanaman sakit, dan penyakit biasanya hanya terjadi pada musim hujan pada kondisi yang sangat lembab. Pengendalian dilakukan dengan sanitasi lingkungan pertanaman dan penjarangan tanaman/ bunga.



**Gambar: 3.21**  
**Kapang Kelabu (*Botrytis cinerea* Pers)**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

#### **e. Virus dan Viroid**

Menyerang tanaman krisan dan terbukti menyebabkan kerugian pertanaman krisan secara signifikan adalah *Cucumber Mosaic Virus* (CMV) dan *Chrysanthemum Virus-B* (CVB). Kedua jenis virus mengakibatkan penghambatan pertumbuhan tanaman secara signifikan dan bahkan menyebabkan malformasi bagian-bagian tanaman seperti daun dan petal bunga. Tanaman terinfeksi yang rentan terhadap virus menunjukkan gejala daun yang mengecil dan bulat, penghambatan atau bahkan stagnasi pertumbuhan yang jelas dan memudarnya warna (*discolored*) serta klorotik pada daun dan petal, disertai dengan pertumbuhan bunga yang tidak sempurna. Beberapa serangga hama seperti kutu daun (Aphids) juga dikenal dapat menjadi vektor penyebaran kedua virus di atas pada pertanaman. Selain serangga dan benih sakit, virus juga dapat menular melalui alat-alat pertanian seperti pisau stek, gunting dan lain-lain.



a)

b)

**Gambar: 3.22**  
**Virus dan Viroid**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

Gejala serangan Virus antara lain:

- (a) Malformasi bentuk bunga dan
- (b) Warna hijau daun yang tidak merata serta penghambatan pertumbuhan tanaman akibat serangan virus

## 11. Panen

- Indeks panen bunga ditentukan dengan umur (bunga atau tanaman) berkisar antara 90 sampai 110 hari & keadaan fisik bunga tergantung varietas dan ketinggian tempat penanaman.
- Bunga layak panen ditandai dengan mahkota bunga yang telah mekar penuh 2 - 3 kuntum bunga.
- Tanaman dipanen bila 80 % dari pertanaman memperlihatkan bunga yang telah mekar penuh. Panen bunga krisan dilakukan pada pagi hari (jam 06.00 - 8.00).
- Batang krisan dipotong dengan menggunakan pisau atau gunting tajam dengan jarak potongan sekitar 10 cm dari permukaan tanah atau dicabut kemudian dipotong sesuai dengan ukuran yang dikehendaki.



**Gambar: 3.23**  
**Bunga krisan siap dipanen dan cara panen krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

## 12. Pasca Panen

- Setelah bunga dipotong diletakkan berdiri dalam ember yang berisi air dan tidak terlalu padat.
- Selanjutnya disortasi untuk memisahkan bunga potong yang baik dan mulus dengan yang cacat.
- Pangkal tangkai bunga dipotong sesuai dengan kriteria standar bunga potong krisan (minimal 80 cm).
- Kemudian tiga daun terbawa dibuang dan diikat diikat 10 tangkai per ikat.
- Apabila tempat penjualan cukup jauh, maka bagian pangkal batang diberi kapas basah yang dibungkus dengan plastik dan diikat dengan karet gelang.
- Selanjutnya dibungkus dengan kertas dan siap untuk dipasarkan.



**Gambar: 3.24**  
**Cara Mengemas Bunga Krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

### **3.6. Tehnik Budidaya Mangga**

Untuk peningkatan produksi dan mutu produksi buah mangga, diperlukan penanganan khusus meliputi perbaikan manajemen dan aplikasi budidaya mulai dari penanaman hingga pasca panen. Pada tanaman mangga usia produktif, kegiatan yang dinilai berkaitan erat dengan peningkatan produktivitas mangga adalah pada tahap pemangkasan, pemupukan, pengairan, pengendalian hama dan penyakit, penjarangan buah, panen dan penanganan pasca panen.

Secara umum agroklimat yang sesuai bagi pertanaman mangga adalah tipe iklim E dan F, 3 - 4 bulan basah, 8 - 9 bulan kering, curah hujan 1.000-1.500 mm/tahun dan kecepatan angin tidak terlalu cepat atau 10 km/jam dan ketinggian tempat berkisar 5 - 100 meter diatas permukaan laut.

Pemilihan varietas yang akan ditanam merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam agribisnis mangga, karena tiap varietas mangga mempunyai kesesuaian yang spesifik untuk dapat tumbuh dengan baik. Contohnya gadung klonal 21 untuk tumbuh dengan baik harus ditanam didaerah beriklim kering dengan ketinggian tempat antara 5 - 100 meter dari permukaan laut serta tekstur

tanahnya sedang hingga halus dan bila varietas ini ditanam di daerah yang lebih tinggi seperti di Malang maka hasilnya tidak akan optimal. Varietas mangga yang telah dilepas oleh Menteri Pertanian sampai Tahun 2003 sebanyak 17 varietas dan pada masa depan varietas yang diharapkan dapat berkembang adalah varietas anjuran.

Standar Prosedur Operasional (SPO) sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan produksi mangga sangat diperlukan. Standar Prosedur Operasional (SPO) memuat alur proses budidaya sejak mulai penentuan lokasi lahan sampai penanganan pasca-panen. Untuk selanjutnya target yang akan dicapai dengan penerapan SPO ini adalah tercapainya produksi optimal, mutu produksi sesuai standar mutu yang telah ditetapkan (Codex 184-1993) dan meningkatnya ekspor buah mangga antara lain meliputi:

1. Target produksi yang akan dicapai untuk mangga gadung klonal 21 adalah 55 kg/pohon (tanaman berumur 10 tahun).
2. Target mutu buah yang akan dicapai dengan penerapan SPO ini antara lain:
  - Ukuran buah yang dihasilkan seragam
  - Varietas seragam
  - Keseragaman tingkat kematangan buah
  - Utuh, tidak pecah, terbelah atau terkupas
  - Berat/buah yang dihasilkan 30 % Grade A, 40 % Grade B dan 30 % Grade C.  
 Grade A : > 450 gram  
 Grade B : 350 - 450 gram  
 Grade C : 250 - 350 gram
  - Kekerasan buah seragam, mutu super (keras), mutu I (cukup keras) dan mutu II (kurang keras)
  - Buah bebas dari bercak atau bekas hitam pada permukaan kulit
  - Bebas dari tanda memar
  - Prosentase kecil dari kerusakan yang disebabkan hama dan penyakit. Tingkat kerusakan buah yang diakibatkan oleh OPT adalah sebagai berikut:

- Tingkat serangan lalat buah <10 %
- Tingkat serangan antraknosa <5 %
- Tingkat serangan penggerek buah < 5 %
- Buah aman untuk dikonsumsi
- Rasa segar buah cukup baik

Dalam usaha agribisnis mangga agar mendapatkan produktivitas mangga yang optimal ada beberapa acuan/tahapan yang harus dilaksanakan, tahapannya dimulai dari:

### **1. Kesesuaian Dan Potensi Lahan**

Secara umum agroklimat yang sesuai bagi pertanaman mangga adalah tipe iklim E dan F, 3 - 4 bulan basah, 8 - 9 bulan kering, curah hujan 1.000-1.500 mm/tahun dan kecepatan angin tidak terlalu cepat atau 10 km/jam.

**Tabel: 3.1**  
**Kesesuaian Lahan Tanaman Mangga**

Karakteristik	Kelas Kesesuaian Lahan			
	S1	S2	S3	N
<b>Temperatur</b>				
Temperatur rata-rata (°C)	22-28	28-34 18-22	34-40 15-8	> 40 < 15
<b>Rijim kelembaban</b>				
• Curah hujan (mm/thn)	1.250- 1.750	1.750-2.000 1.000-1.250	2.000-2.500 750-1.000	>2.500 <750
• Bulan kering (<60 mm)	4-6	2-3 7-8	2-3 7-8	
Drainase	Baik, agak baik	Agak terhambat	Terhambat agak cepat	Sangat terhambat
Ketinggian tempat (mdpl)	3 - 100	100 - 250	250 - 400	> 400
<b>Media Perakaran</b>				
• Tekstur	S, ah, h	S, ah, h	Ak	k
• Bahan kasar	<15	15 - 35	35 - 55	> 55
• Kedalaman tanah (cm)	> 100	75 - 100	50 - 75	< 50
<b>Retensi hara</b>				
• KTK liat (cmol)	> 16	≤ 16		
• Kejenuhan basa (%)	> 35	20 - 35	< 20	
• pH H <sub>2</sub> O	5.5 - 7.8	5.0 - 5.5 7.8 - 8.0	< 5.0 > 8.0	
• C - organik (%)	> 1.2	0.8 - 1.2	< 0.8	
Salinitas (ds/m)	< 4	4 - 6	6 - 8	> 8
Alkalinitas/ESP (%)	< 15	15 - 20	20 - 25	> 25
Kedalaman sulfidik (cm)	> 125	100 - 125	60 - 100	< 60
Lereng (%)	< 8	8 - 16	16 - 30	> 30
Bahaya erosi	sr	R - sd	B	sb
Batuan permukaan	< 5	5 - 15	15 - 40	> 40
Singkapan batuan	< 5	5 - 15	15 - 40	> 40

Keterangan:

Tektur h = halus; ah= agak halus; s = sedang; ak = agak kasar; k = kasar  
Bahaya erosi sr = sangat ringan; r = ringan; sd = sedang; b = berat; sb = sangat berat.

Sumber: Pusat Penelitian Tanah dan Agroklimat Badan Litbang Deptan 2009

## 2. Varietas

Usahatani mangga telah bergeser dari usaha sampingan berupa tanaman karangkitri pekarangan menjadi usaha “kebun mangga” yang menghendaki penanaman varietas unggul yang seragam. Di pasar memang masih terdapat bermacam-macam buah mangga dengan tingkat konsumen dan tingkat harga yang berbeda-beda. Tetapi tampaknya terjadi pergeseran preferensi konsumen ke arah mangga yang berkualitas tinggi yang dicirikan oleh: ukuran buah sedang, rasa manis, tidak berserat, tidak terlalu berair, warna buah hijau tua sampai kuning, warna daging buah kuning sampai kuning kemerahan, daging buah tebal dan buah tidak mudah busuk. Varietas unggul anjuran yang memenuhi persyaratan tersebut adalah Arumanis 143/Gadung 21, Golek 31 dan Manalagi 69. Deskripsi varietas unggul anjuran tertera pada Tabel .3.2.

**Tabel 3.2.**  
**Diskripsi Varietas Mangga Unggul**

Uraian	Golek 31	Gadung 21	Arumanis 143
Asal	Lokal Probolinggo	Pasuruan	Lokal Probolinggo
Tinggi Pohon	Mencapai 8,7 m	Mencapai 9,2 m	Mencapai 9,2 m
Tajuk pohon	Melebar 13,5 m	Melebar : 12 m	Melebar : 12m
Bentuk daun	Jorong, ujung runcing	Jorong, ujung runcing	Jorong, ujung runcing
Letak daun	Tegak	Mendatar	Mendatar
Besar daun	24,8 x 5,6 cm	20 x 6,5 cm	20 x 6,5 cm
Warna daun	Hijau muda	Hijau tua	Hijau tua
Bentuk pohon	Bulat seperti payung	Piramida tumpul	Piramida tumpul
Bentuk batang	Bulat	Bulat	Bulat
Warna batang	Kecoklatan	Kecoklatan	Kecoklatan
Keadaan batang	Agak kasar	Agak kasar	Agak kasar
Percabangan	Sedang, berdaun jarang	Sedang, berdaun jarang	Sedang, berdaun jarang
Bentuk bunga	Piramida runcing	Piramida runcing	Piramida runcing
Warna bunga	Kuning	Kuning	Kuning
Warna tangkai bunga	Hijau muda	Hijau keunguan	Hijau keunguan
Bentuk buah	Panjang tak berparuh, pucuk runcing	Jorong berparuh sedikit, pucuk bulat	Jorong berparuh sedikit, pucuk bulat
Warna buah matang	Pangkal kuning	Pangkal merah keunguan - kebiruan	Pangkal merah keunguan - kebiruan
Aroma buah	Segar harum	Harum	Harum
Rasa buah	Manis	Manis dan segar	Manis dan segar
Ukuran buah	16,7 x 7,9 x 6,2 cm	16 x 8,2 x 7,3 cm	16 x 8,2 x 7,3 cm
Berat buah	523 g/buah	560 g/buah	560 g/buah
Bentuk biji	sedang, lonjong pipih	Kecil, lonjong pipih	Kecil, lonjong pipih
Ukuran biji masak	14,5 x 4,2 x 2,8 cm	14 x 4,6 x 2,2 cm	14 x 4,6 x 2,2 cm
Produksi rata-rata	52,3 kg/pohon	54,7 kg/pohon	54,7 kg/pohon

Sumber : Pusat Penelitian Tanah dan Agroklimat Badan Litbang Deptan 2009

### 3. Pembibitan

Keberhasilan pengusahaan tanaman mangga terutama yang berskala agribisnis sangat ditentukan oleh ketersediaan bibit bermutu pada saat tanam dari varietas yang diminati dan kemurnian bibitnya. Penyediaan bibit pada tanaman mangga dapat dilakukan dengan memperbanyak tanaman secara penyambungan atau grafting, penempelan atau okulasi dan mencangkok pohon induk. Untuk penyediaan bibit mangga, skala besar teknik penyambungan dini lebih efisien dibanding cara penempelan (okulasi). Biji mangga hanya digunakan untuk batang bawah dalam program perbanyak bibit.

Perbandingan efisiensi teknologi perbanyak secara penyambungan dini dan penempelan (okulasi) disajikan pada Tabel 3.3.

**Tabel: 3.3**  
**Perbandingan Efisiensi Teknologi Penyambungan Dini Dan Penempelan**

Keterangan	Penyambungan dini	Penempelan	Efisiensi
Umur batang bawah disambung	1,5-2 bulan	> 1 tahun	Waktu 100%
Kebutuhan entris/mata tempel 1000 bibit	1 pohon induk umur 10 tahun	> 1 pohon umur 10 tahun	Materi 100%
Kesiapan bibit di tanam di lapang	10 bulan	1,5-2 tahun	Waktu 100%
Penggunaan lahan pembibitan	sempit (rumah bibit/lahan ternaungi)	luas	cukup
Keberhasilan bibit jadi	Tinggi	rendah-sedang	cukup
Sifat dormansi bibit setelah di lapang	6-8 minggu	10-12 minggu	waktu 60%
Pendapatan pembuatan bibit per 1000 bibit	lebih tinggi dari okulasi	-----	cukup
Kecepatan waktu produksi	4 tahun	4 tahun	Sama
Bentuk tajuk	Payung	payung/elipsoid	Sama

Sumber : Pusat Penelitian Tanah dan Agroklimat Badan Litbang Deptan 2009

### 4. Teknik Sambung Pangkal

Penggantian tanaman mangga varietas mutu rendah menjadi varietas unggul dapat dilakukan dengan teknik sambung pangkal

atau “top working”. Teknik sambung pangkal dilakukan dengan memotong pokok tanaman mangga berkualitas rendah yang sudah dewasa umur 10-15 tahun setinggi 1 m dari permukaan tanah kemudian menyisipkan entris varietas unggul pada kulit pohon. Cara lain adalah menunggu tunas batang tumbuh sepanjang 15-20 cm, kemudian dilakukan okulasi atau penyambungan pada tunas tersebut dengan entris atau mata tempel berasal dari varietas yang diminati.

## 5. Penanaman

Lahan untuk kebun mangga disiapkan, dengan pembajakan tanah sebelum musim hujan. Tempat-tempat yang akan ditanami ditandai dengan ajir, disesuaikan dengan jarak tanam mangga. Jarak tanam dapat dibuat rapat apabila kebun mangga monokultur, yaitu 4m x 6m atau 6m x 6m. Jarak tanam bentuk persegi panjang, sehingga dengan jarak tanam rapat populasi tanaman tiap hektarnya dapat mencapai  $\pm$  800 tanaman.

Ukuran lubang tanam 60 cm x 60 cm x 60 cm, sedangkan pada tanah berat ukuran lubang tanam 1 m x 1 m x 1 m. Lubang tanam tersebut dipersiapkan 1-2 bulan sebelum tanam dan dibiarkan selama waktu menjelang tanam. Pupuk kandang yang telah dipersiapkan dicampur dengan tanah galian, setiap lubang tanam diberi pupuk kandang 50 kg untuk satu tanaman. Waktu tanam yang tepat adalah awal musim penghujan, supaya tanaman tidak memerlukan penyiraman. Bibit yang ditanam diberi naungan jerami padi dan bibit diberi penyangga supaya tidak mudah roboh. Jika bibit mati, secepatnya disulam.

## 6. Penggunaan Mulsa

Pemberian mulsa jerami padi di sekitar pangkal batang tanaman ditujukan untuk menjaga kelembaban tanah, mengurangi tumbuhnya gulma sekaligus mengurangi frekuensi penyiraman terutama pada musim kemarau. Waktu pemberian mulsa pada awal musim kemarau dan diberikan setelah tanam sampai tanaman berumur 3-4 tahun.

## 7. Pemupukan

Pemberian pupuk disesuaikan dengan umur tanaman (Tabel 3.4).

**Tabel 3.4**  
**Dosis dan Waktu Pemupukan Tanaman Mangga**

Umur (th)	Jenis, dosis (ph/th)	Waktu Aplikasi	Cara Aplikasi
0 (awal tanam)	ZA, 50 g	1 bulan setelah tanam	Ditabur, dipendam
	TSP, 25 g	1 bulan setelah tanam	sejauh 20 cm pohon
	KCI 25 g	1 bulan setelah tanam	Dicampur tanah
	Pupuk kandang 50kg	Saat tanam	galian
1	ZA, 200 g	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Ditabur, dipendam
	TSP, 100 g	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	sejauh 20 cm pohon
	KCI 100 g	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Dicampur tanah
	Pupuk kandang 50kg	Desember-Januari	galian
2-3	ZA, 500 g - 1000 g	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Ditabur, dipendam
	TSP, 250 g - 500 g	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	sejauh 20 cm pohon
	KCI 250 g - 500 g	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Dicampur tanah
	Pupuk kandang 50-75 kg	Desember-Januari	galian
4-5	ZA, 1-2 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Ditabur, dipendam
	TSP, 0,5 kg - 1 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	sejauh 20 cm pohon
	KCI 0,5 kg - 1 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Dicampur tanah
	Pupuk kandang 50-75 kg	Desember-Januari	galian
6-10	ZA, 2-3 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Ditabur, dipendam
	TSP, 1 - 1,5 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	sejauh 20 cm pohon
	KCI 1 - 1,5 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Dicampur tanah
	Pupuk kandang 75-100 kg	Desember-Januari	galian
> 10	ZA, 3-4 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Ditabur, dipendam
	TSP, 1,5 - 2 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	sejauh 20 cm pohon
	KCI 1,5 - 2 kg	0,5 dosis Desember 0,5 dosis Juni-Juli	Dicampur tanah
	Pupuk kandang 75-100 kg	Desember-Januari	galian

Sumber : Pusat Penelitian Tanah dan Agroklimat Badan Litbang Deptan. 2009

## 8. Pengairan

Pada saat tanaman masih muda yaitu umur 1-3 tahun penambahan pengairan untuk pemeliharaan kelembaban tanah mutlak diperlukan, sedangkan tanaman yang sudah produktif air diperlukan pada saat awal pembungaan dan saat pembentukan calon buah. Ketersediaan air merupakan faktor yang menentukan dalam meningkatkan pembentukan bunga menjadi buah. Untuk tanaman mangga produktif pemberian air 60 l/pohon dengan interval pemberian 2 minggu sekali pada awal pembentukan buah (Juni s/d Agustus) dapat meningkatkan jumlah buah tiap pohonnya. Pada tanaman mangga yang masih muda pengairan ditujukan untuk mendorong perkembangan akar dan pertumbuhan pertunasan. Frekwensi pemberiannya dengan kisaran 2-20 hari dengan dosis yang mencukupi. Pemberian air dapat dengan melalui rorak, tanaman parit atau dengan irigasi tetesan (*drip-irrigation*).

## 9. Pemangkasan

Pemangkasan ditujukan untuk pembentukan kanopi tanaman, pemangkasan pemeliharaan dan pemangkasan produktif.

### (a) Pembentukan Kanopi Tanaman

Tanaman berumur satu tahun dipangkas batangnya setinggi 50-60 cm. Umur dua tahun dilakukan pemangkasan lagi dengan menyisakan 3 ranting pupus pada batang pokok dan setiap ranting dipangkas dengan menyisakan 2 ranting pupus. Umur tiga tahun, pemangkasan dilakukan untuk membuang kelebihan tunas ranting yang tumbuh dari masing-masing cabang. Setiap cabang ranting dipertahankan 3 pupus, sehingga arsitektur tanaman tersebut memiliki susunan percabangan satu cabang pokok, 3 cabang pertama dan 9 cabang kedua. Hasil pemangkasan tersebut akan membentuk tajuk tanaman menyerupai payung. Disamping membentuk kanopi tanaman, pemangkasan juga memudahkan pemanenan buah dan memudahkan pengelolaan tanaman.

**(b) Pemangkasan pemeliharaan**

Membuang ranting-ranting kering dan tunas-tunas air yang tidak berguna, dilakukan setiap saat.

**(c) Pemangkasan produktif**

Dilakukan dengan memangkas pupus bagian paling pucuk, tujuannya untuk memperbanyak tunas pucuk terminal. Bertambahnya pucuk terminal akan memberi peluang untuk menambah jumlah ranting generatif. Pemangkasan dilakukan sehari setelah panen buah. Jumlah pupus yang dipangkas tiap pohonnya adalah 100%.

**10. Zat Pengatur Tumbuh**

Zat pengatur tumbuh (ZPT) berperan untuk meningkatkan produksi buah melalui manipulasi pembungaan dan pembuahan. Penggunaan paklobutrazol (dengan nama dagang Cultar) takaran 3750 ppm (setara 3,7 ml/l air) mampu merangsang pembungaan sampai 2-3 bulan pada mangga Gadung 21 dan Arumanis umur 15 tahun dan terjadi peningkatan 58,7% jika dibandingkan tanpa ZPT. Peranan ZPT untuk meningkatkan calon buah akan lebih baik lagi jika ditambahkan 1% KNO<sub>3</sub> atau 750 ppm CEPA.

Pemakaian ZPT pada tanaman mangga harus diimbangi dengan pemupukan yang cukup sehingga tidak mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan tanaman selanjutnya.

**11. Pengendalian Hama Penyakit**

Pengendalian hama penyakit ditujukan untuk menjaga agar tanaman tumbuh dalam kondisi yang optimal dalam lingkungan yang sehat. Hama utama dan penyakit yang banyak dijumpai dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut:

**Tabel: 3.5**  
**Hama Utama**

Kepik pengisap daun ( <i>Mictis longicornis</i> )	Bagian yang diserang tunas atau cabang. Kerusakan yang ditimbulkan tanaman coklat, layu dan kering. Pengendalian secara mekanis, penyemprotan insetisida dimethoate, diazinon.
Wereng mangga ( <i>Idiocerus niveosparus</i> )	Bagian yang diserang bunga. Kerusakan yang ditimbulkan keriput, kering, rontok. Pengendalian injeksi pohon dengan insetisida dosis 6ml/pohon sekali injeksi.
Penggerek pucuk ( <i>Sternochetus goniognemis</i> )	Bagian yang diserang tunas pucuk. Kerusakan yang ditimbulkan layu, kering tunas baru tidak terbentuk dan tidak berbunga. Pengendalian secara mekanis, penyemprotan insetisida dimethoate.
Lalat buah ( <i>Dacus dorsalis</i> )	Bagian yang diserang buah muda dan tua. Kerusakan yang ditimbulkan buah busuk, daging buah banyak ulat. Pengendalian secara mekanis, buah dipendam dalam tanah, pembungkusan buah di pohon, penggunaan atraktan mehtyl eugenol, petrogenol dikombinasi insetisida, penyemprotan larutan protein hidrolisa pada tajuk.
Penggerek buah ( <i>Norda albizonalis</i> )	Bagian yang diserang buah. Kerusakan yang ditimbulkan busuk. Pengendalian secara mekanis, penyemprotan buah muda dengan insetisida kontak.
Disamping hama utama,	masih terdapat hama-hama lain yaitu kutu putih ( <i>Rastrococcus spinosus</i> ), dan puru daun ( <i>Procontariana malteiona</i> )
Penyakit	
Antraknose	Bagian yang diserang daun muda, malai bunga, buah sebelum panen, dan buah dalam penyimpanan. Kerusakan yang ditimbulkan busuk. Pengendalian fungisida maneb, mancozeb, zineb, benomyl, thiomate-methyl. Pencelupan buah dalam air panas 52° + Benomyl 750 ppm selama 4 detik.
Diplodia	Bagian yang diserang batang, cabang, buah. Kerusakan yang ditimbulkan cabang retak keluar cairan (blendok), buah busuk lunak. Pengendalian secara mekanis, penyaputan, fungisida sistemik, pencelupan buah ke dalam air panas. Selain kedua penyakit diatas masih terdapat penyakit yang disebabkan oleh <i>Gloesporium mangiferae</i> dan <i>Meliola mangiferae</i>

Sumber : Pusat Penelitian Tanah dan Agroklimat Badan Litbang Deptan. 2009

## 12. Teknik Peningkatan Mutu Hasil Buah Mangga

Penanganan pada saat panen dan penanganan pasca panen selanjutnya akan mempengaruhi penampilan dan mutu rasa buah. Penampilan yang menarik serta rasa yang lezat akan memberikan nilai tukar yang tinggi.

Penanganan segar buah mangga meliputi penentuan saat panen, pemanenan, pengangkutan dari kebun ke gudang pengemasan (*packing house*), pengemasan, pengangkutan dari *packing house* ke tempat pemasaran dan penyimpanan sebelum pemasaran. Agar diperoleh buah yang bermutu prima, baik dalam hal penampilan maupun rasanya, penanganan segarnya harus dilakukan dengan tepat.

Saat panen optimal untuk buah mangga Arumanis dan Gadung adalah bila buah sudah berumur  $\pm$  85 hari dari buah sebesar biji kedelai. Tanda-tanda fisik lainnya juga dapat dipergunakan sebagai pedoman misalnya paruh buah sudah penuh pada mangga Arumanis, terbentuknya bedak putih pada pangkal buah mangga Gadung atau pori-pori kulit buah yang sudah mengembang pada mangga Golek. Untuk mengurangi keluarnya getah, panen sebaiknya dilakukan setelah jam 10.00 pagi dan sisakan tangkai buah agak panjang diatas ruas absisi. Sisa tangkai yang masih ada dapat dipotong sewaktu buah akan dikemas. Alat panen yang murah dan aman adalah gurung besi dengan jaring plastik untuk menampung buah hasil panen.

*Grading* biasanya dilakukan berdasarkan kriteria ukuran besarnya buah. Pengemas yang paling baik untuk pengiriman ke luar kota adalah peti kayu, sedangkan untuk pengiriman ekspor adalah kotak karton berventilasi.

## 13. Pengolahan Buah Mangga

Hasil panen mangga petani terdiri dari varietas-varietas yang potensial untuk diolah, karena mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dimanfaatkan. Sebagai contoh adalah mangga Kopyor yang

mempunyai sari buah banyak, bila dikombinasikan dengan mangga Kweni yang aromanya kuat dan warna sari buahnya menarik akan menghasilkan juice yang sehat.

Peralatan utama yang diperlukan untuk membuat berbagai macam olahan adalah: alat penghancur buah (blender), alat penyaring, alat dapur lain untuk merebus, mengiris dan mengukus bahan mentah dan refraktometer untuk mengukur kadar gula suatu larutan sebagai persen sukrose. Alat lain yang penting adalah alat timbang untuk mengukur berat bahan mentah dan campuran bahan



# **bab IV**

## **METODE dan RENCANA KERJA**

Perencanaan usaha yang sudah disiapkan dengan matang tentunya tidak terlepas dari tehnik atau metode kerja. Untuk lebih membatu para pemakai studi kelayakan usaha dalam perencanaan tehnik, dalam bab ini akan dibahas dua model usaha seperti yang telah dibicarakan pada pembahasan di depan, yaitu pada usaha bunga krisan, dan usaha mangga gadung klonal 21.

### **4.1. Jenis dan Lokasi Kegiatan**

Jenis kegiatan ini adalah kegiatan yang didahului dengan adanya survey, dengan menggunakan metode survey yang diarahkan untuk memperoleh informasi yang mendalam dengan melakukan wawancara langsung, FGD, penyebaran qusioner serta pengumpulan data skunder (dokumen) dari para petani, pelaku usaha serta stakeholder lainnya.

Penyusunan Perencanaan Usaha Tanaman Bunga Krisan di Kecamatan Tukur, maka lokasi kegiatan dilakukan di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan. Dengan telah ditentukannya wilayah kegiatan di Kecamatan Tukur, maka untuk penetapan responden dengan menggunakan tehnik sampling lokasi/wilayah secara purposive yang didasarkan pada potensi daya dukung pengembangan komodity bunga krisan.

### **4.2. Lingkup Materi**

Dalam melakukan kegiatan Penyusunan Perencanaan Pengembangann Ekonomi Masyarakat (Pengembangan Tanaman Bunga Krisan) di Kecamatan Tukur meliputi berbagai hal yaitu:

- ❖ Deskripsi bisnis tentang (prospek business, tujuan peruntukan dokumen, organisasi)
- ❖ Analisis Pasar dan Pemasaran (produk yang dihasilkan, gambaran pasar, target atau segmen pasar yang dituju, trend perkembangan pasar, proyeksi penjualan, strategi pemasaran, analisis pesaing, saluran distribusi, promosi)
- ❖ Analisis Teknis/Produksi (proses produksi, bahan baku/bibit, kapasitas produksi, rencana pengembangan produksi, kualitas produk).
- ❖ Analisis Sumber Daya Manusia (analisis kompetensi SDM, analisis kebutuhan dan pengembangan SDM, dan analisis kelembagaan).
- ❖ Rencana Pengembangan Usaha (rencana dan tahapan pengembangan usaha).
- ❖ Analisis Keuangan (kebutuhan modal/dana, sumber dana, proyeksi Laba-rugi dan Cashflow, Analisis BEP, Penilaian Kelayakan Investasi, analisis risiko)
- ❖ Analisis Aspek Ekonomi dan Sosial (Dampak terhadap masyarakat)

#### **4.3. Kebutuhan Data**

Jenis data yang diperlukan dalam kegiatan ini meliputi dua macam yaitu:

- a. Data primer: data yang langsung digali dari responden. Yaitu para budidaya tani bunga atau pelaku usaha yang bergerak dalam memproduksi dan berdagang bunga, melalui wawancara yang mendalam serta memberikan seperangkat daftar pertanyaan.
- b. Data Sekunder: Yaitu data yang diperoleh dan digali dengan mengumpulkan dokumen-dokumen potensi produksi, wilayah pemasaran, potensi kebutuhan pasar lokal/domestic maupun pasar ekspor, potensi ketersediaan sumber daya alam, dan sumber daya manusia, harga produk, yang melibatkan beberapa instansi terkait seperti Bappekab, Dinas Pertanian, Badan Pusat Statistik dan sebagainya.

#### 4.4. Metode Pengumpulan Data

Agar data yang diharapkan dalam kegiatan ini dapat digali secara baik maka dalam kegiatan ini pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- a. *Interview*: yaitu dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan responden yang terkait dengan kegiatan ini baik wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur.
- b. *Kuesioner*: yaitu dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden.
- c. *Observasi*: Yaitu melakukan pengamatan tidak hanya terbatas pada obyek manusia, ataupun lokasi usaha/produksi, tetapi juga obyek-obyek yang lain, seperti pasar sasaran, tehnik pemasaran, dan sebagainya.
- d. *Dokumenter*: yaitu melakukan pelacakan terhadap data yang pernah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, yang berupa dokumen dokumen dari instansi yang terkait dengan kegiatan ini.

#### 4.5. Analisa Kasus

Analisis lingkungan merupakan suatu proses yang digunakan perencanaan strategi untuk menentukan kearah mana peluang, dan tantangan dalam pengembangan usaha dengan menggunakan sumberdaya, dan kapabilitas yang dimiliki. Sebelum melakukan diagnosis lingkungan dari faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi, baik yang menguntungkan maupun yang menjadi tantangan maka, terdapat berbagai aspek yang perlu dilakukan analisis.

Karena, ada berbagai aspek yang berbeda tentunya diperlukan alat kerangka analisis yang berbeda untuk masing-masing aspek. Adapun alat dan kerangka analisis masing-masing aspek tersebut adalah sebagai berikut:

#### 4.5.1. Aspek Teknik Produksi

Analisis terhadap aspek tehnik produksi dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing peran unsur-unsur terkait di dalam. Alat analisis yang digunakan dalam melakukan analisis aspek tehnik/produksi untuk mendapatkan kualitas hasil produk antara lain mulai menyajikan syarat tumbuh bunga krisan, pemilihan lokasi, proses produksi, pembibitan, pemeliharaan, sampai dengan waktu panen/pemotongan dan sebagainya, yang terkait dalam unsur:

1. a. Kesesuaian dan potensi lahan yang ada  
b. Rata-rata Kepemilikan Lahan
2. Budi daya  
Penanaman s/d panen.  
*Off Sesion* (Penen di luar musim)
3. Pasca panen'  
Buah segar  
Teknologi panen dan pengiriman

#### 4.5.2. Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan

Aspek sumber daya manusia sangat menentukan keberhasilan usaha. Pemilihan dan penempatan SDM akan mempengaruhi *output* yang dihasilkan. Alat kerangka analisis yang digunakan dalam menganalisis aspek SDM ini anatara lain: analisis jabatan (*job analisis*), analisis beban kerja, analisis struktur organisasi dan sebagainya.

1. Jumlah petani
2. Tingkat pendidikan
3. Pelatihan/pendidikan yang pernah diikuti.
4. Pelatihan yang dibutuhkan.
5. Kelembagaan yang ada (koperasi, asosiasi dan lain-lain).
6. Program yang telah dilaksanakan, dan
7. Penguatan lembaga ke depan

### 4.5.3. Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan pertama dan utama dalam melakukan studi kelayakan usaha. Analisis terhadap aspek pasar dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar yang ada (market potensial) dan berapa bagian dari potensi pasar tersebut yang dapat dilayani oleh proyek yang akan dikembangkan. Pendekatan yang dapat digunakan mengestimasi potensi pasar diantaranya adalah *Pendekatan Peramalan*. Adapun alat analisis yang digunakan antara lain metode trend linier, metode time series, regresi linier, dan sebagainya.

Analisis terhadap aspek pasar dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing peran beberapa faktor tersebut di bawah ini:

1. Total permintaan pasar saat ini
2. Segmentasi pasar saat ini
3. Mata rantai pemasaran dan harga jual masing-masing mata rantai.
4. Sistem pemasaran saat ini.
5. Potensi pasar eksport.
6. Lembaga eksportir yang ada.
7. Potensi pasar yang ada (market potensial)
8. Sistem pembayaran saat ini.
9. Strategi dan program pemasaran yang akan datang.

### 4.5.4. Aspek Sosial dan Ekonomi

Keberadaan suatu usaha akan membawa dampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya, baik yang berupa dampak positif maupun dampak negatif. Adapun alat kerangka analisis aspek sosial dan ekonomi antara lain: analisis dampak usaha terhadap penciptaan kesempatan kerja, dampak usaha terhadap perekonomian daerah, dampak usaha terhadap masyarakat sekitarnya dan sebagainya.

Analisis dampak usaha terhadap penciptaan kesempatan kerja, dampak usaha terhadap perekonomian daerah, dampak usaha terhadap masyarakat sekitarnya dan sebagainya.

1. Ketersediaan Tenaga Kerja
2. Jumlah tenaga kerja terlibat
3. Tingkat pendapatan petani
4. Infrastruktur (jalan, air, listrik, sarana komunikasi, sarana transportasi).
5. Sumber mata pencarian.

#### **4.5.5. Analisis Aspek Keuangan**

Metode yang digunakan dalam melakukan analisis aspek keuangan antara lain: analisis *break event point*, analisis sumber dan penggunaan dana, metode penentuan kebutuhan dana, metode pemilihan sumber dana, analisis aliran kas, metode penilaian investasi. Berikut ini beberapa metode penilaian investasi yang akan digunakan dalam menganalisis aspek keuangan:

Metode yang digunakan dalam melakukan analisis aspek keuangan antara lain:

1. Kebutuhan modal Usaha Tani
2. Alternatif sumber dana (permodalan) Usaha Tani
3. Proyeksi pendapatan Usaha
4. Estimasi biaya usaha
5. Proyeksi Laba-rugi
6. Analisis BEP
7. Analisis Kelayakan Usaha

#### **4.5.6. Analisis Diagnosis Lingkungan**

Di atas telah dijelaskan bahwa diagnosis lingkungan merupakan analisis dari faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi, baik yang menguntungkan maupun yang menjadi tantangan maka, terdapat berbagai aspek yang perlu dilakukan analisis. Setelah analisis lingkungan lengkap dari berbagai aspek: Teknik/Produksi; Sumber Daya Manusia & Kelembagaan;

Pasar; Sosial dan Ekonomi; Keuangan. Selanjutnya, untuk menentukan prospek bisnis dengan menggunakan tehnik analisis SWOT yang akan mendiagnosis hasil dengan menilai peluang, dan tantangan ke depan. Tehnik analisis SWOT yang dimaksud adalah:

**Bagan: 4.1**  
**Analisis Eksternal Internal (SWOT)**

Internal   Eksternal	<b>STRENGTH (S)</b> Tentukan faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> Tentukan faktor kelemahan internal
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Tentukan faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATHS (T)</b> Tentukan faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI TS</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2001)

Dari analisis SWOT tersebut di atas diharapkan dapat terlihat hubungan atau interaksi antara faktor internal dengan faktor eksternal organisasi. Dengan dilakukan analisis SWOT akan dapat memberikan manfaat kepada pihak manajemen antara lain berupa:

- a. Peluang-peluang yang dapat dimanfaat secara langsung berdasarkan kekuatan yang dimiliki saat ini.
- b. Hambatan-hambatan yang dapat di atasi dengan adanya kekuatan yang ada.
- c. Peluang mana saja yang belum dapat dimanfaatkan saat ini, karena kelemahan-kelemahan yang dimiliki.
- d. Kendala-kendala mana yang menjadi ancaman bagi petani bunga krisan karena adanya kelemahan yang serius.

Dengan diketahui situasi yang akan dihadapi, petani bunga krisan dapat mengambil langkah-langkah serta kebijakan yang terarah dan mantap serta menentukan strategi yang tepat.

Selanjutnya, seperti yang telah di sampaikan pada awal bab ini bahwa ada dua pembahasan tehnik usaha yaitu bunga krisan dan mangga gadung klonal 21. Untuk itu, dalam metode dan rencana pembahasan ini masuk pada ruang lingkup mangga jenis budidaya tanaman gadung klonal 21 meliputi:

#### **4.6. Lokasi**

Penyusunan Perencanaan Usaha pada Tanaman Mangga Gadung Klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya:

Dengan telah ditentukannya wilayah kegiatan di Kecamatan Rembang dan sekitarnya, maka untuk penetapan responden dengan menggunakan tehnik sampling lokasi/wilayah secara purposive yang didasarkan pada potensi daya dukung pengembangan komoditi mangga gadung klonal 21.

#### **4.7. Lingkup Materi**

Dalam melakukan kegiatan Penyusunan Perencanaan Pengembangan Ekonomi Masyarakat (Pengembangan Tanaman Mangga Gadung Klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya) meliputi berbagai hal yaitu:

- ❖ Deskripsi bisnis tentang (prospek business, tujuan peruntukan dokumen, organisasi)
- ❖ Analisis Sumber Daya Manusia dan Kelembagaan (analisis kompetensi SDM, analisis kebutuhan dan pengembangan SDM, rencana pengembangan SDM, Penguatan Kelembagaan).
- ❖ Analisis Teknis/Produksi (proses produksi, bahan baku, kapasitas produksi, rencana pengembangan produksi).
- ❖ Analisis Pasar dan Pemasaran (produk yang dihasilkan, gambaran pasar, target atau segmen pasar yang dituju, trend perkembangan pasar, proyeksi penjualan, strategi pemasaran, analisis pesaing, saluran distribusi, promosi)
- ❖ Rencana Pengembangan Usaha (rencana dan tahapan pengembangan usaha).

- ❖ Analisis Keuangan (kebutuhan modal/dana, sumber dana, proyeksi Laba-rugi dan Cashflow, Analisis BEP, Penilaian Kelayakan Investasi, analisis risiko)
- ❖ Analisis Aspek Sosial dan Ekonomi (Dampak terhadap masyarakat)

#### 4.8. Kebutuhan Data dan Tehnik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam kegiatan ini meliputi dua macam yaitu:

- Data primer: data yang langsung digali dari responden. Yaitu para petani dan pelaku usaha yang bergerak dalam memproduksi dan berdagangan mangga, melalui wawancara yang mendalam serta memberikan seperangkat daftar pertanyaan.
- Data Sekunder: Yaitu data yang diperoleh dan digali dengan mengumpulkan dokumen-dokumen potensi produksi, potensi kebutuhan pasar lokal/domestic maupun pasar ekspor, potensi ketersediaan sumber daya alam, dan sumber daya manusia, harga produk, yang melibatkan beberapa instansi terkait seperti BAPPEDA, Dinas Pertanian, Badan Pusat Statistik dan sebagainya.

Agar data yang diharapkan dalam kegiatan ini dapat digali secara baik maka dalam kegiatan ini pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- *Interview*: yaitu dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan responden yang terkait dengan kegiatan ini baik wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur.
- *Kuesioner*: yaitu dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden.
- *Observasi*: Yaitu melakukan pengamatan tidak hanya terbatas pada obyek manusia, tetapi juga obyek-obyek yang lain, seperti kondisi pasar, kebersihan pasar, dan sebagainya.
- *Dokumenter*: yaitu melakukan pelacakan terhadap data yang pernah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, yang berupa

dokumen dokumen dari instansi yang terkait dengan kegiatan ini.

#### **4.9. Analisa Data**

Karena terdapat berbagai aspek yang perlu dilakukan analisis, tentunya diperlukan alat kerangka analisis yang berbeda untuk masing-masing aspek. Adapun alat dan kerangka analisis masing-masing aspek tersebut adalah sebagai berikut:

##### **4.9.1. Aspek Teknik Produksi**

Analisis terhadap aspek tehnik produksi dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing peran beberapa faktor tersebut di bawah ini:

1. a. Kesesuaian dan potensi lahan yang ada  
b. Rata-rata Kepemilikan Lahan
2. Budi daya
  - a. Penanaman s/d panen.
  - b. *Off Season* (panen di luar musim)
3. Pasca panen'
  - a. Buah segar
  - b. Teknologi panen dan pengiriman

##### **4.9.2. Aspek Sumber Daya Manusia dan Kelembagaan**

Aspek Sumber Daya Manusia sangat menentukan keberhasilan usaha. Pemilihan dan penempatan SDM akan mempengaruhi output yang dihasilkan. Alat kerangka analisis yang digunakan dalam menganalisis aspek SDM ini antara lain:

- Jumlah petani
- Tingkat pendidikan
- Pelatihan/pendidikan yang pernah diikuti.
- Pelatihan yang dibutuhkan.
- Petani yang telah menerapkan SOP.
- Kelembagaan yang ada (koperasi, asosiasi dan lain-lain).
- Program yang telah dilaksanakan, dan
- Penguatan lembaga ke depan.

### 4.9.3. Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan peran penting dalam melakukan studi kelayakan usaha. Analisis terhadap aspek pasar dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing peran beberapa faktor tersebut di bawah ini:

- Total permintaan pasar saat ini
- Segmentasi pasar saat ini
- Mata rantai pemasaran dan harga jual masing-masing mata rantai.
- Sistem pemasaran saat ini.
- Strategi dan program pemasaran saat ini.
- Potensi pasar ekspor.
- Lembaga eksportir yang ada.
- Potensi pasar yang ada.
- Sistem pembayaran saat ini.
- Strategi dan program pemasaran yang akan datang.

### 4.9.4. Aspek Sosial - Ekonomi

Keberadaan suatu usaha akan membawa dampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya, baik yang berupa dampak positif maupun dampak negatif. Adapun alat kerangka analisis aspek sosial dan ekonomi antara lain: Analisis dampak usaha terhadap penciptaan kesempatan kerja, dampak usaha terhadap perekonomian daerah, dampak usaha terhadap masyarakat sekitarnya dan sebagainya. Serta tinjauan terhadap aspek antara lain:

- Ketersediaan Tenaga Kerja
- Jumlah tenaga kerja terlibat
- Tingkat pendapatan petani
- Infrastruktur (jalan, air, listrik, sarana komunikasi, sarana transportasi).
- Sumber mata pencaharian masyarakat.

#### 4.9.5. Analisis Aspek Keuangan

Metode yang digunakan dalam melakukan analisis aspek keuangan antara lain:

1. Kebutuhan modal usaha tani
2. Alternatif sumber permodalan usaha tani
3. Proyeksi pendapatan usaha
4. Estimasi biaya usaha
5. Proyeksi Laba-rugi
6. Analisis Kelayakan Usaha

Cash flow merupakan bagian dari pengembangan usaha (Hermanto, 1999), mengingat dengan cash flow seorang pengelola akan mengetahui kebutuhan dana yang harus disediakan. Selanjutnya suatu usaha dinyatakan layak atau tidak secara sederhana dapat dilakukan pengukuran sebagai berikut:

##### a. Payback Period

Metode Payback period adalah metode penilaian investasi yang dilakukan dengan menghitung jangka waktu pengembalian modal untuk investasi tersebut berapa lama. Secara matematis *Payback Period* diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Cash Flow Tahunan}}$$

Untuk menentukan kelayakannya, dilakukan dengan cara membandingkan *payback period* dengan usia ekonomis rencana investasi tersebut. Usulan investasi dikatakan layak apabila jangka waktu pengembalian modal (*payback period*) lebih cepat dibandingkan usia ekonomis usulan investasi.

##### b. Metode Net Present Value (NPV)

Metode Net Present Value merupakan salah satu metode yang telah mempertimbangkan nilai waktu uang (*time value*

of money) dalam melakukan penilaian. Penilaian kelayakan dengan metode NPV ini dilakukan dengan cara mengurangi nilai sekarang (*present value*) arus kas masuk dengan nilai sekarang (*present value*) investasi awal.

Untuk menjadikan nilai sekarang (*present value*) terhadap aliran kas (*cashflow*) dilakukan dengan mengalikan arus kas tersebut dengan discount faktor. Secara matematis untuk menghitung NPV diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{NPV} = \sum \text{PV Benefit} - \sum \text{PV Cost (Biaya Investasi)}$$

$$= \sum \frac{P_t}{(1+i)^n} - \sum \frac{I_0}{(1+i)^n}$$

Di mana:

$P_t$  = Benefit (Proceed) tahun ke t

$i$  = Tingkat discount

$I_0$  = Biaya investasi (Cost)

Untuk menentukan kelayakannya, dilakukan dengan melihat besarnya Net Present Value (NPV). Rencana investasi dinyatakan layak (*feasible*) apabila menghasilkan NPV positif.

### c. Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat discount yang menjadikan nilai sekarang arus kas masuk (*proceed*) yang diharapkan sama dengan nilai sekarang investasi awal.

Untuk menghitung IRR diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{IRR} = i^2 + \left\{ (i^2 - i^1) \left[ \frac{NPV^1}{NPV^1 - NPV^2} \right] \right\}$$

$i^1$  = Tingkat discount pada penetapan ke1

$i^2$  = Tingkat discount pada penetapan ke2

$NPV^1$  = NPV dari  $i^1$

$NPV^2$  = NPV dari  $i^2$

Untuk menentukan kelayakannya, dilakukan dengan cara membandingkan IRR dengan biaya modal/tingkat keuntungan yang disyaratkan (*cost of capital*). Usulan investasi dinyatakan layak apabila IRR lebih besar dari *cost of capital*.

**d. Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)**

Benefit Cost Ratio adalah kriteria penilaian investasi yang dilakukan dengan cara membandingkan *Benefit setelah di present value* dengan Biaya Investasi (*cost*) setelah di present value. Secara matematis metode Benefit Cost Ratio (B/C ratio) diformulasikan sebagai berikut:

$$\frac{B}{C} \text{ Ratio} = \frac{\sum PV \text{ Benefit}}{\sum PV \text{ Cost}}$$

Untuk menentukan kelayakan rencana investasi tersebut, dilakukan dengan melihat hasil B/C Ratio tersebut. Apabila rencana investasi menghasilkan B/C ratio lebih besar dari 1 maka rencana investasi tersebut dinyatakan layak (*feasible*).

Dalam bab ini penulis melengkapi informasi yang dapat digunakan bagi pengusaha pemula sebelum menentukan pilihannya untuk melakukan usaha tani baik di bidang tanaman hias bunga maupun buah. Data di ambil dari modul praktikum hortikultura (2009) meliputi:

**1. Menghitung biaya**

Biaya adalah nilai yang di keluarkan selama proses produksi. Di dalam ekonomi produksi, biaya dibedakan menjadi 2 macam yaitu:

- a. Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh besarnya jumlah barang/produk yang dihasilkan. Contohnya, mesin, gedung, lahan, dan sebagainya.
- b. Biaya variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang besarnya dipengaruhi/bergantung pada banyak-sedikitnya barang/produk yang dihasilkan. Contohnya, benih/bibit, pupuk, pestisida, tenaga kerja, dan sebagainya.

Dasar pengelompokan tersebut lebih lanjut dikatakan sebagai struktur biaya menurut fluktuasi besarnya jumlah produk yang dihasilkan.

Biaya total produksi (*Total Cost=TC*) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Biaya total merupakan penjumlahan dari total biaya tetap dengan total biaya variabel. Biaya rata-rata (*Average Cost=AC*) adalah biaya rata-rata yang dikeluarkan untuk menghasilkan 1 buah produk (Sukirno, 1997).

Penerimaan adalah hasil penjualan dari total produksi atau dengan kata lain penerimaan (*Total Revenue=TR*) adalah total produksi dikalikan dengan harga (Sukirno, 1997).

$$TC = TFC + TVC$$

$$AC = TC/Q$$

$$TR = Q \times P$$

Di samping itu, struktur biaya usahatani dapat ditinjau dari tahapan pelaksanaan budidaya tanaman; yakni dimulai dari tahap persiapan hingga panen/ pascapanen dan penjualan produksi. Adapun menurut kelompok biaya produksi, terdiri atas: biaya tenaga kerja, sarana produksi, biaya lain (transportasi selama proses produksi & penjualan). Dari sisi pendekatannya, biaya terdiri atas biaya riil (yang benar-benar dikeluarkan) dan biaya yang diperhitungkan.

Pada jenis tanaman tertentu ada yang dipanen sekaligus mapun secara bertahap dengan periode waktu yang sangat beragam. Terdapat jenis tanaman yang mempunyai periode satu musim tanam selama tiga hingga 4 bulan; serta juga terdapat yang mempunyai umur lebih dari satu tahun.

## 2. Metode Kerja

- Tetapkan jenis tanaman yang diamati, sekaligus identifikasi skala usaha dan klasifikasi usahatannya.
- Identifikasi tahapan kegiatan budidaya dan kebutuhan dari jenis tanaman hias bunga yang diamati. Hasil identifikasi isikan pada kolom 1, 2 dan 3 di tabel 2.1. Perbaiki tahapan

kegiatan budidaya dari tabel 4.1 yang disesuaikan dengan kondisi lapang. Buat tabel baru. Berikan tanda \*) apabila biaya riil dan \*\*) apabila biaya yang diperhitungkan.

- Catat nilai per satuan dan semua biaya dari setiap tahapan kegiatan budidaya pada kolom 4 dan 5 di tabel 4.2.
- Catat kuantitas dan harga penjualan; gunakan tabel 4.3.
- Hitung persentase struktur biaya usahatani jenis tanaman yang diamati menurut:
  - a. biaya tetap dan biaya variabel
  - b. tahapan kegiatan budidaya usaha tani
  - c. kelompok pembiayaan
- Carilah informasi hasil perhitungan biaya dan penerimaan dari beberapa jenis tanaman hias bunga. Lakukan:
  - a. Pengisian hasil perhitungan biaya dari beberapa jenis tanaman isikan pada tabel 4.4.
  - b. Perbandingan karakteristik hasil penerimaan dari setiap jenis tanaman. (Dwiastuti, 2008)

**Tabel: 4.1**  
**Inventarisasi biaya-biaya usaha tani tanaman hias bunga**

Tahapan Kegiatan Budidaya	Kebutuhan	Fisik (satuan)	Harga/satuan (Rp/satuan)	Nilai (Rp)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Persiapan lahan:	Sewa lahan/ pajak tanah	Ha		
a. Pengolahan tanah (bedengan)	TK: - laki-laki - perempuan Peralatan : - cangkul - bajak - traktor Dolomit Pupuk kandang	HOK HOk  Buah Buah Kg Kg		
b. Pembuatan be- dengan	TK Peralatan			
c. Persiapan media tanam (pot)	TK Peralatan Tanah Pupuk kandang Sekam Furadan Pot/polybag			
2. Penanaman	Bibit/benih TK: - laki-laki - perempuan			
3. Pemeliharaan:				
a. Penyulaman	Bibit/benih TK: - laki-laki - perempuan			
b. Pemupukan	Pupuk urea PUpuk KCL Pupuk SP 36 TK			
c. Pengendalian HPT	TK Pestisida Peralatan			
d. Penyiangan	TK Peralatan			
e. Pengairan	TK Peralatan			
4. Panen: .... Kali	TK Peralatan			
5. Pascapanen	TK Peralatan			

Sumber : Dwiastuti (2008)

**Tabel: 4.2**  
**Inventarisasi biaya-biaya usaha tani tanaman hias bunga (Revisi)**

Tahapan Kegiatan Budidaya	Kebutuhan	Fisik (satuan)	Harga/satuan (Rp/satuan)	Nilai (Rp)

Sumber : Dwiastuti (2008)

**Tabel: 4.3**  
**Pencatatan penerimaan usaha tani tanaman hias bunga**

Kegiatan Panen		Kualitas Setiap Kali Panen (Q)	Harga/Satuan (Rp/satuan) (P)	Nilai (Rp) (Q x P)
Ke	Tanggal			

Sumber : Dwiastuti (2008)

Tabel: 4.4

Struktur biaya usaha tani tanaman hias bunga (Persen)

Jenis Biaya	Jenis Tanaman			
	1. ....	2. ....	3. ....	4. ....
<b>A. Produksi</b>				
a. Biaya tetap				
b. Biaya Variabel				
Total biaya	100%	100%	100%	100%
<b>B. Tahapan kegiatan budidaya</b>				
a. Persiapan				
b. Penanaman				
c. Perawatan				
d. Panen/pasca panen				
Total biaya	100%	100%	100%	100%
<b>C. Pengeluaran</b>				
a. Tenaga Kerja				
b. Bibit/benih				
c. Pupuk Organik				
d. Pupuk non-organik				
e. Nutrisi				
Total biaya	100%	100%	100%	100%

Sumber : Dwiastuti (2008)



## **bab V**

# **KELAYAKAN USAHA BUNGA KRISAN ANALISIS KASUS**

Sesuai dengan ruang lingkup materi sebagaimana dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dalam rangka Penyusunan Perencanaan usaha Tanaman Bunga Krisan di Kecamatan Tukur yang selanjutnya, pembahasan didasarkan pada data baik bersumber pada data sekunder, dan data primer yang dihasilkan. Mengingat adanya berbagai aspek yang perlu dianalisis, tentunya diperlukan alat kerangka analisis yang berbeda untuk masing-masing aspek seperti akan penulis uraikan sebagai berikut:

### **5.1. Analisis Aspek Teknis**

Budidaya bunga krisan merupakan salah satu sumber mata pencaharian penduduk di Kecamatan Tukur. Luas wilayah Kecamatan Tukur berdasarkan data dari profil kecamatan kurang lebih 86,300 km<sup>2</sup>. Kecamatan Tukur terbagi dalam 12 desa yang terdiri dari 70 Dusun, 87 RW, dan 293 RT.

Usaha budidaya bunga krisan di Kecamatan Tukur sudah berjalan beberapa tahun. Sampai saat ini terdapat 7 desa yang telah melakukan usaha budidaya bunga krisan tersebut. Ketujuh desa tersebut adalah Desa Telogosari, Gendro, Wonosari, Kalipucang, Pungging, Tukur dan Bloroh. Luas areal (lahan) yang saat ini digunakan untuk usaha agribisnis bunga krisan sekitar ± 8 Ha dengan populasi ± 8 juta batang permusim yang tersebar di ketujuh desa tersebut.

Kepemilikan lahan petani bunga krisan di Kecamatan Tuter ini umumnya tidak terlalu luas. Sebagian besar petani hanya mengusahakan lahan kurang lebih 1.000 m<sup>2</sup>, dengan jumlah bibit yang ditanam sekitar 65.000 tanaman. Lahan tersebut umumnya ditanami krisan 3 kali musim tanam dalam 1 tahun.

Jumlah petani bunga krisan di seluruh Kecamatan Tuter ini kurang lebih sebanyak 80 orang yang terbagi menjadi 4 kelompok. Keempat kelompok tersebut adalah:

Kelompok Patmasari I menangani pasca panen;

Kelompok Patmasai II menangani SLPHT'

Kelompok Sekar Alam menangani Pengendalian penyakit; dan

Kelompok Sekar Sari yang menangani Pembibitan.

Dalam usaha budidaya bunga krisan ini, pengadaan bibitnya sebagian berasal dari penangkaran sendiri yakni sekitar 30% dari kebutuhan serta mendatangkan dari luar sekitar 70% dari kebutuhan. Pengadaan bibit dari luar diantaranya berasal dari Saung Mirwan dan PT Konindo Flora Bandung. Dengan melihat kondisi ini, masih terbuka peluang pasar yang sangat besar untuk mengembangkan agribisnis (usaha tani) di bidang produksi bibit krisan bunga potong.

Secara teknik para petani bunga krisan ini telah banyak mendapatkan bimbingan dan pelatihan dari dinas terkait, khususnya Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan. Bahkan para petani telah mendapatkan buku petunjuk teknis berupa Standar Operasional Prosedur (SOP) budidaya bunga krisan. Meskipun para petani telah mendapatkan pelatihan dan bimbingan teknis dari para petugas, namun masih banyak petani yang melakukan budidaya tidak sesuai dengan petunjuk teknis seperti dalam SOP. Akibatnya bunga yang dihasilkan belum semuanya dapat memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan.

Walau telah melakukan agribisnis bunga potong krisan ini selama bertahun-tahun, namun cara untuk budidayanya belum sempurna dalam arti belum melaksanakan sesuai dengan petunjuk teknis *Standar Operasional Prosedur* (SOP). Misalnya, dalam pembuatan rumah lindung, kesesuaian potensi lahan, sampai dengan

penanganan pasca panen. Masih kurangnya sentuhan teknologi pengelolaan/tradisional ini karena dipengaruhi kendala salah satunya faktor kualitas Sumber Daya Manusianya (SDM). Rata-rata SDM yang ada/petani bunga potong krisan kurang pengetahuan/inovasi tehnik, dan kurang mau berubah dan belajar untuk menggarap budidaya dengan serius, tidak belajar dari beberapa kegagalan yang pernah dialami, sehingga hanya rutinitas yang dijalankan, tidak ada peningkatan hasil produksi baik secara kuantitas maupun kualitas hasil panen.



**Gambar: 5.1**  
**Contoh Rumah Lindung**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Hasil panen bunga potong yang kurang berkualitas ini tentunya akan mempengaruhi permintaan konsumen, dan kalah bersaing dengan adanya bunga potong dari daerah lain yang sudah masuk ke pasar yang sama. Akibatnya petani belum dapat menentukan harga, petani dikendalikan oleh pasar, harga sulit untuk dinaikkan, dan yang lebih berat lagi belum ada kontinuitas permintaan.

Padahal, untuk menjaga kelangsungan kualitas hasil produksi harus diperhatikan beberapa unsur yang ada. Beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: syarat tumbuh bunga krisan, pemilihan lokasi, proses produksi, pembibitan, pemeliharaan, sampai dengan waktu panen/pemotongan dan sebagainya, yang terkait dalam 3 komponen tersebut di bawah ini:

1. a. Kesesuaian dan potensi lahan yang tersedia  
b. Rata-rata Kepemilikan Lahan
2. Budi daya  
Penanaman s/d panen.
3. Pasca panen

**Potensi Lahan Yang Tersedia**, Potensi Lahan untuk Budidaya Bunga Krisan di Kecamatan Tukur berada di 7 desa dari 12 desa yang ada yaitu: Desa Tukur, Wonosari, Blarang, Gendro, Telogosari, Kalipucang, dan Pungging. Kondisi saat ini yang sudah diolah/ dikembangkan oleh petani  $\pm 2$  ha sedangkan yang diolah perusahaan sekitar  $\pm 10$  Ha. Di Kecamatan Tukur masih terdapat lahan yang memungkinkan untuk dikembangkan untuk budidaya bunga krisan  $\pm$  seluas 25 - 30 Ha. (Data primer kelompok tani, 6 November 2009). Dengan luas lahan tersebut akan dapat dibangun rumah plastik dengan kapasitas produksi 16.250.000 tanaman bunga krisan.

**Panen dan pasca panen**, secara umum indeks panen bunga ditentukan dengan umur (bunga atau tanaman) berkisar antara 90 sampai 110 hari & keadaan fisik bunga tergantung varietas dan ketinggian tempat penanaman. Bunga layak panen ditandai dengan mahkota bunga yang telah mekar penuh 2 - 3 kuntum bunga.

Tanaman dipanen bila 80 % dari pertanaman memperlihatkan bunga yang telah mekar penuh. Panen bunga krisan dilakukan pada pagi hari (jam 06.00 - 8.00). Batang krisan dipotong dengan menggunakan pisau atau gunting tajam dengan jarak potongan sekitar 10 cm dari permukaan tanah atau dicabut kemudian dipotong sesuai dengan ukuran yang dikehendaki (Sihombing, 2007).

Di bawah ini contoh bunga krisan yang siap di panen:



**Gambar: 5.2**  
**Bunga krisan siap dipanen dan cara panen krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen  
Pertanian - 2009

Setelah dipotong diletakkan berdiri dalam ember yang berisi air dan tidak terlalu padat. Selanjutnya disortasi untuk memisahkan bunga potong yang baik dan mulus dengan yang cacat. Pangkal tangkai bunga dipotong sesuai dengan kriteria standar bunga potong krisan (minimal 80 cm). Kemudian tiga daun terbawa dibuang dan diikat diikat 10 tangkai per ikat. Apabila tempat penjualan cukup jauh, maka bagian pangkal batang diberi kapas basah yang dibungkus dengan plastik dan diikat dengan karet gelang. Selanjutnya dibungkus dengan kertas dan siap untuk dipasarkan.

Di bawah ini bagaimana cara mengemas bunga krisan yang siap dipasarkan:



**Gambar: 5.3**  
**Cara Mengemas Bunga Krisan**

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur  
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian  
- 2009

## **5.2. Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan**

Dalam analisis Sumber Daya Manusia meliputi antara lain:

1. Jumlah petani
2. Tingkat pendidikan
3. Pelatihan/pendidikan yang pernah diikuti.
4. Pelatihan yang dibutuhkan.
5. Kelembagaan yang ada (koperasi, asosiasi dan lain-lain).
6. Program yang telah dilaksanakan, dan
7. Penguatan kelembagaan ke depan

## 1. Jumlah dan Tingkat Pendidikan Petani Krisan

Dalam pengembangan suatu usaha, sumber daya manusia merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha tersebut. Meskipun faktor-faktor lain terpenuhi, namun jika tidak didukung oleh kualitas dan kapasitas SDM yang memadai maka usaha tersebut juga akan mengalami banyak hambatan bahkan dapat mengalami kegagalan. Berdasarkan penjelasan pengurus Kelompok Tani Bunga Krisan, dikatakan bahwa di wilayah Kecamatan Tukur petani Bunga Krisan kurang lebih sebanyak 80 orang yang tersebar di 7 (tujuh) desa yaitu: Desa Tlogosari, Desa Gendro, Desa Wonosari, Desa Kalipucang, Desa Pungging, Desa Tukur dan Desa Blarang. Para petani bunga Krisan di Kecamatan ini telah tergabung dalam kelompok tani dan telah membentuk Koperasi, yaitu Koperasi Agro Mitra. Dari jumlah petani sebanyak 80 orang tersebut dibagi menjadi 4 kelompok. Masing-masing kelompok mempunyai peran dan fungsi yang berbeda-beda. Keempat kelompok tersebut adalah:

- a) Sekar Sari:  
Kelompok Sekar sari ini bergerak dalam usaha pembibitan.
- b) Sekar Alam:  
Kelompok ini mempunyai peran dalam usaha pengendalian hama penyakit
- c) Patmasari I: mempunyai peran dalam penanganan pasca panen
- d) Patmasari II: Mempunyai peran dalam pengembangan SDM.

Sedangkan dilihat dari tingkat pendidikan formalnya, para petani bunga krisan di Kecamatan Tukur memiliki tingkat pendidikan yang bervariasi mulai dari berpendidikan Sekolah Dasar hingga berpendidikan Sarjana. Namun sebagian besar berpendidikan SLTA ke bawah, hanya beberapa orang saja yang berpendidikan Sarjana. Berdasarkan hasil sampling, tingkat pendidikan petani bunga krisan di kecamatan Tukur adalah sebagai berikut:

**Tabel: 5.1**  
**Tingkat Pendidikan Petani Bunga Krisan**

No.	Pendidikan	Persentase
1	SD	14%
2	SLTP	29%
3	SLTA	43%
4	Perguruan Tinggi	14%
	<b>Jumlah</b>	<b>100%</b>

Sumber :Data Primer

Dari data tersebut di atas diketahui bahwa para petani bunga krisan di Kecamatan Tukur yang terbanyak adalah berpendidikan SLTA., yakni sebanyak 43%, disusul pendidikan SLTP sebanyak 29%. Petani yang berpendidikan SD dan Perguruan Tinggi masing-masing 14%.

Dengan latar belakang pendidikan petani yang sebagian besar berpendidikan SLTP dan SLTA bahkan beberapa petani sudah berpendidikan sarjana cukup potensial untuk dikembangkan kapasitasnya. Karena dengan pendidikan yang cukup tinggi umumnya mereka akan lebih mudah dalam menyerap dan mengimplementasikan berbagai jenis pengetahuan dan teknologi yang didapatkan, baik melalui pelatihan maupun melalui media-media yang lain.

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas SDM petani bunga krisan di Kecamatan Tukur, dinas terkait telah berupaya untuk memberikan pelatihan, pembinaan maupun pendampingan terhadap para petani bunga krisan tersebut. Meskipun berbagai upaya peningkatan kapasitas SDM telah dilakukan, namun realitasnya, masih terdapat banyak petani yang secara kualitas masih perlu peningkatan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas SDM ini harus terus ditingkatkan. Pelatihan yang pernah diberikan antara lain pelatihan tentang SLPHT dan GAP. Adapun lembaga yang memberikan pelatihan adalah Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan.

Berdasarkan hasil kuesioner dari para petani bunga krisan, pelatihan-pelatihan yang telah diberikan oleh dinas terkait sangat membantu dan bermanfaat bagi para petani. Namun, pelatihan-

pelatihan yang sudah diberikan tersebut belum dapat memenuhi seluruh kebutuhan petani. Selain-pelatihan-pelatihan sudah pernah diberikan, para petani masih menghendaki berbagai pelatihan yang lain. Adapun beberapa jenis pelatihan yang masih dibutuhkan oleh para petani antara lain:

- Pelatihan tentang cara pengolahan lahan
- Pelatihan tentang pemupukan
- Pelatihan tentang cara menanam dan perawatan tanaman krisan
- Pelatihan tentang pemasaran bunga krisan

## 2. Analisis Kelembagaan Petani Bunga Krisan

Selain kualitas SDM, organisasi/kelembagaan petani bunga krisan juga akan sangat membantu keberhasilan pengembangan usaha tersebut. Karena dengan adanya kelembagaan (organisasi) tersebut akan mempermudah bagi para petani untuk melakukan akses kepada berbagai pihak yang terkait. Misalnya, dengan adanya organisasi tersebut akan memudahkan petani dalam memasarkan hasil produksinya, membantu petani dalam mengakses pendanaan, pengadaan bibit serta akses-akses yang lain.

Di Kecamatan Tukur kelembagaan petani bunga krisan yang telah ada saat ini adalah "**Koperasi Agro Mitra**". Salah satu peranan yang sudah dilakukan oleh koperasi Agro Mitra adalah membantu para petani dalam pengadaan bibit dan pemasaran hasil. Koperasi bekerjasama dengan pihak ketiga (lembaga/ perusahaan pembibitan) untuk mendapatkan bibit krisan sesuai dengan kebutuhan petani. Koperasi Agro Mitra berdiri pada Tahun 2004 dengan susunan pengurus sebagai berikut:

Ketua I	: Bambang Parikesit
Ketua II	: Gufron
Sekretaris I	: Sentot
Sekretaris II	: Hasmi Abas
Bendahara I	: Ria Agraini
Bendahara II	: Rudi Kurniawan

**Seksi-Seksi:**

Seksi Pembibitan : Ignatius Supardianto  
Seksi Pemasaran : H. Ansyori  
Seksi Teknik : Burhanudin

**Pengawas:**

M. Yahya Sucipto

**Pembina:**

Barithi

Dirjen Tanaman Hias

Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan.

Selain Koperasi Agro Mitra, kelembagan lain yang sudah dibentuk oleh para petani bunga krisan di Kecamatan Tukur ini adalah **Asosiasi Petani Bunga Krisan**. Anggota Asosiasi ini adalah Para Petani Bunga Krisan. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh asosiasi ini adalah membantu petani dalam usaha pemasaran hasil produksinya.

### **5.3. Analisis Aspek Pasar**

Analisis terhadap aspek pasar dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar yang ada (market potensial) dan berapa bagian dari potensi pasar tersebut yang dapat dilayani oleh petani dan kemungkinan-kemungkinan pasar yang dapat dikembangkan. Pendekatan yang dapat digunakan mengestimasi potensi pasar di antaranya adalah Pendekatan Peramalan. Pendekatan peramalan perencanaan dan pengembangan usaha, aspek pasar merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha. Aspek pasar merupakan ujung tombak dari seluruh aktivitas usaha yang akan dilakukan. Keberhasilan dalam pengembangan pasar (pemasaran hasil-hasil produksi) akan sangat mempengaruhi keberhasilan aspek-aspek yang lain. Perluasan usaha, peningkatan kapasitas produksi akan dilakukan jika terdapat indikasi adanya peningkatan permintaan (potensi pasar meningkat).

Demikian juga dalam perencanaan dan pengembangan usaha bunga krisan di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan. Para petani bunga krisan akan meningkatkan usahanya (menambah luas areal/ jumlah tanaman) jika terjadi peningkatan permintaan terhadap bunga krisan tersebut. Selain jumlah permintaan, harga jual juga akan mempengaruhi minat petani untuk melakukan usaha budidaya bunga krisan tersebut. Jika harga jual cukup menguntungkan mereka akan meningkatkan kapasitas produksinya. Selain permintaan dan harga jual produk, tentunya juga terdapat faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi keberhasilan dalam pengembangan pasar.

Oleh karena itu dalam konteks perencanaan dan pengembangan usaha bunga krisan di Kecamatan Tukur ini, pembahasan tentang aspek pasar akan meliputi beberapa hal antara lain:

1. Segmentasi pasar saat ini
2. Mata rantai pemasaran dan harga jual masing-masing mata rantai.
3. Sistem pemasaran saat ini.
4. Potensi pasar ekspor.
5. Lembaga eksportir yang ada.
6. Potensi pasar yang ada (market potensial)
7. Sistem pembayaran saat ini.
8. Strategi dan program pemasaran yang akan datang.

Berdasarkan hasil *survey* terhadap para petani bunga krisan di Kecamatan Tukur dan berdasarkan data primer dengan kuesioner diketahui, bahwa selama ini daerah pemasaran bunga krisan yang dibudidaya oleh para petani di Wilayah Kecamatan Tukur adalah: Bali, Surabaya, dan Malang. Dari ketiga daerah tersebut permintaan paling banyak berasal dari Bali. Konsumen yang membeli bunga krisan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu:

**Perusahaan/Lembaga dan Perorangan.**

Lembaga/perusahaan yang selama ini bekerjasama dengan petani dalam pemasaran hasil produksi bunga krisan dari Kecamatan Tukur antara lain: PT Wahana Karisma Flora (WKF), Pasar Bunga Kayoon, Omnivora, Pengusaha Bunga di Bali.

Dari kedua kelompok konsumen tersebut terdapat perbedaan dalam sistem penjualan dan pembayarannya. Untuk kelompok yang pertama (perusahaan/lembaga) pembelian biasanya dilakukan dengan kontrak; penjual harus mengantar produk sesuai yang disepakai sampai ke tempat pembeli tersebut berada. Adapun sistem pembayarannya dilakukan secara kredit, yakni lembaga/perusahaan tersebut melakukan pembayaran antara 1 minggu hingga 1 bulan setelah barang diantar. Sedangkan untuk kelompok kedua (perorangan) umumnya pembelian dilakukan di tempat (pembeli mengambil langsung di kebun) dan pembayaran dilakukan secara tunai. Berdasarkan pengakuan para petani, dari kedua kelompok konsumen tersebut, yang lebih banyak volume pembeliannya adalah lembaga/perusahaan. Adapun harga jual dari petani berkisar antara Rp.900,- s/d Rp.1.300,- per batang. Atau secara rata-rata harga jual setiap batang adalah sebesar Rp. 1.100,-.

Karena bunga krisan ini merupakan bunga potong yang dipakai untuk acara-acara tertentu, dan penjualannya sebagian besar berdasarkan pesanan, sehingga jumlah permintaannya tidak kontinyu setiap bulannya. Pada bulan-bulan tertentu permintaan sangat tinggi dan pada bulan-bulan yang lain permintaan sangat rendah. Umumnya jumlah permintaan meningkat akan terjadi pada bulan Pebruari, April, Agustus dan Desember (untuk tahun Masehi), sedangkan untuk hitungan Bulan Jawa permintaan akan meningkat pada bulan: Bakdo Maulud, Besar, Jumadil Akhir, Syawal, dan Ruwah. Pada bulan-bulan tersebut permintaan sangat tinggi, yang kadang-kadang para petani kekurangan stok. Namun di bulan-bulan lainnya, ketika permintaan turun, sebagian hasil produksi tidak laku terjual. Dengan kondisi pasar seperti itu, tentunya harus dilakukan terobosan-terobosan baru dalam usaha pemasaran, misalnya kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah, perhotelan dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan, terutama pada bulan-bulan tertentu yang mengalami penurunan permintaan.

Jika dilihat dari potensi pasarnya, pengembangan usaha budidaya bunga krisan ini masih mempunyai peluang/potensi pasar yang cukup besar, mengingat hingga saat ini, pangsa pasar yang dimasuki baru tiga daerah yaitu Bali, Surabaya dan Malang. Masih terdapat kota-kota besar lain seperti Jakarta, Bandung dan Semarang yang belum dimasuki. Untuk mengembangkan pangsa pasar ke wilayah lain tentunya harus ditunjang oleh strategi dan program pemasaran yang memadai serta didukung pengembangan aspek-aspek lain seperti peningkatan kualitas produk, kontinuitas produksi dan sebagainya. Untuk memasuki pangsa pasar yang baru tersebut tentunya harus berhadapan dengan para pesaing, yakni para petani bunga krisan dari daerah-daerah lain serta perusahaan (pengusaha) yang memiliki kebun besar. Menurut pengakuan para petani bunga krisan di Wilayah Kecamatan Tukur, pesaing utama yang saat ini dihadapi adalah para pengusaha yang memiliki kebun luas. Karena para pengusaha tersebut didukung oleh kualitas dan kuantitas bibit yang memadai serta pemeliharaan yang telah sesuai standar, sehingga kualitas bunga yang dihasilkan akan lebih baik.

Untuk tujuan ekspor, hingga saat ini produksi bunga krisan dari wilayah Kecamatan Tukur ini juga belum masuk pasar ekspor. Adapun beberapa kendala yang dihadapi antara lain: belum ada eksportir yang melakukan kerjasama dengan para petani bunga krisan maupun koperasi Agro Mitra (Koperasi Petani Bunga Krisan), kualitas bunga yang dihasilkan kalah bersaing produk dari luar negeri, kebijakan pemerintah yang belum banyak mendukung ekspor bunga krisan, kemampuan akses pasar internasional kurang, tidak memiliki lisensi untuk pengembangan bunga krisan dari negeri asal bunga krisan.

#### **5.4. Analisis Aspek Sosial dan Ekonomi**

Kerangka analisis aspek sosial dan ekonomi antara lain: Analisis dampak usaha terhadap penciptaan kesempatan kerja, dampak usaha terhadap perekonomian daerah, dampak usaha terhadap masyarakat sekitarnya dan sebagainya. Dampak analisis untuk aspek sosial dan ekonomi adalah terhadap penciptaan kesempatan

kerja, dampak usaha terhadap perekonomian daerah, dampak usaha terhadap masyarakat sekitarnya dan sebagainya. Komponen indikatornya meliputi:

1. Ketersediaan Tenaga Kerja
2. Jumlah tenaga kerja terlibat
3. Tingkat pendapatan petani
4. Sumber mata pencarian.

Kajian aspek sosial ekonomi adalah suatu kajian yang berhubungan dengan kemanfaatan usaha bagi keluarga dan masyarakat sekitarnya. Yakni seberapa besar manfaat tersebut bagi pelaku usaha, masyarakat dan perekonomian secara lebih luas. Secara sosial dan ekonomi pengembangan usaha Bunga Krisan di Kecamatan Tutur sangat bermanfaat bagi para petani bunga krisan dan masyarakat sekitarnya.

Dengan adanya pengembangan usaha agribisnis bunga krisan telah banyak menimbulkan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat sekitarnya. Dari hasil survei diketahui bahwa dalam usaha budidaya bunga krisan tersebut memerlukan jumlah tenaga kerja yang relatif banyak. Sehingga dengan adanya usaha tersebut dapat memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat di sekitarnya. Dari hasil survey diketahui bahwa untuk setiap 1.000 m<sup>2</sup> melibatkan paling sedikit 5 orang tenaga kerja. Tenaga kerja yang diperkerjakan oleh para petani bunga krisan ini biasanya adalah para tetangga dengan upah harian. Untuk tenaga kerja laki-laki upah per hari sebesar Rp. 22.000,- sedangkan untuk tenaga kerja perempuan sekitar Rp. 15.000,-

Tenaga kerja laki-laki umumnya diperlukan untuk kegiatan-kegiatan pengolahan lahan, pembuatan bedengan, pemupukan, pengendalian HPT dan penanganan pasca panen. Sedangkan tenaga kerja perempuan diperlukan untuk kegiatan-kegiatan: penanaman bibit, penyiraman, penyiangan dan pemrosesan serta saat panen dan penanganan pasca panen. Jadi secara sosial dan ekonomi usaha ini telah banyak membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk penyediaan lapangan kerja.

Selain bermanfaat bagi masyarakat sekitarnya, usaha agribisnis bunga krisan ini, juga sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha (petani) bunga krisan yang bersangkutan. Berdasarkan pengakuan para petani bunga krisan, usaha agribisnis bunga krisan ini, sangat membantu dan menopang peningkatan perekonomian keluarga petani yang bersangkutan. Para petani bunga krisan sudah dapat memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya dari usaha budidaya bunga krisan tersebut. Sebagian besar petani bunga krisan tidak mempunyai mata pencarian lain, mereka hanya mengandalkan dari hasil usaha budidaya bunga krisan tersebut.

Meskipun para petani bunga krisan tidak mempunyai sumber pendapatan lain, selain dari usaha bunga krisan tersebut, namun umumnya taraf hidup para petani bunga krisan tersebut relatif lebih baik dari masyarakat sekitarnya. Hal ini menunjukkan bahwa usaha budidaya bunga krisan tersebut dapat menghasilkan pendapatan yang cukup menguntungkan bagi para petani bunga krisan tersebut. Menurut pengakuan salah seorang petani bunga krisan, untuk setiap 1.000 m<sup>2</sup> akan dapat menghasilkan pendapatan sekitar Rp. 50.000.000,- setiap kali panen. Setelah dikurangi ongkos produksi dan biaya-biaya lain keuntungan bersih yang diterima sekitar Rp. 20.000.000,-. Seperti diketahui bahwa usaha budidaya bunga krisan tersebut dalam 1 tahun rata-rata dilakukan 3 kali penanaman (3 kali panen). Jadi jika setiap kali panen memperoleh keuntungan Rp. 20.000.000,-, berarti dalam 1 tahun total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 60.000.000,-. Dengan gambaran tersebut menunjukkan bahwa usaha agribisnis bunga krisan sangat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama para pelaku usaha tersebut.

Selain memberikan manfaat langsung berupa peningkatan pendapatan petani bunga krisan dan penyerapan tenaga kerja sebagaimana, tentunya pengembangan usaha budidaya bunga krisan ini juga akan dapat memberikan manfaat tidak langsung, yakni berupa *multiplier efec* (efek berantai) dari usaha budidaya bunga krisan tersebut. Misalnya: dengan adanya usaha budidaya bunga krisan tersebut, tentunya diperlukan bibit, sehingga menimbulkan usaha pembibitan. Selain bibit juga diperlukan sarana produksi

dan pemasaran hasil produksi, sehingga memunculkan berbagai jenis usaha yang terkait dengan penyediaan sarana produksi dan pemasaran hasil produksi. Misalnya dapat mendorong munculnya pedagang obat-obatan, pupuk, fungisida dan usaha transportasi untuk mengangkut hasil produksi dan sebagainya. Jadi dengan adanya usaha tersebut, selain memberikan manfaat langsung, dapat memberikan manfaat berantai (*multiplier efec*) yang sangat besar bagi perekonomian secara makro.

### **5.5. Analisis Aspek Keuangan**

Analisis aspek finansial adalah analisis untuk mengetahui sejauhmana agribisnis bunga krisan dapat memberikan keuntungan bagi para pelaku usahanya. Jadi dalam analisis finansial akan membahas hal-hal yang terkait dengan pendapatan dan biaya dalam melakukan usaha agribisnis bunga krisan. Dengan dilakukan analisis finansial ini akan dapat diketahui seberapa besar keuntungan (manfaat finansial) yang diperoleh pelaku usaha (petani) bunga krisan. Dalam analisis finansial ini akan dijelaskan tentang jenis dan biaya investasi yang diperlukan untuk budidaya bunga krisan, biaya operasional dan pemeliharaan, serta pendapatan dan keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut. Secara lebih terinci analisis aspek finansial usaha budidaya bunga krisan melakukan analisis aspek keuangan antara lain:

1. Kebutuhan dana Investasi
2. Proyeksi pendapatan Usaha
3. Estimasi biaya usaha
4. Proyeksi Laba-rugi.

Dari komponen tersebut ada beberapa pendekatan yang perlu diketahui antara lain:

#### **1. Analisis Biaya Investasi**

Untuk melakukan usaha budidaya bunga krisan dengan luas lahan 1.000 M2 jenis investasi dan besarnya biaya yang diperlukan adalah sebagai berikut:

**Tabel: 5.2**  
**Investasi Awal Usaha Bdidaya Bunga Krisan**

No.	Jenis Biaya Investasi	Jumlah
1	Sewa Tanah (10 Tahun)	10,000,000
2	Pembuatan Rumah Plastik	35,000,000
3	Power Spreyer	1,000,000
4	Tandon Air	1,500,000
5	Selang	3,000,000
6	Jaring Penegak Tanaman	2,000,000
	<b>Total</b>	<b>52,500,000</b>

Sumber: Data primer diolah

## 2. Analisis Biaya Operasional dan Pemeliharaan

Biaya operasional dan pemeliharaan dapat digolongkan menjadi dua kelompok yaitu biaya tenaga kerja dan sarana produksi. Adapun jenis dan jumlah biaya masing-masing adalah sebagai berikut:

### a. Biaya Tenaga Kerja

**Tabel: 5.3**  
**Biaya Tenaga Kerja**

No	Jenis Kegiatan	Kebutuhan Tenaga Kerja				
			Jumlah	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp)
1	<b>Persiapan Lahan</b>					
	a. Pengolahan tanah	1) Laki-laki	12	HOK	22,500	270,000
	b. Pembuatan Bedengan	1) Laki-laki	6	HOK	22,500	135,000
	c. Tanam	1) Laki-laki	6	HOK	22,500	135,000
		2) Perempuan	6	HOK	15,000	90,000
	<b>Biaya Persiapan Lahan</b>		<b>30</b>	<b>HOK</b>		<b>225,000</b>
2	<b>Pemeliharaan</b>					
	a. Penyulaman	Perempuan	95	HOK	15,000	1,425,000
	b. Penyiraman	Laki-laki	9	HOK	22,500	202,500
	c. Pemupukan	Perempuan	60	HOK	15,000	900,000
	d. Penyiangn & Perompesan	Laki-laki	9	HOK	22,500	202,500
	e. Pengendalian HPT	Laki-laki	15	HOK	22,500	337,500
	f. Panen & Pasca panen	Perempuan	15	HOK	15,000	225,000
	<b>Total Biaya Pemeliharaan</b>					<b>3,292,500</b>
	<b>Total Biaya Tenaga Kerja</b>					<b>3,517,500</b>

Sumber: Data primer diolah

**b. Sarana Produksi**

**Tabel: 5.4**  
**Sarana Produksi**

No	Jenis Sarana Produksi	Jumlah Fisik	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp)
1	Bibit	65,000	Batang	220	14,300,000
2	Pupuk				
	a. Pupuk Kandang	400	Pikul	2,000	800,000
	b. Urea	1	Kwt	160,000	160,000
	c. Za	1	Kwt	165,000	165,000
	d. Sp 36	1	Kwt	165,000	165,000
	e. Phonska	1	Kwt	120,000	120,000
	f. Mutiara	0.5	Unit	900,000	450,000
	g. Pupuk Daun	2	Liter	75,000	150,000
	Sub Total				1,860,000
3	Insektisida				
	Dursgon	3	Liter	60,000	180,000
	Demolis 200 cc	1	Botol	160,000	160,000
	Sub Total				340,000
4	Fungisida				
	Amistartop 500 cc	1	Unit	165,000	165,000
5	Kertas Packing	8	Rem	220,000	1,760,000
6	Listrik				600,000
7	Air				250,000
	<b>Total Biaya Sarana Produksi</b>				<b>19,270,000</b>

Sumber: Data primer diolah

**3. Analisis Pendapatan**

Pendapatan yang diperoleh petani dari usaha budidaya bunga krisan ini adalah berupa penjualan bunga hasil produksi tersebut. Untuk menghitung pendapatan usaha ini digunakan asumsi sebagai berikut:

Harga jual bunga krisan = Rp. 900/batang

Angka kematian bibit yang ditanam sebesar 5%.

Dengan asumsi tersebut maka estimasi pendapatan yang diperoleh petani bunga untuk 1000 m<sup>2</sup> setiap kali musim panen

adalah sebagai berikut:

**Tabel: 5.5**  
**Pendapatan**

No.	Keterangan	Jumlah
01	Jumlah bibit ditanam (batang)	65,000
02	Kematian 5%	3,250
03	Jumlah bunga terjual (batang)	61,750
04	Harga jual/batang	900
05	Pendapatan (Rp.)	<b>55,575,000</b>

Sumber: Data primer diolah

#### 4. Analisis Perhitungan Laba-Rugi

Berdasarkan perhitungan pendapatan dan biaya seperti tersebut di atas maka besarnya keuntungan yang diperoleh petani setiap tahun untuk lahan seluas 1.000 m<sup>2</sup> adalah sebagai berikut:

**Tabel: 5.6**  
**Perhitungan Laba Rugi**

No	Keterangan	Per Panen	Per Tahun
1	<b>Pendapatan</b>	55,575,000	166,725,000
2	Biaya Operasional dan Pemeliharaan		
	a. Biaya Tenaga Kerja	3,517,500	10,552,500
	b. Biaya Sarana Produksi	19,270,000	68,362,500
	<b>Sub Total</b>	<b>22,787,500</b>	<b>68,362,500</b>
3	Biaya Sewa Lahan dan Penyusutan		
	a. Sewa Tanah	333,333	1,000,000
	b. Rumah Plastik	3,888,889	11,666,667
	c. Power Spreyer	111,111	333,333
	d. Tandon Air	166,667	500,000
	e. Selang	333,333	1,000,000
	f. Jaring Penegak Tanaman	666,667	2,000,000
	<b>Sub Total</b>	<b>5,500,000</b>	<b>16,500,000</b>
	<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>28,287,500</b>	<b>84,862,500</b>
4	<b>Laba (Rugi) Bersih</b>	<b>28,287,500</b>	<b>84,862,500</b>
5	<b>Investasi Awal</b>	<b>27,287,500</b>	<b>81,862,500</b>
6	<b>Profitabilitas (ROI)</b>	<b>52,500,00</b>	<b>52,500,000</b>
		52%	156%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil perhitungan di atas terlihat bahwa usaha budidaya bunga krisan secara finansial, sangat menguntungkan. Dalam satu kali musim tanam dapat menghasilkan keuntungan sebesar 52% dari dana yang diinvestasikan. Jika dalam 1 tahun terjadi 3 kali musim tanam (3 kali panen), maka tingkat pengembalian (keuntungan) setiap tahun sebesar 156%.

### 5. Analisis Kelayakan Usaha

Berdasarkan Proyeksi Laba-Rugi tersebut, selanjut dapat juga analisis kelayakan usaha untuk pengembangan usaha bunga krisan. Dalam melakukan analisis usaha ini digunakan asumsi sebagai berikut:

- Usia ekonomis peralatan yang digunakan (investasi aktiva tetap) selama 3 tahun.
- Biaya modal (*cost of capital*) sumber dana investasi tersebut sebesar 25%.

Hasil perhitungan analisis usaha pengembangan budidaya bunga krisan seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel: 5.7  
Analisis Kelayakan Usaha Agribisnis Bunga Krisan

TAHUN	Investasi	Penerimaan	Cashflow	DF 25%	PV	DF 250%	PV
0	52,500,000	-	(52,500,000)	1	(52,500,000)	1.0000	(52,500,000)
I		81,862,500	81,862,500	0.8696	71,184,783	0.4000	32,745,000
II		81,862,500	81,862,500	0.7561	61,899,811	0.1600	13,098,000
III		81,862,500	81,862,500	0.6575	53,825,923	0.0640	5,239,200
			NPV		134,410,516	NPV	(1,417,800)
	NPV	134,410,516					
	IRR	248%					
	B/C Ratio	3,56					
	Payback Period	8 Bulan					

Sumber : Data primer di olah

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa usaha agribisnis bunga krisan sangat layak (feasibel), karena menghasilkan NPV positif sebesar Rp. 134.410.516,-, Internal Rate of Return (IRR) sebesar 248% jauh diatas biaya modal (25%). B/C Ratio 3,56 (lebih tinggi dari 1) serta Payback Period hanya 8 bulan, lebih cepat dari usia ekonomis usaha (3 Tahun).

### 5.6. Analisis dan Pilihan Strategi Bisnis

Dari sudut pandang strategis, kekuatan dan kelemahan usaha perusahaan adalah profil sumber daya dan kapabilitas internal perusahaan yang dimiliki. Setelah dilakukan analisis diagnosis dari faktor eksternal dan internal dari masing-masing aspek yang terkait selanjutnya merumuskan strategi dan dukungan pelayanan prospek usaha di masa yang akan datang.

Setiap organisasi menghadapi keterbatasan kemampuan memperoleh sumber-sumber yang diperlukannya, baik dalam arti dana, sarana, prasarana, waktu dan tenaga kerja. Menghadapi yang demikian manajemen perlu melakukan analisis yang objektif agar dapat menentukan kemampuan organisasi atau perusahaan berdasarkan yang dimiliki. Peran profil perusahaan menjadi sangat penting dalam melihat apa yang mungkin atau tidak mungkin dikerjakan oleh perusahaan/organisasi. Oleh sebab itu agar semuanya bisa tercapai, maka manajemen harus mampu menemukan dan menentukan berbagai kriteria dalam menilai berbagai alternatif yang menurut hasil analisis layak untuk dipertimbangkan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui terdapat berbagai tantangan dan kelemahan usaha ke depan. Namun demikian, terdapat cukup banyak peluang prospek usaha yang dapat digarap, serta kekuatan-kekuatan yang dapat mendukung pemanfaatan peluang tersebut serta untuk meminimalkan kelemahan yang ada.

Dengan melihat profil kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan tersebut maka, posisi usaha budidaya bunga krisan di Kecamatan Tukur tersebut lebih berada pada posisi kondisi usaha *positioning*, dengan pemilihan *strategi Concentration* (konsentrasi)

yakni, dengan memilih *strategi Concentration* tersebut perusahaan mengarahkan segala dana, daya dan upayanya kepada usaha *core* bisnis tertentu yang diperkirakan menguntungkan

Misalnya pada hal ini budidaya bunga krisan: konsentrasi pada produksi bunga potong, dan mengandalkan pemanfaatan teknologi yang terkonsentrasi.

Beberapa alternatif memilih strategi konsentrasi:

- Resiko yang dihadapi tidak besar;
- Tambahan dana, modal berada pada tingkat yang dapat dipenuhi perusahaan yang terkonsentrasi;
- Pemilihan produk andalan didasarkan pada kemampuan yang telah terbukti dilakukan bagi perusahaan;
- Potensi menciptakan keunggulan kompetitif yang dimiliki karena pengetahuan dan keterampilan yang bersifat spesialisasi.

Peluang lain yang sangat mendukung strategi konsentrasi ini adalah adanya kemampuan menciptakan keunggulan kompetitif para petani bunga krisan yaitu, sejalan kecenderungan semakin meningkatnya gaya hidup masyarakat akan kebutuhan bunga potong di event-event tertentu (tahun baru; hari raya; resepsi; dan perayaan hari besar lainnya). Sedangkan kekuatan yang mendukung strategi konsentrasi tersebut adalah selain masih tersedianya lahan potensial untuk pengembangan budidaya bunga krisan, tersedia tenaga kerja yang cukup melimpah, kelembagaan yang tersedia telah eksis, serta dukungan (*goodwill*) Pemerintah Kabupaten Pasuruan.

Dengan demikian apabila dengan strategi konsentrasi sudah mapan, maka perusahaan dapat mengembangkan usaha difersifikasi dalam *core* bisnis nya yaitu dengan melakukan pembibitan; pengadaan pupuk; obat-obatan tanaman dsb.

Untuk merebut pangsa pasar, maka perusahaan perlu:

- Meningkatkan penggunaan produk oleh pelanggan sekarang;
- Mengembangkan segmen pasar yang belum terlayani;
- Menarik pelanggan pesaing.

Telah ditekankan bahwa efektif tidaknya suatu strategi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran, tidak terlihat pada proses perumusan dan penentuannya sebagai akibat analisis strategik yang dilakukan terhadap berbagai alternatif yang layak dipertimbangkan, melainkan pada implementasinya. Untuk menentukan apakah strategi terlaksana sebagaimana mestinya atau tidak, manajemen mutlak perlu melakukan tiga jenis tindakan yaitu melakukan pengendalian, penilaian dan melakukan umpan balik.



## bab VI

# KELAYAKAN USAHA PETANI MANGGA ANALISIS KASUS

Selanjutnya dalam pembahasan ini berfokus pada aspek teknis usaha. Penyusunan Perencanaan usaha mangga gadung klonal 21 yang dalam pembahasannya didasarkan pada data baik bersumber pada data sekunder, dan data primer yang dihasilkan. Mengingat adanya berbagai aspek yang perlu dianalisis, tentunya diperlukan alat kerangka analisis yang berbeda untuk masing-masing aspek seperti akan penulis uraikan sebagai berikut:

### 6.1. Analisis Aspek Teknis

Mangga gadung klonal 21 merupakan icon mangga Kabupaten Pasuruan pada saat ini karena rasanya manis dan segar, harum, daging buah kuning kemerahan, berat buah 560 gr/buah dan produksi tinggi yaitu diatas 50 kg/pohon.



**Gambar: 6.1 Mangga Gadung Klonal 21**

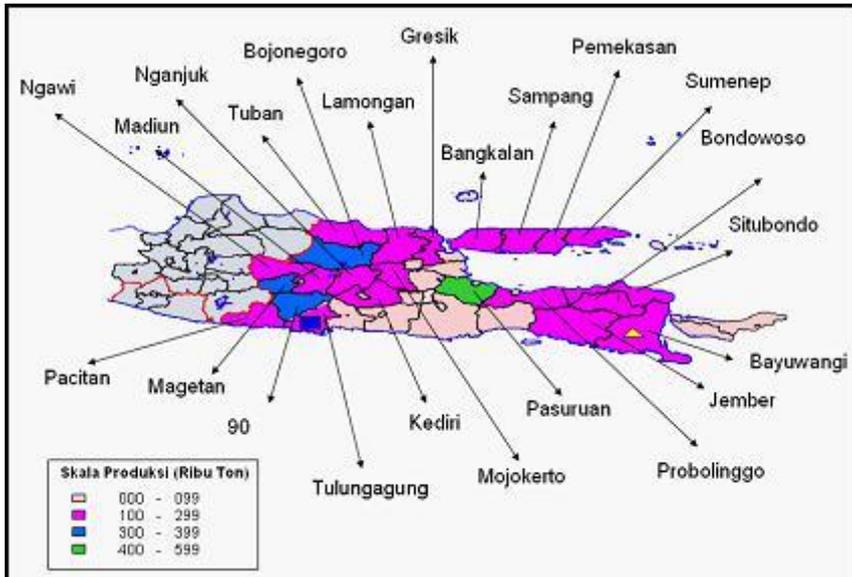
Sumber: Direktorat Budidaya Tanaman Buah, Dirjen Horti, 2005

Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra produksi mangga di Jawa Timur. Hasil produksi mangga dari Kabupaten Pasuruan dapat memberikan kontribusi sekitar 3,08% dari total produksi mangga nasional.

**Tabel: 6.1**  
**Kontribusi Mangga di Jawa Timur Terhadap Mangga Nasional**

Provinsi/Kabupaten	Prod. (ton)	Kontribusi (%)
Jawa Timur	553.086	38,50
- Pasuruan	44.274	3,08
- Probolinggo	29.842	2,08
- Situbondo	25.041	1,74
- Gresik	17.097	1,25
- Magetan	35.489	2,47

Sumber: Direktorat Budidaya Tanaman Buah, Dirjen Horti, 2005



**Gambar: 6.2**  
**Peta Persebaran Poduksi Mangga di Jawa Timur**

Sumber: Direktorat Budidaya Tanaman Buah, Dirjen Horti, 2005

Tingginya produksi mangga di Kabupaten Pasuruan ini karena, beberapa kecamatannya secara agroekologi (ketinggian, curah hujan, tekstur tanah) cocok untuk tanaman mangga. Di Provinsi Jawa Timur sendiri Kabupaten Pasuruan merupakan penghasil mangga terbanyak dibandingkan 4 daerah lain yakni Probolinggo, Situbondo, Gresik dan Magetan

Di Kabupaten Pasuruan sekitar 8 Kecamatan yang menjadi sentra mangga gadung klonal 21. Kedelapan kecamatan tersebut adalah Kecamatan Rembang dengan produksi sekitar 8.117 ton, Kecamatan Sukorejo (produksi 4.570 ton), Kecamatan Wonorejo (produksi 22.413 ton), Kecamatan Nguling (produksi 2.377 ton), Kecamatan Grati (produksi 366 ton), Kecamatan Lumbang (produksi 9.423 ton) serta Kecamatan Pasrepan (produksi 7.554) serta Kecamatan Winongan (produksi tidak terdata).

Budidaya mangga gadung klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya sudah menggunakan budidaya mangga yang benar dan bahkan beberapa kelompok tani mangga sudah melaksanakan SOP sehingga dapat produksi dengan baik. Namun demikian apabila panennya (panen raya) bersamaan dengan daerah lain maka harga mangga akan menjadi murah.. Adapun musim panen mangga di Pasuruan umumnya terjadi Bulan September, Oktober dan November. Diluar bulan tersebut umumnya tidak ada produksi mangga.

Pada saat ini ada beberapa teknologi yang dapat membuat mangga berbuah diluar musim (off sesion) yaitu dengan pemberian paklobutrazol atau cultar yang berperan untuk meningkatkan produksi buah melalui manipulasi pembungaan dan pematangan. Penggunaan paklobutrazol (dengan nama dagang Cultar) takaran 3750 ppm (setara 3,7 ml/l air) mampu merangsang pembungaan sampai 2-3 bulan pada mangga Gadung 21 dan Arumanis umur 15 tahun dan terjadi peningkatan 58,7% jika dibandingkan tanpa *Zat Pengatur Tumbuh* (ZPT). Peranan ZPT untuk meningkatkan calon buah akan lebih baik lagi jika ditambahkan 1% KNO<sub>3</sub>. Dalam pemakaian ZPT pada tanaman mangga harus diimbangi dengan pemupukan yang cukup sehingga tidak mempengaruhi

pertumbuhan dan perkembangan tanaman selanjutnya

Jadi apabila petani memberikan paklobutrasol pada bulan Pebruari atau Maret maka diperkirakan mangga akan dapat dipanen pada bulan Juni atau Juli dan apabila mangga dapat dipanen pada bulan-bulan tersebut maka harga buah mangga masak relatif mahal. Kendalanya pada bulan-bulan tersebut umumnya curah hujan masih tinggi sehingga bunga akan rontok atau gosong terkena jamur akibatnya tingkat kejadian buah biasanya agak kecil. Untuk mengatasi hal tersebut petani harus menyemprot bunga dengan fungisida pada saat setelah terjadi hujan.

Sedangkan teknologi untuk memperlambat pempungan juga sudah mulai dikaji baik oleh balai penelitian maupun beberapa pekebun mangga swasta dan petani-petani andalan. Salah satunya caranya adalah pemberian hormon pertumbuhan auksin dan juga dengan metode pengairan. Dimana apabila tanaman mangga diberi air terus-menerus pada saat tanaman akan berbunga maka yang akan muncul tunas baru sehingga pertumbuhan bunga dapat ditunda.

Dalam pengendalian hama dan penyakit utama mangga, petani mangga di Kecamatan Rembang dan sekitarnya telah dilatih oleh dinas pertanian kabupaten Pasuruan maupun penyuluh pertanian lapang (PPL) tentang pengendalian hama dan penyakit mangga. Bahkan telah pula dilaksanakan sekolah lapang pengendalian hama secara terpadu (SLPHT) mangga. Pada saat ini hampir disetiap lahan mangga petani telah dipasang perangkat lalat buah mangga yang merupakan musuh utama petani mangga dengan menggunakan atraktan metil eugenol dan petani telah dilatih pula untuk pembuatan metil eugenol tersebut dengan cara menyuling tanaman selasih.

Meskipun Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra produksi mangga, namun kepemilikan lahan (luas lahan yang ditanami mangga) di tingkat masyarakat belum terlalu luas. Hal ini diarenakan dalam budidaya mangga petani hanya mendapatkan hasil dalam satu tahun sekali sehingga bukan merupakan sumber mata pencarian utama, melainkan sebagai pendapatan tahunan.

Kepemilikan lahan petani untuk budidaya mangga klonal 21 sebagian besar kurang dari 1 Ha; dan bahkan tidak sedikit yang luas

lahannya kurang dari 0,5 Ha. Yang memiliki lahan untuk produksi mangga klonal 21 lebih dari 1 Ha relatif sedikit. Namun demikian petani tetap melaksanakan perawatan tanaman mangganya dengan optimal dan pada umumnya pada musim hujan diantara jarak tanaman mangga ditanami tanaman palawija seperti jagung kedelai atau kacang tanah.

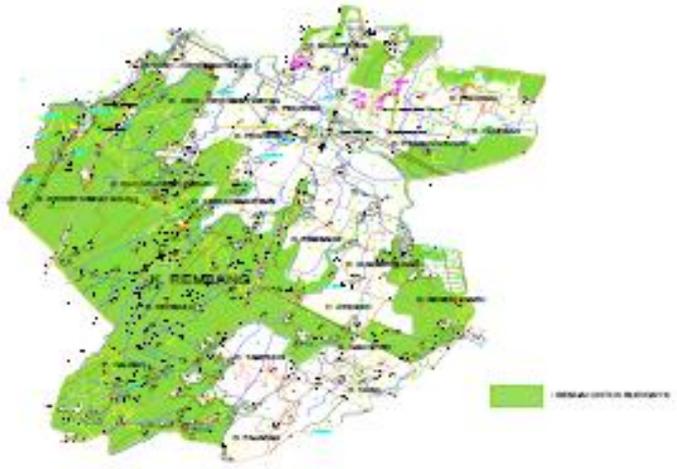
Dalam usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 tersebut, selain luas lahan dan produksi yang ada saat ini, masih terdapat lahan lain yang potensial dikembangkan untuk budidaya tanaman mangga gadung klonal 21. Adapun lokasi/daerah yang potensial untuk pengembangan mangga gadung klonal 21 di Kabupaten Pasuruan adalah di sekitar Kecamatan Rembang yang gambarannya sebagai berikut:

**Tabel: 6.2**  
**Luas Daerah Potensial Pengembangan Mangga**

No	Kecamatan	Luas (Ha)
01	Rembang	1820,40
02	Sukorejo	1588,87
03	Wonorejo	1221.82
04	Bangil	88,19

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan 2008

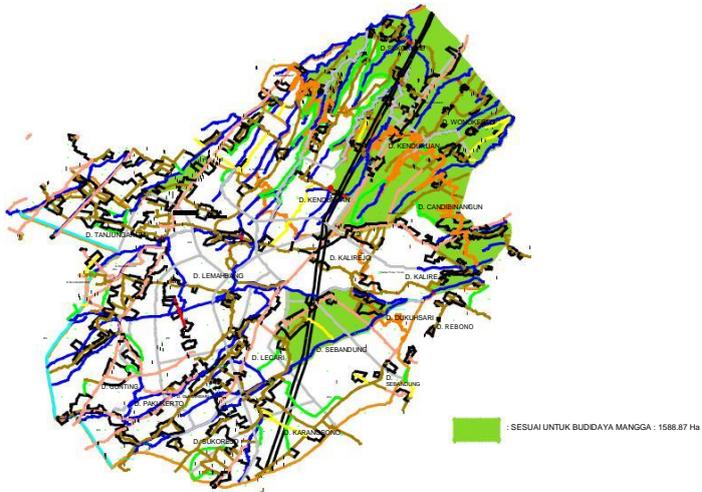
Adapun gambaran lokasi daerah potensial pada masing-masing kecamatan adalah sebagai berikut:



**Gambar: 6.3**  
**Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung**  
**Klonal 21 Di Kecamatan Rembang**  
Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan 2008

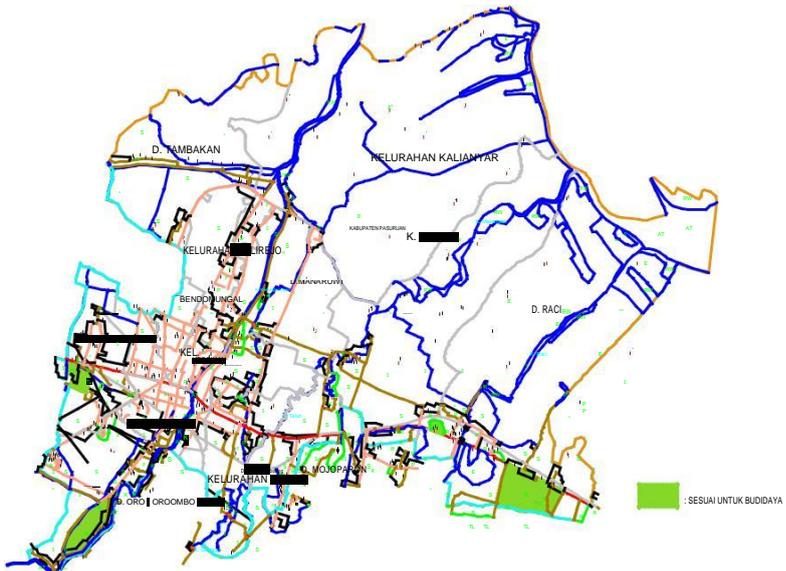


**Gambar: 6.4**  
**Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung**  
**Klonal 21 Di Kecamatan Wonorejo**  
Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan 2008



**Gambar: 6.5**  
**Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung**  
**Klonal 21 Di Kecamatan Sukorejo**

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan 2008



**Gambar: 6.6**  
**Lokasi/Daerah Yang Potensial Untuk Pengembangan Mangga Gadung**  
**Klonal 21 Di Kecamatan Bangil**

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan 2008

Berdasarkan hasil survey, dalam usaha budidaya mangga gadung klonal 21, secara teknis terdapat beberapa kendala/permasalahan yang dihadapi oleh para petani mangga. Kendala-kendala tersebut antara lain:

Bunga dan buah masih banyak yang rontok pada saat musim hujan

Adanya serangan hama yakni: lalat buah, kutu bulu putih, kepik coklat, ulat pengerek batang.

Karena budidaya masih mengandalkan musim, sehingga ketika musim panen buah melimpah dan harga jatuh.

Dukungan sarana/prasarana infrastruktur sepertisarana/prasarana transportasi, irigasi, pergudangan (penyimpanan buah) masih kurang memadai.

Penanganan pasca panen dan pengolahan hasil belum dilakukan secara maksimal.

## **6.2. Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan**

### **6.2.1. Jumlah dan Tingkat Pendidikan Petani Mangga**

Dalam pengembangan suatu usaha, Sumber Daya Manusia merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha tersebut. Meskipun faktor-faktor lain terpenuhi, namun jika tidak didukung oleh kualitas dan kapasitas SDM yang memadai maka usaha tersebut juga akan mengalami banyak hambatan bahkan dapat mengalami kegagalan.

Berdasarkan hasil survey diketahui bahwa secara formal tingkat pendidikan para petani mangga gadung klonal 21 yang terbanyak adalah SD dan SLTP, bahkan beberapa petani tidak sekolah. Dari jumlah responden sebanyak 50 orang yang berpendidikan SD sebanyak 26 responden atau sebanyak 52% dan yang berpendidikan SLTP sebanyak 10 responden atau 20%. Secara lebih terinci gambaran tentang tingkat pendidikan petani seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel: 6.3

## Tingkat Pendidikan Petani Mangga Gadung Klonal 21

No.	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	Tidak Sekolah	3	6%
2	SD atau Sederajat	26	52%
3	SLTP	10	20%
4	SLTA	8	16%
5	Perguruan Tinggi	3	6%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Dengan rata-rata tingkat pendidikan relatif masih rendah tersebut, tentunya kemampuan dalam penguasaan dan penerapan teknologi juga relatif terbatas, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas hasil produksi. Untuk menunjang kemampuan dan ketrampilan para petani tersebut dalam penguasaan dan penerapan teknologi budidaya tanaman mangga gadung perlu ditunjang dengan pelatihan-pelatihan yang terkait dengan budidaya mangga gadung. Dari hasil survey diketahui bahwa masih terdapat cukup banyak petani yang belum mengikuti pelatihan/kursus tentang budidaya mangga gadung. Dari seluruh responden sebanyak 50 orang, yang sudah pernah mengikuti pelatihan sebanyak 23 orang atau sebesar 46% dan sebanyak 26 orang atau 52% belum pernah mengikuti pelatihan, sisanya sebanyak 1 orang (2%) tidak menjawab.

Tabel: 6.4

## Keikutsertaan Petani Dalam Pelatihan

No.	Keikutsertaan Dalam Pelatihan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pernah	23	46%
2	Tidak Pernah	26	52%
3	Tidak Menjawab	1	2%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Para petani yang pernah mengikuti pelatihan tersebut, jenis-jenis pelatihan yang sudah diberikan antara lain:

Pelatihan tentang budidaya mangga.

Penanganan Pasca Panen

SLPHT

Sambung Bibit

GAP

Pengolahan Hasil

Dan Sebagainya

Adapun lembaga/dinas yang memberikan pelatihan adalah Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan Badan Ketahanan pangan dan Penyuluhan kabupaten Pasuruan.

Walaupun jumlah petani yang belum mendapatkan pelatihan tentang budidaya tanaman mangga gadung masih banyak, namun petani yang melakukan budidaya mangga yang baik dan benar sudah hampir seluruhnya walau tidak sesuai dengan petunjuk teknik Standard Operating Prosedur (SOP), ini terlihat dengan sudah teraturnya jarak tanam, petani selalu memberi pupuk, pemangkasan dan pemberian ZPT (cultar). Dari hasil survey diketahui bahwa dari 50 responden, hanya 6 orang responden (12%) yang sudah melakukan budidaya sesuai petunjuk teknik SOP dan sisanya sebanyak 40 responden (80%) belum mengikuti petunjuk teknis SOP serta 4 responden (8%) tidak menjawab. Secara lebih terinci jawaban responden tentang kesesuaian pengelolaan usaha mangga gadung dengan petunjuk teknis SOP adalah sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini.

**Tabel: 6.5**  
**Jumlah Petani yang Melakukan Budidaya sesuai SOP**

No.	Pengelolaan sesuai SOP	Jumlah Responden	Persentase
1	Sudah Sesuai	6	12%
2	Belum Sesuai	40	80%
3	Tidak Menjawab	4	8%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Meskipun berbagai jenis pelatihan yang terkait dengan budidaya mangga gadung sudah pernah diberikan, namun para petani merasa kurang, sehingga masih menginginkan jenis-jenis pelatihan yang lain. Berbagai jenis pelatihan lain yang diinginkan oleh para petani adalah:

Peningkatan kualitas & kuantitas hasil produksi,

Pengolahan mangga menjadi produk olahan

Pelatihan Agribisnis

Pelatihan Budidaya mangga

Penanganan pasca panen

Menyambung bibit/Top Working

Pemasaran hasil produksi

Pemberantasan hama/penyakit

### **6.2.2. Kelembagaan Petani Mangga Gadung**

Selain kualitas SDM, organisasi/kelembagaan petani mangga gadung juga akan sangat membantu keberhasilan pengembangan usaha tersebut. Karena dengan adanya kelembagaan (organisasi) tersebut akan mempermudah bagi para petani untuk melakukan akses kepada berbagai pihak yang terkait. Misalnya dengan adanya organisasi tersebut akan memudahkan petani dalam memasarkan hasil produksinya, membantu petani dalam mengakses pendanaan, pengadaan bibit serta akses-akses yang lain.

Berdasarkan hasil survey diketahui bahwa disetiap desa telah terbentuk GAPOKTAN (gabungan kelompok tani) yang mewadai kelompok-kelompok tani yang ada di desa. Bahkan di kabupaten Pasuruan telah dibentuk Asosiasi Mangga Pasuruan walaupun belum dapat optimal dalam melaksanakan fungsinya.

Dengan adanya lembaga-lembaga tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap kemudahan aksesibilitas petani terhadap pemasaran, permodalan, pengadaan pupuk, pengendalian hama penyakit, pembibitan dan sebagainya. Terlebih lagi pada saat ini hampir di setiap GAPOKTAN mendapat program PUAP (Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan) sebesar 100 juta yang peruntukannya dapat digunakan untuk pembelian saprodi, maka

petani akan lebih mudah mendapatkan saprodi dari GAPOKTAN. Yang menjadi masalah saat ini belum ada kelompok tani yang bergerak menangani pasar bahkan asosiasi mangga yang ada juga belum dapat menangani pemasaran. Padahal disatu sisi dengan terbentuknya asosiasi mangga diharapkan dapat meningkatkan harga jual mangga di petani.

### **6.3. Analisis Aspek Pasar**

Dalam perencanaan dan pengembangan usaha, aspek pasar merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha. Aspek pasar merupakan ujung tombak dari seluruh aktivitas usaha yang akan dilakukan. Keberhasilan dalam pengembangan pasar (pemasaran hasil-hasil produksi) akan sangat mempengaruhi keberhasilan aspek-aspek yang lain. Perluasan usaha, peningkatan kapasitas produksi akan dilakukan jika terdapat indikasi adanya peningkatan permintaan (potensi pasar meningkat).

Demikian juga dalam perencanaan dan pengembangan usaha tanaman mangga gadung klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya. Para petani mangga gadung akan meningkatkan usahanya (menambah luas areal dan jumlah tanaman) jika terjadi peningkatan permintaan terhadap mangga gadung. Selain jumlah permintaan, harga jual juga akan mempengaruhi minat petani untuk melakukan usaha budidaya manga tersebut. Jika harga jual cukup menguntungkan mereka akan menambah luas areal dan jumlah populasi tanamannya. Selain permintaan dan harga jual produk, tentunya juga terdapat faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi keberhasilan dalam pengembangan pasar.

Oleh karena itu dalam konteks perencanaan dan pengembangan usaha mangga gadung klonal 21 di wilayah Kecamatan Rembang dan sekitarnya ini, maka pembahasan tentang aspek pasar harus meliputi beberapa hal antara lain: daerah pemasaran, harga jual, mata rantai pemasaran, pesaing, sistem pembayaran dan sebagainya.

#### **6.3.1. Perkembangan Permintaan dan Produksi Mangga**

Berdasarkan data dari BPS dan susenas permintaan mangga

baik untuk konsumsi dalam negeri maupun ekspor cenderung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan permintaan mangga di dalam negeri dapat dilihat dari indikasi adanya kecenderungan semakin meningkatnya tingkat konsumsi per kapita terhadap buah mangga. Berdasarkan data dari Susenas diketahui bahwa pada Tahun 1999 rata-rata konsumsi mangga sebanyak 0,26Kg/Kapita/Tahun. Pada Tahun 2002 meningkat menjadi 0,31 Kg/Kapita/Tahun. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2003 yaitu sebesar 3,12 Kg/Kapita/tahun. Peningkatan tingkat konsumsi per kapita tersebut akan berdampak pada peningkatan permintaan terhadap mangga. Karena jika jumlah yang dikonsumsi meningkat, tentunya permintaan juga akan meningkat. Secara lebih terinci perkembangan tingkat konsumsi mangga masyarakat Indonesia seperti terlihat pada tabel berikut ini.

**Tabel: 6.6**  
**Perkembangan Konsumsi Perkapita Mangga**

No.	Tahun	Konsumsi/Kapita (Kg/Tahun)
01	1999	0,26
02	2002	0,31
03	2003	3,12
04	2004	1,04
05	2005	0,62

Sumber : BPS Kabupaten Pasuruan 2006

Sedangkan jumlah permintaan luar negeri (ekspor) mangga gadung berflutuasi dari datu ke tahun, namun fluktuasi tersebut cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan ekspor selama periode 2000 s/d 2005 seperti terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel: 6.7**  
**Perkembangan Ekspor Mangga**

No.	Tahun	Jumlah (Ton)
01	2000	430
02	2001	425
03	2002	1.573
04	2003	559
05	2004	1.880
06	2005	964

Sumber : BPS Kabupaten Pasuruan 2006

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa meskipun volume ekspor mangga berfluktuasi dari tahun ke tahun namun ada kecenderungan mengalami peningkatan. Pada tahun 2000 volume ekspor hanya 430 ton tahun 2005 meningkat menjadi 964 Ton. Peningkatan angka konsumsi per Kapita terhadap buah mangga dan peningkatan volume ekspor mangga tersebut mengindikasikan bahwa potensi/ peluang pasar semakin meningkat.

Dilihat dari luas panen dan produksi manga di seluruh Indonesia juga menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan produksi dari tahun ke tahun. Pada Tahun 1999 luas panen seluas 36.981 Ha dengan produksi sebanyak 826.842 Ton. Pada Tahun 2005 luas panen meningkat menjadi 176.000 Ha dengan produksi 1.412.884 Ton. Secara lebih terinci perkembangan luas panen dan produksi mangga di Indonesia selama periode 2000 s/d 2005 seperti terlihat pada tabel berikut ini:

**Tabel: 6.8**  
**Perkembangan Luas Panen dan Produksi**

No.	Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
01	1999	36.981	826.842
02	2000	44.185	876.027
03	2001	44.208	923.294
04	2002	184.659	1.402.906
05	2003	158.894	1.526.474
06	2004	185.773	1.437.665
07	2005	176.000	1.412.884

Sumber : BPS Kabupaten Pasuruan 2006

Dari seluruh produksi mangga tersebut Provinsi Jawa Timur merupakan daerah yang paling banyak menghasilkan. Produksi mangga Jawa Timur memberikan kontribusi sekitar 38,5% dari total produksi Nasional. Di Jawa Timur terdapat 5 daerah yang menjadi sentra produksi mangga. Kelima daerah tersebut adalah Pasuruan (Gadung 21), Probolinggo (Arumanis 143), Situbondo (Arumanis 143), Gresik (Arumanis 143), Magetan (Gadung). Jadi, Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra produksi mangga di Jawa

Timur. Di Kabupaten terdapat 8 kecamatan yang menjadi sentra mangga gadung. Kedelapan kecamatan tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel: 6.9**  
**Sentra Produksi Mangga di Kabupaten Pasuruan**

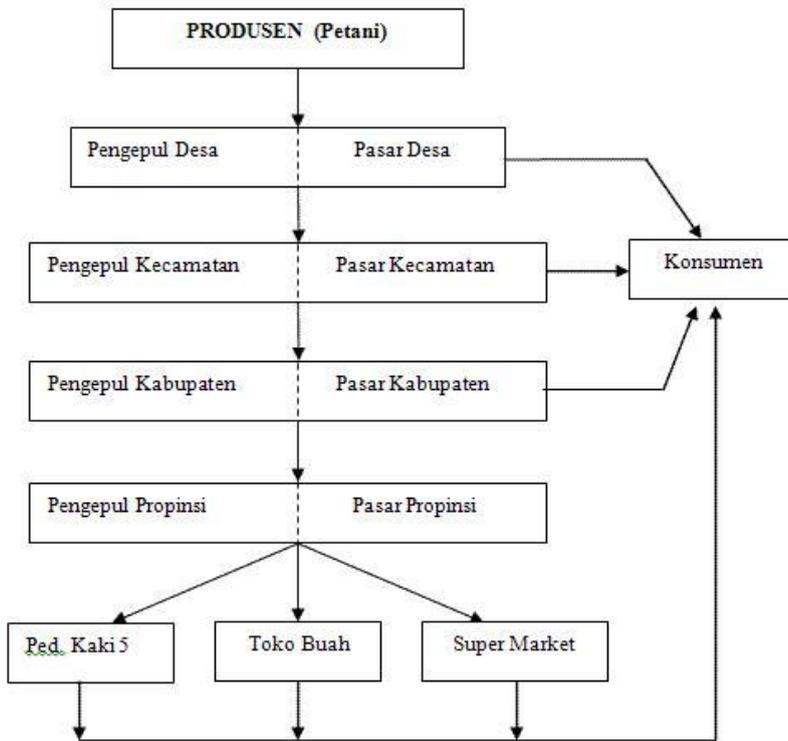
No.	Kecamatan	Produksi (Ton)
01	Rembang	8.117
02	Sukorejo	4.570
03	Wonorejo	2.413
04	Nguling	2.377
05	Grati	366
06	Lumbang	9.423
07	Pasrepan	7.554
08	Winongan	-

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan 2008

### 6.3.2. Daerah Pemasaran dan Mata Rantai Pemasaran

Mangga gadung produksi Kabupaten Pasuruan telah dipasarkan keberbagai daerah di Indonesia. Daerah-daerah yang biasanya menjadi wilayah pemasaran mangga gadung produksi Kabupaten Pasuruan antara lain: Surabaya, Malang, Jakarta, Cirebon dan Bandung, bahkan sebagian ada yang dikirim ke Kalimantan dan Sumatra. Adapun segmen pasar (konsumen) mangga gadung umumnya seluruh lapisan masyarakat. Secara umum seluruh lapisan masyarakat Indonesia menyukai buah mangga; hanya berbeda tempat pembeliannya. Masyarakat kelas menengah ke atas umumnya membeli buah-buahan di toko buah atau super market, sedangkan masyarakat kelas menengah kebawah umumnya tempat pembelianya di pasar tradisional, pedagang keliling ataupun di pedagang kaki lima.

Saluran distribusi buah mangga gadung dari produsen hingga konsumen akhir umumnya melalui beberapa mata rantai pemasaran. Adapun mata rantai pemasaran mangga gadung adalah sebagai berikut:



**Gambar: 6.7**  
**Mata Rantai Pemasaran Mangga Gadung**  
(Sumber: Data Primer)

Panjang pendeknya mata rantai pemasaran tersebut tentunya akan mempengaruhi harga jual. Secara umum, semakin panjang mata rantai pemasaran tersebut semakin harga jual di tingkat konsumen akhir akan semakin tinggi, karena masing-masing mata rantai pemasaran tersebut akan mengambil keuntungan.

Berdasarkan hasil survey, ditingkat petani harga jual bervariasi, harga terendah Rp. 1500 dan harga tertinggi Rp. 28.000,- . Tinggi rendahnya harga tersebut dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran (supply dan Demand). Pada umumnya harga jual tinggi ketika masih awal-awal musim panen. Karena pada awal musim panen jumlah produksi (penawaran) masih relatif sedikit, sementara

permintaan tinggi, sehingga harga terdongkrak naik. Sebaliknya pada saat panen raya produksi (penawaran) melimpah sementara permintaan tidak banyak bertambah, sehingga harga anjlok.

Adapun sistem pemasaran pada tingkat petani, di Kabupaten Pasuruan, berdasarkan hasil survey diketahui terdapat beberapa cara yaitu: dijual langsung ke pasar, dijual kepada pedagang perantara dan dijual kepada tengkulak. Jawaban petani (responden) tentang sistem pemasaran/penjualannya adalah seperti terlihat pada tabel berikut ini.

**Tabel: 6.10**  
**Sistem Pemasaran di Tingkat Petani**

No.	Sistem Pemasaran	Jumlah	
		Responden	Persentase
1	Dijual langsung ke pasar	13	26%
2	Dijual kepada pedagang perantara	20	40%
3	Dibeli oleh tengkulak	15	30%
4	Lainnya	2	4%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar petani mangga menjual hasil produksinya kepada pedagang perantara yakni sebanyak 20 responden (40%) dan hanya 13 responden (26%) yang menjual langsung ke pasar.

Sedangkan cara pembayarannya ada yang dilakukan secara tunai dan ada pula yang dilakukan secara kredit. Pembayaran yang dilakukan secara kredit biasanya dibayar 7 s/d 15 hari setelah pengambilan barang. Jawaban responden tentang cara pembayaran adalah sebagai berikut:

**Tabel: 6.11**  
**Tanggapan Responden Tentang Cara Pembayaran**

No.	Cara Pembayaran	Jumlah	
		Responden	Persentase
1	Tunai	36	72%
2	Kredit	6	12%
3	Lainnya	8	16%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Berdasarkan jawaban responden tersebut, diketahui bahwa sebagian besar pembayaran dilakukan secara tunai yakni sebanyak 36 responden atau 72% dan hanya 6 responden atau 12% yang dibayar secara kredit. Pembayaran yang dilakukan secara kredit tersebut umumnya yang dijual kepada tengkulak. Para tengkulak umumnya memberikan uang muka, kemudian sisanya dibayar setelah produk laku terjual.

Selain pasar domestik, mangga produksi dari Kabupaten Pasuruan juga sudah masuk pasar ekspor. Namun kegiatan ekspor tersebut tidak dilakukan secara langsung oleh petani atau kelompok tani, melainkan dilakukan oleh pihak ketiga (eksportir); dan eksportir tersebut tidak melakukan kerjasama secara langsung dengan para petani. Sehingga meskipun sudah masuk pasar ekspor, yang menikmati keuntungan lebih banyak bukan petani, melainkan eksportir. Selama ini ekspor mangga gadung dari pasuruan ini telah diekspor ke beberapa negara antara lain: Singapura, Malaysia, Australia, Jepang, Hongkong dan China.

Kendala utama yang dihadapi oleh petani dalam memenuhi kebutuhan pasar ekspor ini adalah persyaratan sangat ketat, besarnya buah harus standard. Buah terlalu besar atau terlalu kecil ditolah.

#### **6.4. Aspek Sosial dan Ekonomi**

Kajian aspek sosial ekonomi adalah suatu kajian yang berhubungan dengan kemanfaatan usaha bagi keluarga dan masyarakat sekitarnya. Yakni seberapa besar manfaat tersebut bagi pelaku usaha, masyarakat dan perekonomian secara lebih luas. Secara sosial dan ekonomi pengembangan usaha Mangga Gadung Klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya cukup memberikan manfaat bagi para petani dan masyarakat sekitarnya.

Dengan adanya usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 dapat menimbulkan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat sekitarnya. Kebutuhan tenaga kerja untuk pemeliharaan dan perawatan usaha mangga gadung ini besar anggota keluarga

sendiri atau orang lain. Petani yang memiliki luas lahan yang relatif cukup luas biasanya mempekerjakan orang lain, dan petani yang hanya memiliki lahan tidak luas kebutuhan tenaga kerjanya dipenuhi dari keluarga sendiri. Adapun jumlah tenaga kerja yang dilibatkan bervariasi antara 2 orang s/d 15 orang tenaga kerja. Kepemilikan lahan petani mangga gadung di Kecamatan Rembang dan sekitarnya ini berkisar antara 0,2 Ha s/d 3,2 Ha. Namun yang paling banyak hanya memiliki luas lahan di bawah 0,5 Ha. Karena luas kepemilikan lahannya tidak terlalu luas sehingga tenaga kerja yang dilibatkan juga relatif sedikit. Berikut ini jawaban responden tentang pemenuhan kebutuhan tenaga kerja untuk mengelola usaha budidaya mangga gadung klonal 21 di Kabupaten Pasuruan.

**Tabel: 6.12**  
**Pemenuhan Kebutuhan Tenaga Kerja**

No.	Pemenuhan Kebutuhan Tenaga Kerja	Jumlah Responden	Persentase
1	Keluarga Sendiri	17	34%
2	Orang Lain	33	66%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Dari tabel di atas diketahui bahwa untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja 17 responden (34%) mengatakan kebutuhan tenaga kerja berasal dari keluarga sendiri dan 33 responden (66%) mengatakan bahwa untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja dengan mempekerjakan orang lain.

Jadi secara sosial ekonomi, usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 tersebut, selain bermanfaat bagi para pelaku usaha (petani) yang bersangkutan juga memberikan manfaat bagi orang lain (masyarakat sekitarnya), yakni dapat menimbulkan kesempatan kerja baru.

Selain memberikan manfaat langsung berupa peningkatan pendapatan petani dan penyerapan tenaga kerja, pengembangan budidaya mangga gadung klonal 21 ini juga akan dapat memberikan

manfaat tidak langsung, yakni berupa multiplier efek (efek berantai) dari usaha budidaya mangga gadung tersebut. Misalnya: dengan adanya usaha tersebut, tentunya diperlukan bibit, sehingga menimbulkan usaha pembibitan. Selain bibit juga diperlukan sarana produksi dan pemasaran hasil produksi, sehingga memunculkan berbagai jenis usaha yang terkait dengan penyediaan sarana produksi dan pemasaran hasil produksi. Misalnya dapat mendorong munculnya pedagang obat-obatan, pupuk, fungisida dan usaha transportasi untuk mengangkut hasil produksi dan sebagainya. Jadi dengan adanya usaha tersebut, selain memberikan manfaat langsung, dapat memberikan manfaat berantai (multiplier efek) yang sangat besar bagi perekonomian secara makro.

Petani yang mempekerjakan orang lain untuk mengelola usahanya, umumnya membayar tenaga kerja dengan upah harian, yakni sekitar Rp.25.000/orang/hari.

Dari usaha pengembangan budidaya Mangga Gadung Klonal 21 ini petani mendapatkan penghasilan dari penjualan hasil produksi mangga gadung tersebut pada saat musim panen. Pendapatan yang diperoleh petani bervariasi tergantung luas areal dan jumlah pohon yang ditanam. Berdasarkan data hasil survey pendapatan yang diperoleh petani dari usaha budidaya mangga gadung ini berfluktuasi. Pendapatan terendah sebesar Rp. 1.500.000,-/Tahun dan yang paling tinggi sebesar Rp. 47.000.000,-. Tinggi rendahnya pendapatan petani mangga gadung tersebut dipengaruhi oleh luas lahan (populasi pohon) yang dimiliki. Petani yang memiliki luas lahan yang banyak umumnya pendapatannya relatif besar dan petani yang hanya memiliki lahan yang terbatas umumnya pendapatannya rendah.

Dengan adanya usaha pengembangan mangga gadung tersebut, sebagian petani mengatakan sangat membantu perekonomian keluarga dan sebagian yang lain mengatakan kurang dapat membantu perekonomian keluarga. Berikut tanggapan petani tentang dampak usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 terhadap kesejahteraan keluarga petani.

**Tabel: 6.13**  
**Dampak Usaha Mangga Gadung Klon 21 Terhadap Keluarga**

No.	Dampak Budidaya Thd Kesejahteraan Keluarga	Jumlah Responden	Persentase
1	Dapat Menghidupi	19	38%
2	Cukup Menghidupi	12	24%
3	Kurang Bisa Menghidupi	19	38%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

Karena usaha budidaya mangga gadung tersebut hanya satu kali musim panen dalam setiap tahunnya, umumnya para petani memiliki sumber mata pencarian lain selain dari budidaya mangga gadung tersebut. Sebagian petani menanam lahan untuk tanaman mangga gadung tersebut dengan tanaman tumpangsari, sehingga dari lahan tersebut selain menghasilkan mangga gadung juga menghasilkan jenis tanaman lainnya. Sebagian petani mangga gadung yang lain, selain bertani mereka juga berusaha dalam bidang usaha yang lain seperti pedagang keliling, wiraswasta, pekerja proyek dan sebagainya.

Agar usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 ini, selain memperbaiki aspek teknik produksinya sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produksi, perlu juga ditunjang oleh sarana/prasarana yang memadai. Karena dengan adanya infrastruktur yang memadai akan memperlancar pengembangan usaha mangga gadung tersebut. Misalnya dengan adanya prasarana dan sarana transportasi yang baik akan memudahkan petani dalam pengiriman kebutuhan sarana produksi serta pemasaran hasil produksinya. Menurut pendapat petani, sarana/prasarana penunjang usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 tersebut sebagai sudah memadai, namun sebagian yang lain belum memadai. Untuk lebih jelasnya berikut tanggapan responden tentang infrastruktur penunjang usaha pengembangan mangga gadung klonal 21.

**Tabel: 6.14**  
**Tanggapan Responden tentang Kondisi Infrastruktur Penunjang**

No	Jenis Infrastruktur	Jumlah Responden	Persentase
1	Prasarana Jalan		
	Memadai	15	30%
	Kurang Memadai	26	52%
	Tidak Memadai	6	12%
	Tidak menjawab	3	6%
	Total	50	100%
2	Sarana Transportasi		
	Memadai	20	40%
	Kurang Memadai	18	36%
	Tidak Memadai	8	16%
	Tidak menjawab	4	8%
	Total	50	100%
3	Energi/Listrik		
	Memadai	38	76%
	Kurang Memadai	4	8%
	Tidak Memadai	4	8%
	Tidak menjawab	4	8%
	Total	50	100%
4	Ketersediaan Air		
	Memadai	13	26%
	Kurang Memadai	23	46%
	Tidak Memadai	10	20%
	Tidak menjawab	4	8%
	Total	50	100%
5	Sarana Komunikasi		
	Memadai	24	48%
	Kurang Memadai	19	38%
	Tidak Memadai	3	6%
	Tidak menjawab	4	8%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer

### 6.5. Aspek Keuangan

Analisis aspek finansial adalah analisis untuk mengetahui sejauhmana agribisnis bunga krisan dapat memberikan keuntungan bagi para pelaku usahanya. Jadi dalam analisis finansial akan

membahas hal-hal yang terkait dengan pendapatan dan biaya dalam melakukan usaha agribisnis bunga krisan. Dengan dilakukan analisis finansial ini akan dapat diketahui seberapa besar keuntungan (manfaat finansial) yang diperoleh pelaku usaha (petani) bunga krisan. Dalam analisis finansial ini akan dijelaskan tentang biaya produksi, pendapatan dan keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut. Secara lebih terinci analisis aspek finansial usaha budidaya mangga klonal 21 adalah sebagai berikut:

## **Analisis biaya budidaya tanaman mangga dengan luas lahan 1 hektar selama 10 tahun**

### **I. Biaya Investasi Awal**

Biaya investasi awal untuk budidaya mangga berupa sewa lahan dan pembelian bibit mangga. Kebutuhan dana untuk sewa lahan dan pembelian bibit mangga adalah sebagai berikut.

No.	Jenis Investasi	Nilai (Rp.)
a	Sewa Lahan (10 tahun) @ Rp. 1.500.000,-	15,000,000
b	Bibit 121 Batang @ Rp. 10.000,-	1,210,000
	<b>Total Biaya Investasi</b>	<b>16,210,000</b>

Sumber: Data Primer

### **II. Biaya Produksi**

Biaya produksi untuk usaha budidaya tanaman mangga gadung klonal 21 ini meliputi berbagai komponen biaya produksi, yang terdiri: biaya pupuk, pestisida, peralatan, dan tenaga kerja. Adapun estimasi masing masing komponen biaya produksi tersebut adalah sebagai berikut:

#### **1. Biaya Pupuk**

No.	Jenis Pupuk	Juml.	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp.)
<b>A</b>	<b>Pupuk Kandang</b>				
	Tahun I	3	Ton	750,000	2,250,000
	Tahun II	3	Ton	750,000	2,250,000
	Tahun III	3	Ton	750,000	2,250,000
	Tahun IV	3	Ton	750,000	2,250,000
	Tahun V	3	Ton	750,000	2,250,000
	Sub Total	15			11,250,000

No.	Jenis Pupuk	Juml.	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp.)
<b>b.</b>	<b>Urea</b>	28	Kg.	1,200	33,600
	Tahun I	56	Kg.	1,200	67,200
	Tahun II	44	Kg.	1,200	52,800
	Tahun III	55	Kg.	1,200	66,000
	Tahun IV	83	Kg.	1,200	99,600
	Tahun V	83	Kg.	1,200	99,600
	Tahun VI	83	Kg.	1,200	99,600
	Tahun VII	83	Kg.	1,200	99,600
	Tahun VIII	83	Kg.	1,200	99,600
	Tahun IX	83	Kg.	1,200	99,600
	Tahun X	83	Kg.	1,200	99,600
	Sub Total	681			817,200
<b>c.</b>	<b>SP 36</b>				
	Tahun I	11	Kg.	1,600	17,600
	Tahun II	17	Kg.	1,600	26,400
	Tahun III	44	Kg.	1,600	70,400
	Tahun IV	39	Kg.	1,600	61,600
	Tahun V	55	Kg.	1,600	88,000
	Tahun VI	55	Kg.	1,600	88,000
	Tahun VII	55	Kg.	1,600	88,000
	Tahun VIII	55	Kg.	1,600	88,000
	Tahun IX	55	Kg.	1,600	88,000
	Tahun X	55	Kg.	1,600	88,000
	Sub Total	440			704,000
<b>d.</b>	<b>KCl</b>				
	Tahun I	11	Kg.	2,250	24,750
	Tahun II	28	Kg.	2,250	56,688
	Tahun III	44	Kg.	2,250	24,750
	Tahun IV	44	Kg.	2,250	61,875
	Tahun V	44	Kg.	2,250	99,000
	Tahun VI	44	Kg.	2,250	99,000
	Tahun VII	44	Kg.	2,250	99,000
	Tahun VIII	44	Kg.	2,250	99,000
	Tahun IX	44	Kg.	2,250	99,000
	Tahun X	44	Kg.	2,250	99,000
	Sub Total	338.25			761,063
	<b>Total Biaya Pupuk</b>				<b>13,532,263</b>

Sumber: Data Primer

## 2. Biaya Pestisida

No.	Jenis Pestisida	Juml.	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp.)
a	Insektisida	4	Liter	125,000	500,000
b	Fungisida	4	Kg.	150,000	600,000
c	Culfar	2	Botol	185,000	370,000
	<b>Total Biaya Pestisida</b>				<b>1,470,000</b>

Sumber: Data Primer

## 3. Peralatan

No.	Jenis Peralatan	Juml.	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp.)
a	Cangkul	2	Buah	25,000	50,000
b	Koret	2	Buah	5,000	10,000
c	Parang	1	Buah	15,000	15,000
d	Sprayer	1	Buah	350,000	350,000
	<b>Total Biaya Peralatan</b>				<b>425,000</b>

Sumber: Data Primer

## 4. Tenaga Kerja

No.	Jenis Kegiatan	Juml.	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp.)
<b>a</b>	<b>Operasional &amp; Pemeliharaan</b>				
	Pembersihan Lahan	30	HOK	25,000	750,000
	Pembuatan Drainase	25	HOK	25,000	625,000
	Pengajiran	4	HOK	25,000	100,000
	Pembuatan Teras Piringan	20	HOK	25,000	500,000
	Pembuatan Lubang Tanam	15	HOK	25,000	375,000
	Pemupukan Dasar	5	HOK	25,000	125,000
	Penanaman	7	HOK	25,000	175,000
	Penyulaman	6	HOK	25,000	150,000
	Penyiangan	200	HOK	25,000	5,000,000
	Pemupukan	45	HOK	25,000	1,125,000
	Perlindungan Tanaman	4	HOK	25,000	100,000
	Perbaikan Drainase	12	HOK	25,000	300,000
	Pemangkasan	60	HOK	25,000	1,500,000
	Sub Total				10,825,000

<b>b</b>	<b>Pemanenan</b>				
	Tahun ke-5	22	HOK	25,000	550,000
	Tahun ke-6	35	HOK	25,000	875,000
	Tahun ke-7	48	HOK	25,000	1,200,000
	Tahun ke-8	62	HOK	25,000	1,550,000
	Tahun ke-9	75	HOK	25,000	1,875,000
	Tahun ke-10	84	HOK	25,000	2,100,000
	Sub Total				8,150,000
<b>c</b>	<b>Pengemasan &amp; Pemasaran</b>				
	Tahun ke-5	44	HOK	25,000	1,100,000
	Tahun ke-6	70	HOK	25,000	1,750,000
	Tahun ke-7	91	HOK	25,000	2,275,000
	Tahun ke-8	119	HOK	25,000	2,975,000
	Tahun ke-9	155	HOK	25,000	3,875,000
	Tahun ke-10	201	HOK	25,000	5,025,000
	<b>Sub Total</b>				<b>17,000,000</b>

Sumber: Data Primer

### III. Estimasi Alokasi Biaya Pada Masing-Masing Tahun

Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing komponen biaya tersebut di atas, maka distribusi alokasi biaya tersebut ke masing-masing tahun selama 10 tahun (Tahun I s/d Tahun X) adalah sebagai berikut:

TAHUN	Biaya Investasi	Peralatan	Pupuk	Pestisida	Tenaga Kerja	Total Biaya
I	16,210,000	425,000	2,325,950	1,470,000	3,400,000	23,830,950
II			2,399,288	1,470,000	1,150,000	5,019,288
III			2,397,950	1,470,000	1,150,000	5,017,950
IV			2,439,475	1,470,000	1,150,000	5,059,475
V			2,536,600	1,470,000	3,050,000	7,056,600
VI			11,536,600	1,470,000	4,025,000	17,031,600
VII			286,600	1,470,000	4,875,000	6,631,600
VIII			320,200	1,470,000	5,925,000	7,715,200
IX			353,800	1,470,000	7,150,000	8,973,800
X			339,400	1,470,000	8,525,000	10,334,400

Sumber: Data Primer

### IV. Proyeksi Pendapatan

Dari usaha budidaya mangga gadung klonal 21 ini diproyeksikan pada tahun ke 5 sudah mulai berproduksi, sehingga mulai tahun ke 5

s/d tahun ke-10 terdapat komponen pendapatan, yakni berupa hasil penjualan mangga. Adapun proyeksi pendapatan mulai tahun ke-5 s/d tahun ke-10 adalah sebagai berikut:

No.	Pendapatan	Juml.	Satuan	Harga/Sat	Nilai (Rp.)
a	Tahun ke-5	2,750	Kg.	6,000	16,500,000
b	Tahun ke-6	4,400	Kg.	6,000	26,400,000
c	Tahun ke-7	6,050	Kg.	6,000	36,300,000
d	Tahun ke-8	7,700	Kg.	6,000	46,200,000
e	Tahun ke-9	9,350	Kg.	6,000	56,100,000
f	Tahun ke-10	10,450	Kg.	6,000	62,700,000
	<b>Total Pendapatan</b>				<b>244,200,000</b>

Sumber: Data Primer

## V. Analisis Usaha

Berdasarkan proyeksi pendapatan dan biaya selama kurun waktu 10 tahun (Tahun I s/d Tahun X), maka dapat dianalisis kelayakan usaha budidaya mangga tersebut. Adapun hasil analisis kelayakan usaha adalah sebagai berikut:

TAHUN	Pendapatan	Total Biaya	Cashflow	DF 15%	PV	DF 25%	PV
I	0	23,830,950	(23,830,950)	1	(23,830,950)	1.0000	(23,830,950)
II	0	5,019,288	(5,019,288)	0.8696	(4,364,598)	0.7692	(3,860,990)
III	0	5,017,950	(5,017,950)	0.7561	(3,794,291)	0.5917	(2,969,201)
IV	0	5,059,475	(5,059,475)	0.6575	(3,326,687)	0.4552	(2,302,902)
V	16,500,000	7,056,600	9,443,400	0.5718	5,399,295	0.3501	3,306,397
VI	26,400,000	17,031,600	9,368,400	0.4972	4,657,751	0.2693	2,523,183
VII	36,300,000	6,631,600	29,668,400	0.4323	12,826,468	0.2072	6,146,587
VIII	46,200,000	7,715,200	38,484,800	0.3759	14,467,862	0.1594	6,133,181
IX	56,100,000	8,973,800	47,126,200	0.3269	15,405,638	0.1226	5,777,176
X	62,700,000	10,334,400	52,365,600	0.2843	14,885,572	0.0943	4,938,055
					32,326,059		(4,139,465)
NPV		32,326,059					
IRR		23.86%					
B/C Ratio		1.92					
Payback Period		7 Tahun					

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha tersebut diketahui bahwa usaha budidaya mangga gadung klonal 21 sangat layak untuk dikembangkan karena menghasilkan NPV positif (Rp. 32.326.059), IRR lebih tinggi dari biaya modal (diasumsikan biaya modal 15%), B/C ratio lebih dari 1 serta Payback Period lebih cepat dari usia ekonomi usaha.

## 6.6. Strategi Pengusahaan

Strategi pengusahaan merupakan rancangan utama dalam pengelolaan organisasi dan usaha secara menyeluruh. Tujuan dari strategi pengusahaan ini adalah untuk mengelola usaha pada saat ini maupun masa yang akan datang agar menjadi lebih baik. Secara umum alternatif strategi yang dapat dipilih adalah (a) strategi stabilitas, (b) strategi pertumbuhan, (c) strategi penciutan, (d) strategi kombinasi.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui terdapat berbagai kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan, dilain pihak juga terdapat kelemahan dan ancaman yang akan mungkin akan terjadi. Namun demikian kekuatan dan peluang yang ada lebih banyak dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman. yang mungkin terjadi.. Jadi dengan melihat kondisi SWOT tersebut dapat dijelaskan bahwa saat ini terdapat cukup banyak peluang yang dapat dimanfaatkan dengan menggunakan kekuatan yang ada. Dengan mempertimbangkan kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut, maka *Strategi Dasar (Strategi Induk)* yang dipilih dalam pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 di Kabupaten Pasuruan adalah *Strategi Pertumbuhan dengan model Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan)*, yakni pengelolaan secara lengkap di seluruh mata rantai mulai dari aktivitas produksi hingga konsumen akhir. Adapun pendekatan yang digunakan dalam Supply Chain Management ini adalah:

Perbaikan/peningkatan dalam proses budidaya untuk menghasilkan produk (buah) yang berkualitas.

Penanganan saat panen dan pasca panen untuk menjaga kualitas hasil produksi.

Pengiriman produk ke konsumen melalui sistem distribusi (mata rantai pemasaran) yang efektif.

Adapun alasan memilih strategi pertumbuhan karena terdapat cukup peluang yang dapat dimanfaatkan yang didukung oleh unsur kekuatan yang memadai. Peluang yang sangat mendukung strategi pertumbuhan ini adalah adanya kecenderungan semakin meningkatnya permintaan buah mangga baik di dalam negeri

maupun di luar negeri. Sedangkan kekuatan yang mendukung strategi pertumbuhan tersebut adalah masih tersedianya lahan potensial untuk pengembangan mangga gadung, tersedia tenaga kerja yang cukup melimpah, serta dukungan (*good will*) pemerintah Kabupaten Pasuruan dalam pengembangan usaha agribisnis Mangga Gadung Klonal 21.

Agar Strategi Dasar yang dipilih tersebut dapat berjalan efektif, maka Strategi Fungsional yang dikembangkan pada masing-masing bidang harus mendukung (sesuai) dengan Strategi Dasar (Strategi Induk). Untuk mendukung strategi dasar tersebut maka strategi fungsional masing-masing bidang adalah sebagai berikut:

#### **6.6.1. Strategi Bidang Produksi**

Untuk mendukung strategi dasar, yakni strategi pertumbuhan, maka dalam bidang produksi strategi yang dipilih adalah Strategi Pertumbuhan Internal dengan menitikberatkan pengembangan sentra kebun buah berbasis mutu dan berorientasi pasar. Adapun usaha-usaha yang perlu dilakukan untuk mendukung strategi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pemantapan sentra produksi utama, yang dilakukan melalui berbagai kegiatan antara lain:
  - o Perbanyak penerapan GAP/SPO
  - o Perbaiki sentra produksi melalui penggantian varietas (Top Working).
  - o Penyediaan sarana pusat konsultasi agribisnis di sentra produksi.
- b. Penumbuhan sentra produksi, yang dilakukan melalui:
  - o Perluasan areal sentra produksi di daerah sentra yang sudah ada (eksisting).
  - o Pengembangan areal sentra produksi di daerah yang benar-benar baru.

- c. Menerapkan prinsip 3 K, yakni Klonalisasi, Kolonisasi dan Konsolidasi.
  - o Klonalisasi: yaitu penggunaan benih unggul dan bermutu (varietas sama dari 1 pohon induk). Dengan klonalisasi ini diharapkan akan menghasilkan produk yang bermutu (rasa, warna, ukuran dan penampakan yang seragam).
  - o Kolonisasi: yaitu membentuk koloni-koloni (kawasan) pengembangan buah. Buah dikembangkan pada desa yang berdekatan dan kecamatan yang berdekatan.
- d. Penyediaan sarana produksi pertanian untuk mendukung kelancaran pengembangan budidaya di sentra-sentra produksi.
- e. Penerapan teknologi *off season* untuk menjamin kesinambungan (kontinuitas) produksi sepanjang tahun.
- f. Peningkatan fasilitas penanganan pasca panen untuk meningkatkan kualitas hasil produksi, yang dilakukan melalui kegiatan antara lain:
  - o Sosialisasi pemanfaatan plastik kontainer (keranjang plastik)
  - o Fasilitasi penyediaan alat sortasi, grading dan packing.

### 6.6.2. Strategi Bidang Pemasaran

Dalam bidang pemasaran, strategi yang perlu dikembangkan untuk mendukung Strategi Induk (Strategi Pertumbuhan) adalah Strategi Penetrasi dan Diversifikasi, yaitu meningkatkan pelayanan terhadap pangsa pasar yang ada saat ini serta mengembangkan kepada pangsa pasar lain yang dianggap potensial.

Agar penetrasi dan diversifikasi tersebut dapat memberikan hasil yang maksimal maka diperlukan berbagai usaha untuk mendukung strategi tersebut. Adapun usaha/kegiatan yang diperlukan untuk mendukung strategi tersebut adalah:

- a) Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen/ pelanggan diperlukan agar produsen dapat menghasilkan produk sesuai keinginan konsumen. Upaya-upaya yang perlu dilakukan antara lain:

- o Peningkatan wawasan produsen (petani) terhadap permintaan pasar.
  - o Pemasyarakatan standar mutu mangga dari negara tujuan ekspor.
- b) Menyediakan produk sesuai dengan permintaan konsumen. Agar produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pasar, selain meningkatkan kualitas produk yang dilakukan di bidang produksi, maka dalam bidang pemasaran perlu ditunjang antara lain dengan:
- o Pengemasan, sehingga produk yang dijual lebih menarik dan lebih aman.
  - o Pelabelan, dengan pelabelan konsumen akan mengenal produsen yang menghasilkan produk tersebut.
- c) Peningkatan promosi mangga di dalam dan luar negeri melalui berbagai media informasi/komunikasi: antara lain melalui media cetak, media elektronik dan berbagai teknologi informasi yang lain (misalnya web side).
- d) Membangun kemitraan dengan eksportir/asosiasi eksportir mangga untuk mendukung kelancaran ekspor mangga ke maca negara.
- e) Mengembangkan dan mempromosikan agrowisata mangga di sentra-sentra produksi mangga untuk menarik wisatawan datang ke Pasuruan.
- f) Pengembangan sarana perdagangan (kios-kios mangga) yang representatif di tempat-tempat yang strategis, misalnya di tepi jalan raya wilayah Pasuruan.

### 6.6.3. Strategi Bidang Sumber Manusia

Strategi fungsional yang perlu dikembangkan dalam bidang Sumber Daya Manusia adalah *Pemberdayaan Masyarakat dengan penekanan pada Pemberdayaan Manusia dan Pemberdayaan Ekonomi*.

Adapun usaha dan kegiatan yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Penguatan dan pemberdayaan kelembagaan petani melalui model partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha yang terkait.
- b) Pembentukan koperasi di sentra-sentra produksi untuk menunjang kelancaran usaha agribisnis mangga gadung klonal 21..
- c) Pelatihan penerapan merek dagang dan pemasaran hasil produksi.
- d) Pelatihan teknik budidaya untuk meningkatkan kemampuan petani dalam budidaya mangga gadung.
- e) Pelatihan penanganan pasca panen untuk meningkatkan kemampuan petani dalam pengelolaan hasil produksi pasca panen.

### 6.6.4. Strategi Bidang Infrastruktur

Strategi yang perlu dilakukan dalam bidang infrastruktur adalah *Pengembangan dan Peningkatan Infrastruktur* untuk menunjang kelancaran pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 di Kabupaten Pasuruan. Adapun usaha dan kegiatan yang perlu dilakukan dalam bidang infrastruktur adalah antara lain:

- a) Fasilitasi pembangunan gudang penyimpanan berbasis cool chain untuk penanganan pasca panen .
- b) Pengembangan sub terminal agribisnis di sentra produksi
- c) Peningkatan sarana dan prasarana irigasi untuk mendukung kelancaran pengairan kebun.
- d) Pengembangan sarana transportasi berbasis cool chain untuk menjaga kualitas dan daya tahan produk.
- e) Pengembangan agro industri untuk pengolahan mangga gadung menjadi berbagai jenis produk sehingga dapat memberikan nilai tambah lebih besar.

- f) Fasilitasi penyediaan sarana penunjang ekspor.

#### 6.6.5. Strategi Bidang Keuangan

Strategi yang perlu dilakukan dalam bidang keuangan lebih ditekankan pada *Peningkatan Sumber Dana/Permodalan* bagi petani/kelompok tani untuk mendukung kelancaran pembiayaan usaha pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21. Adapun usaha dan kegiatan yang perlu dilakukan dalam bidang keuangan antara lain:

- a) Pelatihan manajemen usaha (khususnya dalam pengelolaan keuangan) bagi petani/kelompok tani.
- b) Fasilitasi kemudahan akses petani/kelompok tani terhadap lembaga keuangan/perbankan.
- c) Penyediaan skim kredit usaha tani berbunga rendah.
- d) Penguatan modal kelompok



## bab VII

**STRATEGI POSITIONING**

Perencanaan usaha yang sudah disusun secara cermat dan rinci akan sangat membantu sebuah usaha untuk menganalisis dalam pengambilan putusan. Sehingga berada di posisi mana usaha yang sudah dirumuskan akan menentukan strategi, target dan kegiatan. Oleh karenanya dalam buku perencanaan usaha ini sebelum diakhiri penulis akan melengkapi *positioning*, dan arah strategi.

*Positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek/produk pesaing.

Kunci utama keberhasilan *positioning* terletak pada persepsi yang diciptakan dengan melalui kampanye promosi.

Istilah penentuan posisi (*positioning*) dipopulerkan pertama kali oleh *Al Ries* dan *Jack Trout* pada tahun 1972. Mereka berdua merupakan penulis buku yang berjudul *Positioning: The Battle for Your Mind*. Strategi *positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek/produk pesaing. Paling tidak ada tujuh pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan *positioning*, yaitu:

1. *Positioning* berdasarkan atribut, ciri-ciri atau manfaat bagi pelanggan (*attribute positioning*), yaitu dengan jalan mengasosiasikan suatu produk dengan atribut tertentu, karakteristik khusus, atau dengan manfaat bagi pelanggan. Sebagai contoh, kamera Nikon Zoom 300 QD digembarkankan sebagai kamera *auto focus zoom 35 mm* yang paling

kecil di dunia. Ukuran yang kecil (*smallness*) merupakan karakteristik produk yang secara tidak langsung menyiratkan manfaat, misalnya kenyamanan tanpa harus membawa banyak lensa kamera. Contoh lain adalah pasta gigi Total (buatan Colgate-Palmolive) yang diposisikan sebagai pasta gigi *all-in-one*, yaitu berfungsi untuk mengatasi kerusakan gusi, lubang gigi, *plaque*, dan karang gigi. Pemilihan atribut yang akan dijadikan basis positioning harus di-landaskan pada 6 kriteria berikut:

Derajat kepentingan (*importance*), artinya atribut tersebut sangat bernilai di mata sebagian besar pelanggan, Keunikan (*distinctiveness*), artinya atribut tersebut tidak ditawarkan perusahaan lain. Bisa pula atribut itu dikemas secara lebih jelas oleh perusahaan dibandingkan pesaingnya.

Superioritas, artinya atribut tersebut lebih unggul daripada cara-cara lain untuk mendapatkan manfaat yang sama,

Dapat dikomunikasikan (*communicability*), artinya atribut tersebut dapat dikomunikasikan secara sederhana dan jelas, sehingga pelanggan dapat memahaminya,

*Preemptive*, artinya atribut tersebut tidak mudah ditiru oleh para pesaing,

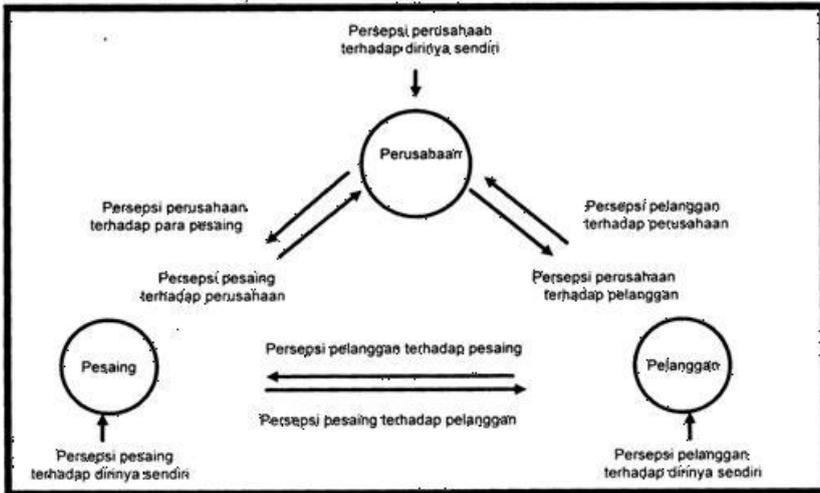
Terjangkau (*affordability*), artinya pelanggan sasaran akan mampu dan bersedia membayar perbedaan/keunikan atribut tersebut. Setiap tambahan biaya ataskarakteristik khusus dipandang sepadan nilai tambahnya.

Kemampulabaan (*profitability*), artinya perusahaan bisa memperoleh tambahan laba dengan menonjolkan perbedaan tersebut.

2. *Positioning* berdasarkan harga dan kualitas (*price and quality positioning*), yaitu positioning yang berusaha menciptakan kesan/citra berkualitas tinggi lewat harga tinggi atau sebaliknya menekankan harga murah sebagai indikator nilai. Contohnya komputer buatan Taiwan bermerek Acer diposisikan sebagai produk inovatif ber-harga murah.

3. *Positioning* yang dilandasi aspek penggunaan atau aplikasi (*use/application positioning*). Misalnya Yogurt diposisikan sebagai minuman yang menyehatkan. Jasa telepon AT&T pernah meluncurkan iklan yang menekankan komunikasi dengan orang-orang yang dicintai melalui kampanye “*Reach out and touch someone*”.
4. *Positioning* berdasarkan pemakai produk (*user positioning*), yaitu mengaitkan produk dengan kepribadian atau tipe pemakai. Misalnya seri Walkman Sony memiliki berbagai macam model yang ditujukan kepada bermacam-macam pemakai yang berbeda, mulai dari yang amatir hingga profesional.
5. *Positioning* berdasarkan kelas produk tertentu (*product class positioning*), misalnya permen Kopiko yang diposisikan sebagai kopi dalam bentuk permen, bukan permen rasa kopi.
6. *Positioning* berkenaan dengan pesaing (*competitor positioning*), yaitu dikaitkan dengan posisi persaingan terhadap pesaing utama. Contohnya kampanye per-iklanan perusahaan penyewaan mobil Avis yang menyatakan bahwa “*We’re number two, so we try harder*”. Selain itu, Pepsi menggunakan iklan komparatif untuk menyaingi Coke.
7. *Positioning* berdasarkan manfaat (*benefit positioning*), misalnya kamera Nikon’s Lite-Touch memungkinkan pengambilan gambar standar dan panoramis dalam rol film yang sama, sehingga memberikan manfaat kenyamanan dan kemampuan yang beraneka ragam.

Kunci utama keberhasilan *positioning* terletak pada persepsi yang diciptakan. Selain ditentukan oleh persepsi pelanggannya sendiri, posisi atau citra sebuah per-usahaan dipengaruhi pula oleh para pesaing dan pelanggan mereka. Jaringan-jaringan persepsi di antara perusahaan, pesaing, dan pelanggan ditunjukkan dalam Gambar 4.4. Implikasi dari jaringan-jaringan tersebut adalah bahwa setiap perusahaan wajib menggunakan berbagai perspektif tersebut dalam merumuskan dan memantau posisinya di pasar.



Gambar: 7.1  
Jaring-Jaring Persepsi

Sumber: Payne A. (1993). *The Essence of Service Marketing*. New York; Prentice Hall

Adapun tujuan pokok strategi positioning adalah:

1. untuk menempatkan atau memposisikan produk di pasar sehingga produk tersebut terpisah atau berbeda dengan merek-merek yang bersaing.
2. Untuk memposisikan produk sehingga dapat menyampaikan beberapa hal pokok kepada para pelanggan, yaitu *what you stand for, what you are, dan how you would like customers to evaluate you.*

Dalam kasus positioning multi merek (*multiple brands*), tujuan pokoknya adalah untuk:

1. Untuk mencapai pertumbuhan dengan jalan menawarkan bermacam-macam produk kepada segmen-segmen pasar yang berbeda.
2. Untuk menghindari ancaman persaingan terhadap merek tunggal.

Agar strategi penempatan produk dapat dilaksanakan dengan sukses, maka pemanfaatan variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) perlu dioptimalkan, khususnya aspek desain dan komunikasi. Syarat yang perlu dipenuhi dalam melaksanakan penempatan merek tunggal antara lain:

1. Memposisikan merek di pasar sedemikian rupa sehingga dapat bertahan dalam persaingan dengan pesaing yang paling kuat.
2. Mempertahankan posisi uniknya dengan menciptakan daya tarik produk yang berbeda/khas.

Dalam manajemen multimerek, perusahaan harus menentukan posisinya dengan cermat, supaya merek-merek yang ada tersebut tidak saling bersaing satu sama lain dan agar tidak terjadi *kanibalisasi* (merek yang satu 'mematikan' merek yang lain). Jadi segmentasi pasar harus dilakukan dengan hati-hati dan didukung dengan penempatan posisi suatu produk Individual yang cermat, yaitu melalui desain dan promosi yang unik sesuai dengan segmen pasar yang dituju.

Hasil yang diharapkan dengan melaksanakan strategi penempatan produk antara lain:

1. Pemenuhan sejauh mungkin kebutuhan segmen-segmen pasar yang spesifik.
2. Meminimumkan atau membatasi kemungkinan terjadinya perubahan yang mendadak dalam penjualan.
3. Penciptaan keyakinan pelanggan terhadap merek-merek yang ditawarkan.

Prosedur untuk melakukan penempatan posisi yang tepat meliputi tujuh langkah pokok (Hiam dan Schewe, 1994), yaitu:

1. Menentukan produk/pasar yang relevan.  
Suatu produk umumnya dimaksudkan untuk memenuhi lebih dari satu keinginan atau kebutuhan. Misalnya pasta gigi dapat berguna untuk merawat kesehatan gusi, mencegah kerusakan gigi, membuat gigi tampak putih dan cemerlang, dan mewangi mulut. Oleh karena itu, suatu produk dapat diposisikan di berbagai pasar yang berbeda. Langkah pertama

dalam melakukan positioning adalah men-daftar semua kebutuhan dan keinginan yang mungkin dapat dipenuhi produk.

2. Mengidentifikasi pesaing, baik pesaing primer maupun pesaing sekunder. Pesaing primer adalah pesaing-pesaing yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan inti, sedangkan pesaing sekunder adalah pesaing-pesaing tak langsung, yakni mereka yang tidak langsung muncul di pikiran bilamana seseorang sedang berpikir mengenai keinginan atau kebutuhan konsumen.
3. Menentukan cara dan standar yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Biasanya seseorang akan mengevaluasi berbagai alternatif pemecahan masalah yang dihadapinya dengan cara dan berdasarkan standar-standar tertentu. Dalam, hal ini perusahaan perlu melakukan riset pemasaran agar dapat memahami cara dan standar yang digunakan konsumen dalam evaluasi keputusan pembelian.
4. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap posisi pesaing (dengan membuat *perceptual map*). Pemasar perlu mengidentifikasi posisi yang ditempati pesaing dengan menggunakan *perceptual map* yang didasarkan pada atribut produk, situasi pemakai, atau kelompok pemakai.
5. Mengidentifikasi senjang atau gap pada posisi yang ditempati. Melalui analisis terhadap posisi berbagai produk yang saling bersaing, maka dapat ditentukan daerah-daerah atau aspek-aspek yang belum tergarap maupun yang telah digarap banyak pesaing.
6. Merencanakan dan melaksanakan strategi positioning. Setelah pasar sasaran ditentukan dan posisi yang dikehendaki ditetapkan, maka pemasar harus merancang program pemasaran yang dapat memastikan bahwa semua informasi mengenai produk atau merek yang disampaikan kepada pasar akan menciptakan persepsi yang diinginkan dalam benak konsumen. Jantung dari strategi positioning ini adalah kampanye promosi.

7. Memantau posisi.

Posisi aktual suatu produk atau merek perlu dipantau setiap saat guna melakukan penyesuaian terhadap setiap kemungkinan perubahan lingkungan

### **STRATEGI REPOSITIONING PRODUK**

Strategi ini dibutuhkan bilamana terjadi salah satu dari empat kemungkinan berikut:

1. Ada pesaing yang masuk dan produknya diposisikan berdampingan dengan merek perusahaan, sehingga membawa dampak buruk terhadap pangsa pasar perusahaan.
2. Preferensi konsumen telah berubah.
3. Ditemukan kelompok preferensi pelanggan baru, yang diikuti dengan peluang yang menjanjikan.
4. Terjadi kesalahan dalam *positioning* sebelumnya.

Strategi ini dilaksanakan dengan jalan meninjau kembali posisi produk dan bauran pemasaran saat ini, serta berusaha mencari posisi baru yang lebih tepat bagi produk tersebut. Tujuan strategi ini adalah untuk meningkatkan kelangsungan hidup produk dan untuk mengoreksi kesalahan penentuan posisi sebelumnya.

Persyaratan yang perlu dipenuhi dalam melaksanakan strategi ini meliputi:

1. Apabila strategi ini diarahkan pada para pelanggan saat ini, maka repositioning dilakukan melalui promosi mengenai penggunaan produk secara lebih bervariasi.
2. Apabila unit bisnis ingin menjangkau para pemakai baru, strategi ini mensyaratkan Biec bahwa produk tersebut ditawarkan dengan corak yang berbeda kepada orang yang belum menyukainya. Untuk melaksanakan hal tersebut perlu diperhatikan bahwa dalam proses memikat para pelanggan baru, pelanggan saat ini jangan sampai dikucilkan atau diabaikan.
3. Apabila strategi ini ditujukan untuk menyajikan manfaat (penggunaan) baru dari produk, maka diperlukan usaha untuk mencari manfaat laten dari produk (bila ada). Meskipun tidak

semua produk memiliki manfaat laten, ada produk-produk tertentu yang mungkin digunakan untuk tujuan yang bukan dimaksudkan sebenarnya.

Hasil yang ingin dicapai dari strategi ini antara lain adalah:

1. Peningkatan pertumbuhan penjualan dan produktivitas (dari para.pelanggan saat ini)
2. Perluasan pasar secara keseluruhan (dari para pemakai baru).  
Jadi perusahaan mengharapkan agar dapat menempatkan produk pada jalur pertumbuhan dan pro-fitabilitas yang meningkat.
3. Peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan profitabilitas (melalui pemanfaatan baru dari produk yang sudah ada).

# bab VIII

## KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

### 8.1. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa uraian pembahasan hasil di lapangan ada beberapa temuan yang bisa disimpulkan sebagai berikut:

#### I. Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan

- Sumber Daya Manusia yang tersedia cukup banyak, namun perlu pembinaan lebih lanjut sehingga secara teknis dapat memenuhi standar;
- Sudah terbentuk beberapa kelembagaan kelompok tani seperti: Koperasi Krisan “Agro Mitra” dan asosiasi krisan “Alam Krispa”, namun belum berfungsi secara maksimal;
- Pembinaan terhadap para petani budidaya bunga krisan melalui pelatihan dan pendampingan sudah dilakukan, namun belum seluruhnya petani mendapatkan pendidikan dan pelatihan tersebut.

#### II. Aspek Pemasaran

- Pemasaran bunga krisan dari hasil produksi masih mengandalkan pasar domestik. Untuk pasar ekspor peluang masih terbuka, namun perlu peningkatan kualitas produksi sesuai standar mutu ekspor, sehingga dapat bersaing dengan produksi dari daerah lain dan dari negara lain.
- Potensi pasar mangga gadung klonal 21 meliputi pasar lokal (Pasuruan), regional (Malang, Surabaya), nasional (Jawa, Sumatra, dan Kalimantan), dan pasar internasional (ekspor) Malaysia, Singapura, Australia, Jepang, China, dan Hongkong;

- Harga mangga gadung klonal 21 sangat fluktuatif (pada saat di luar musim harga mangga mahal, dan pada saat panen raya sangat rendah);
- Sebagian besar petani menjual hasil panennya ke tengkulak (pengepul);
- Kurangnya promosi keunggulan mangga gadung klonal 21. Sehingga, masyarakat belum mengetahui ciri khas mangga gadung klonal 21

### **III. Aspek Sosial Ekonomi**

- Dilihat dari aspek ekonomi dan sosial pengembangan bunga sangat membantu dan bermanfaat bagi masyarakat dan perekonomian daerah, karena usaha tersebut banyak membuka kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat sekitarnya.
- Dilihat dari aspek sosial dan ekonomi usaha pengembangan mangga gadung klonal 21 membantu dan bermanfaat bagi masyarakat dan perekonomian daerah, karena usaha tersebut banyak membuka kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat sekitarnya.

### **IV. Aspek Keuangan**

- Secara finansial, pengembangan agribisnis bunga krisan sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha (petani), karena menghasilkan keuntungan yang sangat tinggi mencapai 152% per tahun dari biaya investasi.
- Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis usaha, secara financial rencana pengembangan mangga gadung klonal 21 dapat memberikan keuntungan yang cukup tinggi dan layak untuk dikembangkan, yakni:
  - a) Menghasilkan NPV positif sebesar Rp. 32.326.059
  - b) Menghasilkan IRR sebesar 23,86% (lebih besar dari biaya modal 15%).
  - c) Menghasilkan PI sebesar 1,92 (lebih tinggi dari 1)

- d) Payback Period 7 tahun (lebih cepat dari usia ekonomis 10 Tahun).

Petani budidaya bunga krisan dan mangga gadung klonal 21 merupakan komoditas yang sangat populer dimata masyarakat Indonesia di samping itu ke dua komoditas mempunyai peluang mengisi pasar Internasional. Kawasan tanaman mangga gadung klonal 21 di Kabupaten Pasuruan mulai berkembang sejak tahun 1994 melalui program Pembangunan Pertanian Rakyat Terpadu. Berdasarkan potensi wilayah di Kabupaten Pasuruan tersebut di atas, maka pengembangan agribis bunga krisan dan mangga gadung klonal 21 seharusnya menyesuaikan dengan potensi yang ada. Berdasarkan beberapa uraian pembahasan di depan dan berdasarkan hasil survey di lapangan ada beberapa yang kegiatan untuk ditindak lanjuti sebagai berikut:

## 8.2. Tindak Lanjut Usaha Bunga Krisan

Bisnis bunga potong krisan memiliki prospek yang cerah. Maka, budidaya petani bunga krisan di Kecamatan Tutar ini, diperlukan suatu rencana usaha (*business plan*) pengembangan secara jelas, yang nantinya rencana informasi ini selain berguna bagi pengembangan petani itu sendiri juga diperuntukan pihak luar/ investor. Untuk merealisasikan hal tersebut baik dari aspek teknis maupun manajemen ada beberapa yang bisa dilakukan antara lain:

### I. Analisis Aspek Teknis

- Berdasarkan salah satu kendala yang dihadapi oleh petani yakni kekurangan benih atau bibit dan sebagian besar tergantung suplai dari luar Jawa Timur (70% disuplay dari luar), maka terbuka peluang yang sangat besar untuk pengembangan agribisnis benih krisan di Kecamatan Tutar. Hal tersebut juga mengingat besarnya kebutuhan benih di Kecamatan Tutar yang mencapai 6 juta stek dalam satu musim tanam atau sekitar 2 juta stek setiap bulannya. Apabila bibit diproduksi di daerah Tutar, maka tingkat kematian bibit saat tanam (kehilangan hasil panen) dapat dikurangi dan

harganya akan lebih rendah dari harga bibit dari Jawa Barat yang biasanya dibebani biaya ongkos kirim sekitar 10 - 20 % dari harga bibit. Dengan demikian biaya produksi dapat ditekan dan keuntungan yang diperoleh petani akan lebih tinggi. Sehingga kebutuhan bibit secara perlahan-lahan dapat terpenuhi baik jumlahnya maupun varietas yang diinginkan (sesuai kebutuhan pasar);

- Untuk meningkatkan kualitas hasil produksi bunga krisan, maka perlu mengintensifkan sosialisasi kepada para petani bunga krisan agar melakukan budidaya sesuai dengan petunjuk teknis Standard Operating Procedure (SOP);
- Karena jenis bibit varietas baru harus ada lisensi dari negara asalnya, maka untuk mempermudah petani dalam mengakses varietas baru tersebut, pemerintah perlu memfasilitasi;

## II. Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan

- Untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian para petani krisan, perlu pelatihan yang terkait dengan agribisnis bunga krisan, mulai dari hulu sampai hilir. (mulai pembibitan, produksi, pemasaran hasil) melalui kelembagaan yang ada;
- Untuk menunjang kelancaran pengembangan agribisnis bunga krisan perlu mengoptimalkan peran dan fungsi kelembagaan yang ada sehingga akan memudahkan aksesibilitas petani kepada berbagai lembaga yang terkait. Misalnya meningkatkan peran dan fungsi asosiasi dan koperasi yang ada, sehingga dapat mempermudah petani dalam akses permodalan, pemasaran, sarana produksi dan lain-lain;
- Pengembangan usaha tani krisan bunga potong ini juga didukung oleh tersedianya tenaga kerja yang cukup memadai pengalamannya dalam budidaya krisan, tersedianya jaringan jalan dan sarana transportasi serta tersedianya toko-toko sarana dan prasarana pertanian serta jaringan listrik dan air.

### III. Aspek Pemasaran

- Pasar untuk bunga tersebut masih terbuka terutama kota-kota besar di Indonesia terutama selain Bali, Malang, dan Surabaya, dengan syarat mutu bunga yang dihasilkan lebih baik dari daerah lain;
- Agar hasil produksi bunga krisan dari Kecamatan Tukur bisa segera masuk pasaran ekspor, selain meningkatkan kualitas hasil produksi, perlu menjalin kerjasama dengan eksportir sebagai mitra usaha;
- Untuk mengembangkan pangsa pasar baik baru maupun yang sudah ada, serta menjaga kontinuitas pemasaran maka perlu:
  - a) Menjalinkan kerjasama dengan instansi pemerintah maupun swasta agar bersedia menggunakan hiasan bunga potong, baik untuk event-event tertentu maupun keseharian;
  - b) Melakukan promosi melalui media teknologi internet (misalnya media WEB...[www.pasuruankrisan@yahoo.co.id](http://www.pasuruankrisan@yahoo.co.id))

### IV. Aspek Keuangan

- Dengan keuntungan yang diperoleh dalam usahatani krisan bunga potong ini mencapai 152 % per tahun, memberikan gambaran bahwa usahatani tersebut merupakan salah satu usaha yang layak untuk digeluti;
- Karena secara financial usaha budidaya bunga krisan layak (feasibel), maka usaha tersebut perlu dikembangkan di lahan-lahan lain yang potensial serta mendorong agar masyarakat Kecamatan Tukur banyak yang terlibat dalam usaha budidaya bunga krisan ini, sehingga tingkat kesejahteraan mereka menjadi lebih baik;
- Untuk membantu kelancaran modal kerja (modal usaha) bagi para petani bunga maka perlu fasilitasi kemudahan akses pendanaan bagi petani kepada lembaga keuangan/perbankan serta lembaga terkait lainnya, mengingatkan usaha

budidaya bunga krisan diperlukan modal kerja yang cukup besar.

### 8.3. Tindak Lanjut Usaha Mangga Gadung Klonal 21

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka untuk menindaklanjuti rencana pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya adalah sebagai berikut:

1. Dalam bidang produksi (aspek teknis) yang perlu dilakukan untuk mendukung pengembangan agribisnis mangga klonal 21 adalah: adalah sebagai berikut:
  - a. Pemantapan sentra produksi utama melalui antara lain: perbanyak penerapan GAP/SPO, pengembangan teknologi budidaya, penggantian varietas pengembangan kebun percontohan.
  - b. Penumbuhan sentra produksi melalui:
    - o Perluasan areal sentra produksi di daerah sentra yang sudah ada (eksisting).
  - c. Menerapkan prinsip 3 K, yakni Klonalokasi, Kolonisasi dan Konsolidasi..
  - d. Penyediaan sarana produksi pertanian untuk mendukung kelancaran pengembangan budidaya di sentra-sentra produksi.
  - e. Penerapan teknologi *off season* untuk menjamin kesinambungan (kontinuitas) produksi sepanjang tahun.
  - f. Peningkatan sarana fasilitas penanganan pasca panen untuk meningkatkan kualitas hasil produksi;
2. Dalam bidang pemasaran, kegiatan yang perlu dilakukan untuk mendukung pengembangan aspek produksi/teknik adalah sebagai berikut:
  - a. Menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan permintaan konsumen yang dilakukan melalui pelabelan dan pengemasan sehingga terlihat indah dan menarik.

- b. Peningkatan promosi mangga di dalam dan luar negeri melalui berbagai media informasi/komunikasi: antara lain melalui media cetak, media elektronik dan berbagai teknologi informasi yang lain (misalnya web site).
  - c. Membangun kemitraan dengan eksportir/asosiasi eksportir mangga untuk mendukung kelancaran ekspor mangga ke manca negara.
  - d. Perbaikan/peningkatan logistik dan distribusi untuk menjaga kualitas produk dan kelancaran pengiriman.
  - e. Melakukan diversifikasi produk, yaitu mengolah mangga dalam bentuk produk olahan seperti kripik mangga, juice manga, dan sebagainya.
  - f. Mengembangkan dan mempromosikan agrowisata mangga di sentra-sentra produksi mangga untuk menarik wisatawan datang ke Pasuruan.
  - g. Pengembangan sarana perdagangan (kios-kios mangga) yang representatif di tempat-tempat yang strategis misalnya di tepi jalan raya wilayah Pasuruan.
3. Dalam bidang Sumber Daya Manusia untuk mendukung pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 dilakukan melalui *Pemberdayaan Masyarakat dengan penekanan pada Pemberdayaan Manusia dan Pemberdayaan Ekonomi*. Adapun usaha dan kegiatan yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:
- a. Penguatan dan pemberdayaan kelembagaan petani melalui model partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha yang terkait.
  - b. Pengembangan kemitraan antara pengusaha yang terkait dengan kelompok tani mangga gadung.
  - c. Pembentukan/pemberdayaan asosiasi mangga untuk mendukung kelancaran pemasaran dan menjaga stabilitas harga mangga.
  - d. Pembentukan koperasi di sentra-sentra produksi untuk menunjang kelancaran usaha agribisnis mangga.

- e. Pelatihan penerapan merek dagang dan pemasaran hasil produksi.
  - f. Pelatihan penanganan pasca panen untuk meningkatkan kemampuan petani dalam pengelolaan hasil produksi pasca panen.
4. Dalam bidang infrastruktur yang perlu dilakukan adalah *Pengembangan dan Peningkatan Infrastruktur* untuk menunjang kelancaran pengembangan agribisnis mangga gadung kolan 21 di Kabupaten Pasuruan. Kegiatan yang perlu dilakukan dalam bidang infrastruktur adalah antara lain:
- a. Fasilitasi pembangunan gudang penyimpanan berbasis cool chain untuk penanganan pasca panen .
  - b. Peningkatan/perbaikan prasarana jalan menuju sentra produksi untuk menunjang kelancaran pengangkutan hasil produksi.
  - c. Pengembangan sarana transportasi berbasis cool chain untuk menjaga kualitas dan daya tahan produk.
  - d. Pengembangan agro industri untuk pengolahan mangga gadung menjadi berbagai jenis produk sehingga dapat memberikan nilai tambah lebih besar.
  - e. Fasilitasi penyediaan sarana penunjang ekspor.
5. Dalam bidang keuangan, untuk mendukung pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 dilakukan melalui Peningkatan Sumber Dana/Permodalan bagi petani/kelompok tani melalui antara lain:
- a. Pelatihan manajemen usaha (khususnya dalam pengelolaan keuangan) bagi petani/kelompok tani.
  - b. Fasilitasi kemudahan akses petani/kelompok tani terhadap lembaga keuangan/perbankan.
  - c. Penyediaan skim kredit usaha tani berbunga rendah.
  - d. Penguatan modal kelompok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aczel, Amir D. 1999. *Complete Business Statistics*, 4th ed. Singapore : McGraw-Hill.
- Budiarto, K., Y. Sulyo, R. Maaswinkel dan S. Wuryaningsih. 2006. *Budidaya krisan bunga potong*. Puslitbang Hortikultura. 59pp
- Badan Pusat Statistik. Kabupaten Pasuruan. 2006
- Dinas Pertanian. Kabupaten Pasuruan. 2008
- Direktorat Budidaya Tanaman Buah, Direktorat Jenderal Hortikultura Departemen Pertanian. Standar Prosedur Operasional Gadung 21. 2005
- Dwiastuti, Rini (2008), Buku Pedoman Dan Lembar Kerja Praktikum, Ilmu Usaha Tani, Program Diploma 1 (D1) Hortikultura, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.
- Hiam A dan Schewe C. 1994. *The Portable MBA Pemasaran*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Jack T and Al Ries. 1972. *The Positioning Era Cometh*. Reprint of a three-part series in Advertising Age. Chicago: Crain Publications.
- Jackson, John H, and Vernon A. Musselman. 1992. *Business: Contemporary Concepts and Practises*, Prentice Hall.
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F., (1989) , 'Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan' Terjemahan Murad dan AR Hendry Sitanggang, Jakarta : Erlangga.
- Miller D. 2003. *An asymmetry-based view of advantage: towards an attainable sustainability*. Strategic Management Journal 24(10): 961-976.

- Payne A. (1993). *The Essence of Service Marketing*. New York; Prentice Hall.
- Pusat Penelitian Tanah dan Agroklimat Badan Litbang Deptan. Departemen Pertanian. 2009
- Rangkuti F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robbins, SP and Coulter M. 2003. *Management*, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. p.198.
- Seers, D. 1969. *The Meaning of Development*. International Development Review 11(4): 3-4.
- Sihombing, D. 2007. *Proses Produksi Krisan Bunga Potong*. Makalah disampaikan pada pelatihan Budidaya Tanaman Hias di Balai Besar Diklat Agribisnis Kayu Ambbon. Lembang 21 Mei 2007.
- Sihombing D, Handayati W, dan Mahfud MC. 2009. *Budidaya Krisan Bunga Potong*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Timur, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian.
- Stoner, J.A.F., Freeman, E.R. and D.R. Gilbert. 1995. *Management - sixth edition*. Englewood Cliffs, USA: Prentice Hall inc.
- Sukirno Sadono. 1997. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. PT. Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.
- Wheelen, Thomas L., and David J. Hunger. 2004. *Strategic Management and Business Policy*. 9th ed. New York: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Wibowo, B., L.H. Praesty, E. Juarini dan Sumanto., 2001. Analisis ekonomi pembesaran itik petelur silangan AM dan MA di tingkat petani (Studi kasus Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar). *Prosiding Lokakarya Unggas Air : Pengembangan Agribisnis Unggas Air sebagai Peluang Usaha Baru*. Bogor 6-7 Agustus 2001. P.213-221.



13. Berapa harga beli bibit setiap batangnya?  
Rp. ....
14. Permasalahan-permasalahan apa saja yang Bapak/Ibu alami terkait dengan pengadaan bibit bunga krisan tersebut ?  
.....  
.....
15. Sebutkan kebutuhan-kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk investasi bunga krisan, serta berapa besar biaya investasi yang dibutuhkan setiap Ha?

No.	Jenis/macam Kebutuhan & Biaya Investasi	Jumlah (Rp.)

16. Sebutkan kebutuhan-kebutuhan apa saja serta besar biaya yang dibutuhkan untuk produksi (*biaya operasional*, dan *pemeliharaannya*) untuk setiap Ha lahan dalam satu kali tanam?

No.	Jenis/macam Kebutuhan Operasional & Pemeliharaannya	Jumlah (Rp.)

17. Permasalahan/kendala apa saja yang bapak/ibu alami terkait dengan budidaya bunga krisan ini?

.....  
.....

**III. Sosial Ekonomi**

18. Dalam mengelola usaha agribisnis bunga krisan ini, untuk setiap Ha Lahan, berapa rata-rata jumlah tenaga kerja yang diperlukan?

19. Dari manakah asal tenaga kerja tersebut:

- a. Keluarga sendiri
- b. Orang lain jauh/tetangga
- c. dengan upah/bayaran: harian;
- d. borongan; sistem gotong royong

20. Dari usaha budidaya bunga krisan ini, berapa pendapatan yang bapak/ibu peroleh dalam setiap kali panen?

.....

21. Bagaimana dampak usaha agribisnis bunga krisan ini terhadap kesejahteraan keluarga anda?

- a. Sangat bermanfaat
- b. Cukup bermanfaat
- c. Kurang bermanfaat

22. Selain dari usaha agribisnis bunga krisan, apakah bapak/ibu mempunyai sumber mata pencarian yang lain?

- a. Ya, Sebutkan.....
- b. Tidak

23. Jika mempunyai sumber mata pencarian yang lain, Berapa rata-rata penghasilan setiap tahun dari sumber mata pencarian yang lain tersebut?

24. Menurut pendapat bapak/Ibu bagaimana kondisi infrastruktur penunjang usaha agribisnis bunga krisan di bawah ini:

No.	Jenis Infrastruktur	Memadai	Kurang Memadai	Tidak Memadai	Keterangan
01	Prasarana Jalan				
02	Transportasi				
03	Energi/Listrik				
04	Kesediaan Air				
05	Sarana Komunikasi				
06					
07					

#### IV. Pasar dan Pemasaran

26. Selama ini dijual/dipasarkan ke daerah manasaja hasil produksi budidaya bunga krisan ini?

.....  
 .....

27. Di antara daerah-daerah/tempat pembeli bunga krisan tersebut, wilayah mana yang paling sering/kontinyu melakukan pembelian.....

.....

28. Menurut sepengetahuan saudara siapa saja pembeli bunga krisan saudara selama ini:

- a. Perusahaan
  - b. Perhotelan
  - c. Perseorangan
  - d. Perkantoran
  - e. Lainnya sebutkan sebanyak mungkin .....
- .....  
 .....

29. Bagaimana sistem penjualan bunga krisan yang selama ini bapak/ibu lakukan?

.....

30. Bagaimana sistem pembayarannya?

.....  
 .....





48. Melihat peran & fungsi dari keberadaan lembaga (asosiasi & Koperasi) kelompok petani budidaya bunga krisan, bagaimanakah menurut saudara keberadaan lembaga tersebut:

- a. Sangat dibutuhkan
- b. Tidak dibutuhkan
- c. Malah Mengganggu
- d. Lainnya.....

49. Dalam mengembangkan agribisnis bunga krisan, apakah bapak/ibu menghadapi kendala/permasalahan dalam hal-hal berikut ini?

NO.	Kegiatan	Ya	Tidak	Keterangan
01	Pengairan			
02	Ketersediaan saprodi			
03	Pengetahuan / ketrampilan			
04	Pemasaran hasil			
05	Modal kerja / usaha			
06	Teknologi/peralatan			
07	Pasca panen			
08	Pembibitan			
9	Varietas			
10	Harja jual			
11	Kualitas Produk:			
12	.....			
13	.....			

50. Selain kendala/permasalahan tersebut di atas permasalahan/kendala apa yang bapak/ibu rasakan selama ini ?

51. Untuk mendorong percepatan pengembangan agribisnis bunga krisan, seberapa besar kegiatan-kegiatan berikut ini diperlukan?

NO.	Kegiatan	Perlu	Tidak Perlu
01	Bantuan modal		
02	Pelatihan / pembinaan		
03	Teknologi		
04	Penanganan pasca panen		
05	Pemasaran hasil		
06	Kerjasama instansi lain		
07	Lainnya .....		



# KUESIONER PERENCANAAN USAHA

## I. IDENTITAS RESPONDEN:

1. Nama responden :
2. Alamat : RT...../RW....., Dusun  
Desa  
Kecamatan
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki, b. Perempuan
4. Umur : ..... tahun.
5. Status di keluarga : a. Kepala Keluarga b. Isteri  
c. Anak d. Lainnya,  
sebutkan.....
6. Pendidikan terakhir : a. Tidak sekolah b. SD atau sederajat  
c. SLTP d. SLTA  
e. Akademi/Perguruan Tinggi
7. Apakah pekerjaan utama Bapak/Ibu saat ini .....
8. Selain pekerjaan utama tersebut di atas, apakah Bapak/Ibu juga mempunyai pekerjaan sampingan?
  - a. Tidak mempunyai
  - b. Mempunyai, sebutkan .....

## II. Kepemilikan Lahan dan Produksi

8. Berapakah luas lahan yang saat ini Bapak/Ibu tanami mangga Gadung Klonal 21? .....
9. Berapa jumlah pohon yang Bapak/Ibu tanam pada lahan tersebut (jawaban no. 10)? .....Pohon
10. Tahun berapa Bapak/Ibu mulai menanam pohon mangga gadung tersebut?.....
11. Berapa rata-rata produksi setiap pohon dalam satu kali musim panen? .....Kg/Pohon



17. Bagaimana dampak usaha Tanaman Mangga Gadung Klonal 21 terhadap kesejahteraan keluarga anda?
  - a. Sangat bermanfaat
  - b. Cukup bermanfaat
  - c. Kurang bermanfaat
  
18. Selain dari usaha budidaya Mangga Gadung, apakah bapak/ibu mempunyai sumber mata pencarian yang lain?
  - a. Ya, Sebutkan.....
  - b. Tidak
  
19. Jika mempunyai sumber mata pencarian yang lain, berapa rata-rata penghasilan setiap tahun dari sumber mata pencarian yang lain tersebut? .....
  
20. Menurut pendapat bapak/Ibu bagaimana kondisi infrastruktur sebagai penunjang usaha budidaya Mangga Gadung Klonal 21 tersebut di bawah ini:

N o.	Jenis Infrastruktur	Memadai	Kurang Memadai	Tidak Memadai	Keterangan
01	Prasarana Jalan				
02	Transportasi				
03	Energi/Listrik				
04	Kesediaan Air				
05	Sarana Komunikasi				
06	.....				
07	.....				

#### IV. Pasar dan Pemasaran

21. Bagaimana sistem pemasaran/penjualan yang selama ini bapak/ibu lakukan?
  - a. Dijual langsung ke pasar
  - b. Dijual kepada pedagang perantara
  - c. Dibeli oleh tengkulak.
  - d. Lainnya, sebutkan.....

.....

.....

22. Bagaimana sistem pembayarannya?

- a. Tunai  
b. Kredit  
c. Lainnya, sebutkan.....

25. Berapa harga jual per Kg?

- Harga Tertinggi (awal panen) : ..... Rp./Kg  
Harga Terendah (Panen Raya) : ..... Rp./Kg  
Harga Rata-rata : ..... Rp./Kg

26. Sepengetahuan Bapak/Ibu, dipasarkan ke daerah manasaja produksi mangga gadung klonal 21 dari Pasuruan ini?

27. Permasalahan/kendala apa saja yang Bapak/Ibu alami terkait dengan pemasaran mangga gadung klonal 21 ini?

28. Sepengetahuan Bapak/Ibu, Apakah produksi mangga Gadung klonal 21 sudah masuk pasaran ekspor?

- a. Sudah  
b. Belum

29. Jika Jawaban a,

Lembaga/perusahaan apa yang melakukan kegiatan ekspor tersebut?.....  
Ke negara mana saja ekspor dilakukan? .....

30. Kendala/permasalahan apa yang menghambat kegiatan ekspor Mangga Gadung Klonal 21?

#### IV. SDM dan Kelembagaan

31. Apakah selama ini bapak/ibu pernah mengikuti pelatihan/kursus yang berhubungan dengan budidaya/pengelolaan Mangga Gadung?

- a. Pernah  
b. Tidak pernah

32. Jika Jawaban a, Jenis pelatihan/kursus apa saja yang pernah bapak/ ibu ikuti?

33. Intansi/lembaga mana penyelenggara pelatihan/kursus bapak/ibu/saudara ikuti tersebut ?.....  
.....
34. Jika bapak/ibu/saudara diberi kesempatan untuk mengikuti pelatihan/kursus yang berhubungan dengan Mangga Gadung, pelatihan tentang apa yang bapak/ibu/saudara inginkan?.....
35. Apakah Bapak/Ibu dalam pengelolaan/budidaya Mangga Gadung Klonal 21 selama ini telah mengikuti petunjuk teknis (SOP) yang dikeluarkan oleh Dinas/Lembaga terkait?
  - a. Sudah sesuai SOP
  - b. Belum sesuai SOP
36. Jika Jawaban b (belum sesuai SOP), apa alasannya?.....  
.....
37. Apakah saat ini petani mangga gadung di wilayah saudara telah ada/memiliki lembaga sejenis (koperasi, asosiasi dll)?
  - a. Sudah
  - b. Belum
38. Jika jawaban a, apakah peran/fungsi yang telah dilakukan lembaga tersebut?.....  
.....
39. Sejak kapan lembaga tersebut berdiri.....
40. Melihat peran & fungsi dari keberadaan lembaga (asosiasi) mangga gadung kelompok petani tersebut, apakah menurut saudara keberadaan lembaga tersebut:
  - a. Sangat dibutuhkan
  - b. Tidak dibutuhkan
  - c. Malah Mengganggu
41. Dalam mengembangkan usaha tanaman Mangga Gadung Klonal 21, apakah bapak/ibu menghadapi kendala/permasalahan dalam hal-hal berikut ini:

NO.	Kegiatan	Ya	Tidak	Keterangan
01	Pengairan			
02	Ketersediaan saprodi			
03	Pengetahuan / ketrampilan			
04	Pemasaran hasil			
05	Modal kerja / usaha			
06	Teknologi/peralatan			
07	Pasca panen			
08	Pembibitan			
9	Varietas			
10	Harja jual			
11	Kualitas Produk:			
12	.....			
13	.....			

42. Selain kendala/permasalahan tersebut di atas permasalahan/kendala apa yang bapak/ibu rasakan selama ini?  
 .....  
 .....

43. Untuk mendorong percepatan pengembangan usaha Mangga Gadung Klonal 21, seberapa besar kegiatan-kegiatan berikut ini diperlukan?

NO.	Kegiatan	Perlu	Tidak Perlu
01	Bantuan modal		
02	Pelatihan / pembinaan		
03	Teknologi		
04	Penanganan pasca panen		
05	Pemasaran hasil		
06	Kerjasama instansi lain		
07	Lainnya .....		

.....  
 .....

44. Komentar dan Saran  
 Berikan Komentar dan Saran terkait dengan rencana pengembangan usaha Tanaman Mangga Gadung Klonal 21 di wilayah Bapak/Ibu:

<input type="checkbox"/>	<b>KOMENTAR:</b>
<input type="checkbox"/>	<b>SARAN:</b>
	.....
	.....
	.....
	.....
	.....
	.....

Enumerator

Responden

(.....)

Nama dan tanda tangan

(.....)

Nama dan tanda tangan





Sebuah perencanaan usaha (*Business Plan*) yang disusun melalui pentahapan proses yang baik dan benar akan dapat membantu manajemen dalam mengurangi dampak dari berbagai perubahan aspek yang mungkin terjadi, meminimumkan tingkat resiko dan tindakan-tindakan yang tidak perlu, serta memaksimalkan keberhasilan usaha melalui pemanfaatan sumber daya organisasi yang dimiliki secara efektif dan efisien.

Selain sebagai alat manajemen, *Business Plan*, juga dapat berfungsi sebagai sarana bagi badan usaha yang bersangkutan untuk berkomunikasi dengan para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) termasuk calon investor dan kalangan kreditor (perbankan). Dalam kondisi lingkungan ekonomi yang serba tidak menentu seperti sekarang ini, dengan adanya perencanaan usaha akan sangat membantu dalam mengatasi rintangan dan hambatan dalam menjalankan usaha. Upaya untuk memasarkan produk dan hasil usaha sangat didukung oleh keberhasilan suatu usaha itu sendiri yang sangat tergantung pada seberapa besar kemampuan pengelola mengenali sumber daya perusahaan yang dimilikinya. Tidak sedikit perusahaan yang gagal dikarenakan ketidak mampuannya untuk mengenali dan mengelola Sumber Daya perusahaan.