

Analisis Potensi Pengembangan Ekonomi Masyarakat dan Perencanaan Usaha (Studi pada Budidaya Petani Mangga Gadung Klonal 21)

Sukesi

Fakultas Ekonomi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email: greenpct@yahoo.com

Abstract: *One indicator of community empowerment is the ability and freedom to make the best choices in determining or improving their lives. Community empowerment associated with the provision of access for communities, institutions, and community organizations in obtaining and using for the improvement of people's right to life, especially economic, social and community. A business plan drawn up through the phases of the process is good and right will be able to assist management in reducing the impact of various aspects of change that may occur, minimizing the risk level and the actions that are not necessary, and maximizing business success through the utilization of organizational resources owned effective and efficient. Aside from being a tool of management, business planning can also serve as a tool for enterprises concerned to communicate with the GCC interested parties (stakeholders) including among potential investors and creditors (banks). In the economic environment uncertainty, as now, with business planning will greatly assist in overcoming obstacles and barriers in running the business. Efforts to market the products and results of operations is supported by the success of a business itself, which is highly dependent on the ability of managers to recognize how big the company that owns the resources.*

Key works: *Potential, economics, society, business planning.*

PENDAHULUAN

Salah satu indikator dari keberdayaan masyarakat adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan yang terbaik dalam menentukan atau memperbaiki kehidupannya. 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 ketidak mampuan 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.

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.

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.

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, 2002).

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.

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

Potensi wilayah manakah yang menjadi prospek pengembangan agribisnis mangga gadung klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya Kabupaten Pasuruan? dan Apakah peluang prospek usaha di Kecamatan Rembang dan sekitarnya menjanjikan untuk dikembangkan?

Tujuan

Tujuan Penyusunan Perencanaan Pengembangan Ekonomi Masyarakat (Pengembangan Mangga Gadung Klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya) adalah:

1. Identifikasi potensi wilayah pengembangan petani agribisnis mangga gadung klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya;
2. Membuat suatu Rencana Usaha (*Business Plan*) yang mendeskripsikan tentang prospek usaha (Rencana Pengembangan) Mangga Gadung Klonal 21 di Kecamatan Rembang dan Sekitarnya.

Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai dari kegiatan Penyusunan Perencanaan Pengembangan Ekonomi Masyarakat (Pengembangan Tanaman Mangga Gadung Klonal 21) di Kecamatan Rembang dan sekitarnya adalah:

1. 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;
2. Tersedianya 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; dan
3. Tersediannya suatu analisa finansial yang mencakup estimasi pendapatan dan arus kas, neraca serta rasio keuangan lainnya.

Manfaat

Melalui kajian ini diharapkan akan memberikan manfaat:

1. Sebagai acuan bagi Pemerintah Kabupaten Pasuruan dan investor swasta maupun petani dalam mengembangkan Agribisnis Tanaman Mangga Gadung Klonal 21 di Kecamatan Rembang dan sekitarnya.
2. Mendorong kapasitas dan keberdayaan masyarakat perdesaan agar mereka dapat menangkap dan mengembangkan peluang usaha Agribisnis.
3. Mendorong pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di bidang usaha unggulan daerah.

TINJAUAN PUSTAKA

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*)

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. 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*]).

Tujuan Penyusunan Rencana Bisnis

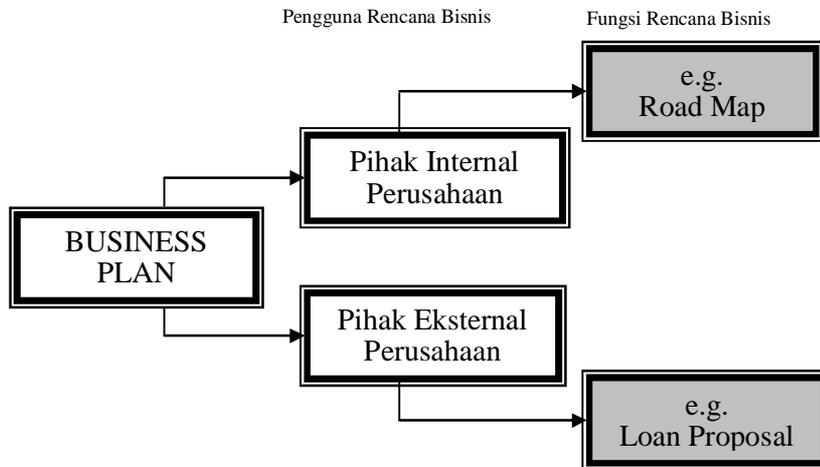
Penyusunan Rencana Bisnis Untuk Pihak Internal Perusahaan

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.

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.



Gambar 1. Orientasi Penyusunan Rencana Bisnis

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 premies*) 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.

Penyusunan Rencana Bisnis Untuk Pihak Eksternal Perusahaan

Untuk merealisasikan rencana usaha yang telah disusun, perusahaan pada umumnya membutuhkan investor maupun kreditor (*Miller, 2003*). 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 terjaminnya keamanannya.

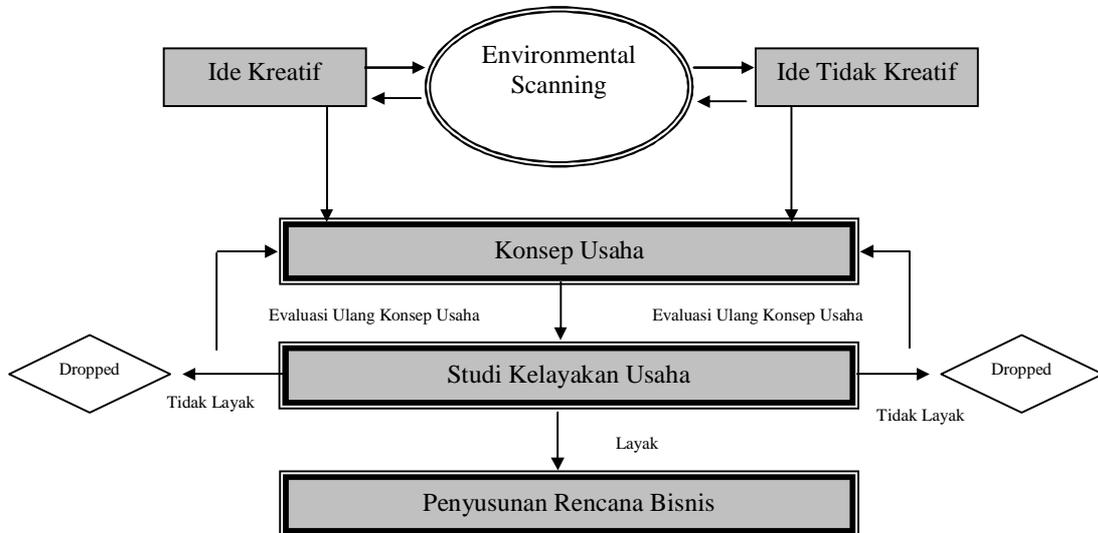
Sebagian besar materi yang dapat digunakan oleh para investor maupun kreditor untuk menilai layak tidaknya suatu bisnis untuk mereka danai, tercantum dalam sebuah rencana bisnis. Materi-materi yang tercantum dalam rencana bisnis dapat digunakan perusahaan untuk melakukan pencarian dana baik dari investor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

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 2. Formulasi Rencana Bisnis

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*).

Pemberdayaan Ekonomi

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 ketidak mampuan masyarakat yang disebabkan oleh keterbatasan akses, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, adanya kondisi kemiskinan yang dialami sebagaimana 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.

METODE KAJIAN

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 questioner serta pengumpulan data skunder (dokumen) dari para petani, pelaku usaha serta *stakeholder* lainnya.

Lokasi kegiatan dilakukan di Kecamatan Rembang dan sekitarnya Kabupaten. Penetapan responden dengan menggunakan tehnik sampling lokasi/wilayah secara *purposive* yang didasarkan pada potensi daya dukung pengembangan komodity mangga gadung klonal 21

Kebutuhan Data

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.

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.

Metode Pengumpulan Data

Metode untuk mengumpulkan data dengan menggunakan cara:

- *Kuesioner*: yaitu dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden.
- *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.
- *Dokumenter*: yaitu melakukan pelacakan terhadap data yang pernah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, yang berupa dokumen dari instansi yang terkait dengan kegiatan ini.

Tehnik Analisis

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 sebagai berikut:

Aspek Teknik Produksi

Analisis terhadap aspek tehnik produksi 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

Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan

Analisis aspek sumber daya manusia meliputi:

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

Aspek Pasar

Analisis terhadap aspek pasar meliputi:

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

Aspek Sosial dan Ekonomi

Analisis dampak usaha terhadap penciptaan kesempatan kerja, dan terhadap masyarakat sekitarnya meliputi:

1. Ketersediaan Tenaga Kerja
2. Tingkat pendapatan petani
3. Infrastruktur (jalan, air, listrik, sarana komunikasi, sarana transportasi).

Analisis Aspek Keuangan

Metode yang digunakan 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

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Aspek Teknis

Berdasarkan hasil survey, dalam usaha budidaya mangga gadung klonal 21, secara teknis terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh para petani mangga 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 seperti sarana/prasarana transportasi, irigasi, pergudangan (penyimpanan buah) masih kurang memadai.
- Penanganan pasca panen dan pengolahan hasil belum dilakukan secara maksimal.

Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan

Jumlah dan Tingkat Pendidikan Petani Mangga

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 Table 1.

Tabel 1. 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%
Total		50	100%

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 2. 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%
Total		50	100%

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

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 3.

Tabel 3. 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%
Total		50	100%

Meskipun berbagai jenis pelatihan yang terkait dengan budidaya mangga gadung sudah pernah diberikan, namun para petani merasa kurang. 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
- Pemasaran hasil produksi
- Pemberantasan hama/penyakit

Kelembagaan Petani Mangga Gadung

Berdasarkan hasil survey diketahui bahwa di setiap 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.

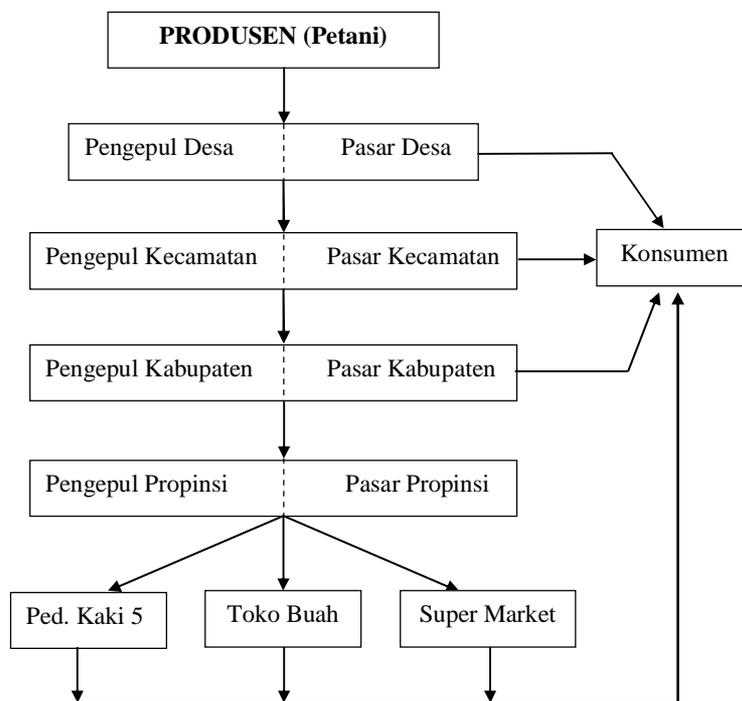
Analisis Aspek Pasar

Ruang lingkup konteks perencanaan dan pengembangan usaha ini, meliputi beberapa hal antara lain: daerah pemasaran, harga jual, mata rantai pemasaran, pesaing, sistem pembayaran dan sebagainya.

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.

Saluran distribusi buah mangga gadung dari produsen hingga konsumen akhir umumnya melalui beberapa mata rantai pemasaran. 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. Adapun mata rantai pemasaran mangga gadung seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Mata Rantai Pemasaran Mangga Gadung

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, seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. 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%
Total		50	100%

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.

Daerah Pemasaran dan Mata Rantai Pemasaran

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.

Tabel 5. Tanggapan Responden Tentang Cara Pembayaran

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

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.

Aspek Sosial dan Ekonomi

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. Pemenuhan Kebutuhan Tenaga Kerja

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

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.

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 7. 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%
Total		50	100%

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.

Analisis Usaha

Dalam analisis finansial ini diasumsikan tentang biaya produksi, pendapatan dan keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut sudah dihitung secara lebih terinci.

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 seperti pada Tabel 8.

Tabel 8. Analisis Usaha

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 di olah

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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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

1. Secara agroekologi beberapa kecamatan di Kabupaten Pasuruan cocok untuk budidaya mangga gadung klonal 21 karena kondisi lahan yang sesuai (ketinggian tempat, curah hujan, tekstur tanah). Saat ini masih terdapat cukup luas lahan potensial yang dapat dikembangkan untuk budidaya mangga gadung; yaitu di Kecamatan Rembang 1.820.ha, Kecamatan Sukorejo 1.588. ha, Kecamatan Wonorejo 1.221.ha dan Kecamatan Bangil 88 ha. Budidaya mangga gadung klonal 21 yang dilakukan oleh petani mangga di Kecamatan Rembang dan sekitarnya sudah mengarah pada budidaya mangga yang benar, dan sudah dimulai menerapkan SOP, namun demikian masih diperlukan pembinaan dan pendampingan, serta penguatan modal agar dapat meningkatkan kuantitas maupun kualitas mangga yang dihasilkan;
2. 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) Payback Period 7 tahun (lebih cepat dari usia ekonomis 10 Tahun).

Saran

Untuk merealisasikan baik dari aspek teknis maupun manajemen ada beberapa yang bisa dilakukan antara lain:

- Dilaksanakan pembinaan dan pendampingan dalam rangka pelaksanaan SOP agar menghasilkan kuantitas dan kualitas oleh dinas terkait;
- Dilaksanakannya penerapan pembuahan di luar musim agar nilai jual mangga relatif tinggi;
- Untuk menunjang keberhasilan usaha perlu didukung pengembangan teknologi penanganan pasca panen yang memadai (seperti penyimpanan, *packaging*, *cold storage*) serta dikembangkan berbagai alternatif pengolahan hasil (seperti sirup manga, selay, kripik dsb.).
- Untuk meningkatkan kualitas SDM petani, maka perlu pelatihan, mulai dari hulu sampai hilir. (mulai pembibitan, budidaya/produksi, penanganan pasca panen dan pemasaran hasil);
- Meningkatkan peran penguatan kelembagaan kelompok tani dan asosiasi mangga agar petani mempunyai nilai daya tawar yang tinggi dalam menjual produk, dan penguatan modal.
- Agar mangga klonal 21 produksi Pasuruan mudah dan cepat dikenal masyarakat maka perlu disosialisasikan (dipromosikan) tentang karakteristik mangga gadung klonal 21 serta memberikan labeling untuk komoditas yang di ekspor dan dipasarkan di Supermarket atau Toko Buah;
- Karena secara financial usaha budidaya mangga gadung tersebut layak (*feasible*), maka usaha tersebut perlu dikembangkan lahan-lahan yang potensial untuk budidaya mangga gadung klonal 21;
- Untuk membantu kelancaran modal kerja (modal usaha) bagi para petani maka perlu fasilitasi kemudahan akses pendanaan kepada lembaga keuangan/perbankan serta lembaga terkait lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aczel, Amir D. 1999. *Complete Business Statistics*, 4th ed. Singapore : McGraw-Hill.
- Jackson, John H, and Vernon A. Musselman., 1992. *Business: Contemporary Concepts and Practises*, Prentice Hall.
- Miller D., 2003. An asymmetry-based view of advantage: towards an attainable sustainability. *Strategic Management Journal* **24**(10): 961–976.
- Robbins, SP and Coulter M., 2003. *Management*, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. p.198.
- Stoner, J.A.F., Freeman, E.R. and D.R. Gilbert., 1995. *Management - sixth edition*, Englewood Cliffs, USA: Prentice Hall inc.
- 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., 2002. Analisis ekonomi pembesaran itik petelur silangan AM dan MA di tingkat petani (Studi kasus Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar). *Prosiding Lokakarya Unggas Air :*

Sukesi

Pengembangan Agribisnis Unggas Air sebagai Peluang Usaha Baru. Bogor 6-7 Agustus 2001. P.213-221.

Hasil Laporan Kegiatan Penyusunan Perencanaan Pengembangan Ekonomi Masyarakat Kabupaten Pasuruan, Tahun 2009.