

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan Negara agraris, karena memiliki kekayaan sumber daya alam terutama hasil pertanian dengan mayoritas penduduk yang berprofesi sebagai petani dan karena memiliki lahan yang produktif untuk bercocok tanam (Umboh, 2014). Negara Indonesia diuntungkan karena dikaruniai keadaan alam yang mendukung yaitu hamparan lahan yang luas, ragam hayati yang melimpah, dan iklim tropis sinar matahari terjadi sepanjang tahun sehingga dapat menanam sepanjang tahun. Sebagian besar lahan pertanian di Indonesia ditanami padi. Hal ini disebabkan karena padi merupakan sumber makanan pokok penduduk Indonesia (Prasekti, 2015). Padi atau beras berperan sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomis tinggi, oleh karena itu peningkatan produksi padi diusahakan untuk menunjang keamanan pangan yang merupakan prioritas utama pada pembangunan di Indonesia.

Penggunaan benih unggul bersertifikat adalah salah satu usaha untuk meningkatkan produksi padi di Indonesia. Perbedaan benih bersertifikat dan benih tidak bersertifikat adalah untuk benih bersertifikat adalah benih yang di dalam proses produksinya menerapkan cara dan persyaratan tertentu sesuai dengan ketentuan standar benih baik dalam lapangan maupun laboratorium yang diawasi oleh Sub Direktorat Pembinaan Mutu Benih Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB). Sedangkan untuk benih yang tidak bersertifikat proses produksinya tidak melalui cara dan persyaratan seperti benih bersertifikat. Oleh karena itu analisa strategi pemasaran usaha produksi benih padi sangat diperlukan karena hal ini akan sangat membantu untuk menentukan strategi dalam pemasaran produksi benih padi PP.KERJA.

Salah satu usaha produksi benih padi yang terdapat di daerah Sawit Boyolali adalah PP. KERJA. PP. KERJA terletak di Ngemplaksuren

Karangduren, Sawit Boyolali Jawa Tengah, sejarah singkat berdirinya PP. KERJA adalah pada tahun 1972-an oleh Bp. H. Soedali (alm) yang bergerak di pengadaan bibit cabutan, benih sumber dari didapatkan dari KB. Padi (BBI). PP. KERJA didukung dengan lahan produksi yang terdiri dari lahan sendiri, lahan sewa dengan tenaga dan sarana produksi diatur oleh PP. KERJA ± 20 Ha, lahan kerjasama PP. KERJA meminjami benih sumber dan sebagian saprodi ± 360 Ha dimana lahan kerjasama ini meliputi kabupaten Boyolali, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Sragen, Kabupaten Klaten, Kabupaten Karanganyar. PP. KERJA berdiri dengan mengacu visi maju bersama petani menjadi yang terdepan dengan isi menjadi perusahaan swasta yang terpercaya dalam industri perbenihan nasional. Tujuan PP. KERJA dalam usahanya adalah menunjang program pemerintah dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat desa terutama sektor pertanian, memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat di sekitar perusahaan, memenuhi kebutuhan benih bersertifikat yang berkualitas tinggi sehingga dapat meningkatkan hasil produksi pertanian menuju swasembada pangan. Untuk tenaga kerja di PP. KERJA adalah berdasarkan banyaknya permintaan, apabila permintaan benih meningkat maka mungkin dilakukan penambahan tenaga kerja namun apabila permintaan benih menurun maka tidak mungkin juga dilakukan pengurangan tenaga kerja.

Dalam kelangsungan usahanya PP. KERJA juga memiliki pesaing yang juga memproduksi benih padi. Adapun pesaing yang ada adalah Balai Benih Padi Tegalgondo yang terletak di Desa Sraten Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjoi ini memiliki luas lahan seluas 6 hektare dengan 7 macam varietas. Benih padi memiliki banyak peranan utama di Indonesia karena beras adalah bahan makanan pokok sebagian besar masyarakat. Untuk menghadapi persaingan dengan pesaing yang ada dan supaya PP. KERJA dapat tetap eksis dalam bisnis usahanya maka perlu dilakukan penelitian untuk menemukan strategipemasaran yang baik untuk melanjutkan usaha di waktu yang akan datang. Suatu perusahaan pasti selalu mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan kekuatan eksternal perusahaan (peluang dan ancaman) suatu pasar di setiap harinya.

Kegiatan tersebut adalah dilakukan dengan pengamatan secara hati-hati persaingan, tingkat inflasi, peraturan, siklus bisnis, keinginan, dan harapan dari konsumen dan juga faktor-faktor lainnya yang dapat menunjukkan peluang serta ancaman yang ada. Dalam suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi guna mengatasi adanya ancaman eksternal serta dapat merebut peluang bisnis yang ada. Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Chandler dalam Rangkuti, 2016). Hal tersebut terdiri dari proses analisa atau analisis, perumusan serta evaluasi dari masing-masing strategi itu, hal ini dinamakan perencanaan strategis. Tujuan utama dari perencanaan strategis yaitu agar perusahaan yang bersangkutan dapat melihat keadaan internal dan eksternal secara objektif supaya dapat mengetahui dan mengantisipasi adanya perubahan lingkungan eksternal. Sehingga perencanaan strategis sangat penting dilakukan oleh perusahaan karena guna mendapat keunggulan bersaing dan memiliki hasil produksi yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen yang berasal dari sumber daya yang ada dengan dukungan yang optimal.

Persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya para penjual atau pengusaha yang sama sama memiliki usaha yang sama dan kemudian sama sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Untuk dapat bertahan dalam beratnya persaingan yang ada, maka dibutuhkan model analisis dan strategi bisnis untuk perusahaan supaya dapat berkembang lebih pesat dan dapat menghadapi persaingan yang ada. Beberapa macam perencanaan atau alat analisa strategi bisnis adalah matriks SWOT, CPM, QSPM, Matriks Posisi Strategi dan Evaluasi Tindakan (SPACE), Matriks Boston Consulting Group (BCG), BSC (Balanced Scorecard), GE Matrix, Grand Strategy Matrix, Internal-External Matrix. Menurut David CPM adalah termasuk dalam tahapan Input Stage dalam formulasi strategi (Suhardini dan Dimas, 2014). Matriks SWOT adalah metode perumusan strategis yang berfungsi untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang,

dan ancaman suatu perusahaan (Suhardini, dan Dimas, 2014). QSPM adalah teknik untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang terbaik bagi kondisi perusahaan (Suhardini dan Dimas, 2014). Menurut Rangkuti(2016) Matrix SPACE bertujuan untuk mempertajam analisa, agar suatu perusahaan dapat melihat posisinya dan arah perkembangan selanjutnya. Matriks Boston Consulting Group (BCG) merupakan perencanaan portofolio model yang dikembangkan oleh Bruce Henderson dari Boston *Consuling Group* pada tahun 1970 awal, hal ini didasarkan pada pengamatan bahwa unit bisnis perusahaan dapat digolongkan pada empat kategori berdasarkan kombinasi pada pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif terhadap pesaing terbesar (Hartoko, 2011). BSC (Balanced Scorecard) menurut Kaplan dan Norton (1996) BSC adalah alat pengukur kinerja eksekutif yang memerlukan ukuran komprehensif dengan empat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (Hartoko, 2011). *Matrix Grand Strategy* adalah pemilihan dua variabel sentral dalam proses penentuan tujuan utama *grand strategy* dan memilih faktor-faktor internal atau eksternal untuk pertumbuhan atau profitabilitas (Rangkuti, 2016). Matrix internal dan eksternal yaitu dikembangkan dari model *General Electric* (GE-Model), parameter yang digunakan dalam matrix ini adalah kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi (Rangkuti, 2016). Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan oleh penelitian kondisi yang ada di lapangan serta penelitian terdahulu juga menjadi referensi dalam menjelaskan proses perumusan strategi bisnis yang dibuat berdasarkan metode-metode yang mendukung, maka peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode matriks SWOT dan QSPM untuk memecahkan masalah yang ada. Penulis menggunakan SWOT karena SWOT memiliki kelebihan-kelebihan yaitu sederhana, fleksibel, integratif, kolaborasi, partisipatif, mudah untuk dipahami, dan dapat digunakan untuk ukuran organisasi sebesar apapun. Kemudian penulis memilih untuk juga menggunakan QSPM adalah karena QSPM memungkinkan untuk mengevaluasi strategi-strategi alternatif suatu

objektif berdasarkan pada faktor-faktor kesuksesan internal dan eksternal utama dan kumpulan strategi dapat ditelit secara berurutan atau secara serentak (Mardalis, 2011).

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan), faktor eksternal (peluang dan ancaman), dan rumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT pada PP. KERJA ?
2. Bagaimana alternatif strategi yang tepat untuk PP. KERJA untuk mengembangkan usahanya dengan menggunakan QSPM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hasil analisa faktor internal (kekuatan dan kelemahan), faktor eksternal (peluang dan ancaman), dan analisa matrik SWOT pada produksi benih padi di PP. KERJA.
2. Untuk menentukan strategi yang tepat yang akan digunakan oleh PP. KERJA untuk mengembangkan usahanya di waktu mendatang dengan menggunakan QSPM.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini diperlukan adanya model pemecahan masalah yang terfokus serta dibatasi agar pembahasan tidak melebar diluar tujuan yang akan dicapai. Di bawah ini merupakan batasan masalah dari penelitian yang dilakukan:

1. Responden adalah pemilik PP. KERJA, karyawan PP. KERJA, dan orang-orang yang berhubungan dengan PP. KERJA seperti penyalur dan petani.
2. Penelitian hanya dilakukan pada PP. KERJA Kabupaten Boyolali.
3. Penelitian ini menggunakan metode SWOT dan QSPM.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Untuk peneliti, adalah supaya peneliti dapat menerapkan apa yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan khususnya tentang teori SWOT dan QSPM guna memberikan solusi terhadap penelitian yang sedang dilakukan.
2. Untuk UKM atau perusahaan, adalah memberikan sumbangan kepada UKM/perusahaan mengenai pemahaman tentang SWOT dan QSPM yang dapat memberikan dampak terhadap peningkatan usaha bisnis daya saing dengan menentukan strategi bisnis.
3. Untuk pembaca, adalah untuk memberikan informasi guna memperluas wawasan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan dijelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori yang menjadi dasar dalam dilaksanakan penelitian. Bab ii juga membahas tentang metode yang digunakan yaitu SWOT dan QSPM. Dimana teori tersebut dapat berasal dari buku, jurnal, internet, dan laporan penelitian yang sudah ada sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana proses pengumpulan data, melakukan penelitian, dan menganalisisnya.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari pengumpulan data yang sudah dilakukan, dan bagaimana mengolah data yang ada dengan

dengan menggunakan metode yang digunakan oleh peneliti. Disini peneliti menggunakan metode SWOT dan QSPM.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan serta saran. Pada kesimpulan menjelaskan tentang hasil dari penelitian. Sedangkan saran menjelaskan tentang bagaimana tindak lanjut dari penelitian yang sudah dilakukan.