

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGGILINGAN PADI
(Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)**



**WINDA RIFDAH
G021191066**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGGILINGAN PADI
(Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)**

WINDA RIFDAH

G021191066



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGGILINGAN PADI
(Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)

Winda Rifdah
G021191066

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024



SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEGGILINGAN PADI

(Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)

WINDA RIFDAH

G021191066

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis pada tanggal 24
April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan
pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Disetujui Oleh:



Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S
19610829 198601 2 001



Achmad Amiruddin, S.P., M.Si
19921109 201903 1 007

Diketahui Oleh:



Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
19721107 199702 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi: Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S sebagai pembimbing utama dan Achmad Amiruddin, S.P., M.Si., sebagai pembimbing pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 24 April 2024



Winda Rifdah
G021191066



RIWAYAT HIDUP



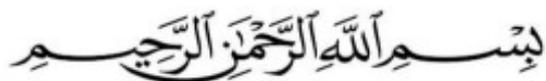
Winda Rifdah, lahir di Labessi pada tanggal 02 April 2001. Anak tunggal dari pasangan Bapak **Ir. Jusdih Yusuf** dan Ibu **Hj. Atirah Makkawaru**. Selama hidupnya penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal yaitu:

1. TK Gersamata Kolaka (2006-2007)
2. SD Negeri 133 Marioriwawo (2007-2013)
3. SMP Negeri 1 Marioriwawo (2013-2016)
4. SMA Negeri 2 Soppeng (2016-2019)

Kemudian dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN menjadi mahasiswa di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2019 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1). Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik dengan sebaik-baiknya, penulis bergabung dengan Himpunan Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) UNHAS sebagai anggota biasa. Penulis juga pernah menjadi Asisten pembimbing mahasiswa pada matakuliah Analisis Perencanaan dan Pengembangan Agrosistem (APPAS) semester awal tahun akademik 2022/2023, penulis juga mengikuti program kemahasiswaan tingkat universitas yaitu sebagai anggota tim pada Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Tahun 2022. Kemudian penulis juga mengikuti salah satu organisasi daerah yaitu menjadi salah satu pengurus bagian divisi media dan publikasi di IMPS Koperti Unhas Periode 2021-2022 dan pengurus bagian divisi hubungan masyarakat di IMPS Koperti Unhas Periode 2022- 2023. Tak hanya itu, penulis juga mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat universitas, nasional, hingga internasional. Dalam memperoleh pengalaman kerja, penulis pernah melakukan kegiatan magang di Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, Perkebunan dan Ketahanan Pangan Kabupaten Soppeng (Bidang Ketahanan Pangan) dan Unit Usaha KWT Labokong Tahun 2022.



UCAPAN TERIMA KASIH

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Puji syukur atas diri-Nya yang memiliki sifat Ar-Rahman dan Ar-Rahim, dengan kemuliaan-Nyalah atas Kesehatan, ilmu pengetahuan, rejeki dan nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi (Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)**”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bantuan moril dan bantuan materiil. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menghaturkan rasa kasih dan cinta serta terima kasih sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua kandung penulis Bapak **Ir. Jusdih Yusuf** dan Ibu **Hj. Atirah Makkawuru** telah melahirkan, membesarkan, mendidik, memiliki kesabaran dan keikhlasan yang besar dalam mengiringi setiap langkah penulis dengan doa restu yang sangat tulus serta tak henti-hentinya memberikan dukungan hingga penulis dapat sampai pada tahap ini dan insya Allah dapat mencapai kesuksesannya kelak.

Berbagai kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini, sehingga dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan tidak mengurangi rasa empati dan hormat kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. **Ibu Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S.**, selaku dosen pembimbing utama dan **Bapak Achmad Amiruddin, S.P., M.Si.** selaku dosen pembimbing pendamping atas waktu dan kesempatannya dalam membimbing penulis mulai dari awal penulisan proposal penelitian hingga penyelesaian skripsi ini. Selama proses bimbingan penulis mendapatkan banyak arahan, motivasi, ilmu, maupun koreksi yang tentunya konstruktif demi mencapai skripsi penulis yang baik dan benar sesuai kaidah. Oleh karena itu penulis sangat berterima kasih atas hal-hal tersebut. Penulis juga memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila selama proses bimbingan terdapat perilaku penulis yang kurang berkenan.
2. **Ibu Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan **Bapak Ir. Mahyuddin, S.P., M.Si.**, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dalam menghadiri seminar proposal hingga sidang skripsi penulis. Penulis sangat berterima kasih atas segala saran dan koreksi yang membangun sehingga dapat menghasilkan skripsi yang baik dan benar.
3. **Ibu Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si** selaku dosen Penasehat Akademik (PA) penulis yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1).
4. **Ibu Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan **Bapak Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.**, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan ilmu dan teladan kepada penulis selama menempuh kuliah.
5. **Ibu Ni Made Viantika, S.P., M.Agb.**, selaku panitia seminar proposal penulis. Terima kasih atas kesediaan dan bantuannya untuk mengatur seminar, serta petunjuk dan masukkan dalam penyempurnaan skripsi ini.



Ibu Dosen Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, terima kasih sebesar-besarnya atas segala ilmu-ilmu mengenai pertanian telah mendidik penulis selama menjalani proses perkuliahan. Penulis maaf sebesar-besarnya apabila selama proses perkuliahan terdapat perilaku yang kurang berkenan.

7. **Staf Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, yang telah membantu penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir.
8. **Ibu Hj. Andi Satrianti**, selaku pengelola pada usaha penggilingan padi di CV. Coppo Benteng yang telah membantu dan memberikan berbagai informasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. **Bapak Andi Ompi**, selaku manager pada usaha penggilingan padi di CV. Coppo Benteng yang telah bersedia menjadi responden penulis, meluangkan waktu untuk menjawab dengan baik seluruh pertanyaan dan memberikan data yang diperlukan oleh penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Keluarga Besar **Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian angkatan 2019 “Adh19ana”** teman seperjuangan penulis, terima kasih atas segala bantuan, saran, dan motivasi yang diberikan pada penulis serta nasihat-nasihatnya kepada penulis mulai dari pertama kali menginjakkan kaki di kampus bersama-sama hingga sampai saat ini.
11. Sahabat **ECM (Asfinolia, Mala, Sri, Uni, Manda dan Kiki)** yang setia menjadi *support system* terbaik di hari-hari penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
12. Sahabat **SUKA-SUKA (Afiah, Arinda, Tasha, Zaiful, dan Attul)** yang setia menjadi *support system* terbaik di hari-hari penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
13. Sahabat **TOGA FIRE (Niar, Asriadi, Sulhikma, Asrul, dan Hilal)**, terima kasih telah menjadi teman dan keluarga baru yang memberikan ilmu dan pengalaman baru juga. Terima kasih atas bantuan dan setiap kata semangat, dukungan dan doanya.
14. Teman temanku (**Qila, Reny, dan Dhea**) yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
15. Kepada semua pihak yang telah memberi bantuan yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu. Semoga sehat selalu dan selalu menjadi orang yang baik untuk diri sendiri dan juga untuk orang lain.



ABSTRAK

WINDA RIFDAH. **Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi (Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)** (dibimbing oleh Sitti Bulkis dan Achmad Amiruddin).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan usaha dan mengetahui beberapa alternatif strategi pengembangan yang dapat digunakan perusahaan penggilingan padi CV. Coppo Benteng. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Pada penelitian ini menggunakan 3 informan yang terdiri dari wakil direktur perusahaan, manager produksi dan pemasaran, dan admin perusahaan penggilingan padi CV. Coppo Benteng. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat 8 faktor strategi internal meliputi 5 faktor internal kekuatan dan 3 faktor internal kelemahan, serta 5 faktor strategi eksternal meliputi 3 faktor eksternal peluang dan 2 faktor eksternal ancaman. Strategi pengembangan yang diterapkan adalah 1) Memaksimalkan penjualan dan pendistribusian, 2) Memanfaatkan sumber daya manusia yang terampil, 3) Mempertahankan kualitas produk agar menjaga kepercayaan konsumen, 4) Memanfaatkan kualitas produk untuk bersaing dengan pesaing yang terus bertambah, 5) Memperbaiki pengelolaan manajemen dengan membentuk struktur organisasi untuk setiap karyawan bekerja pada divisi masing-masing agar lebih maksimal, 6) Memperbanyak kerjasama dengan mitra untuk mengantisipasi keterbatasan modal, 7) Memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang informatif mengenai keunggulan Usaha CV. Coppo agar dapat menarik minat konsumen.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisis SWOT, Faktor Internal, Faktor Eksternal.



ABSTRACT

WINDA RIFDAH. **RICE MILLING BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY (Case Study of CV. Coppo Benteng in Soppeng Regency)** (supervised by Sitti Bulkis and Achmad Amiruddin).

This study aims to analyze business activities and find out some alternative development strategies that can be used by CV rice milling company. Coppo Benteng. The analysis technique used is SWOT analysis. In this study using 3 informants consisting of deputy director of the company, production and marketing manager, and admin of CV rice milling company Coppo Benteng. The results of this study are that there are 8 internal strategic factors including 5 internal factors of strength and 3 internal factors of weakness, and 5 external strategic factors including 3 external factors of opportunity and 2 external factors of threat. The development strategies implemented are 1) Maximizing sales and distribution, 2) Utilizing skilled human resources, 3) Maintaining product quality in order to maintain consumer confidence, 4) Utilizing product quality to compete with growing competitors, 5) Improve management management by forming an organizational structure for each employee to work in their respective divisions to be maximized, 6) Increase cooperation with partners to anticipate capital limitations, 7) Utilizing social media as an informative promotional media regarding the advantages of CV. Coppo in order attract consumer interest.

Keywords: *Business Strategy, SWOT Analysis, Internal Factors, External Factors.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGANTAR	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	2
1.3. RESEARCH GAP (NOVELTY)	3
1.4. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 LANDASAN TEORI.....	4
2.1.1 Strategi.....	4
2.1.2 Strategi Pengembangan Usaha.....	4
2.1.3 Penggilingan Padi	6
2.1.4 Analisis SWOT	7
2.1.5 Matriks SWOT	9
2.2. KERANGKA KONSEPTUAL (<i>Conceptual Framework</i>)	9
III. METODE PENELITIAN	11
3.1. PENDEKATAN PENELITIAN	11
3.2. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN.....	11
3.3. PENENTUAN INFORMAN	11
3.4. JENIS DAN SUMBER DATA	11
3.4.1 KUMPULAN DATA.....	12
3.4.2 ANALISIS DATA	12
3.4.2.1 IFA (INTERNAL FACTOR ANALYSIS STRATEGY).....	12
3.4.2.2 EFA (EXTERNAL FACTOR ANALYSIS STRATEGY)	13
3.4.2.2.1 Internal External)	13
3.4.2.2.2 SWOT	14
3.4.3 OPERASIONAL.....	15



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Gambaran Umum CV. Coppo Benteng	16
4.2 Deskripsi Informan	17
4.3 Sumber Daya Usaha	17
4.3.1. Sumber Daya Lahan dan Bangunan	17
4.3.2. Sumber Daya Alat dan Mesin	18
4.3.3. Sumber Daya Manusia	20
4.3.4. Sumber Daya Keuangan	21
4.4 Kinerja Usaha	23
4.4.1 Proses Pengadaan Bahan Baku	23
4.4.2 Proses Produksi	24
4.4.3 Proses Pemasaran	26
4.5 Faktor Internal dan Eksternal CV. Coppo Benteng	27
4.5.1 Identifikasi Faktor Internal Pada Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng	27
4.5.2 Identifikasi Faktor Eksternal	31
4.5.3 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Strategy</i>)	33
4.5.4 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Strategy</i>)	34
4.5.5 Matriks IE	34
4.5.6 Matriks SWOT	35
4.6 Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng	36
4.6.1 Strategi S-O (<i>Strenght-Opportunity</i>)	36
4.6.2 Strategi S-T (<i>Strengths-Threat</i>)	37
4.6.3 Strategi W-O (<i>Weakness-Opportunity</i>)	38
4.6.4 Strategi W-T (<i>Weakness-Threat</i>)	38
V. PENUTUP	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	10
Gambar 2. Matriks IE (<i>Internal External</i>).....	14
Gambar 3. Mesin <i>Rice to Rice</i>	19
Gambar 4. Rantai Pengadaan Bahan Baku Pada Perusahaan CV.Coppo Benteng.....	23
Gambar 5. Skema Alur Produksi Pada Perusahaan CV. Coppo Benteng.....	25
Gambar 6. Sertifikat Ketetapan Halal Beras pada Perusahaan CV. Coppo Benteng.....	28
Gambar 7. Matriks Internal-Eksternal Pengembangan Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng.....	35



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nama dan alamat beberapa daftar penggilingan padi di Kabupaten Soppeng.....	1
Tabel 2. Data permintaan beras pada CV. Coppo Benteng Kabupaten Soppeng Tahun 2019-2022.....	2
Tabel 3. Daftar Informan Penelitian.....	11
Tabel 4. Matrik IFAS.....	13
Tabel 5. Matrik EFAS.....	13
Tabel 6. Matrik SWOT.....	14
Tabel 7. Karakteristik Informan Penelitian.....	17
Tabel 8. Sumber Daya Lahan dan Bangunan Pada Perusahaan CV. Coppo Benteng.....	17
Tabel 9. Jenis-Jenis Peralatan/Mesin Pada Perusahaan CV. Coppo Benteng.....	19
Tabel 10. Biaya Tetap yang Dikeluarkan Oleh Perusahaan CV. Coppo Benteng, 2023.....	21
Tabel 11. Biaya Variabel yang Dikeluarkan Oleh Perusahaan CV. Coppo Benteng, 2023.....	22
Tabel 12. Analisis Pendapatan Perusahaan CV. Coppo Benteng, 2023.....	22
Tabel 13. Tingkat Produksi Beras Perusahaan CV. Coppo Benteng Tahun 2019-2022.....	24
Tabel 14. Faktor Internal Pengembangan Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng.....	31
Tabel 15. Faktor Eksternal Pengembangan Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng.....	33
Tabel 16. Matriks IFAS Pengembangan Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng.....	33
Tabel 17. Matriks EFAS Pengembangan Usaha Penggilingan Padi CV. Coppo Benteng.....	34
Tabel 18. Matriks SWOT Pengembangan Usaha CV. Coppo Benteng.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Penelitian.....	45
Lampiran 2. Pedoman Pengisian Rating.....	48
Lampiran 3. Matriks IFAS.....	50
Lampiran 4. Matriks EFAS.....	51
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	52



1. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Penggilingan padi merupakan salah satu sarana yang digunakan dalam menyalurkan beras dari produsen kepada konsumen dengan mengolah padi menjadi beras hingga dipasarkan sampai ke tangan konsumen. Usaha penggilingan padi adalah usaha yang menyediakan jasa penggilingan padi bagi petani maupun pedagang pengumpul. Penggilingan padi merupakan usaha dimana pengusaha penggilingan menggunakan mesin penggilingan untuk mengolah gabah miliknya sendiri. Oleh sebab itu, pengusaha penggilingan padi biasanya melakukan jual beli gabah dan beras. Adapun proses penggilingan padi menjadi beras dimulai dari penerimaan dan pembersihan gabah sampai dengan pengemasan (Putri et al., 2013).

Padi merupakan salah satu komoditi pertanian yang penting, Hal ini dikarenakan fungsi komoditi padi yang masih menjadi bahan pangan utama masyarakat Indonesia. Definisi secara umum beras sesuai Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 19/MDAG/PER/3/2014 menjelaskan beras adalah biji-bijian baik berkulit, tidak berkulit, diolah atau tidak diolah yang berasal dari *Oryza sativa*. Pada definisi ini beras mencakup gabah, beras giling, dan beras pecah kulit. Sedangkan definisi umum, beras merupakan bagian bulir padi (gabah) yang telah dipisah dari sekam dan dedak atau bekatul. Definisi ini menunjukkan beras sebagai produk akhir dari gabah (Karimudin, 2020).

Sulawesi Selatan menjadi salah satu penghasil beras terbesar di Kawasan Indonesia Timur. Predikat sebagai lumbung padi nasional mengukuhkan posisi Sulawesi Selatan sebagai produsen tanaman pangan yang cukup potensial. Pangan merupakan salah satu kebutuhan primer atau kebutuhan pokok manusia, yang menjadi sebagai sumber penunjang kebutuhan dan kehidupannya (Marina et al., 2020).

Beras sebagai bahan pangan utama dan merupakan produk yang dihasilkan oleh tanaman padi. Kebutuhan beras tiap tahunnya akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya pula jumlah penduduk Indonesia yang diperkirakan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2015 sejumlah 255,462 juta jiwa, tingkat konsumsi beras perkapita pertahun sebesar 124,89 kg (Arinong, 2015). Komoditi beras saat ini masih dipandang sebagai salah satu komoditas pangan strategis secara nasional, karena merupakan bahan pangan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia, terutama disentra-sentra produksinya. Selain itu, komoditi beras juga memiliki tingkat harga yang cukup tinggi, baik antar waktu, antar tempat maupun pelaku.

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan yang juga dikenal sebagai salah satu daerah penyedia pangan terbesar karena memiliki potensi lahan yang digunakan untuk berusahatani tanaman pangan. Sebagai salah satu daerah penghasil beras di Sulawesi Selatan sehingga dapat mendukung dan menciptakan pembangunan pertanian pada daerah ini, maka diperlukan saluran pemasaran produk yang baik agar mendapat perhatian dalam mengusahakan tanaman padi. Beras adalah komoditas strategis dan merupakan pangan pokok bangsa Indonesia. Konsumsi beras setiap tahun selalu meningkat seiring dengan laju penambahan jumlah penduduk. Mutu hasil penggilingan padi merupakan penentu utama harga beras yang berkaitan dengan ukuran dan bentuk biji, derajat putih, dan tingkat kebersihan beras

Adapun beberapa daftar penggilingan padi di Kabupaten Soppeng sebagai berikut:

Tabel 1. Nama dan alamat beberapa daftar penggilingan padi di Kabupaten Soppeng

No	Nama Penggilingan	Alamat
1	CV. Coppo Benteng	Lalabata
2	CV. Benteng Pratama Mandiri	Lalabata
3	UD. Rahmatullah	Lalabata
4	Faisal	Lalabata
5	Ase	Liliraja
6	ri	Liliraja
7	oat Berkarya	Donri-Donri



data pada tabel diatas, Badan Pusat Statistik Kabupaten Soppeng mencatat ada penggilingan padi yang dijadikan sebagai sampel. Adapun beberapa penggilingan yang

dijadikan sebagai sampel yakni, CV. Coppo Benteng, CV. Benteng Pratama Mandiri, UD. Rahmatullah, Penggilingan Faisal, UD. Benteng Ase, UD. Surya Tani, dan CV. Putra Empat Berkarya. CV. Coppo Benteng merupakan salah satu pabrik penggilingan padi di Kabupaten Soppeng yang berada di Jl. Lawo, Kelurahan Ompo, Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan.

Tabel 2. Data permintaan beras pada CV. Coppo Benteng Kabupaten Soppeng Tahun 2019-2022

No	Tahun	Permintaan Beras	
		Kg	Harga
1	2019	13.398.713	120.588.421.500
2	2020	14.043.339	126.390.048.500
3	2021	7.448.092	68.522.447.945
4	2022	8.173.055	75.975.844.805

Sumber: Sumber: Data Sekunder, 2023

Pada tabel diatas yakni data permintaan beras pada CV. Coppo Benteng periode 2019-2022 terlihat bahwa penjualan pada tahun 2019-2021 mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2021, usaha penggilingan padi mengalami penurunan permintaan beras secara drastis hampir setengah dari permintaan tahun sebelumnya dikarenakan sebelumnya usaha CV. Coppo Benteng dan CV. Pratama Mandiri merupakan satu usaha dengan pemilik yang sama. Namun pada tahun 2021 pemilik masing-masing usaha membagi administrasinya.

UD Bunga Padi adalah perusahaan dagang swasta di Desa Sumber Makmur, Kecamatan Kalaena, Kabupaten Luwu Timur, yang produk utamanya adalah beras ketan dan bergerak di bidang agroindustri ketahanan pangan. Pada tahun 2001, UD Bunga Padi didirikan. Ia mampu menghasilkan 1,2 ton beras ketan per jam di pabriknya. Pasokan bahan baku beras ketan berasal dari dua sumber yaitu sawah inti milik UD Bunga Padi yang luasnya mencapai 16 hektar, dan masyarakat sekitar yang menyediakan rata-rata 90 ton bahan baku per musim dalam satu musim. harga Rp. 5.000/kg. 58,5 ton beras ketan diproduksi selama satu musim, dan harga produksinya adalah Rp. 11.500/kg, dengan harga jual Rp dan hasil dedak 10,8 ton. 2.500/kg. UD Bunga Padi mengeluarkan biaya tetap dan variabel untuk produksi. Biaya yang tidak berubah dengan jumlah barang atau jasa yang diproduksi dikenal sebagai biaya tetap. Di UD Bunga Padi, biaya penyusutan mulai dari mesin gerinda, mesin pemecah tunggal, tali fabel, pipa, gerobak, timbangan, mesin jahit, dan sekop. Biaya tetap lainnya termasuk barang-barang ini. dan biaya overhead. Biaya yang dapat disesuaikan dengan perubahan kebutuhan dikenal sebagai biaya variabel. Biaya input lainnya meliputi biaya tenaga kerja dan biaya overhead, sedangkan biaya variabel meliputi biaya bahan baku seperti beras ketan dan bahan pendukung seperti karung beras, benang jahit, bahan bakar, dan minyak pelumas.

Upaya dalam mengembangkan usaha penggilingan padi juga bertujuan untuk dapat meningkatkan produksi beras sehingga dapat tersalur secara merata kepada masyarakat. Sehingga diperlukan adanya strategi pengembangan usaha penggilingan padi, oleh karena itulah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha penggilingan padi maka digunakan analisis SWOT. Hal ini didasari oleh (Permata et al., 2020)

Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi (Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng".

1.2. RUMUSAN MASALAH

Produksi padi di Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa perkembangan komoditas unggulan pertanian mampu meningkatkan perekonomian rakyat dalam sektor pertanian, dimana mayoritas penduduknya bermata pencaharian dalam bidang pertanian. Kegiatan usaha tani tidak lepas dari kegiatan produksi. Untuk menghasilkan suatu produk (output) yang kemudian akan dijual ke pasaran. Dalam proses produksi padi bergantung pada faktor-faktor produksi yang digunakan (Jusnawati & Pata,



usaha produk tersebut yang baik dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar yang menyangkut suatu kuantitas, namun perlu kualitas produk harus memenuhi selera konsumen saat ini pada usaha penggilingan CV. Coppo Benteng sedang mengalami penurunan, dalam arti lain konsumen yang kemungkinan besar berpindah ke tempat

yang lain. Produsen memerlukan strategi baru untuk menyiasati permasalahan tersebut agar konsumen tidak berpindah ke pesaing yang lain. Sehingga perusahaan memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana usaha penggilingan “CV. Coppo Benteng”? dan bagaimana strategi pengembangan usaha penggilingan padi pada usaha “CV. Coppo Benteng”?

1.3. RESEARCH GAP (NOVELTY)

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari penelitian terdahulu untuk dijadikan sebagai perbandingan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan “Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi (Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)” diantaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Beras oleh (Dzikron, 2022) dengan judul “Strategi Usaha untuk meningkatkan Nilai Tambah pada Usaha Penggilingan Padi dengan Menggunakan Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*)” menggunakan metode SWOT serta menunjukkan hasil yaitu perusahaan berada pada kuadran I, dimana perusahaan disarankan agar bisa mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada. Kemudian, memperhatikan alternatif strategi SO, WO, ST, WT, serta tetap memperhatikan lima faktor dari Porter’s Five Forces Model sebagai acuan perusahaan dalam bersaing dengan penggilingan yang lain. Lima faktor tersebut berupa ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ancaman produk atau jasa pengganti dan persaingan industri.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Handayati & Susanti, 2019) dengan judul “Penerapan Strategi Kekuatan dan Peluang Usaha dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Beras Medium” yang menggunakan metode SWOT dengan menunjukkan hasil yaitu dengan menerapkan faktor kekuatan dan peluang yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan strategi pemasaran tepat guna mempertahankan mutu dan kualitas produk agar konsumen tetap memilih beras medium dibandingkan beras premium.

Penelitian terakhir dilakukan oleh (Fahmi & Hayati, 2020) dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Beras UD. Sovi Jaya di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan” yang menggunakan metode SWOT dengan hasil penelitian yang menunjukkan UD. Sovi Jaya berada pada posisi kuadran I atau strategi pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*) dan strategi alternatif usulan *Business Model Canvas* (BMC) baru dimana dari 9 elemen terdapat 8 elemen usulan strategi baru seperti komponen *customer segment* perlu adanya penambahan konsumen hotel dan rumah makan, *value proposition* pembuatan hak paten, channel penambahan sistem teknologi informasi, *key partners* penambahan mitra seperti pemerintah dan *event organizer*, *key activities* inovasi produk baru, *key resources* pembuatan website, membuat cabang, penambahan tenaga kerja dan pembagian *job desk*, *revenue stream* yang mendapatkan tambahan pendapatan dari pameran atau bazar, dan *cost structure* perlu adanya pengeluaran biaya lebih dalam *organizer* dan *website*

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah dari segi lokasi penelitian. Selain itu pada penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengembangan usaha penggilingan padi CV. Coppo Benteng, namun juga merumuskan terkait strategi pengembangan usaha penggilingan padi. Walaupun terdapat banyak penelitian yang serupa, akan belum ada penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Penggilingan Padi (Studi Kasus CV. Coppo Benteng di Kabupaten Soppeng)**”.

1.4. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kegiatan usaha penggilingan padi pada CV. Coppo Benteng dan menganalisis strategi pengembangan pada usaha penggilingan padi CV. Coppo Benteng. Kegunaan dari penelitian ini ialah (1) Bagi masyarakat, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan



rujukan bagi penelitian yang akan datang. (2) Bagi instansi atau lembaga terkait, nasi terlebih yang menggeluti usaha penggilingan padi khususnya berhubungan embangan usaha penggilingan padi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani “strategos” (stratos artinya militer dan agos artinya memimpin) yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi secara khusus dapat diartikan tentang bagaimana memenangkan pertempuran dengan pesaing dengan menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan.

Menurut (Fahmi & Hayati, 2020) Strategi merupakan suatu tujuan yang ingin dicapai untuk mengkomunikasikan hal apa yang dikerjakan, siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa, hal-hal tersebut perlu dikomunikasikan, dan perlu memahami mengapa hasil kinerja tersebut dinilai. Strategi juga merupakan rencana tindakan yang menunjukkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dan dapat mewujudkannya. Selain itu strategi juga mempengaruhi kehidupan jangka panjang organisasi selama minimal 5 tahun, penyusunannya perlu mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan

Konsep strategi menurut Stoner, Freeman dan Gilbert dalam (Fauziah, 2020) bahwa konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu:

1. Berdasarkan perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi serta melaksanakan misinya. Makna yang terkandung dalam strategi ini adalah bahwa manajemen berperan aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.
2. Sedangkan berdasarkan perspektif kedua, strategi diartikan sebagai respon atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Dalam definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan pada manajer yang bersifat reaktif, yaitu merespon dan beradaptasi dengan lingkungannya secara pasif saat dibutuhkan

Adapun tipe tipe strategi menurut Salusu dalam jurnal (Arifudin, 2021) yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Strategi Organisasi
Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategi yang baru. Memerlukan Batasan-batasan yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.
2. Strategi Program
Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu. Apa kira-kira dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan serta apa dampaknya bagi sasaran organisasi.
3. Strategi Pendukung Sumber Daya
Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna untuk meningkatkan kualitas kinerja organisasi.
4. Strategi Kelembagaan
Fokus dari strategi ini adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi.

Suatu tujuan tidak akan tercapai jika tidak ada perencanaan atau strategi yang telah dipersiapkan sebelumnya. Oleh karena itu strategi menjadi suatu hal yang perlu dipertahankan karena dengan adanya



perencanaan seni dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai tujuannya melalui strategi yang sesuai dengan lingkungan dalam kondisi yang menguntungkan. Dengan ini peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi merupakan suatu rencana dimana rencana tersebut disusun secara mendetail dan dapat dicapai melalui program-program yang telah dirancang sebelumnya.

Strategi Pengembangan Usaha

Secara aktual, strategi pengembangan merupakan suatu upaya untuk melakukan analisis internal dan eksternal yang baik dalam hal internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta kondisi pasar

eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Setelah melihat kondisi internal maupun eksternal dapat dilihat alternatif untuk menentukan strategi yang pas. Analisis internal pasar merupakan sebuah proses untuk mengamati faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan atau organisasi dalam menentukan strategi yang dapat dimanfaatkan secara efektif, serta cara dalam menghadapi hambatanya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi dalam mengoptimalkan peluang dan meminimalkan kelemahan untuk mencegah terjadinya kegagalan.

Menurut David dalam jurnal (Rahmawati et al., 2023) strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan

Adapun faktor-faktor strategi pengembangan usaha yakni sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. Manajemen

Manajemen adalah koordinasi dan administrasi tugas untuk mencapai suatu tujuan. Kegiatan administrasi tersebut termasuk menetapkan strategi organisasi dan mengkoordinasikan upaya staf untuk mencapai tujuan tersebut melalui penerapan sumber daya yang tersedia

b. Pemasaran

Pemasaran mengacu pada kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan pembelian atau penjualan produk atau layanan. Pemasaran mencakup mengiklankan, menjual, dan mengirimkan produk ke konsumen atau bisnis lainnya. Beberapa pemasaran dilakukan oleh afiliasi atas nama perusahaan

c. Keuangan

Keuangan adalah pembelajaran bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu serta menghitung risiko dalam menjalankan proyek.

d. Produksi

Produksi adalah proses pembuatan atau pembuatan barang dan produk dari bahan baku atau komponen. Dengan kata lain, produksi mengambil input dan menggunakannya untuk menciptakan output yang layak untuk dikonsumsi – barang atau produk yang memiliki nilai bagi pengguna akhir atau pelanggan.

2. Faktor Eksternal

a. Ekonomi

Ekonomi adalah area produksi, distribusi dan perdagangan, serta konsumsi barang dan jasa. Ekonomi adalah sistem untuk memutuskan bagaimana sumber daya yang langka digunakan sehingga barang dan jasa dapat diproduksi dan dikonsumsi.

b. Sosial, Budaya, dan Lingkungan

Sosial berkaitan dengan masyarakat manusia, interaksi individu dan kelompok, atau kesejahteraan manusia sebagai anggota masyarakat. Hubungan sosial cenderung membentuk hubungan kooperatif dan interdependen dengan orang lain. Budaya adalah istilah umum yang mencakup perilaku sosial, institusi, dan norma yang ditemukan dalam masyarakat manusia, serta pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, adat istiadat, kemampuan, dan kebiasaan individu dalam kelompok ini. Budaya sering berasal dari atau dikaitkan dengan wilayah atau lokasi tertentu. Lingkungan merupakan kondisi fisik yang mencakup keadaan SDA dengan kelembagaan.



ah

ah adalah sistem atau kelompok orang yang mengatur komunitas yang terorganisir, a negara.

i

i adalah penggunaan pengetahuan ilmiah untuk tujuan praktis, dan untuk ankan masalah. Teknologi dapat membantu kehidupan manusia atau industri.

f

Kompetitif atau keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang berasal dari karakteristik suatu perusahaan yang akan melakukan persaingan dengan perusahaan lain dan menjadi lebih sukses dibandingkan yang lain.

Pengembangan usaha memerlukan tugas dan proses untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan di dalam dan di antara usahanya. Pengembangan usaha adalah penciptaan nilai jangka panjang bagi organisasi dari pelanggan, pasar, dan hubungan. Pengembangan usaha dapat diartikan sebagai aktivitas apa pun baik oleh organisasi kecil atau besar, perusahaan nirlaba atau nirlaba yang melayani tujuan 'mengembangkan' bisnis dengan cara tertentu. Selain itu, kegiatan pengembangan usaha dapat dilakukan secara internal maupun eksternal oleh konsultan pengembangan usaha. Pengembangan bisnis eksternal dapat difasilitasi melalui sistem Perencanaan, yang diberlakukan oleh pemerintah untuk membantu usaha kecil. Selain itu, membangun reputasi juga terbukti membantu memfasilitasi pengembangan bisnis.

Melihat dari pernyataan diatas dapat disimpulkan adanya strategi pengembangan usaha sangat penting dalam mendukung jalannya suatu usaha. Pengembangan strategi yang pas adalah dengan menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT membantu dalam menganalisis faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sebuah perusahaan serta faktor eksternal yaitu peluang dan juga ancaman.

2.1.3 Penggilingan Padi

Penggilingan padi merupakan industri padi tertua dan tergolong terbesar di Indonesia, yang mampu menyerap lebih dari 10 juta tenaga kerja, menangani lebih dari 40 juta ton gabah menjadi beras giling per tahun. Penggilingan padi merupakan titik sentral agroindustri padi, karena dari sinilah diperoleh produk utama berupa beras dan bahan baku untuk pengolahan lanjutan produk pangan dan industri (Irawan, 2016).

Penggilingan padi merupakan operasi pasca pengeringan yang memiliki tujuan memisahkan sekam padi yang akan menghasilkan beras putih dan produk sampingannya adalah dedak dan menir. Penggilingan padi ini biasanya menggunakan huller. Pada saat menggiling padi, masyarakat biasanya menggunakan mesin dua tahap yaitu mesin pecah kulit (*husker*) dan penyosoh beras (*polisher*). Mesin pecah kulit digunakan untuk mengupas gabah dari kulitnya dan akan menghasilkan beras pecah kulit yang selanjutnya akan dilakukan penyosohan beras dengan mesin penyosoh dan menjadi beras putih. Penggilingan Padi atau *Rice Milling Unit* adalah seperangkat lengkap alat yang digerakkan tenaga mesin untuk menggiling padi atau gabah menjadi beras sosoh.

Berdasarkan tipenya, maka usaha penggilingan padi dapat digolongkan kepada tiga tipe yaitu maklom, non maklon, dan gabungan. Usaha penggilingan padi tipe maklon adalah usaha penggilingan padi yang menyediakan jasa penggilingan padi bagi petani maupun pedagang pengumpul. Penggilingan padi tipe non maklon adalah usaha di mana pengusaha penggilingan menggunakan mesin penggilingan untuk mengolah gabah miliknya. Oleh sebab itu pengusaha penggilingan padi biasanya juga melakukan jual beli gabah dan beras (Putri et al., 2013).

Bila ditinjau dari konstruksinya, menurut (Warisno, 2014) mesin-mesin penggiling padi dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu penggilingan padi skala kecil (PPK), penggilingan padi sedang atau rice milling unit (RMU) dan penggilingan padi besar atau rice milling plant (RMP). Perbedaan yang mendasar antara ketiganya adalah pada ukuran, kapasitas dan aliran bahan dalam proses penggilingan yang dilakukan. Penggilingan padi yang lengkap kadang kala dilengkapi dengan pembersih gabah sebelum masuk mesin pemecah kulit, dan pengumpul dedak sebagai hasil sampingan dari proses penyosohan. Menurut (FARIDATUL, 2019) berikut adalah 3 tipe mesin penggilingan tipe skala kecil (PPK), sedang (RMU) dan besar (RMP).

1. Penggilingan Skala Kecil

Penggilingan padi skala kecil (PPK) merupakan penggilingan padi yang menggunakan tenaga 2000 jam kapasitas produksi 300 - 700 kg/jam. Mesin yang digunakan PPK terdiri dari satu mesin pecah kulit (*husker*) dan satu mesin penyosoh (*polisher*). Posisi mesin pecah kulit dan mesin penyosoh ini terpisah sehingga dalam proses pemindahan beras pecah kulit dari *husker* ke mesin *polisher* dilakukan secara manual dengan tenaga manusia. Beras yang dihasilkan dari penggilingan padi PPK mutu berasnya kurang baik, umumnya beras ini untuk dikonsumsi



2. Rice Milling Unit

Rice milling unit (RMU) merupakan jenis mesin penggilingan padi yang kompak dan mudah dioperasikan, di mana proses pengolahan gabah menjadi beras dapat dilakukan dalam satu kali. Kapasitas RMU mempunyai kapasitas giling < 1,0 ton/jam. Mesin RMU bila dilihat fisiknya menyerupai mesin tunggal dengan fungsi banyak, namun sesungguhnya memang terdiri dari beberapa mesin yang disatukan dalam rancangan yang kompak dan bekerja secara harmoni dengan tenaga penggerak tunggal yaitu mesin diesel dengan tenaga penggerak 40 - 60 HP. Rangkaian mesin RMU terdapat bagian mesin yang berfungsi memecah sekam atau mengupas gabah, bagian mesin yang berfungsi memisahkan beras pecah kulit (BPK) dan gabah dari sekam yaitu husker. Sedangkan mesin yang berfungsi menyosoh yang memisahkan beras hasil pecah kulit dan dedak menjadi beras putih yaitu polisher, mesin pecah kulit dan penyosoh tersebut dikemas dalam satu mesin yang kompak dan padat, sehingga praktis dan mudah digunakan.

3. Rice Milling Plant

Rice Milling Plant (RMP) merupakan penggilingan padi tiga fase atau lebih dengan kapasitas produksi lebih besar dari 3 ton gabah per jam. RMP memiliki beberapa rangkaian mesin yang terdiri dari mesin pengering vertikal (*vertical dryer*), mesin pembersih gabah (*cleaner*), mesin pemecah kulit (*husker*), mesin pemisah gabah (*separator*), dan mesin penyosoh beras (*polisher*) sebanyak tiga unit atau lebih serta dilengkapi dengan mesin pemisah menir (*shifter*). Komponen-komponen mesin penggilingan padi jenis RMP secara umum terdiri dari mesin pembersih kotoran gabah, mesin pemecah kulit, mesin pemisah gabah dan beras pecah kulit, mesin pemutih (batu dan besi), mesin pengkilap beras, mesin pemisah beras utuh, kepala, patah dan menir, timbangan dan yang terakhir mesin pengemasan. Beras hasil dari mesin RMP menghasilkan mutu beras SNI I atau yang disebut dengan beras kristal/premium.

2.1.4 Analisis SWOT

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli mengatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk menentukan suatu strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang dapat dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan.

SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek (Simamora, 2022).

Menurut Friesner dalam jurnal (Simamora, 2022) pendekatan SWOT melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan dari peluang (*opportunities*), selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau mencintakan sebuah ancaman baru.



...r-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks SWOT menurut ...g mana pengaplikasiannya sebagai berikut:

...kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang ...s) yang ada.

...cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan ...dari peluang (*opportunities*) yang ada.

3. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strengths*)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan stakeholders maupun pelanggan.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Weaknesses merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi yang lain.

Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesunya antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia usaha dan industri dan lain-lain. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi. Oleh karena itu, ada beberapa faktor kelemahan yang harus segera dibenahi oleh para *stakeholder* dalam suatu perusahaan.

3. Peluang

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/ organisasi. adapun hal-hal eksternal yang dapat dijadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*strengths dan weaknesses*) perusahaan atau organisasi dengan analisis internal dari competitor yang lain. Beberapa hal yang dapat dijadikan peluang perlu diranking berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil), sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target. Peluang sendiri dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan, tingkatan tersebut yaitu:

a. Low

Dikatakan *low* atau rendah apabila "suatu hal tersebut" (hasil analisis) memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaiannya juga kecil.

b. Moderate

Dikatakan *moderate* atau sedang apabila "suatu hal tersebut" (hasil analisis) memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaiannya kecil atau sebaliknya.

c. Best

Dikatakan baik apabila "suatu hal tersebut" (hasil analisis) memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya besar.

4. Ancaman (*Threats*)

Threats atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat



visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman bisa dilihat dari tingkat pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*). Jika peluang, ancaman juga dapat dikategorikan dalam tingkatan-tingkatan sebagai

man utama (*major threat*)

ah ancaman yang kemungkinan terjadinya tinggi dan kemungkinan dapat berdampak r. Menanggulangi ancaman jenis ini, maka diperlukan beberapa planning dan strategi

yang serius agar ancaman ini tidak mengancam keberlangsungan hidup organisasi atau perusahaan.

- b. Ancaman moderate (*moderate threat*)
Jenis ancaman ini yang merupakan kombinasi tingkat keparahan dan kemungkinan terjadi. Sebagai contoh ancaman jenis ini adalah kemungkinan tingkat keparahan yang tinggi namun kemungkinan terjadinya rendah, begitu sebaliknya.
- c. Ancaman tidak utama (*minor threat*)
Ancaman ini merupakan jenis ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya juga kecil. Meskipun merupakan jenis ancaman yang ringan, namun sebaiknya jenis ancaman ini perlu segera dideteksi dan ditanggulangi. Hal tersebut tentu akan meminimalisasi kemungkinan ancaman tidak utama ini berubah menjadi ancaman yang lebih serius.

2.1.5 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan suatu perusahaan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan (Setyorini & Santoso, 2017). Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Menyusun daftar peluang dan dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
2. Menyusun strategi SO (*Strength- Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.
3. Menyusun strategi WO (*Weakness -Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal.
4. Menyusun strategi ST (*Strength- Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
5. Menyusun strategi WT (*Weakness- Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

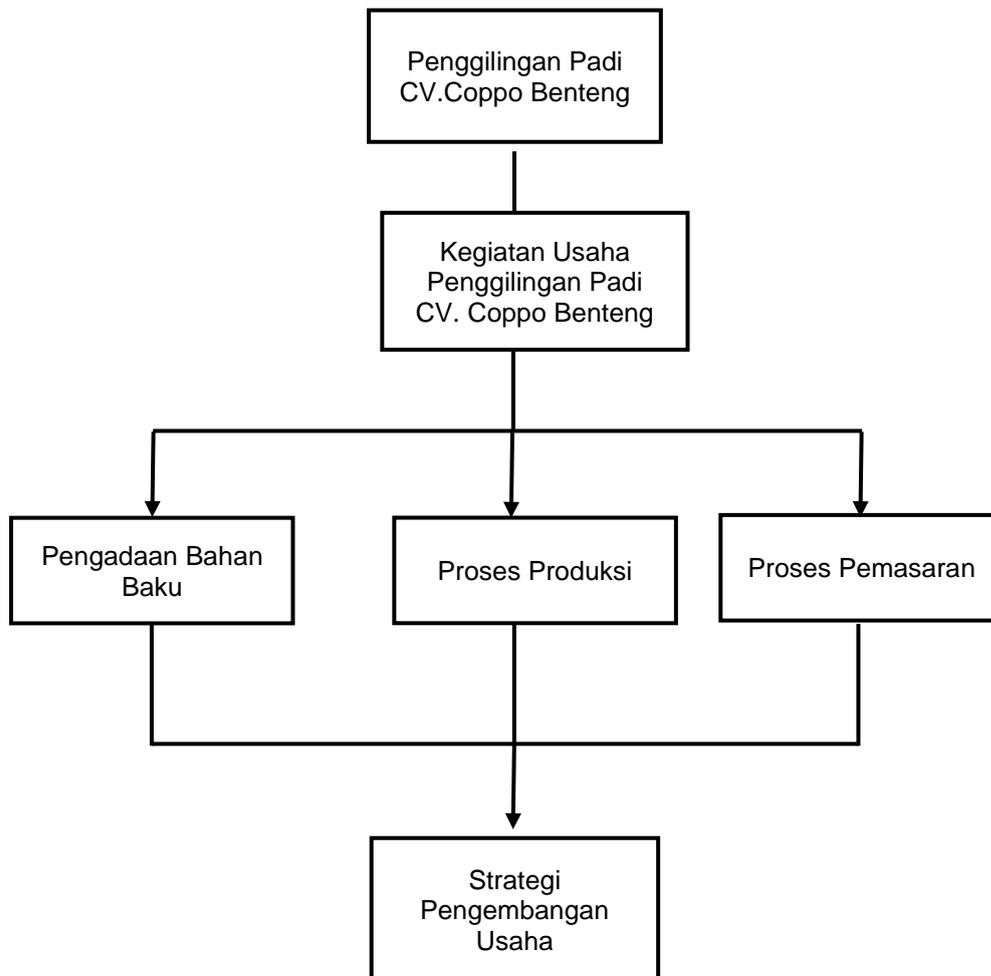
2.2. KERANGKA KONSEPTUAL (Conceptual Framework)

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian.

Penelitian ini berfokus pada tujuan dari untuk menganalisis strategi pengembangan usaha dengan menerapkan strategi pengembangan bisnis perusahaan menggunakan analisis SWOT. Dalam mengidentifikasi faktor yang berbeda baik internal berupa kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yaitu peluang dan bahaya, maka perlu mengidentifikasi kegiatan usaha dari Penggilingan Padi. Sehingga dari hasil identifikasi dapat menghasilkan strategi alternatif kemudian dibuat dan matriks SWOT dengan menggambarkan alternatifnya. Strategi yang dapat diimplementasikan berdasarkan hasil analisis SWOT kemudian diimplementasikan dengan mengembangkan strategi yang paling tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikemukakan bagan kerangka pikir melalui gambar dibawah





Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

