



MANAJEMEN PEMASARAN RUMPUT LAUT

(Studi Kasus pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Km 11, Makassar)

Oleh :

Afifudin Latuconsina
G311 04 741



PEMPT	AS/NUDDIN
Tgl. Terbit	27 Agustus 05
Asal Dari	fak. pertanian
Banyaknya	1 (satu) eksemplar
Harga	H
No. Inventaris	273/27-08-05
M. K. T. S.	

PROGRAM NON REGULER
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2005

MANAJEMEN PEMASARAN RUMPUT LAUT

(Studi Kasus pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Km 11, Makassar)

Oleh:

**Afifudin latuconsina
G311 04 741**

Laporan Tugas Akhir Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi

Pada

**Program Non Reguler Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Hasanuddin**

**PROGRAM NON REGULER
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2005**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Manajemen Pemasaran Rumput Laut
(Studi Kasus Pada Cv. Sumber Rezeki Di Kecamatan
Tamalanrea Km, 11 Kota Makassar)

Nama : Afifudin Latuconsina

Nomor Pokok : G 311 04 741

Program Studi : Agribisnis

Mengetahui



(Ir. Imam Mujahiddin Fahmid, MTD)
Ketua/ Penguji



(Ir. Darwis Ali, MS)
Sekertaris/Penguji



(Ir. Rahmadani, MSi)
Penguji




(Ir. H. Nazaruddin, LO, MS)
Pembimbing / Penguji



(Letty Fudjaja, Sp.MSi)
Pembimbing / Penguji

Ketua Program,




Ir. H. Anwar Sulili, MS
NIP : 131 658 865

RINGKASAN

AFIFUDIN LATUCONSINA G311 04 741. MANAJEMEN PEMASARAN RUMPUT LAUT (Studi Kasus Pada Perusahaan CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Km 11 Makassar), dibawah bimbingan Nazaruddin LO dan Letty Fudjaja.

Pelaksanaan praktek lapang ini berlangsung dari Bulan Desember 2003 sampai Pebruari 2004. Pemilihan kasus pada CV. Sumber Rezeki, karena merupakan perusahaan yang mengekspor rumput laut. Sasaran belajar yang ingin dicapai pada pemilihan studi kasus ini digolongkan kedalam tiga aspek, yaitu (1) Aspek Pengetahuan meliputi gambaran umum perusahaan dan berbagai jenis sumber daya yang terlibat serta kinerja proses dan hasilnya, mengetahui proses penerapan fungsi-fungsi manajemen pemasaran kopi arabika yang dilakukan oleh perusahaan, mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan sehubungan dengan proses pemasaran kopi arabika, mengetahui alternatif pemecahan dari masalah yang timbul yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan proses pemasaran serta alternatif tindakan yang dapat ditempuh dan mengetahui tindakan pencegahan dan penanggulangan terhadap persoalan yang dihadapi oleh perusahaan kasus (2) Aspek keterampilan meliputi terampil dalam hal mengidentifikasi biji kopi arabika berkualitas baik dan tidak baik dan Terampil dalam hal memasarkan kopi arabika (3) Aspek sikap meliputi ; Menghargai pola manajemen yang diterapkan oleh pihak perusahaan, menghargai lingkungan kerja atau hubungan serta aturan-aturan yang berlaku dalam lingkungan perusahaan, menghargai kesediaan pihak perusahaan yang

bersedia menjadi mitra belajar penulis, mengambil hikmah dari hasil praktek lapang sebagai suatu pengalaman belajar yang berharga berdasarkan kasus yang dikaji.

Metode belajar yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan magang pada perusahaan kasus dan bersama dengan pengusaha secara bersama-sama melakukan tindakan terhadap permasalahan yang ada / timbul sehingga diperoleh usaha perbaikan terhadap posisi dan kinerja agrosistem kasus. Ada pun pemecahan masalah ditempuh dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan kemudian dipaparkan dengan menggunakan *Inter – Participatori Actioan Learning (IPAL)*. Pada Studi kasus ini ditemukan beberapa masalah yaitu : (1) Penerimaan perusahaan Rendah (2) Volume penjualan rendah (3) Daerah pemasaran kurang (4) Tidak ada promosi (5) Tidak ada tenaga pemasaran (6) Kualitas rumput laut rendah (7) Pengetahuan, motivasi serta keterampilan tenaga kerja rendah (8) Kurangnya pelatihan bagi karyawan

Setelah melalui beberapa tingkat analisis maka diperoleh susunan scenario pemecahan masalah dengan menentukan alternatif tindakan terpilih yaitu (1) Meningkatkan promosi melalui internet (2) merekrut tenaga kerja dari luar perusahaan (3) mendatangkan tenaga ahli untuk melakukan pelatihan.

Adapun pelajaran-pelajaran penting yang dapat dipetik oleh penulis sebagai hasil pengalaman studi kasus antara lain yaitu (1) Misi perusahaan sangat perlu di tetapkan dalam upaya pencapaian tujuan persahaan. (2) Pengalaman merupakan hal yang sangat berguna untuk bekal menjadi seorang wirausaha.(3). Sistem informasi

dan data –data akurat dari suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk menemukan dan mencari jalan keluar dari suatu permasalahan. (4) Manajemen pemasaran yang berjalan dengan baik dan terencana sangat mendukung tercapainya tujuan perusahaan.(5) Promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya harus disesuaikan dengan bentuk produk yang diciptakan

RIWAYAT HIDUP PENULIS

AFIFUDIN LATUCONSINA, lahir di Ory (Ambon), pada tanggal 30 November 1979, merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Asnawir Latuconsina dan Husnah Latuconsina.

Jenjang pendidikan formal yang pernah diikuti adalah Sekolah Dasar Islam AL Khairiyah Ory dan tamat pada tahun 1991, kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Tingkat Pertama Negeri 1 Pulau Haruku dan tamat pada tahun 1994, selanjutnya melanjutkan pada Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Pulau Haruku dan tamat pada tahun 1997. Pada tahun 1997 diterima sebagai mahasiswa pada Universitas Pattimura Ambon pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian melalui jalur Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri dan memilih Sub Program Agribisnis. Namun pada tahun 1999 terjadi kerusuhan di Kota Ambon sehingga penulis pindah ke Universitas Hasanuddin Makassar pada jurusan yang sama.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan ridhanya jualah sehingga laporan praktek lapang dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi guna memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin.

Sehubungan dengan hal diatas, maka penulis berkenaan menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. **Bapak Ir. H. Nazaruddin LO, MS dan Ibu Letty Fudjaja, Sp, MSi** sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan petunjuk dan bimbingan dalam menyusun laporan praktek lapang ini.
2. **Bapak dan Ibu staf pengajar (Dosen) serta karyawan** di lingkungan Program non Reguler Program studiribisnis pada Fakultas Pertanian dan Kehutanan pada umumnya yang telah banyak memberikan informasi dan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin.
3. **Ibu Marcelina Taher dan Bapak Albert** serta seluruh **karyawan CV. Sumber Rezeki** yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan praktek lapang serta memberikan informasi selama praktek lapang ini
4. **Caca Nur, Ani, Lela, Ija, Ati** yang telah memberikan dorongan moril maupun materil selama penulis menyelesaikan kuliah .
5. **Teman-teman Lingkar Studi Oryana** serta **Anggota IKAPMA-ORY MAKASSAR : Ricky, Ancul, eQ, Reza, Lejon, Fery, Dhat, Ian, Nor, Itha,**

Wati, Unhi, Ulen, Kervil, Mala, Ates, Pama, Uni, Mar, Vina, Lisa, Echa, Eva, Mely dll.

6. Ilham, Faisal, Akmal, yang telah banyak mengorbankan waktu dan tenaga serta pikiran dalam penyusunan laporan praktek lapang ini dan merupakan sesuatu yang sangat berarti yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata.
7. Khusus buat Onco Nur, Ancul, Mores, Lulung'k, Nurmi atas segala bantuannya.

Sembah sujud penulis haturkan kepada *Ayahanda Asnawir Latuconsina* dan *Ibunda Husna Latuconsina* yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang serta memberikan doa restu-nya kepada penulis baik moril maupun materil, juga kepada saudaraku **Abang Bakir, Ca Na, Abang Mat, Abang Memet, Ichal, Mohan, Juken, Deden, Ajil, dan Uslat** yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang serta semangat kepada penulis.

Menyadari keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki, maka laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran tetap penulis harapkan dari pembaca.

Wabillahi taufiq wal hidayah.

Makassar Agustus 2005

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAGIAN SATU : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Latar Depan	7
1.2.1 Visi Misi Pribadi	8
1.2.2 Visi Misi Perusahaan.....	8
1.2.3 Misi Bagian Perusahaan	8
1.2.4 Struktur Organisasi	10
1.3 Sasaran Belajar	11
1.4 Pemilihan Mitra Belajar dan Pendekatan Kasus	13
1.5 Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan	14
1.6 Metode Belajar	15

BAGIAN DUA DESKRIPSI PERUSAHAAN KASUS

2.1 Analisis Posisi CV. Sumber Rezeki	22
2.1.1 Sumberdaya Lahan dan Bangunan	22
2.1.2 Sumberdaya Peralatan.....	23
2.1.3 Sumberdaya Manusia.....	24
2.1.4 Sumberdaya Finansial	26
2.2 Analisis Kinerja Proses CV. Sumber Rezeki	27
2.2.1. Proses Pengadaan Bahan Baku	27
2.2.2. Proses Produksi	29
2.2.3. Proses Pemasaran	34
2.3 Kinerja Hasil	36
2.3.1 Analisis Biaya.....	36
2.3.2 Analisis Pendapatan	38
2.3.3 Analisis Biaya dan Pendapatan	39
2.4 Dampak Lingkungan	39
2.5 Peta Penampilan Karya Anrosistem	40

**BAGIAN TIGA :
MANAJEMEN PEMASARAN KOPI ARABIKA**

3.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	44
3.2 Fungsi-fungsi Manajemen	45
3.1.1 Fungsi Perencanaan	45
3.1.2 Fungsi Pengorganisasian	47
3.1.3 Fungsi Pengarahan.....	48
3.1.4. Fungsi Pengawasan dan pengarahan	49
3.3 Fungsi-fungsi Pemasaran.....	51
3.4 Bauran Pemasaran.....	57
3.5 Manajemen Pemasaran Perusahaan Kasus	63
3.5.1 Analisis Faktor Internal	64
3.5.2 Analisis Faktor Eksternal.....	68

**BAGIAN EMPAT :
ANALISIS MASALAH PENGEMBANGAN USAHA**

4.1. Penetapan Penetapan Posisi Penilaian.....	77
4.2 Mengenal / Mengidentifikasi Masalah	77
4.3. Memilah-milah Masalah.....	83
4.4 Strukturisasi Masalah.....	84

**BAGIAN LIMA :
ANALISIS SASARAN PENGEMBANGAN USAHA**

5.1 Penetapan Sasaran	87
5.2 Hubungan Tindakan Hasil Antar Sasaran.....	89
5.3 Strukturisasi Sasaran.....	90

**BAGIAN ENAM :
ANALISIS ALTERNATIF TINDAKAN PENGEMBANGAN USAHA**

6.1 Alternatif Tindakan Per Sasaran Antara	93
6.2 Analisis Keputusan	95

**BAGIAN TUJUH
MATRIKS PERENCANAAN PROYEK**

7.1 Matriks Perencanaan Proyek	102
7.2 Rencana Kerja proyek pengembangan usaha	106
7.3 Pemantauan.....	109

BAGIAN DELAPAN :	
ANALISIS PERSOALAN POTENSIAL.....	111
BAGIAN SEMBILAN :	
UJI COBA DAN EVALUASI	
9.1 Uji Coba.....	117
9.2 Evaluasi.....	118
9.3 Sasaran dan Fakta Terealisasi.....	120
REFLEKSI.....	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

No	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Jenis, Jumlah, dan Nilai Penyusutan yang dimiliki Oleh CV. Sumber Rezeki Jl. Perintis Kemerdekaan KM 11 Makassar 2004	23
2.	Sumber Daya Manusia yang dimiliki Oleh CV. Sumber Rezeki Jl Perintis Kemerdekaan KM 11 Makassar ,2004.....	25
3.	Posisi Sumberdaya CV. Sumber Rezeki Jl Perintis Kemerdekaan KM 11 Makassar ,2003.....	27
4.	Biaya Tetap yang Dikeluarkan CV. Sumber Rezeki selama satu tahun Produksi (Bulan Januari 2004 Bulan Desember 2004).....	37
5.	Biaya Variabel yang Dikeluarkan Oleh CV. Sumber Rezeki selama satu tahun Produksi (Bulan Januari 2004Bulan Desember 2004).....	38
6.	Analisis Biaya dan Pendapatan CV. Sumber Rezeki selama satu tahun Produksi (Bulan Januari 2004 Bulan Desember 2004).....	39
7.	Matriks Hubungan Antara Fungsi-Fungsi Pemasaran Dan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada CV. Sumber Rezeki Di Kecamatan Tamalanrea Makassar, 2004	55
8.	Matriks SWOT (<i>Strenghts, Weakneses, Opportunities, Treaths</i>) Pada CV. Sumber Rezeki Di Kecamatan Tamalanrea Makassar, 2004	72
9	Matriks Fakta, masalah dan Sasaran pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea KM.11 Makassar	81
10	Matriks SWOT dan Sasaran pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea KM.11 Makassar	82
11	Evaluasi Alternatif keputusan tindakan “Menentukan Bentuk Promosi yang lain” Terhadap Kriteria Keputusan	97

12	Evaluasi Alternatif keputusan tindakan “Menambah Tenaga Kerja Khusus Bidang Pemasaran” Terhadap Kriteria Keputusan	98
13	Evaluasi Alternatif keputusan tindakan “Menentukan Waktu Pelatihan Bagi Karyawan” Terhadap Kriteria Keputusan.....	100
14	Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha pada CV. di Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar, 2004	105
15	Rencana Proyek Pengembangan Usaha Pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Makassar ,2004	108
16.	Agenda Pemantauan Terhadap Pelaksanaan Program Kerja yang di Lakukan Oleh CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Makassar,2004	110
17	Analisis Persoalan Potensial Pada CV. Sumber Rezeki, di Kecamatan Tamalanrea Makssar, 2004	116
18	Jadwal Kerja Terealisasi Yang di implementasikan Pada CV. Sumber Rezeki, di Kecamatan Tamalanrea Makassar, 2004	119s

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.	Grafik perkembangan Luas Areal Produksi dan Nilai Ekspor Rumput Laut Sulawesi Selatan 10 Tahun Terakhir (1993-2002).....	4
2.	Struktur Organisasi Pada CV. Sumber Rezeki Makassar, 2004.	11
3.	Proses Produksi Rumput Laut Pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea KM. 11 Makassar, 2004.....	33
4.	Saluran Distribusi Pemasaran Rumput Laut Pada CV. Sumber Rezeki Makassar, 2004.....	36
5.	Peta Penampilan Karya Argosistem CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea KM. 11 Makassar, 2004	41
6.	Strukturisasi Masalah Pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, 2004.	85
7.	Strukturisasi Sasaran Pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, 2004.	91
8.	Alternatif Tindakan Pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea Makassar, 2004	94
9.	Strukturisasi Alternatif Tindakan Terpilih Pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea Makassar, 2004	102

DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1.	Volume dan Nilai Eksport Rumput Laut Selama Tahun1993-200 Propinsi Sulawesi Selatan.....	126
2.	Sumberdaya Manusia Yang di Miliki Oleh CV. Sumber Rezeki di JL. Perintis Kemerdekaan Km 11,Makassar, 2004	127
3.	PembelianBahan Baku Rumput Laut CV. Sumber Rezeki Selama Sati tahun di Kecamatan Tamalanrea KM. 11 Makassar, 2004.....	128
4.	Jumlah Penjualan Rumput Laut Pada CV. Sumber Rezeki Selama Satu Tahun di Kecamatan Tamalanrea , Makassar, 2004.....	129

BAB SATU PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan di bidang pertanian senantiasa mendapat prioritas dalam setiap tahapan pembangunan. Ditinjau dari berbagai segi, sektor pertanian memang merupakan sektor yang dominan dalam ekonomi nasional. Kenyataan seperti itu merupakan bukti betapa pentingnya peranan sektor pertanian digalakkan.

Pembangunan hanya akan terwujud jika sumber daya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia dimanfaatkan secara optimal dan bertanggung jawab. Salah satu sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia adalah laut yang luas yaitu kurang lebih 70% dari luas wilayah Indonesia, dengan garis pantai 81,000 km yang kaya akan berbagai jenis sumber hayati.

Indonesia sebagai negara kepulauan, yang sebagian besar wilayahnya terdiri atas perairan, memiliki kekayaan alam yang salah satunya adalah rumput laut. Melihat besarnya manfaat rumput laut untuk kepentingan industri maka diperkirakan kebutuhan rumput laut akan terus meningkat. Indonesia merupakan penghasil rumput laut nomor tiga terbesar di dunia, sehingga memegang peranan penting dalam mengatur kebutuhan rumput laut dunia. Dengan demikian dari segi pemasarannya

Indonesia memiliki prospek perkembangan yang baik saat ini maupun masa mendatang. Indonesia diperkirakan memiliki 555 jenis rumput laut. Jenis-jenis rumput laut yang bernilai ekonomis tinggi adalah *Eucheuma* dan *Hypnea* merupakan

penghasil keragian, *Gracilaria* dan *gelidium* penghasil agar-agar serta *sargosum* dan *turbinaria* penghasil *alginat* (Departemen Kelautan dan Perikanan, 2000).

Rumput laut sudah lama dikenal dan dimanfaatkan oleh manusia, yaitu sejak zaman kekaisaran Shen Nung (2700 SM). Pada masa itu masyarakat timur telah memanfaatkannya sebagai bahan obat-obatan dan sebagai bahan makanan. Pada masa kekaisaran Romawi, 65 tahun SM, rumput laut telah dikenal sebagai bahan untuk alat-alat kecantikan, dan digunakan sebagai pupuk. Setelah abad ke-12 rumput laut dimanfaatkan secara ekonomis oleh Prancis, Irlandia, Skotlandia, dan dimanfaatkan sekitar tahun 1760 di Cina dan Jepang. Kegunaan rumput laut yang beraneka ragam, telah menarik perhatian para ahli untuk melakukan penelitian selanjutnya dan terus berkembang hingga kini (Aslan, 1995).

Rumput laut dikenal di Indonesia sebagai bahan makanan dan obat-obatan. Rumput laut kaya akan vitamin, dan beberapa jenis rumput laut memiliki asam amino esensial yang lengkap. Secara umum rumput laut bagus untuk kesehatan manusia. Sebagai obat tradisional, rumput laut dikenal sebagai kosmetik, bedak, dan sebagai *lotion* penyegar. Selain itu rumput laut dipakai sebagai anti piretik, obat cacangan, pengobatan bronchitis, dan batuk, gangguan pencernaan, pengobatan bisul, perdarahan hidung, penyakit urinary dan penyakit akibat kekurangan iodium (Kelompok Kerja Forum Rumput Laut, 2000).

Rumput laut memiliki kandungan gizi yang tinggi sehingga banyak dimanfaatkan sebagai bahan makanan dan obat-obatan. Kandungan komoditi rumput laut berupa karbohidrat 39-51%, protein 17,2-27,13, lemak 0,08, abu 1,5%,

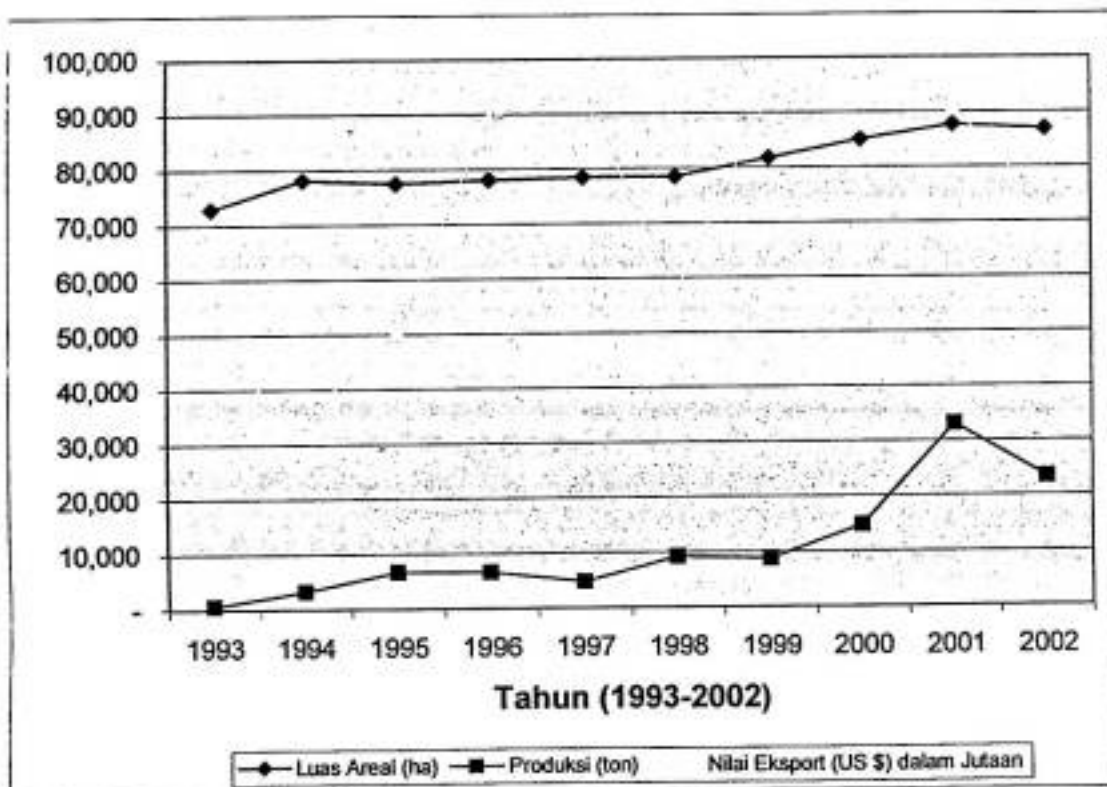
Mineral K, Ca, P, Na, Fe, I dan vitamin A, B, B2, B6, B12, dan C (carotone). Disamping sebagai bahan makanan dan obat-obatan, rumput laut dapat diolah menjadi beberapa bentuk komersil dari berbagai jenis getah rumput laut. Getah rumput laut sangat luas penggunaannya terutama sebagai bahan mentah industri dalam negeri serta bahan ekspor nonmigas (Winarno, 1990).

Permintaan dunia untuk komoditas rumput laut dari jenis yang mengandung keragian, rata-rata setiap tahun sebesar 18.000 sampai 20.000 ton. Dari jumlah tersebut, 4.000 ton berasal dari *Euchema* dan lebih dari setengah jumlah *Euchema* tersebut berasal dari Indonesia. Di Indonesia sendiri, Sulawesi Selatan merupakan salah satu propinsi penghasil rumput laut yang cukup besar ekspor rumput laut dari Makassar ke Denmark, China, Prancis, Hongkong, pada tahun 1995-2002 mencapai rata-rata 1.500 ton pertahun.

Jenis rumput laut yang paling banyak dimintai pasar adalah *Euchema spinosum* dan *Euchema cottoni*. Ekspor rumput laut Indonesia pada tahun 1997 yaitu 12.699 ton dengan nilai US\$\$ 10.525.000. Negara tujuan ekspor antara lain Jepang, Prancis, Kanada, China dan Eropa. Negara pesaing di pasar Internasional adalah Chili, Mexico, Korea Selatan, dan juga China. Ekspor rumput laut Indonesia tertinggi yang pernah dicapai adalah pada tahun 1996, sebesar US \$\$ 13,4 juta, dengan volume ekspor sekitar 17.576 ton. Pada tahun 1999 ekspor rumput laut Indonesia hanya senilai US\$\$ 9,78 Juta, namun volumenya meningkat menjadi 18.243 ton. Permintaan ekspor rumput laut untuk jenis *Euchema sp* dan *Gracilaria sp* mencapai 35.000 ton, sedang produksi Indonesia maksimal hanya 26.000 ton,

yang diantaranya 19.000 ton akan diserap oleh pasar dalam negeri (Kelompok Kerja Forum Rumput Laut, 2000).

Perkembangan volume dan nilai ekspor rumput laut seperti yang dilaporkan oleh Departemen Perdagangan dan Perindustrian (2000). Perkembangan volume dan nilai ekspor rumput laut di Sulawesi Selatan. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 : Grafik Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Nilai Ekspor Rumput Laut di Sulawesi Selatan 10 Tahun Terakhir (1993 – 2002)

Berdasarkan Gambar 1 memperlihatkan bahwa volume produksi tiap tahun meningkat, penurunan terjadi pada tahun 1997 sebesar 4.859,50. Volume produksi rata-rata lima tahun adalah 11.151,1 ton dengan nilai rata-rata produksi Rp 9.367.097,1, sedangkan Volume produksi tertinggi dicapai pada tahun 2001 sebesar

33.078,8 ton dengan nilai produksi sebesar Rp 40.174,115. Volume rata-rata tiap tahun mencapai 4.754,8 ton dengan nilai ekspor US\$ 72.599,2 dimana volume ekspor tertinggi dicapai pada tahun 2000 sebesar 10.542,145 ton dengan nilai ekspor sebesar US\$ 97.672.77.

Perkembangan rumput laut cukup baik dengan peningkatan volume dan nilai ekspornya, namun terciptanya peluang ekspor dan terbentuknya pasaran rumput laut, belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh para petani maupun para pengusaha rumput laut di negara kita. Baik dalam kualitas, kuantitas maupun harga jual rumput laut dari negara kita belum dapat bersaing di pasaran internasional. Salah satu penyebab utama belum terpenuhinya pasaran rumput laut adalah masih banyaknya pengusaha rumput laut yang mengandalkan produksi alami melalui kegiatan pengumpulan tanpa disertai dengan kegiatan pembudidayaan, dan mutu rumput laut kalah bersaing dipasaran internasional.

Disadari bahwa kebutuhan rumput laut semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan dalam dan luar negeri, maka dituntut dapat melakukan usaha peningkatan produksi. Dewasa ini, bagi dunia usaha yang bergerak dalam perekonomian yang semakin sulit akibat persaingan yang ketat, baik tingkat nasional maupun internasional, dirasakan bahwa pemasaran memegang peranan yang sangat vital bagi kelangsungan operasi perusahaan, baik perusahaan yang berskala besar maupun yang kecil. Hal ini karena keberhasilan suatu perusahaan dalam mengadakan hubungan dengan pihak konsumen sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha-usaha dibidang pemasaran produk yang dihasilkan inipun dapat

pula ditentukan oleh perusahaan lewat penelitian sebelum produk dipasarkan (Charty, 1993).

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat pengaruh dari berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Rangkuti, 2002).

Dengan adanya proses pertukaran, maka berbagai jenis manusia, baik secara sosial, individu, kelompok kecil organisasi maupun kelompok masyarakat lain akan dapat saling mempertukarkan barang dan jasa sehingga kebutuhan akan barang dan jasa terpenuhi setiap saat. Hal ini di sebabkan adanya kegiatan pemasaran.

Pemasaran tidak semata-mata hanya merupakan kegiatan untuk mengadakan penjualan barang dan jasa, tetapi juga mencakup kegiatan sebelum dan sesudah penjualan barang dan jasa. Dikatakan demikian karena bagi suatu perusahaan yang mempunyai program untuk meningkatkan dan mengadakan pengembangan terhadap hasil produksinya, maka kegiatan tersebut juga merupakan salah satu bagian pemasaran. (Nitisemitto, 1992).

Pemasaran mempunyai peranan penting dalam pencarian tujuan dan sasaran suatu perusahaan karena pemasaran merupakan pintu terdepan untuk mengalirkan dana kembali ke dalam usaha. Kelancaran masuknya kembali dana dari hasil operasi usaha atau perusahaan sangat ditentukan oleh bidang pemasaran. Demikian pula pencarian keuntungan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan memasarkan produk dengan harga yang menguntungkan.

Mengingat pentingnya peranan bidang pemasaran bagi keberhasilan suatu usaha, maka penulis merasa terdorong atau termotivasi untuk melakukan penelitian dibidang ini. Sejalan dengan semakin menurunnya volume dan nilai ekspor rumput laut dalam beberapa tahun terakhir ini, maka terpilihah CV. Sumber Rezeki sebagai tempat untuk melakukan praktek lapang yang difokuskan pada manajemen pemasaran rumput laut.

1.2. Latar Depan

Usaha Pemasaran Rumput laut yang diusahakan oleh CV. Sumber Rezeki perlu mendapat perhatian karena prospek dimasa yang akan datang sangat baik. Melalui kegiatan praktek lapang dengan Menggunakan Metode "*Interparticipatory Actiom Learning*" (*IPAL*) dimana peran belajar akan membantu menawarkan alternatif-alternatif dalam usaha pemecahan masalah terhadap masalah-masalah yang timbul dalam usaha pengelolaan dan manajemen pemasaran rumput laut sehingga usaha tersebut dapat melaksanakan efisiensi tenaga, waktu dan biaya yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga, dapat membuka peluang dalam menyaring tenaga kerja baik dari dalam keluarga maupun dari luar lingkungan keluarga sehingga dapat membantu pemerintah dalam mengatasi atau mengurangi pengangguran.

1.2.1. Visi dan Misi Pribadi

Visi pribadi saya adalah "*Menjadi pengusaha handal dan sukses serta tekun dalam bidang ilmu agribisnis*". Sedangkan misi pribadi yaitu "*Memanfaatkan segala macam sumberdaya alam yang ada dengan mencari berbagai informasi baik yang bersumber dari kegiatan-kegiatan formal maupun informal*".

1.2.2. Visi Dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dari perusahaan yaitu "*Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Produksi Rumput Laut Guna Memenuhi Permintaan Mitra Usaha*". Sedangkan Misi dari Perusahaan yaitu "*Meningkatkan Pembelian Bahan Baku Serta Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Produksi Rumput Laut Sehingga Dapat Memenuhi Permintaan Mitra Usaha*".

1.2.3. Misi Bagian-Bagian Perusahaan

Tidak bisa dipungkiri bahwa fungsi utama pengelolaan perusahaan adalah mengarahkan seluruh aktifitas demi tercapainya tujuan-tujuan perusahaan. Tujuan bagian-bagian perusahaan mesti diterapkan agar tersedia pedoman bagi setiap aktivitas bagian-bagian itu dalam usaha untuk mencapai tujuan perusahaan yang menyeluruh. Adapun misi dari bagian-bagian perusahaan yang ada dalam CV. Sumber Rezeki yang merupakan komponen organisasi perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Direktur

Direktur yang sekaligus menjabat sebagai manajer adalah puncak pimpinan dari sebuah perusahaan yang menjadi penentu dari setiap kebijakan untuk memajukan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Misi dari direktur CV. Sumber Rezeki adalah *"Menjamin Agar Perusahaan Dapat Memberi Kepuasan yang Sebesar-Besarnya Kepada Mitra Usaha yang Terlibat dengan Perusahaan"*. Misi terwujud akan terwujud dengan adanya partisipasi dan koordinasi yang baik dalam semua pihak yang ada dalam perusahaan.

b. Bagian Keuangan

Salah satu faktor pendukung keberhasilan perusahaan adalah kondisi keuangan yang baik. Adapun visi dari bagian keuangan adalah *"Mengatur Keuangan dengan Cara yang Efektif dan Efisien dengan Melakukan Pencatatan yang baik dan Benar"*.

Pencatatan yang baik dan benar dapat mempermudah perusahaan mengetahui kekuatan finansial-nya, juga dapat membantu perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan guna kelangsungan hidup perusahaan.

c. Bagian Penyimpanan Barang

Bagian penyimpanan barang atau gudang harus mampu mengatur arus barang yang akan disimpan ataupun yang akan dikeluarkan dari gudang. Dalam melaksanakan tugasnya bagian penyimpanan barang mempunyai misi yaitu *"Menyimpan Barang dengan Baik dan Benar Serta Menjaga Agar Kondisi Barang Tetap Baik Saat Dipasarkan"*.

Meskipun rumput laut yang akan dipasarkan adalah rumput laut kering (setengah jadi), namun biasa terjadi penjamuran pada barang jika keadaan lembab akibat penataan isi gudang yang salah.

1.2.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi bagi perusahaan diperlukan untuk menunjukkan kedudukan, tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda pada setiap tenaga kerja yang terlibat dalam perusahaan untuk mencapai sasaran yang diinginkan. Struktur organisasi yang dikembangkan kiranya dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya.

Pimpinan yang cakap harus mampu memelihara hubungan harmonis agar potensi organisasi dan sumberdaya manusia yang ada di dalamnya dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, organisasi mempunyai dua pengertian yang berbeda, yaitu statis dan dinamis. Organisasi dalam pengertian statis adalah suatu wadah atau tempat bekerjasama untuk melaksanakan tugas-tugas sesuai rencana yang telah ditetapkan, sedangkan organisasi dalam pengertian dinamis adalah proses kerjasama antara dua orang atau lebih dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun struktur organisasi yang terdapat pada CV. Sumber Rezeki adalah sebagai berikut:

1. Direktur

Direktur yang bertugas dan bertanggung jawab penuh terhadap segala aktivitas perusahaan secara keseluruhan.



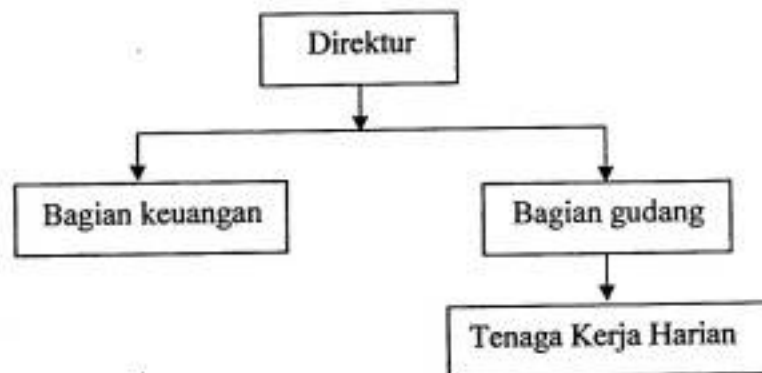
2. Bagian administrasi/ keuangan

Bagian ini bertanggung jawab terhadap pengelolaan administrasi, personalia dan keuangan perusahaan agar aktivitas perusahaan berjalan dengan baik.

3. Bagian Gudang

Bagian gudang bertanggung jawab atas penyimpanan produk agar tetap terjaga dengan baik.

Untuk lebih jelasnya struktur organisasi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Struktur Organisasi pada CV. Sumber Rezeki, 2004

1.3. Sasaran – Sasaran Belajar

Sasaran Belajar yang hendak dicapai dalam pelaksanaan praktek lapang, penentuan sasaran belajar adalah suatu hal yang sangat penting karena merupakan arah dan tujuan dari kegiatan yang akan dilaksanakan. Sasaran belajar yang hendak dicapai dalam praktek lapang ini dibagi dalam beberapa aspek, dengan menggunakan metode IPAL sebagai berikut:

1. Aspek pengetahuan

- a. Mengetahui gambaran umum atau sejarah perusahaan kasus.
- b. Mengetahui berbagai sumber daya yang digunakan oleh perusahaan.

- c. Mengetahui kinerja proses dan hasil yang terjadi dalam perusahaan
 - d. Mengetahui pola manajemen yang diterapkan oleh perusahaan kasus.
2. Aspek keterampilan
- a. Terampil mengidentifikasi jenis rumput laut yang berkualitas baik.
 - b. Terampil dalam menentukan masalah utama sehingga dapat membentuk struktur masalah
 - c. Terampil dalam menentukan sasaran dan alternatif pemecahan masalah.
3. Aspek sikap
- a. Menghargai kesediaan pemilik perusahaan yang bersedia menjadi mitra belajar penulis yang erat kaitannya dengan partisipasi langsung.
 - b. Senantiasa memperhatikan etika pergaulan terhadap pemilik perusahaan dan semua pihak yang terlibat dalam aktifitas perusahaan maupun terhadap lingkungan masyarakat disekitar perusahaan.
 - c. Menghargai hasil usaha yang telah dilaksanakan oleh pemilik perusahaan sebagai upaya untuk menciptakan lapangan kerja dalam lingkungan keluarga dan masyarakat.
 - d. Dapat dijadikan sebagai motivasi perbandingan dalam berwirausaha.
- Praktek lapang ini difokuskan pada proses pemasaran rumput laut dengan tetap memperhatikan proses lainnya yang berhubungan dengan pemasaran.

1.4. Pemilihan Mitra Belajar dan Pendekatan Kasus

Praktek lapang ini dilakukan di CV. Sumber Rezeki yang bergerak dalam bidang pemasaran rumput laut yang terletak di Kecamatan Tamalanrea, Jl. Perintis Kemerdekaan KM 11 Makassar.

Pemilihan kasus ini dilakukan secara penunjukan langsung (*purposive sampling*) dengan pertimbangan:

1. Agrosistem kasus dalam memasarkan rumput laut termasuk usaha yang cukup layak untuk dikembangkan.
2. Agrosistem kasus memenuhi syarat untuk dijadikan sasaran belajar dalam mempraktekkan metode IPAL. (*Inter - participatory Action Learning*).
3. Agrosistem kasus dapat dijadikan sarana pembelajaran wirausaha.

Pendekatan kasus yang digunakan pada penelitian ini adalah metode magang yang dilakukan pada setiap kegiatan yang berlangsung dalam perusahaan. Sedangkan pendekatan lain yaitu metode observasi melihat dan mengamati secara langsung kegiatan yang berhubungan dengan proses distribusi sampai proses pemasaran yang terjadi pada perusahaan. Sedangkan metode wawancara dilakukan dengan pendekatan secara kekeluargaan terhadap pimpinan dan karyawan untuk mendapat data-data yang akurat yang berhubungan dengan praktek lapang.

Dalam praktek lapang ini, penulis melakukan audit awal dalam memperoleh sejumlah informasi selengkap mungkin tentang kasus atau suatu unit yang menjadi sasaran pembelajaran, yang terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut :

1. Analisis Posisi Sumber Daya

Menggambarkan bagaimana keadaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, seperti sumber daya lahan dan bangunan, sumberdaya peralatan, sumberdaya finansial dan sumberdaya manusia.

2. Analisis Kinerja Proses

Menggambarkan kegiatan proses pemanfaatan sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan

3. Analisis Kinerja Hasil

Menggambarkan besarnya biaya yang dikeluarkan serta pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan sehingga dapat diukur dan dievaluasi kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan perusahaan meliputi analisis biaya dan pendapatan.

1.6. Lokasi dan waktu pelaksanaan

Tempat pelaksanaan praktek lapang ini berlangsung pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 11. Makassar. Fokus pengamatan terhadap agrosistem kasus adalah pada manajemen pemasaran. Adapun hal-hal yang menjadi fokus perhatian pada praktek lapang ini adalah sebagai berikut: **aspek sumberdaya**, meliputi sumberdaya lahan, sumberdaya peralatan, sumberdaya manusia, dan sumberdaya finansial yang digunakan dalam proses pemasaran, **aspek manajemen**, meliputi pengamatan terhadap fungsi-fungsi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, antara lain: perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pengawasan dan pengendalian.

Sedangkan strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandang penjual adalah tempat pemasaran yang strategis (*place*), produk yang sesuai kebutuhan pasar (*produc*), harga yang wajar (*price*), promosi yang gencar (*promotion*), tenaga pemasaran yang handal (*personality*), opini konsumen (*public opinion*), fasilitas fisik (*physical facility*), dan kebijakan pemerintah (*political will*). Tujuan akhir dan konsep, kiat dan strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya ("*total customer Statisfaction*"). Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka butuhkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah memenuhi kebutuhan pelanggan, **aspek ekonomi** meliputi besarnya nilai-nilai biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterima perusahaan, **aspek sosial** meliputi hubungan pimpinan perusahaan dengan karyawan, dan masyarakat menerima dengan baik keberadaan perusahaan karena dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat, **aspek Ekologi** meliputi pengamatan terhadap besarnya pengaruh keberadaan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Adapun waktu pelaksanaan praktek lapang ini dilaksanakan selama tiga bulan yaitu mulai dari bulan Desember 2003 sampai Pebruari 2004.

1.7. Metode Belajar Melalui Magang

Dalam melakukan praktek lapang ini, penulis menggunakan Metode e IPAL (Inter – Participatory Action Learning). yang terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut

1. Inter – Participatory merupakan kegiatan partisipasi pada sebuah kasus yang bersifat eksperimental dari suatu tindakan komperehensif.

2. Action merupakan kegiatan peran serta dalam peran studi yang dilakukan tahap demi tahap.
3. Learning merupakan kegiatan keterampilan sederajat antara pemegang (pembelajar) dengan pengelola usaha dalam proses belajar bersama.

Ketiga bagian ini harus dikaitkan menjadi salah satu kesatuan sehingga dapat menjadi kaji tindak inter – partisipatif dimana pembelajar / pemegang dan pengusaha secara bersama-sama melakukan tindakan terhadap permasalahan yang ada / timbul sehingga diperoleh usaha perbaikan terhadap posisi dan kinerja agrosistem kasus.

Adapun tahap-tahap pelaksanaan inter – participatory action learning (Kaji tindak inter – partisipatif) ini adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan

Pada tahap ini, pemegang akan saling mengenal satu sama lain agar dalam memperoleh suatu informasi tidak mengalami kesulitan satu sama lain dan dapat terciptanya suatu kinerja.

2. Audit dasar yang meliputi:

- a. **Aspek sumberdaya**, meliputi sumberdaya lahan, sumberdaya peralatan, sumberdaya manusia, dan sumberdaya finansial yang digunakan dalam proses pemasaran
- b. **Aspek manajemen**, meliputi pengamatan terhadap fungsi-fungsi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, antara lain: perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pengawasan dan pengendalian. Sedangkan strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandang penjual adalah tempat

pemasaran yang strategis (*place*), produk yang sesuai kebutuhan pasar (*produc*), harga yang wajar (*price*), promosi yang gencar (*promotion*), tenaga pemasaran yang handal (*personality*), opini konsumen (*public opinion*). fasilitas fisik (*physical facility*), dan kebijakan pemerintah (*political will*). Tujuan akhir dan konsep, kiat dan strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya ("*total customer Statisfaction*"). Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka butuhkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah memenuhi kebutuhan pelanggan

- c. **Aspek ekonomi** meliputi besarnya nilai-nilai biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterima perusahaan,
- d. **Aspek sosial** yaitu, menyangkut dampak sosial dari keberadaan perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya.
- e. **Aspek Ekologi** yaitu, mengenai penanganan limbah khususnya dampak terhadap manusia dan lingkungan sekitarnya.

Analisis posisi akan menguraikan keadaan sumberdaya yang dimiliki atau tersedia dalam perusahaan kasus meliputi:

- a. Sumberdaya lahan dan bangunan mencakup luas lahan, luas bangunan, jumlah bangunan, nilai bangunan dan status kepemilikan.
- b. Sumberdaya peralatan meliputi jenis, jumlah, nilai, lama pemakaian dan nilai penyusutan.
- c. Sumberdaya manusia meliputi, jumlah, kualifikasi, tugas, jenis kelamin, umur, pendidikan dan upah.

- d. Sumberdaya finansial meliputi, jumlah harta dan kekayaan perusahaan, jenis, sumber modal dan penggunaannya.

Analisis kerja akan menguraikan kegiatan-kegiatan atau proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam kegiatan usahanya, yaitu:

- a. Proses penyediaan bahan baku meliputi jumlah pembelian, harga dan pemasok.
- b. Proses produksi mencakup kegiatan pengolahan bahan baku sampai siap dipasarkan.
- c. Proses pemasaran mencakup jumlah yang dipasarkan, harga, sistem distribusi, promosi dan sistem pembayaran dan lembaga pemasaran yang dimanfaatkan
- d. Analisa biaya meliputi biaya tetap (Fixed cost) dan biaya tidak tetap (variabel cost) dan besarnya penerimaan.
- e. Pengendalian dampak lingkungan meliputi langkah yang ditempuh dalam menanggulangi dampak yang ditimbulkan selama kegiatan usaha dalam perusahaan.
- f. Peta penampilan karya agrosistem mencakup hubungan yang terjadi antara sumberdaya yang dimiliki dengan proses kegiatan didalam agrosistem baik dari dalam maupun dari luar, atau dengan kata lain arus uang, barang dan jasa dari dalam agrosistem keluar maupun yang masuk.

3. Permasalahan

Merupakan suatu usaha untuk melibatkan dan mengungkapkan masalah yang terjadi dalam agrosisten kasus. Bertujuan untuk menyusun rancangan

pemecahan masalah yang dihadapi, hubungan sebab akibat antara masalah yang pada akhirnya akan sampai pada suatu masalah utama

4. Desain tindakan

Pada tahap ini diadakan tindakan merancang atau mendesain bersama mitra belajar untuk mengatasi atau menyelesaikan persoalan yang telah ada dengan desain yang meliputi:

a. Analisis Masalah Pengembangan usaha

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dan hubungan sebab akibat yang nantinya digambarkan dalam suatu diagram pohon sasaran.

b. Analisis Sasaran Pengembangan Usaha

Menentukan sasaran-sasaran dan hubungan tindakan antar sasaran

d. Analisis Alternatif Tindakan Pengembangan usaha

Tindakan-tindakan apa saja yang akan dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya

e. Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha

Perencanaan Pengembangan proyek (Dampak atau konsekwensi dari sasaran utama, sasaran antara, dan khusus tindakan) dan rencana kerja proyek pengembangan usaha.

f. Rencana Kerja Proyek Pengembangan Usaha mencakup penggambaran susunan rencana kerja pengembangan usaha untuk setiap tindakan mengenai penanggungjawab, hasil kegiatan dan jadwal pelaksanaan kegiatan.

g. Analisis Persoalan Potensial

Penyusunan scenario pelaksanaan kegiatan, identifikasi tahap-tahap rawan, identifikasi persoalan potensial khusus, identifikasi sebab-sebab persoalan potensial khusus dan tindakan penanggulangan serta pencegahan.

5. Uji coba / implementasi

Merupakan rancangan desain tindakan yang dirumuskan dan disepakati untuk kemudian diuji penerapannya pada agrosistem kasus.

6. Pemantauan dan Evaluasi

Untuk menguji penerapan model pengembangan tersebut dapat mencapai sasaran yang telah dirumuskan dan untuk mengetahui hasil-hasil tersebut dalam jangka panjang.

7. Refleksi

Merupakan pelajaran-pelajaran atau hikmah penting yang didapatkan selama melaksanakan praktek lapang di perusahaan, baik secara teoritik, metodologik maupun etika.

BAGIAN DUA DESKRIPSI PERUSAHAAN



2.1. Biografi Responden dan Sejarah Usaha

Ny. Marcelina Taher Lahir di Makassar 46 tahun yang silam tepatnya pada tanggal 12 Desember 1959 dan berasal dari warga keturunan cina. Pada tahun 1966 beliau mengawali pendidikan formalnya di sekolah dasar yang berada di makassar pada saat itu beliau berusia 6 tahun. Setelah tamat dari sekolah dasar beliau melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) yaitu pada tahun 1972 dan tamat pada tahun 1975. Setelah itu beliau melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) dan lulus pada tahun 1978. Beliau tidak melanjutkan ke perguruan tinggi karena memilih membantu orang tuanya untuk mengelolah usaha dari orang tuanya, sehingga beliau dapat mendirikan sebuah perusahaan yang diberi nama CV. Sumber Rezeki.

Ny. Marcelina Taher adalah merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam usaha ekspor rumput laut. Perusahaan ini di didirikan pada tanggal 25 Mei 1997 dengan Akte Notaris No. 203. CV. Sumber Rezeki yang berkedudukan di Jalan Perintis Kemerdekaan Km 11 Makassar. Perusahaan ini didirikan oleh Ny. Marcelina Tahir yang sekaligus menjabat sebagai direktur utama dalam perusahaan tersebut.

Pada awalnya perusahaan ini didirikan dengan tujuan utama yaitu pengolahan kayu. Namun karena krisis moneter yang melanda Indonesia perusahaan tersebut

tidak mampu bersaing dilapangan. Pada tahun 1999 perusahaan hampir di tutup karena mengalami kerugian. Namun karena melihat adanya peluang bisnis pada komoditi rumput laut akhirnya perusahaan mengalihkan fungsi menjadi eksportir rumput laut hingga saat ini.

2.2. Analisis Posisi Sumberdaya Perusahaan

Analisis posisi adalah analisis mengenai keadaan dari sumberdaya suatu usaha yang akan atau telah dilaksanakan dengan memperkirakan segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung suatu usaha. Sumberdaya yang dapat dinilai yaitu sumberdaya lahan dan bangunan, sumberdaya peralatan, sumberdaya manusia dan sumberdaya finansial. Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat pada penjelasan sebagai berikut :

2.1.1. Sumberdaya Lahan dan Bangunan

Sumberdaya lahan adalah tanah yang digunakan sebagai tempat berlangsungnya proses produksi suatu perusahaan ekosistem. Sumberdaya lahan merupakan sumberdaya yang sangat penting karena disinilah didirikan bangunan-bangunan fisik perusahaan sebagai tempat berlangsungnya proses produksi.

CV. Sumber Rezeki berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan Km 11 Makassar dengan luas lahan 500 m² dengan nilai Rp. 100. 000.000,-. Diatas lahan tersebut terdapat gudang penyimpanan seluas 20 x 15 m, kantor seluas 8 x 5 m serta tempat

penjemuran seluas 20 x 15 m. Bangunan tersebut apabila dinilai dengan rupiah adalah Rp. 300.000.000

2.1.2. Sumberdaya Peralatan

Sumberdaya peralatan adalah semua sarana atau fasilitas yang berupa alat yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Sumberdaya peralatan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk memperlancar suatu aktivitas atau proses produksi pada perusahaan. Kegiatan ekosistem merupakan suatu proses sehingga peralatan yang digunakan dan diinginkan berbeda menurut tahap kegiatan. Mulai dari tahap pengadaan bahan baku sampai proses produksinya membutuhkan seperangkat peralatan. Adapun jenis dan jumlah peralatan yang digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan proses produksi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis, Jumlah, dan Nilai Penyusutan yang di Miliki Oleh CV. Sumber Rezeki Jl. Perintis Kemerdekaan Km 11 Makassar 2004.

No	Jenis Alat	Jumlah (buah)	Umur (tahun)	Nilai Awal @ (Rp)	Nilai Sekarang @ (Rp)	Nilai Penyusutan
1.	Mesin yakan	1	4	7.000.000	5.500.000	750.000
2.	Mesin Pres	1	4	80.000.000	55.000.000	6.250.000
3.	Keranjang	45	4	40.000	20.000	225.000
4.	Gerobak	5	4	150.000	100.000	62.500
5.	Timbangan	2	4	500.000	300.000	100.000
6.	Terpal	14	4	180.000	120.000	210.000
7.	Kalkulator	2	4	100.000	50.000	25.000
8.	Jarum	6	3	1.500	1.000	1.250
Total				87.971.500		7.248.750

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2004.

Table 1 terlihat bahwa nilai investasi perusahaan untuk sarana peralatan adalah Rp.87.971.500,-. Sedangkan nilai penyusutan alat adalah sebesar Rp. 7.248.750,-.

2.1.3. Sumberdaya Manusia

Salah satu komponen yang perlu diperhatikan dalam suatu perusahaan adalah sumberdaya manusia. Hal ini disebabkan karena tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Simanjuntak (1998), sumberdaya manusia atau human resources mengandung dua pengertian. Pertama, sumberdaya manusia mengandung pengertian usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. Dalam hal ini sumberdaya manusia mencerminkan kualitas usaha yang diberikan kepada seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Kedua, dari sumberdaya manusia menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang mempunyai nilai ekonomis, yaitu bahwa kegiatan tersebut menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara fisik, kemampuan bekerja diukur dengan usia. Dengan kata lain, orang dalam usia kerja dianggap mampu bekerja, kelompok penduduk dalam usia kerja tersebut dinamakan tenaga kerja atau power. Secara singkat tenaga kerja didefinisikan sebagai penduduk dalam usia kerja (*Working-age population*).

Untuk lebih jelasnya mengenai sumberdaya manusia yang terlibat pada CV.

Sumber Rezeki dapat dilihat pada Table 2.

Tabel 2. Sumberdaya Manusia yang Dimiliki Oleh CV. Sumber Rezeki Ji Perintis Kemerdekaan Km 11 Makassar, 2004.

No	Uraian	Jumlah (orang)
1.	Tingkat Pendidikan	
	- SD	6
	- SMP	9
2	- SMA	8
	- Sarjana	2
3	Jumlah jenis kelamin	
	- Pria	14
	- Wanita	11
4	Umur	
	- 15 – 20	7
	- 21 – 29	5
	- 30 – 40	12
	Jabatan	
	- Manajer	1
	- Bendahara	1
	- Kepala gudang	1
	- Bagian lapangan	1
	- Karyawan harian	21

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2004

Dari segi pendidikan, tenaga kerja yang terlibat sebagai staf kantor yaitu dua orang dimana 1 orang sarjana sebagai direktur atau manajer dan 1 orang staf bagian keuangan dan seorang tamatan sekolah menengah atas pada bagian penyimpanan barang atau gudang, karena bagian ini memerlukan kualifikasi pendidikan sedangkan

tenaga kerja harian yang melaksanakan penjemuran dan pengepakan rumput laut umumnya hanya tamatan sekolah dasar dan sekolah menengah atas, karena pada bagian ini hanya dibutuhkan keterampilan, kemampuan dan kesungguhan dalam bekerja.

Kisaran usia karyawan berkisar antara 17- 40 tahun. Kondisi ini merupakan usia tenaga kerja yang produktif dan dapat membantu kelangsungan hidup perusahaan.

Kategori perusahaan ini menurut ukuran perusahaan yang dikeluarkan oleh Biro Pusat Statistik berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu golongan industri kerajinan rumah tangga bila mempekerjakan 1 - 4 orang, industri kecil 5-9 orang dan industri menengah 20-99 orang sedangkan industri besar bila mempekerjakan lebih dari 100 orang. Dari data tersebut Maka CV. Sumber Rezeki dapat dikategorikan sebagai perusahaan kecil.

2.1.4. Sumberdaya Finansial

Sumberdaya finansial adalah sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan sebagai modal atau untuk meningkatkan produksi. Sumberdaya finansial juga dapat diartikan sebagai suatu barang yang dimiliki dan sewaktu-waktu dapat diuangkan dengan cepat maupun barang-barang berharga lainnya yang dapat digunakan kemudian dapat diinvestasikan kembali pada proses produksi selanjutnya.

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa keberadaan sumberdaya finansial dalam pelaksanaan kegiatan suatu usaha merupakan suatu hal yang mutlak diperlukan,

karena fungsi utama dari sumberdaya ini yaitu untuk mengadakan jenis sumberdaya lainnya yang diperlukan oleh perusahaan.

Adapun jumlah harta tetap yang dialokasikan untuk pendirian perusahaan adalah sebesar Rp.462.971.500,- dan harta lancar sebesar 75.000.000. Untuk lebih jelasnya mengenai posisi sumberdaya CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3. Posisi Sumberdaya CV. Sumber Rezeki Jalan Perintis Kemerdekaan Km 11 Makassar,2004

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1	Harta Lancar	
	- Kas	75.000.000
2	Harta Tetap	
	- Lahan	100.000.000
	- Bangunan	200.000.000
	- Peralatan	87.971.500
	Total	462.971.500

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2004

2.2. Analisis Kinerja Proses

Kinerja proses yang dilakukan perusahaan ini adalah dimulai dari proses pengadaan bahan baku hingga produk sampai di ekspor.

2.2.1. Proses Pengadaan Bahan baku

Proses Pengadaan bahan baku rumput laut merupakan proses awal yang perlu mendapat perhatian dalam perusahaan karena ketersediaan rumput laut dalam jumlah yang cukup serta berkesinambungan merupakan syarat mutlak bagi pelaksanaan proses-proses berikutnya dalam perusahaan.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengadaan rumput laut misalnya berapa besar biaya yang harus dikeluarkan, perencanaan sumber-sumber rumput laut, bagaimana cara memperoleh nya, berapa jumlah yang harus disediakan dan bagaimana kualitas yang diinginkan.

Keseluruhan rumput laut yang dimiliki oleh CV. Sumber Rezeki berasal dari para nelayan yang berada di Kabupaten Takalar, Jeneponto, Bau-bau, dan ada dari luar sulawesi seperti Lombok. CV. Sumber Rezeki bekerja sama dengan para pedagang pengumpul yang ada didaerah-daerah dimana para petani menjual hasilnya kepada pedagang pengumpul setelah itu hasil tersebut dijual kembali keperusahaan. Sebelum rumput laut dibeli oleh perusahaan terlebih dahulu diadakan pemeriksaan oleh bagian lapangan, dimana bagian ini tugasnya untuk melihat dan memeriksa kualitas atau mutu dari rumput laut tersebut sebelum dibawa ke perusahaan. CV. Sumber Rezeki hanya membeli bahan baku rumput laut yang berjenis Katonik (*sewit*) karena jenis rumput laut ini kualitasnya sangat bagus bila dibandingkan dengan jenis rumput laut yang lain.

Jumlah bahan baku yang masuk tidak menentu, tergantung berapa banyak yang dibawa oleh pemasok tetapi pada umumnya sebanyak 150 sampai 180 kg perminggu. Pada saat panen raya antara bulan Juli sampai November rata-rata bahan baku yang masuk 320.000 sampai 350.000 kg tiap minggu dengan waktu pengiriman 2 kali seminggu, sedangkan antara bulan Desember 2003 sampai bulan Maret 2003 bahan baku yang masuk berkisar antara 20.000 sampai 25.000 kg perminggu. Sejak bulan Desember hingga bulan Maret pasokan rumput laut dari nelayan ke pedagang

pengumpul mulai berkurang hal ini disebabkan karena adanya perubahan cuaca yang dapat mempengaruhi proses pertumbuhan rumput laut. Keseluruhan rumput laut ini akan mengalami penyusutan setelah melalui proses penjemuran dan penyortiran didalam perusahaan.

Harga pembelian bahan baku rumput laut yang ditetapkan oleh pihak perusahaan kepada para petani dan pedagang pengumpul yaitu dengan harga Rp.4000 per kilo garam dalam bentuk kering sedangkan dalam bentuk basah dengan harga Rp. 3700, yang dibayar secara tunai.

Dalam pembelian bahan baku, pihak perusahaan menetapkan standarisasi sebagai berikut:

1. Kekeringan minimum 65 % (kadar air maksimum 35 %)
2. Kadar kotoran dan garam maksimal 15 %

Untuk lebih jelasnya mengenai data pembelian rumput laut pada CV. Sumber rezeki dapat dilihat pada lampiran.

2.2.2. Proses Produksi

Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa untuk kegiatan dimana dibutuhkan faktor-faktor produksi yang dalam ilmu ekonomi berupa tanah, modal, tenaga kerja, dan skill (Sofyan Assauri, 1991). Kegiatan produksi yang dapat diartikan sebagai kegiatan yang memadukan berbagai sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan guna menghasilkan suatu output, baik berupa barang ataupun jasa.

pengumpul mulai berkurang hal ini disebabkan karena dapat mempengaruhi proses pertumbuhan rumput laut. Jika rumput laut yang akan mengalami penyusutan setelah melalui proses pengeringan sudah memenuhi standar yang ditetapkan maka proses penyortiran dan pengemasan dapat dilakukan.

Harga pembelian bahan baku rumput laut oleh perusahaan kepada para petani dan pedagang di pasar per kilo garam dalam bentuk kering adalah Rp. 3700, yang dibayar secara tunai.

Dalam pembelian bahan baku rumput laut sebagai berikut:

1. Kekeringan minimum 85%
2. Kadar kotoran dan pasir maksimum 5%

Untuk jenis rumput laut yang akan diproses, maka rezeki dapat dilihat dari hasil penjualan.

2.2.2. Proses Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan yang menghasilkan suatu barang atau jasa. Menurut (Sugeng, 1991). Kegiatan produksi adalah kegiatan yang menghasilkan berbagai sumbu daya yang diperlukan untuk memproduksi barang yang baik berupa barang atau jasa.

CV. Sumber Rezeki melaksanakan proses produksi (Standarisasi mutu) setiap hari kecuali hari libur. Jumlah produksi tergantung pada bahan baku yang tersedia. Proses produksi rumput laut diolah sedemikian rupa sampai akhirnya sesuai dengan syarat mutu yang diinginkan. Syarat mutu yang diinginkan yaitu tingkat kekeringan 65 %, kadar air 35 %, dan kadar kotoran 15 % yang sesuai dengan standar mutu yang sudah ditetapkan sesuai dengan standar ekspor.

Tahap-tahap proses produksi yang dilakukan oleh CV. Sumber Rezeki adalah sebagai berikut:

a. Rumput laut

Bahan baku rumput laut sangat penting bagi perusahaan karena untuk kelancaran proses produksi sampai pemasaran, oleh karena itu perusahaan selalu mencari bahan baku yang bermutu tinggi yang ada di daerah-daerah penghasil rumput laut. Pedagang pengumpul yang ada di daerah selalu membeli rumput laut dari petani setelah itu dijual ke perusahaan yang sudah menjadi mitra usahanya. Bahan baku yang masuk dari pedagang pengumpul ke perusahaan harus melalui proses penimbangan untuk mengetahui berapa jumlah bahan baku yang masuk ke perusahaan.

b. Penimbangan

Bahan baku yang tiba dari diturunkan dengan mobil truk setelah itu ditimbang untuk mengetahui berat dari pada rumput laut per karung. Penimbangan dilakukan untuk mendapatkan berapa berat rumput laut per satu karung. Rata-rata rumput laut yang masuk ke perusahaan dalam bentuk kering dan basah dengan harga yang berbeda. Tenaga kerja yang bertugas pada proses penimbangan berjumlah 4 orang.

b. Penjemuran

Proses penjemuran ini bertujuan untuk mengeringkan rumput laut hingga mencapai tingkat kekeringan 65 %. Kegiatan ini dilakukan jika rumput laut yang dibeli masih basah, namun jika rumput laut yang dibeli sudah memenuhi standar kekeringan rumput laut tersebut, maka langsung mengalami proses penyortiran dan pengepakan

Proses penjemuran dilakukan dilantai penjemuran yang berlangsung selama kurang lebih 2 jam jika matahari bersinar cerah, namun matahari tidak bersinar cerah penjemuran dapat berlangsung hingga kurang lebih 16 jam (2 hari). Selama penjemuran berlangsung, rumput laut harus dibolak balik setiap setengah jam agar proses pengeringan merata pada seluruh bagian rumput laut. Jika rumput laut diperkirakan telah kering dalam hal ini tenaga kerja hanya mengandalkan pengalaman dan perasaan untuk melihat tingkat kekeringan rumput laut tersebut, maka penjemuran dihentikan, cara mendeteksi tingkat kekeringan rumput laut yang hanya mengandalkan pengalaman dan perasaan kadang mengakibatkan tingkat kekeringan bervariasi. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja dalam pelaksanaan proses produksi dalam hal ini proses penjemuran merupakan masalah bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil kerja mereka, dimana rumput laut yang telah dijemur memiliki kadar air yang tidak memenuhi standar produk yang telah ditetapkan oleh pihak konsumen.

Adapun ciri-ciri rumput laut yang dianggap telah kering yaitu:

1. Terdapat kristal garam pada rumput laut
2. Rumput laut menjadi keras dan kenyal
3. Tidak ada lagi rasa lembab

Penjemuran rumput laut dilakukan setiap hari kecuali hari libur, jumlah rumput laut yang dijemur tergantung pada rumput laut basah yang tersedia digudang perusahaan.

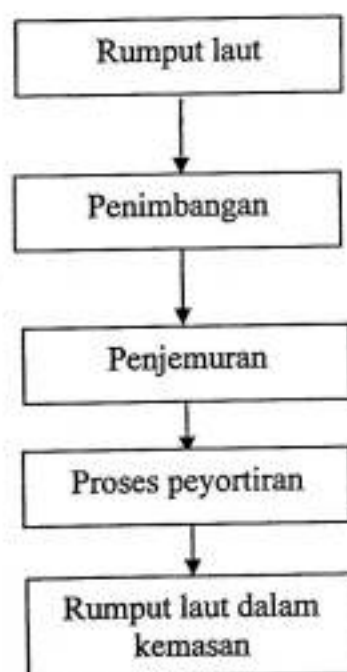
c. Proses Penyortiran

Proses penyortiran bertujuan untuk memisahkan antara rumput laut dengan bahan non rumput laut seperti kotoran dan sisa-sisa tanaman laut, batuan dan pasir yang terikat pada rumput laut. Proses ini dilakukan ketika rumput laut masih dalam tahap penjemuran, jadi disamping melakukan penjemuran, pekerja juga melakukan sortasi. Dalam melakukan proses sortasi, tenaga kerja sudah memakai alat-alat yang cukup canggih yaitu memakai mesin ayakan untuk memisahkan kotoran dari rumput laut, agar kadar kotoran pada rumput laut kurang dari 15 % sehingga menyebabkan kualitas rumput laut tinggi yang menyebabkan harganya naik. Penyortiran perlu dilakukan agar kualitas rumput laut terjaga dan produk terlihat bersih.

d. Pengepakan

Rumput laut yang telah dijemur dan melewati proses penyortiran, selanjutnya dimasukkan dalam karung plastik yang berkapasitas 100 kg. Dengan cara rumput laut dipadatkan, kemudian plastik diikat atau dijahit. Dalam keadaan umum berat rata-rata setiap karung 100 kg.

Rumput laut yang telah dikemas dalam karung plastik di simpan dalam gudang sebelum dikirim ke luar negeri. Selama penyimpanan rumput laut tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kelembaban udara dalam gudang penyimpanan, karena rumput laut kering mempunyai sifat hidroskopis. Oleh karena itu selama penyimpanan didalam gudang, lantai gudang diberi alas papan atau balok demikian pula sirkulasi udara dalam gudang sudah baik. Untuk lebih jelasnya mengenai proses produksi pada CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Produksi Rumput Laut pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea km 11 Makassar, 2004.

2.2.3. Proses Pemasaran

Proses pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang menyangkut penyampaian barang dari produsen dari konsumen. Produk akan sampai ketangan konsumen apabila melalui proses pemasaran. Jadi dalam proses pemasaran ini terjadi proses timbal balik dimana proses perusahaan menyajikan barang dan jasa kepada masyarakat (konsumen), sedangkan konsumen menyerahkan uang sebagai imbalan atas terpenuhinya kebutuhan mereka secara tepat dan memuaskan (Indriono, 1994).

Proses pemasaran merupakan kelanjutan dari proses produksi. Kegiatan pemasaran bertujuan agar dana yang telah diinvestasikan dalam kegiatan produksi dapat diperoleh kembali dengan mendapatkan sejumlah dana dari hasil penjualan sebagai imbalan dari investasi dilakukan selama ini.

Pada kenyataannya, proses pemasaran membutuhkan lebih dari pada hanya sekedar menjual produk yang dihasilkan, melainkan juga diperlukan untuk mengantisipasi permintaan masyarakat dengan cara mengidentifikasi kebutuhan mereka sehingga produk yang dihasilkan dapat dikembangkan guna memenuhi kebutuhan konsumen dan menetapkan harga serta promosi yang tepat untuk produk yang bersangkutan.

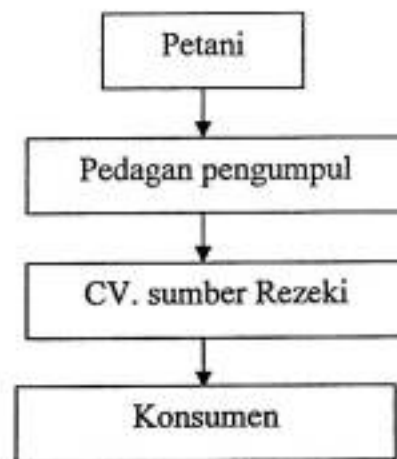
Dalam penentuan wilayah pemasaran pihak perusahaan harus jeli melihat peluang pasar, yaitu daerah mana yang kira-kira membutuhkan produk yang dihasilkan. Dengan menetapkan wilayah pemasaran maka pihak perusahaan akan

dapat melaksanakan proses pemasaran secara efisien. Wilayah pemasaran perusahaan dengan tujuan ke negara Asia.

Proses pemasaran rumput laut oleh CV. Sumber Rezeki dilakukan secara langsung yaitu pihak perusahaan mengirim produk rumput laut yang telah dikemas dengan tujuan ke negara Asia dan eropa. Pengiriman produk keluar negeri berdasarkan jumlah produk rumput laut yang ada. Adapun sistem pembayaran yang digunakan dalam proses pemasaran rumput laut adalah dengan sistem cash. Pembayaran yang dilakukan setelah pihak konsumen melakukan pemeriksaan mutu produk rumput laut, apabila ada rumput yang tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan maka diadakan pemotongan harga oleh pihak konsumen, dimana uang pembayaran dikirim melalui rekening Bank CV. Sumber Rezeki.

Penetapan harga berdasarkan mutu rumput laut yang ada yaitu, jika kadar air rumput laut diatas 35% dan kadar kotoran diatas 15% maka harga yang ditawarkan di sesuaikan dengan standar dollar.

Agar produk dapat diterima oleh konsumen, CV. Sumber Rezeki menggunakan saluran distribusi yang tidak panjang dan tidak melalui perantara untuk lebih jelasnya mengenai saluran distribusi pemasaran rumput laut oleh CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Saluran Distribusi Pemasaran Rumput Laut pada CV. Sumber Rezeki 2004.

2.3. Kinerja Hasil

2.3.1 Analisis Biaya

Biaya memegang peranan penting dalam mengembangkan suatu usaha. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa akan menentukan besar kecilnya harga produk dari produk yang bersangkutan. Analisis biaya bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu, dalam hal ini dilakukan setiap tahun.

Biaya adalah korban sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Menurut hubungan biaya dan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat digolongkan kedalam dua jenis yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*) (Muliadi, 1993).

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Menurut Mulyadi (1991) Biaya tetap adalah biaya yang sifatnya tidak berpengaruh langsung terhadap produksi. Penggunaan biaya tetap oleh CV.Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel 4:

Tabel 4. Biaya Tetap yang Dikeluarkan CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea, Makassar, 2004.

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Gaji Pegawai	
	- Direktur	18.000.000
	- Bagian Keuangan	12.000.000
	- Bagian Peny. Barang	9.600.000
2	Telefon	2.600.000
3	Listrik	3.200.000
4	Biaya Penyusutan	7.248.750
	Total	52.648.750

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2004

b. Biaya Variabel

Menurut Mulyadi (1991) Biaya Variabel adalah biaya yang langsung digunakan dalam proses Produksi atau biaya yang sifatnya selalu berubah-ubah sesuai dengan besarnya produksi . Penggunaan biaya variabel oleh CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel 5:

Tabel 5. Biaya Variabel Yang Dikeluarkan Oleh CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea, Makassar, 2004..

No	Uraian	Ukuran	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Pembelian bahan baku (kg)	270.639	4.000	1.082.556.000,-
2.	Pembelian Karung (lembar)	3.700	500	1.850.000,-
3.	Tali Rafia (rol)	30	1000	300.000,-
4.	Transportasi			100.000.000,-
	Upah tenaga kerja Harian			
	- Laki-laki orang/hari	12	20.000	65.520.000,-
	- Perempuan orang/hari	9	15.000	35.230.000,-
	Jumlah			1.285.456.000,-

Data Primer Setelah Diolah, 2004.

Berdasarkan Tabel diatas, Terlihat bahwa besarnya biaya tetap adalah sebesar Rp. 52.648.750 Dan nilai biaya tidak tetap adalah sebesar Rp. 1.285.456.000,- Sehingga total biaya yang dikeluarkan oleh CV. Sumber Rezeki secara Keseluruhan adalah sebesar Rp.1.285.458.000,-

2.3.2. Analisis Pendapatan

Penerimaan yang diperoleh oleh CV. Sumber Rezeki berasal dari penjualan rumput laut yang diproduksi. Jumlah penerimaan usaha dihitung dengan mengalihkan antara jumlah produksi dengan harga yang telah ditetapkan. Adapun besarnya penerimaan yang diperoleh selama satu tahun produksi adalah Rp.2.357.585.900,-. Untuk lebih jelasnya mengenai penerimaan perusahaan selama Bulan Januari 2003 hingga Bulan Desember 2003 dapat dilihat pada lampiran.



2.3.3. Analisis Biaya dan Pendapatan

Analisis Biaya dan pendapatan yang diperoleh oleh CV. Sumber Rezeki dalam memasarkan rumput laut selama satu tahun produksi dapat dilihat pada Table berikut:

Tabel 6. Analisis Biaya dan Pendapatan CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea, Makassar, 2004.

No	Uraian	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan	2.357.585.900,-
2.	Biaya tetap	52.648.750,-
3.	Biaya variabel	1.285.456.000,-
4.	Total biaya (2 + 3)	1.338.104.750,-
5.	Pendapatan kotor (1 – 4)	1.019.481.150,-
6.	Pajak Pendapatan (10 %)	101.948.115,-
7.	Pendapatan bersih (5 – 6)	917.533.035,-

Data Primer Setelah Diolah, 2004.

2.4. Aspek Dampak Lingkungan

Keberadaan suatu perusahaan pada suatu tempat, tentunya akan membawa dampak di lingkungan sekitar, Baik dampak positif maupun dampak negatif. Oleh karena itu pengelolaan perusahaan perlu memahami, menilai dan berinteraksi terhadap faktor-faktor eksteren (lingkungan), yang dapat mempengaruhi jalannya organisasi (Swastha dan Sukotjo, 1991)

Dampak adalah setiap perubahan yang terjadi dalam lingkungan akibat adanya aktivitas manusia. Dalam peraturan pemerintah diartikan sebagai perubahan yang diakibatkan oleh suatu kegiatan.

Aspek dampak lingkungan salah satu hal yang perlu diperhatikan, terlebih jika ada kemungkinan munculnya dampak negatif yang ditimbulkan oleh kehadiran suatu perusahaan pada lingkungan tertentu.

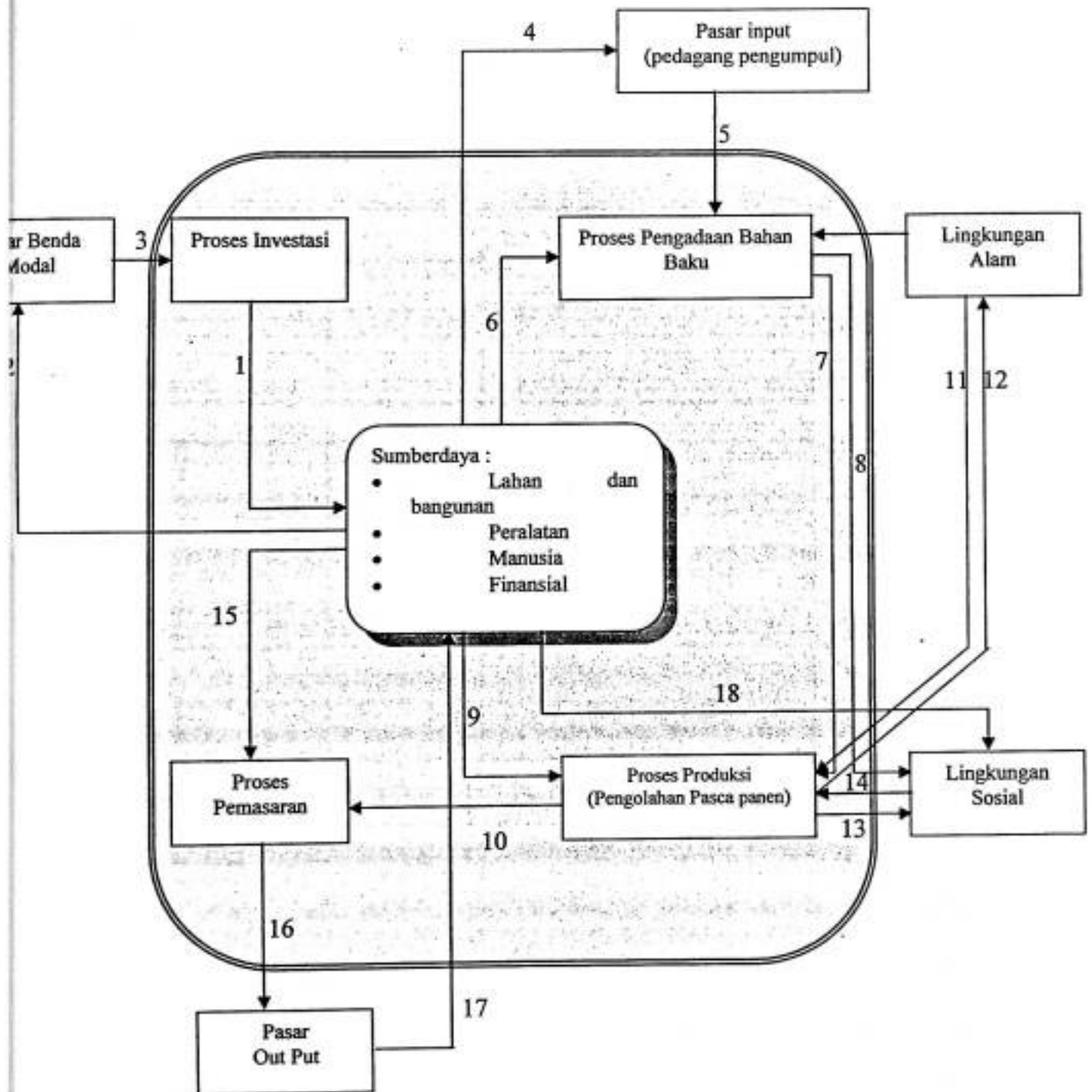
Dampak positif yang dihasilkan oleh kehadiran CV. Sumber Rezeki terhadap lingkungan sosial adalah terciptanya lapangan kerja baru bagi penduduk disekitar perusahaan, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan mereka, sedangkan dampak negatif terhadap lingkungan alam adalah adanya bau tak sedap (bau khas rumput laut) ketika proses penjemuran berlangsung namun demikian bau ini tidak sampai mengganggu penduduk di sekitar perusahaan, bau ini hanya dirasakan oleh orang-orang yang beraktivitas dekat lantai penjemuran jika proses penjemuran berlangsung.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kehadiran CV. Sumber Rezeki tidak menimbulkan dampak negatif yang serius, baik terhadap lingkungan sosial maupun lingkungan hidup.

2.5. Peta Penampilan Karya Agrosistem

Peta Penampilan karya agrosistem merupakan deskripsi tentang arus uang, barang dan jasa, serta informasi yang terjadi dilingkungan perusahaan agrosistem baik antara perusahaan agrosistem dengan pihak-pihak luar maupun sebaliknya.

Untuk lebih jelasnya mengenai peta penampilan agrosistem dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Peta Penampilan Karya Agrosistem CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea KM 11. Makassar, 2004.

Keterangan :

CV. Sumber Rezeki merupakan perusahaan pengekspor rumput laut yang memiliki sejumlah sumber daya seperti sumber daya lahan seluas 500 M2 dengan nilai Rp. 100.000.000, dan bangunan seluas 30.28 M2 dengan nilai 300.000.000, sedangkan sumberdaya peralatan dengan nilai Rp. 87.971.500 dan sumberdaya finansial berupa modal sendiri sebesar Rp. 75.000.000 dalam unit usaha. (1) Sumberdaya finansial dialokasikan ke pasar benda modal untuk mengadakan pengadaan peralatan produksi. (2) Peralatan yang diperoleh dari pasar benda modal merupakan salah satu investasi yang dimiliki oleh unit usaha.(3) Sumberdaya finansial yang dimiliki oleh unit usaha dialokasikan ke pasar input untuk pengadaan bahan baku yang dibutuhkan oleh unit usaha.(4) Pasar input menyediakan bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi rumput laut melalui proses pengadaan bahan baku. (5)

Sumberdaya manusia merupakan unsur yang mendukung proses pengadaan bahan baku.(6) Bahan baku yang telah diperoleh melalui proses pengadaan bahan baku dialokasikan untuk pelaksanaan proses produksi dalam perusahaan.(7) Proses pengadaan bahan baku mempengaruhi lingkungan masyarakat disekitar terutama memberikan kemudahan para petani dalam memasarkan hasil produksinya serta membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat yang ada di lingkungan usaha.(8) Sumberdaya-sumberdaya yang dimiliki oleh unit usaha dialokasikan untuk pelaksanaan proses produksi rumput laut didalam unit usaha.(9)

Produk berupa rumput laut yang dihasilkan dalam proses produksi kepada konsumen melalui proses pemasaran.(10) Proses-proses yang terjadi di lingkungan

alam memiliki pengaruh yang besar dalam proses produksi rumput laut, misalnya pada saat proses penjemuran.(11) Proses produksi rumput laut mempengaruhi keadaan lingkungan alam sekitar, seperti bau khas rumput laut pada saat melakukan proses produksi.(12) Dengan adanya proses produksi rumput laut mempengaruhi lingkungan masyarakat disekitarnya dengan menciptakan lapangan kerja baru.(13) Lingkungan sosial mempengaruhi proses produksi yaitu menyediakan tenaga kerja dalam pelaksanaan produksi.(14)

Sumberdaya manusia dan sumberdaya finansial dialokasikan untuk pelaksanaan proses pemasaran.(15) Proses pemasaran rumput laut dilaksanakan di pasar output.(16) Sumberdaya finansial yang diterima, dimasukkan ke perusahaan melalui pimpinan yang kemudian digunakan untuk membeli sumberdaya yang dibutuhkan oleh perusahaan, membeli bahan baku dan bahan penolong yang dibutuhkan oleh perusahaan di dalam melaksanakan proses produksi.(17) Sumberdaya finansial dialokasikan ke lingkungan social untuk membayar upah tenaga kerja/gaji pegawai.(18).

BAGIAN TIGA MANAJEMEN PEMASARAN RUMPUT LAUT

3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah seni mencapai tujuan melalui tangan orang lain, atau dengan kata lain manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pengkoordinasian (*coordinating*) dan pengendalian atau pengawasan (*controlling*) usaha pada perusahaan dan penggunaan sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Manullang, 1998).

Pemasaran didefinisikan sebagai suatu proses terjadinya transaksi jual beli. Jadi pemasaran bersifat dinamis sedangkan pasar bersifat statis. Pemasaran merupakan pos terdepan bagi setiap perusahaan, tanpa adanya aktifitas perusahaan maka tidak akan tercipta sumber penghasilan. Jika sumber penghasilan tidak tercipta sedangkan biaya dan beban sudah terjadi maka perusahaan berarti menderita kerugian karena pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dan memegang peranan yang sangat menentukan, maka perusahaan dianggap mempunyai dimensi dimensi pertama atau utama (Ikhsari, 1993).

Tanpa kegiatan pemasaran produksi dari suatu usaha perusahaan yang sudah dapat dikatakan bagus tidak akan memasuki pasar dengan lancar. Dengan kata lain produk akan menumpuk, harga jatuh dan perusahaanlah yang akan menanggung segala akibatnya. Ini merupakan salah satu sebab mengapa pemasaran perlu mendapat penanganan manajemen yang tepat untuk kelangsungan usaha, lebih dari sekedar mendapatkan keuntungan.

Manajemen pemasaran adalah perencanaan penerapan dan pengendalian tentang program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan (Philip Kotler, 1990).

3.2. Fungsi-fungsi Manajemen

Manajemen pemasaran merupakan proses kegiatan menganalisa perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terhadap program perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan.

Secara umum, penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam suatu bidang usaha terdiri atas: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan atau pengendalian (*controlling*). Dengan adanya fungsi-fungsi manajemen tersebut diharapkan agar suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3.2.1. Fungsi Perencanaan

Perencanaan (*planning*) adalah upaya pengelolaan suatu perusahaan yang dapat dipandang sebagai tanggung jawab manajemen yang paling mendasar pada semua tingkat. Fungsi perencanaan ini meliputi keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang mengenai hal-hal yang akan dikerjakan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Perencanaan dalam kegiatan penggunaan segala sumberdaya oleh perusahaan yaitu mencakup penggunaan sumberdaya manusia, finansial, perencanaan bahan baku serta perencanaan dimana lokasi pemasaran yang akan dituju. Dengan adanya sumberdaya tersebut sangat penting sebagai faktor penunjang didalam kelancaran pelaksanaan kegiatan usaha. Kurangnya ketersediaan dari sumberdaya-sumberdaya tersebut, maka pelaksanaan kegiatan yang sedang berlangsung dalam usaha yang dijalankan terganggu.

Perencanaan dalam kegiatan bahan baku rumput laut yang dilakukan oleh pihak perusahaan adalah berdasarkan jumlah permintaan dari pihak konsumen dalam hal ini CV. Sumber Rezeki minimal sebanyak 42.000 ton perbulan, yang diperoleh dari pedagang pengumpul yang berada didaerah Jeneponto, Takalar, dan Sulawesi Tenggara. Namun ketersediaan bahan baku dari pihak petani jumlahnya terkadang tidak mencukupi. Tidak mencukupi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebanyak 63.000 ton perbulan, namun bahan baku yang diperoleh dari pedagang pengumpul hanya berkisar antara 8.000 sampai 11.00 ton perminggu . Hal ini disebabkan karena adanya gangguan penyakit pada rumput laut yang diproduksi oleh petani, dan disamping itu juga terjadi perubahan cuaca yang mengakibatkan berkurangnya pasokan bahan baku dari petani.

Dalam memasarkan rumput laut ke luar negeri, pihak perusahaan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan menyalurkan rumput laut yang telah dikemas dengan rapi dalam karung plastik. Dengan cara rumput laut dipadatkan dengan mesin pres. Dalam keadaan umum berat rata-rata setiap karung tersebut 100 kg.

Penetapan harga berdasarkan harga pasar dengan kekeringan minimum 65% serta kadar air 35 % dengan harga penjualan disesuaikan dengan kurs dollar. Pemotongan harga berdasarkan kesepakatan dengan konsumen tentang persentase standar mutu. Besarnya pemotongan harga disesuaikan dengan besarnya persentase produk rumput laut yang tidak memenuhi standar mutu. Adapun sistem pembayaran dilakukan setelah pihak konsumen menerima dan melakukan pemeriksaan mutu, dimana pembayaran dilakukan dengan sistem cash atau melalui rekening bank.

3.2.2. Pengorganisasian

Menurut James (1998) pengorganisasian adalah proses pengaturan dan pengalokasian kerja, wewenang dan sumber daya di kalangan anggota organisasi sehingga mereka dapat mencapai tujuan organisasi secara efisien. Dengan adanya pengorganisasian ini maka diharapkan setiap bagian atau kelompok kerja akan dapat memberikan hasil yang lebih memuaskan.

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumberdaya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan organisasi adalah departementalisasi dan pembagian tugas. Departementalisasi merupakan kegiatan-kegiatan yang sejenis dapat dikerjakan bersama. Hal ini akan mencerminkan pada struktur formal pada suatu organisasi yang ditunjukkan oleh bagan organisasi. Sedangkan pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk melaksanakan

sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Setiap pekerja dalam fungsi pengorganisasian mempunyai peranan yang ditentukan secara jelas. Pembagian tugas pada CV. Sumber Rezeki dimaksudkan agar karyawan yang telah diberikan tugas dapat bertanggung jawab atas pekerjaan yang telah dilimpahkan kepadanya. Dengan demikian perusahaan dapat berjalan dengan lancar untuk mencapai tujuan perusahaan.

3.2.3. Fungsi Pengarahan

Pengarahan atau *directing* adalah pencapaian tujuan organisasi dengan memotivasi dan membimbing para bawahan. Pengarahan pada tenaga kerja/karyawan dengan baik meliputi pengertian mengenai perilaku manusia dalam pekerjaan. Komunikasi, motivasi dan kepemimpinan adalah bidang-bidang yang penting bagi seorang manajer untuk melakukan pengarahan. Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk berperilaku dalam suatu cara tertentu.

Dalam setiap unit kegiatan fungsi pengarahan merupakan segala upaya yang dilakukan oleh usaha untuk menunjukkan jalan yang terbaik bila terdapat masalah yang ditemukan. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan motivasi dan bimbingan kepada para tenaga kerja agar mereka dapat bekerja lebih efektif dan efisien..

Marcelina Taher sebagai pemimpin biasanya langsung memberikan pengarahan kepada tenaga kerja apabila terdapat hasil dari pekerjaan yang tidak sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengingat tenaga kerja utama adalah tenaga

kerja remaja yang kadang-kadang bekerja tidak disiplin misalnya dalam melakukan pekerjaan pengepakan rumput laut yang akan dipasarkan ke luar negeri tidak mencapai target. Pengarahan tersebut diberikan agar para karyawan mengetahui dan mengerjakan langkah-langkah yang harus diambil agar pekerjaan selanjutnya akan memberikan hasil sesuai yang diinginkan, begitupun dengan bidang kerja lainnya.

3.2.4. Fungsi Pengawasan atau Pengendalian

Pengawasan merupakan langkah-langkah alam mengukur hasil pekerjaan yang sudah dilakukan, membandingkan hasil yang telah dicapai dengan standar yang telah ditetapkan serta melakukan tindakan koreksi untuk memperbaiki jika terjadi penyimpangan.

Proses pengawasan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengupayakan agar segala kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya pengawasan ini maka diharapkan bahwa segala perencanaan yang telah disusun sebelumnya akan dapat dilaksanakan sehingga target yang telah ditetapkan akan dapat tercapai.

Peranan pengawasan dan pengendalian dalam manajemen pemasaran adalah : 1) sebagai kegiatan yang mampu mengarahkan jalannya perusahaan pada tujuan yang diinginkan. 2) untuk menguji apakah perencanaan yang telah ditetapkan, dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. 3) kegiatan pengawasan dan pengendalian juga dimaksudkan untuk mencari peluang pasar (Soekartawi, 1993).

Pengendalian merupakan pelengkap dari keempat fungsi manajemen lainnya. Pengendalian meluruskan keputusan yang salah, hal-hal yang tidak diharapkan dan dampak dari perubahan pengendalian yang tidak tepat, memberikan informasi yang diperlukan dan waktu untuk memperbaiki program Dan rencana perusahaan yang salah arah. Pengendalian dilakukan apabila rencana awal tidak sesuai dengan keputusan yang diambil sehingga perlu suatu tindakan pengendaliannya.

Pengawasan yang dilakukan oleh pihak perusahaan CV. Sumber Rezeki yaitu dengan melakukan pengawasan secara langsung terhadap berbagai aspek kegiatan perusahaan baik menyangkut mutu bahan baku dan mutu produk dengan menggunakan alat pengukur kadar air (tester), proses produksi pada tahapan standardisasi mutu dan pengepakan dalam karung. Pada proses pemasaran dengan tetap mengawasi secara langsung produk yang dipasarkan sampai ketangan konsumen dan pengawasan terhadap posisi keuangan perusahaan melalui pembukuan segala biaya-biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh perusahaan. Pada proses pengadaan bahan baku , perusahaan melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap mutu bahan baku dengan cara melakukan penetapan standar harga dan mutu produk perusahaan.

Proses pemasaran rumput laut dilakukan secara langsung oleh pihak perusahaan agar produk tersebut tetap dalam pengawasan dan kontrol perusahaan sampai ketangan konsumen dan proses transaksi dapat berjalan dengan baik.

3.3. Fungsi-fungsi Pemasaran

Menurut Assauri (2002), kegiatan pemasaran dapat diklasifikasikan kedalam 3 bagian kegiatan, yaitu kegiatan transaksi atau transfer, kegiatan suplai fisik, dan kegiatan yang mempermudah arus transaksi dan arus barang. Masing-masing bidang terdapat beberapa kegiatan yang direncanakan sebagai berikut:

1. Bidang kegiatan transaksi atau transfer yang meliputi:
 - a. Pembelian (*Buying*)
 - b. Penjualan (*Selling*)
2. Bidang kegiatan Suplai fisik yang meliputi:
 - c. Pengangkutan (*Transportation*)
 - d. Pergudangan/penyimpanan (*Storage*)
3. Bidang kegiatan penunjang untuk memperlancar arus kegiatan transaksi dan arus barang yang meliputi:
 - e. Standarisasi dan Grading
 - f. Pembelanjaan (*Financing*)
 - g. Penanggungungan risiko (*Risk taking*)
 - h. Informasi pasar (*market information atau komunikasi*)

Kedalaman kegiatan diatas sering disebut sebagai fungsi-fungsi pemasaran.

Selanjutnya akan diuraikan masing-masing fungsi tersebut.

□ **Pembelian (*Buying*)**

Kegiatan atau pekerjaan yang termasuk fungsi pembelian dalam pemasaran terdiri dari berbagai kegiatan yang berbeda, tetapi saling berhubungan, yang dilanjutkan oleh produsen, pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Kegiatan ini meliputi penyusunan dan implementasi dari kebijakan –kebijakan dan prosedur-prosedur penentuan kebutuhan dan keinginan konsumen, pemilihan sumber-sumber suplay, pengujian ketetapan ketersediaannya barang, negosiasi harga saat pengiriman dan hal-hal lain yang menyangkut pemindahan hak atau transaksi.

Dalam penentuan kebutuhan, pembelian dimulai dengan usaha pembeli menentukan macam kualitas atau mutu, dan jumlah barang yang dibutuhkan. Dengan makin seringnya produsen atau penjual menciptakan permintaan dan produk-produk yang ditawarkan, maka pembeli sadar akan kebutuhannya. Tidak akan terjadi perpindahan hak atau transaksi, apabila si pembeli belum membuat keputusan, produk akan dibelinya dan apakah produk tersebut untuk diolah kembali, atau dijual lagi ataupun dikonsumsi langsung.

□ **Penjualan (*Selling*)**

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian atau penjualan merupakan suatu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu kegiatan penjualan seperti halnya dengan kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (*demand*)

menemukan pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Penjualan ini harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan di ikutinya untuk memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang telah ditetapkan.

□ **Pengangkutan (*Transportation*)**

Dalam transaksi pembelian dan penjualan terdapat kegiatan pemindahan barang. Seperti diketahui, dalam transaksi terjadi pemindahan hak milik yang menimbulkan perpindahan lokasi barang, yang merupakan fungsi pengangkutan. Oleh karena itu, dalam seluruh kegiatan atau proses pemasaran terdapat kegiatan atau fungsi pengangkutan.

Pelaksanaan fungsi pengangkutan mempunyai sasaran untuk dapat memindahkan barang ketempat tujuan yang diharapkan tepat dalam jumlah, waktu, dan mutu (keamanan dan kerusakan) dengan biaya yang seminimal mungkin. Oleh karena itu, penekanan pelaksanaan fungsi pengangkutan tidak hanya pada efisiensinya tetapi juga efektifitasnya.

□ **Pergudangan/penyimpanan (*Storage*)**

Jasa Pergudangan dibutuhkan untuk menciptakan daya guna (kegunaan) karena waktu. Kegunaan ini timbul karena waktu dibutuhkannya suatu produk tidak sama dengan waktu diproduksinya, atau jumlah yang dibutuhkan suatu saat tidak sama dengan jumlah yang dihasilkan pada saat tersebut, maka dibutuhkan proses pemasaran dengan beberapa fungsi terutama pergudangan.

□ **Standarisasi dan Grading.**

Fungsi ini merupakan fungsi bagi keberhasilan atau kelancaran terjadinya transaksi, yang mengakibatkan perpindahan hak dan perpindahan fisik barang. Kedua kegiatan Standarisasi dan grading ini sangat erat hubungannya. Dengan menentukan batas-batas dasar untuk tingkat atau "grades" dari produk yang akan merupakan dasar pemilihan produk untuk kegiatan penjualan lebih lanjut atau dasar pemenuhan tingkat kebutuhan atau kepuasan konsumen. Jadi yang dimaksudkan dengan grading adalah pemilihan nyata dari suplai barang atau produk menurut standar yang telah ada, atau yang telah disusun. Baik bahan baku untuk diolah dalam industri pengolahan, maupun barang yang langsung dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir, dilakukan proses pemilihan nyata atau sortasi yang dikenal dengan grading.

□ **Pembelanjaan (*financing*)**

Fungsi perbelanjaan mencakup pengelolaan sumber dan pengalokasian dana, termasuk pengaturan syarat-syarat pembayaran atau kredit yang dibutuhkan dalam rangka usaha untuk memungkinkan barang atau produk mencapai konsumen akhir atau pemakai industri.

□ **Penanggungan Risiko (*Risk Taking*)**

Dalam pemasaran barang dan jasa selalu terdapat sejumlah risiko yang tidak dapat dihindarkan. Hanya sedikit sekali orang yang mempertimbangkan adanya risiko

tersebut, tanpa ada kompensasinya, pembayaran atau biaya bagi pelaksanaan fungsi ini, sebenarnya merupakan salah satu biaya pemasaran yang penting.

□ **Informasi Pasar (*Market Informasi*)**

Peranan informasi pasar perlu diperhatikan karena tidak ada keputusan pemasaran yang baik tanpa didasarkan oleh fakta atau data. Oleh karena itu, kebutuhan akan data atau fakta makin meningkat dalam rangka intensifikasi dan ekstensifikasi pasar. Informasi pasar mengenai produk apa dan yang bagai mana yang diinginkan oleh kelompok konsumen yang ingin dilayani serta berapa besar jumlahnya, sangat menentukan keberhasilan pemasaran produk yang dihasilkan. Untuk dapat menentukan produk yang dihasilkan dengan tepat, dibutuhkan informasi baik dari konsumen maupun informasi mengenai perusahaan pesaing lainnya.

Informasi pasar tersebut berasal dari berbagai sumber, seperti berita perdagangan, buletin asosiasi, berita harian, publikasi pemerintah, observasi dan studi pasar, catatan perusahaan. Majalah yang diterbitkan lembaga yang berkaitan dengan perdagangan, dan terbitan lainnya yang penting. Perusahaan besar dan pemerintah biasanya melakukan pengumpulan data melalui kegiatan penelitian.

da Tabel 7. Matriks Hubungan Antara Fungsi-fungsi Pemasaran dan Fungsi Manajemen. CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Km 11, Makassar, 2004

Fungsi Pemasaran	Fungsi Manajemen			
	Perencanaan	Pengorganisasian	Pengarahan	Pengawasan
Pembelian	Menentukan jenis, mutu dan jumlah barang yang akan dibeli	Mengelompokkan jenis bahan baku yang akan dibeli	Memberikan arahan mengenai bahan baku yang akan dibeli	Selalu mengawasi setiap bahan baku yang dibeli oleh perusahaan
Pengjualan	Menentukan daerah pemasaran	Mengadakan negosiasi dengan para konsumen	Selalu memberikan arahan tentang produk yang akan dijual	Mengatur biaya untuk kegiatan penjualan
Pengangkutan	Menentukan jarak yang ditempuh dalam proses pemasaran, serta menentukan biaya pemasaran	Mengalokasikan fasilitas yang akan digunakan dalam pengangkutan produk	Kapan bahan baku akan tiba dengan tepat di perusahaan	Adanya pengawasan dalam proses pengangkutan, sehingga dapat menjamin proses pengangkutan produk sampai pada tujuan
Pengudangan	Menentukan jumlah produk yang diperoleh tiap minggu	Menentukan jumlah tenaga kerja pada bagian gudang	Karyawan harus bertanggung jawab atas tugas masing-masing bidang	Mengontrol produk yang ada di gudang agar mutu dan kualitasnya tetap terjaga
Standardisasi dan Grading	Menentukan standar dari pada mutu atau kualitas produk	Menentukan pekerjaan yang harus dikerjakan oleh para karyawan agar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan	Memberikan arahan mengenai standardisasi yang baik	Standar produk yang sudah ditetapkan oleh perusahaan yaitu tingkat kekeringan 65% dan kadar air 35 %
Pembelanjaan	Menentukan anggaran belanja perusahaan	-	-	Pengawasan terhadap anggaran belanja perusahaan
Penganggungan Risiko	Mengantisipasi segala resiko yang dihadapi oleh perusahaan	Menempatkan karyawan sesuai dengan keahliannya agar resiko yang dihadapi oleh perusahaan kemungkinan sedikit sekali	Memberikan arahan kepada karyawan	Mengontrol biaya pemasaran
Informasi Pasar	Mengumpulkan data-data mengenai pemasaran atau yang terkait dengan kegiatan pemasaran	Perusahaan menyusun sebuah struktur yang saling terkait dengan semua sumber daya yang ada dalam perusahaan untuk mendapatkan informasi pasar.	Arahan selalu diberikan oleh pimpinan kepada karyawan mengenai perkembangan pasar	Perusahaan selalu mengikuti perkembangan tentang informasi pasar dari berbagai sumber

3.3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Manajemen pemasaran mencakup kegiatan untuk mendistribusikan hasil produksi ketangan konsumen. Kegiatan tersebut seperti, menentukan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran pemasaran, melihat ada tidaknya persaingan dan menentukan strategi yang harus dijalankan

Program pemasaran mencakup mengenai strategi-strategi yang dilakukan oleh pemasaran dalam program pemasarannya. Strategi tersebut menyangkut unsur-unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, promosi.

1. Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikomsumsikan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut termasuk benda fisik, jasa, kepribadian, tempat organisasi dan ide (Anonim, 1994).

Keputusan-keputusan tentang produk mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, mereknya, pembungkus garansi dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk ini dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasar jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan tentang harga distribusi dan promosi dapat diambil.

Produk yang dipasarkan oleh CV. Sumber Rezeki adalah rumput laut strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produknya yaitu melakukan penyortiran, penjemuran semaksimal mungkin terhadap produk yang akan dijual, sehingga produk yang akan dihasilkan dapat memenuhi kualitas yang diinginkan

oleh pihak konsumen baik dari segi berat, kebersihan produk dan kekeringan produk. Walaupun masih terdapat bahan baku yang tidak sesuai dengan keinginan pembeli.

Dalam memasarkan produknya pihak perusahaan melakukan pengemasan dengan menggunakan karung plastik kapasitas 100 kg. Maksud dilakukan pengemasan dengan menggunakan karung agar dapat terjamin kebersihan Dan memudahkan pada saat dipasarkan.

2. Harga (*price*)

Harga merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk. Menurut kotler (1994), harga adalah nilai pertukaran baru suatu produk atau jasa. Salah satu peralatan manajemen dalam pencapaian tujuan adalah kebijaksanaan mengenai harga. Hal ini disebabkan karena harga ditetapkan oleh produsen menjadi tolak ukur konsumen untuk mengambil keputusan apakah dia akan membeli barang yang ditawarkan oleh produsen atau tidak. Juga berdasarkan harga konsumen menetapkan berapa jumlah yang harus dibeli, atau harga merupakan kesepakatan antara pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi.

Demikian pula halnya dengan pihak perusahaan dalam melakukan strategi harga selalu berorientasi atas harga pokok produksi kemudian ditambah dengan keuntungan yang diinginkan dengan demikian diharapkan dapat menutupi biaya operasional. Adapun harga yang diberikan oleh CV. Sumber Rezeki adalah Rp. 3.800,- Dan Rp. 4.000,- per Kg rumput laut kering sesuai dengan standar kualitas rumput laut.

3. Distribusi (*place*)

Bentuk-bentuk saluran distribusi yang dapat digunakan dibedakan atas distribusi langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung adalah suatu cara penyampaian barang dari perusahaan ke pembeli secara langsung ketempat pembeli/konsumen tinggal. Sifat barang yang memakai cara ini adalah mudah rusak (Gitosudarmo, 2000).

Saluran distribusi berfungsi untuk membantu perusahaan atau usaha dalam penyampaian barang dari produsen dan konsumen. Disamping itu saluran distribusi yang tepat akan membantu pihak perusahaan dalam meminimumkan pengeluaran biaya.

Secara operasional saluran pemasaran yang baik adalah yang dapat memaksimalkan penjual, oleh karena penjualan merupakan sumber utama pendapatan. Hal-hal yang perlu mendapat perhatian dari kegiatan distribusi ini adalah dari segi ketepatan waktu dan mudah tidaknya produk diterima oleh konsumen yang dituju sehingga turut membantu terjadi penjualan.

Sistem distribusi yang dilakukan oleh perusahaan kasus adalah system distribusi langsung dimana perusahaan menyelenggarakan sendiri pemasaran hasil produksinya keluar negeri. Selain melalui sistem distribusi langsung, hubungan antara perusahaan dengan pembeli akan terbina dengan baik. Perusahaan lebih mengetahui bagaimana tanggapan pembeli terhadap pembeli terhadap produk yang dihasilkan.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktivitas dan langkah yang ditempuh perusahaan untuk memperkenalkan dan mengingatkan kembali pembeli terhadap produk mereka yang ada dipasar (Koeswara, 1995).

Promotion (promosi) terdiri atas advertising/advertensi (Periklanan), personal selling. Sales promotion/promosi penjualan, publicity/publisitas (pemberitaan) (Kotler dan Armstrong, 1994).

Kegiatan promosi dapat dilakukan dalam banyak macam bentuk. Secara formal promosi dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam yaitu personal selling, sales promotion, pengiklanan. Personal selling adalah kegiatan untuk menawarkan barang atau jasa langsung kepada calon pembeli. Promosi penjualan adalah kegiatan untuk menjalankan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan penempatan atau pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Pengiklanan adalah kegiatan untuk menawarkan produk/barang kepada orang banyak melalui berbagai media.

Perusahaan kasus dalam melakukan promosi hanya menggunakan promosi secara personal selling. Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon pembelinya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara perusahaan dengan calon pembelinya, karena perusahaan dapat mengetahui secara intensif para calon pembelinya, karena perusahaan dapat mengetahui keinginan dan selera serta gaya hidup pembeli/konsumen dengan demikian perusahaan dapat menyesuaikan cara pendekatan secara lebih tepat sesuai dengan pembeli bersangkutan.

5. Tenaga Kerja (*Personality*)

Tenaga kerja adalah orang atau karyawan yang terlibat dalam proses rumput laut. Kualitas Sumberdaya Manusia yang tinggi pada bagian pemasaran sangat dibutuhkan sebab ini akan menentukan dalam usaha pengembangan usaha, mempertahankan

perusahaan agar tetap beroperasi dan sangat diperlukan dalam proses pengambilan keputusan serta pada saat negosiasi dengan pembeli yang ada.

Tidak adanya tenaga kerja pada bagian pemasaran pada perusahaan kasus. Keinginan perusahaan kasus untuk memperluas pangsa pasar menyebabkan perusahaan kasus harus merekrut tenaga kerja pemasaran namun hal ini sulit didapatkan mengingat perusahaan kasus menginginkan tenaga kerja pemasaran yang mampu berbahasa Inggris dan ditunjang dengan bahasa Mandarin yang baik dengan pendapatan yang pas-pasan. Tidak adanya tenaga kerja pada bagian pemasaran juga menyebabkan adanya tumpang tindih pekerjaan di perusahaan kasus, dimana manajer sendiri yang langsung menangani proses pemasaran yaitu melakukan negosiasi dengan pihak importir (pembeli) sedangkan untuk membuat laporan atas pelaksanaan ekspor dilakukan oleh karyawan pada bagian gudang. Sedangkan dalam hal pengurusan dan pengadaan dokumen ekspor, pihak perusahaan kasus menyewa/menggunakan agen perantara yang mengurus semua dokumen ekspor barang.

6. Opini Masyarakat (*Public Opinion*)

Public Opinion pada dasarnya adalah persepsi masyarakat tentang keberadaan suatu produk, dimana produk akan semakin bertambah permintaannya jika produk tersebut memiliki persepsi yang baik di masyarakat. Kecenderungan masyarakat untuk memilih produk mana yang dimiliki mutu yang baik maka produk itulah yang terbaik menurut mereka dan sebaliknya. Setiap produk memiliki kemampuan berbeda untuk memenuhi kebutuhan tersebut tetapi konsumen akan memilih produk mana yang akan memberi kepuasan total paling tinggi. Dimana produk rumput laut salah satu komoditi hasil perikanan yang banyak dilirik oleh para pengusaha eksportir.

7. Fasilitas Fisik (*Physical Facility*)

Fasilitas fisik adalah seluruh fasilitas yang digunakan guna memperlancar jalanya proses pemasaran. Fasilitas fisik yang dimiliki oleh perusahaan dalam memasarkan produknya menggunakan fasilitas dari pihak lain seperti mobil container yang digunakan untuk mengangkut produk rumput laut dari perusahaan sampai ke pelabuhan melalui agen pengiriman barang, dimana agen yang dipercaya oleh perusahaan untuk bekerja sama adalah PT. Nicco. Fasilitas lain seperti telepon, faxmille dimiliki perusahaan guna memperlancar jalur komunikasi antara pihak eksportir dengan pihak importir, sedangkan dalam memasarkan produknya perusahaan memiliki jalur transportasi laut mengingat rumput laut yang diekspor dalam bentuk kering.

8. Kebijakan Pemerintah (*Political Will*)

Sistem politik mempengaruhi sistem pemasaran. Perubahan system pemerintahan akan mempengaruhi anggaran pengeluaran pemerintah dan dengan sendirinya akan mempengaruhi volume penjualan. Variabel politik ikut mempengaruhi sistem pemasaran, tetapi situasi politik ini tidak dapat dikendalikan Perusahaan (Koeswara, 1995).

Political Will pada dasarnya adalah strategi yang ditempuh pemerintah dalam rangka menyukseskan program pemerintah. Salah satu program pemerintah yang diberlakukan dalam hal pengembangan perikanan Indonesia adalah "Gerakan Mandiri Peningkatan Ekspor Hasil Perikanan tahun 2002" (Gema Protekan 2003).

Startegi ini diharapkan hasil perikanan dapat menyumbang devisa bagi negara. Upaya mendukung gerakan tersebut, pemerintah Sulawesi Selatan berupaya meningkatkan produksi dan pendapatan bagi petani dan nelayan. Bentuk penggalakan

ini dilakukan melalui program “gerakan peningkatan dan ekspor dua kali lipat” (Grateks-2). Maksudnya produksi dan ekspor komoditas pertanian khususnya hasil Perikanan Sulawesi Selatan dapat dilipat gandakan sehingga dapat mengatasi masalah moneter dan ekonomi.

Salah satu bentuk Political Will yang didapatkan oleh perusahaan kasus adalah perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam hal pengurusan dokumen ekspor pengiriman barang dan tidak dipersulit oleh birokrasi yang bertele-tele meskipun perusahaan menyerahkan sepenuhnya kepada agen perantara dalam hal pengurusan dokumen ekspor.

3.4. Manajemen Pemasaran Rumput Laut CV. Sumber Rezeki

Perubahan lingkungan, baik lingkungan mikro atau makro dihadapkan pada kondisi sistem internal perusahaan, memaksa suatu perusahaan untuk mengambil sikap terhadap perubahan-perubahan tersebut. Sikap inilah yang akan arah yang akan dilewati oleh perusahaan dalam perjalanan hidupnya didalam dunia bisnis untuk pada tujuan yang diinginkan. Inilah yang disebut dengan strategi, dengan demikian strategi pemasaran merupakan satu kesatuan terencana yang komprehensif terpadu dan menghubungkan kondisi internal perusahaan dengan situasi lingkungan eksternal agar tujuan perusahaan dapat dicapai.

Strategi yang mantap dapat dicapai dengan memadukan dan memperhatikan peluang (Opportunities) serta ancaman-ancaman (Theaths) yang berasal dari lingkungan baik sekarang maupun ramalan masa depan dengan berbagai dan kelemahan-kelemahan (Weakness) barulah disusun suatu strategis yang mantap. Dalam literatur bisnis, kegiatan tersebut dianggap sebagai pengenalan situasi yang disebut dengan Analisis

SWOT. Analisis ini akan melihat sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi kinerja perusahaan

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *weakness* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *treaths* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treaths*) dengan faktor internal kekuatan (*strenghts*). (Rangkuti 2002)

3.4.1. Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal adalah analisis untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*weaskness*) perusahaan sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini, dengan tujuan untuk menemukan berbagai kelemahan pada bagian kegiatan dalam perusahaan untuk segera dibenahi dan menentukan kekuatan, agar kekuatan tersebut dapat dimanfaatkan dalam menjalankan perusahaan. Selanjutnya merumuskan strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Faktor internal pada CV. Sumber Rezeki adalah sebagai berikut.

□ Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan dalam hal ini adalah potensi sumberdaya, kondisi perusahaan dalam melaksanakan segala aktifitasnya serta produk yang dihasilkan yang dapat dijadikan modal dasar dalam rangka meningkatkan volume penjualan dengan berusaha secara terus menerus untuk merebut peluang pasar. Ada beberapa hal yang menjadi kekuatan daripada CV. Sumber Rezeki adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan memiliki pemasok bahan baku tetap

Perusahaan dalam mendapatkan bahan baku dari petani yang sudah menjadi mitra usaha dan pedagang pengumpul yang ada didaerah. Selain itu juga perusahaan mendapatkan bahan baku dengan cara petani mendatangi perusahaan untuk menjual rumput laut keperusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan sebelumnya sudah melakukan kontrak dengan petani maupun pedagang pengumpul yang ada didaerah sehingga perusahaan gampang untuk mendapatkan bahan baku.

b. Letak perusahaan yang strategis

CV. Sumber Rezeki berada di Jalan Perintis Kemerdekaan Km 11, Kecamatan Tamalanrea Makassar, yang berfungsi sebagai kantor dan sekaligus gudang untuk melakukan kegiatan pemasaran. Letak perusahaan ini sangat strategis karena lokasinya berdekatan dengan kawasan KIMA serta dekat dengan pelabuhan, sehingga memudahkan perusahaan untuk mengirimkan produknya ke knsumen luar negeri.

c. Perusahaan memakai peralatan yang moderen

Perusahaan memiliki peralatan yang cukup menunjang dimana peralatan yang dimiliki oleh perusahaan seperti , mesin pres,mesin ayakan, timbangan, gerobak, keranjang. Peralatan ini cukup canggih untuk melakukan proses produksi. Perusahaan selama ini tidak memakai peralatan manual karena prosennya akan lambat sehingga target yang ingin dicapai tidak maksimal. Perusahaan dalam hal memasarkan produk rumput laut ke konsumen dengan menggunakan fasilitas yang telah dimiliki oleh perusahaan seperti Hp, telepon hal ini sangat penting sekali untuk melakukan hubungan dengan pihak konsumen agar produk dapat dipasarkan.

d. Memiliki jaringan distribusi

Jaringan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan adalah secara langsung, karena perusahaan akan mendapatkan keuntungan dengan adanya kontak langsung tersebut karena mereka akan dapat mengetahui lebih akrab lagi dengan konsumen, dengan keakraban tersebut perusahaan dapat mengetahui kebutuhan yang lain dari pada konsumen mengenai produk yang dimiliki oleh perusahaan.

e. Perusahaan mempunyai lahan yang luas.

Luas lahan yang dimiliki oleh CV. Sumber Rezeki Adalah 500 M², diatas lahan ini berdiri sebuah gedung yang luasnya 20 x 15 M dan sebuah kantor yang luasnya 8 x 5 M dan lokasi penjemuran luasnya 20 x 15 M Lahan ini milik pribadi sehingga dapat menjadi aset bagi perusahaan.

f. Perusahaan memiliki modal yang cukup besar

Modal merupakan salah satu faktor produksi yang memegang peranan penting dalam pengembangan usaha. Dengan modal yang cukup maka dapat menunjang jalannya semua proses-proses yang ada dalam perusahaan, sehingga pada akhirnya dapat memperlancar kinerja usaha yang bisa menghasilkan keuntungan. CV. Sumber Rezeki memiliki harta tetap sebesar Rp. 462.971.500,- dan harta lancar sebesar Rp.75.000.000,-

b. Melakukan hubungan terbuka dengan pihak konsumen

Perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pihak konsumen selalu terbuka dan jujur dan ini merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan agar dengan mudah mendapatkan langganan, serta melakukan kerja sama sekaligus menjadi mitra usaha. Hal ini disebabkan karena banyak pesaing diantara sesama perusahaan yang

bergerak dalam bidang ekspor rumput laut untuk mendapatkan langganan atau konsumen yang tetap.

□ **Kelemahan (*Weakneses*)**

a. Pasokan bahan baku kurang

Daerah yang memasok bahan baku ke perusahaan yaitu Takalar, Jeneponto, Bantaeng, dan Sinjai. Hal ini disebabkan karena banyak sekali perusahaan rumput laut yang bersaing untuk mendapatkan bahan baku sehingga bahann baku yang masuk keperusahaan tidak mencapai target.

b. Kualitas produk rendah

Kualitas produk rendah diakibatkan oleh beberap hal seperti kurangnya ketelitian dari bagian lapangan yang melakukan seleksi bahan baku apakah sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan atau tidak. Hal ini sangat mempengaruhi harga jual produk, disamping itu juga kurang diadakan pelatihan bagi tenaga kerja sahingga menyebabkan produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

c. Wilayah pemasaran Terbatas

Wilayah pemasaran yang dimiliki oleh perusahaan hanya dua negara yaitu Cina dan Jepang, pada hal masih banyak Negara tujuan ekspor rumput laut yang belum dimasukik oleh perusahaan seperti pasar Eropa dan Amerika.

3.4.2. Analisis Faktor Eksternal

Masyarakat sering mengalami perubahan, baik yang direncanakan, maupun tidak. Setiap perubahan tersebut selalu terkait dengan keberadaan bisnis, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu perusahaan hendaknya melihat perubahan

sebagai sebuah hal yang normal dan sehat, serta harus ditanggapi dan dimanfaatkan sebagai suatu peluang. Ada beberapa faktor menyebabkan terjadinya sebuah perubahan, diantaranya lingkungan makro yang meliputi kebudayaan, pendidikan, sosiologi, demografi ekonomi, politik, hukum, sumberdaya alam dan teknologi. Sedangkan lingkungan mikro yaitu konsumen, pesaing, pemasok, lembaga keuangan, dan saluran distribusi. Dalam analisis faktor internal ada hal-hal yang akan diidentifikasi yaitu identifikasi peluang (*Opportunities*) dan identifikasi ancaman (*treaths*).

□ Peluang (*opportunities*)

Perubahan selalu datang bersamaan dengan peluang. Sementara itu sumber peluang dapat dibedakan atas: sumber diluar dugaan, adanya ketidak sesuaian, kebutuhan proses, struktur pasar dan industri, demografi, perubahan dalam persepsi dan pengetahuan baru.

Ada beberapa hal yang menjadi peluang pada CV. Sumber Rezeki adalah sebagai berikut:

a. Permintaan konsumen akan produk rumput laut cukup tinggi

Permintaan atas produk rumput laut sangat tinggi dari pihak konsumen karena, produk rumput laut mempunyai nilai ekonomis dan gizi yang cukup tinggi, sehingga banyak sekali Negara-negara yang membutuhkan produk ini untuk diolah menjadi makanan, obat-obatan, kosmetik dan lain sebagainya. Perusahaan selama ini baru memenuhi permintaan konsumen dari dua Negara yaitu Cina dan Jepang, karena

permintaan rumput laut dari dua Negara ini cukup tinggi bila dibandingkan dengan Negara lain.

b. Adanya kemudahan yang diberikan oleh pemerintah dalam melakukan kegiatan ekspor

Pada tahun 1997 volume ekspor rumput laut mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena stabilitas negara kurang baik sehingga para investor takut untuk menanamkan modalnya. Oleh sebab itu pada saat sekarang ini pemerintah memberikan kemudahan kepada investor asing untuk menanamkan sahamnya serta memudahkan untuk pengurusan berkas atau surat dalam hal kegiatan ekspor – impor

c. Akses pasar sangat terbuka bagi perusahaan

Adanya peluang perusahaan untuk menembus pangsa pasar internasional seperti : pasar Asia dan Eropa.

d. Perdagangan bebas

Dengan adanya perdagangan bebas, maka perusahaan pengekspor rumput laut bebas untuk menjual produknya ke konsumen luar negeri tergantung dari perusahaan tersebut untuk menjual produknya kepada konsumen. Perdagangan bebas memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk bersaing dengan produknya dipasar luar negeri, karena tidak ada peraturan yang mengikat untuk melakukan penjualan produk keluar negeri yang penting harus sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan oleh pemerintah mengenai perdagangan bebas.

a. Ancaman (*Treaths*)

a. Rendahnya pengetahuan pemasok bahan baku akan kualitas rumput laut

Penyebab rendahnya pengetahuan pemasok bahan baku mengenai kualitas rumput laut disebabkan karena, kurang memberikan bimbingan, pelatihan serta melakukan penyuluhan kepada pemasok bahan baku, agar mereka bisa mengerti bagai bagaimana cara untuk bisa meningkatkan kualitas dari produk rumput laut sehingga kesejahteraan mereka dapat meningkat.

b. Adanya persaingan diantara sesama pengekspor rumput laut

Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspor rumput laut yang tingkat persaingannya cukup tinggi untuk mendapatkan bahan baku. Hal ini disebabkan karena prospek pemasarannya sangat menguntungkan, sehingga banyak perusahaan yang mengikuti usaha ini. Hal ini merupakan ancaman bagi perusahaan untuk melakukan usahanya.

c. Konsumen merasa sensitif terhadap harga produk rumput laut

Pihak konsumen merasa sensitif terhadap harga jual produk karena, harga yang ditetapkan oleh perusahaan sangat tinggi dan tidak sesuai dengan permintaan konsumen terhadap produk. Apabila harga produk ditetapkan sesuai dengan kualitas produk maka konsumen akan membeli produk tersebut dan apabila harga produk ditetapkan tinggi sedangkan kualitas produk dibawah standar maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut.

d. Cuaca sangat mempengaruhi proses produksi

Dalam hal ini proses produksi sangat penting sekali bagi perusahaan. Apabila cuaca buruk maka proses produksi akan terganggu. Proses pengeringan bahan baku yang

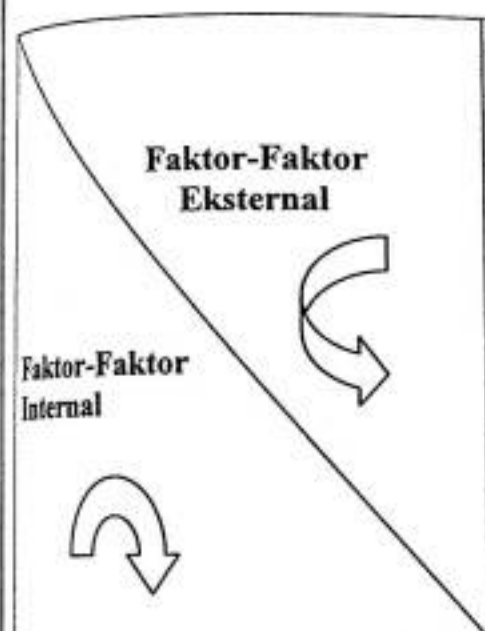
dilakukan oleh perusahaan masih dengan mengandalkan bantuan sinar matahari, sehingga pada saat cuaca buruk maka diperlukan tambahan waktu dalam proses pengeringan.

e. Persaingan harga rumput laut

Perusahaan menetapkan harga sesuai dengan standar harga yang sudah ditetapkan . CV. Sumber Rezeki dalam situasi tertentu menetapkan harga jual produk jauh dibawah biaya produksinya. Hal ini dilakukan karena untuk memenangkan persaingan.

Untuk lebih jelasnya mengenai analisis SWOT yang ada pada CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 8. Matriks SWOT (Strenghts, Weakneses, Opportunities, Treaths) pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Makassar,2004.

 <p>Faktor-Faktor Eksternal</p> <p>Faktor-Faktor Internal</p>	<p>1. Ancaman (Treaths).</p> <ol style="list-style-type: none"> Rendahnya pengetahuan pemasok bahan baku Terjadi Persaingan diantara sesama pengeksport rumput laut Konsumen merasa sensitif terhadap harga produk rumput laut. Cuaca sangat mempengaruhi proses produksi Persaingan harga produk rumput laut 	<p>2. Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> Permintaan konsumen akan produk rumput laut cukup tinggi Adanya kemudahan yang diberikan oleh pemerintah dalam melakukan kegiatan ekspor Akses pasar sangat terbuka bagi perusahaan Perdagangan bebas
<p>3. Kekuatan (stengths).</p> <ol style="list-style-type: none"> Perusahaan memiliki pemasok bahan baku tetap. Letak perusahaan yang sangat strategis Perusahaan mamakai peralatan moderen Memiliki jaringan distribusi Perusahaan mempunyai lahan yang luas. Perusahaan mempunyai modal yang cukup. Melakukan hubungan terbuka dengan pihak konsumen 	<p>Strategi : S - T</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjaga hubungan baik dengan sesama perusahaan pengeksport rumput laut Menjaga hubungan baik dengan pihak kosumen 	<p>Strategi : S - O</p> <ol style="list-style-type: none"> Memperluas daerah pemasaran di Asia
<p>4. Kelemahan (Weaknes).</p> <ol style="list-style-type: none"> Pasokan bahan baku rendah. Kualitas rumput laut rendah Wilayah Pemasaran terbatas Daerah pasokan bahan baku kurang Pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja kurang Perusahaan tidak pernah melakukan kegiatan promosi 	<p>Strategi : W - T</p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja 	<p>Strategi : W - O</p> <ol style="list-style-type: none"> Menambah daerah pasokan bahan baku Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja Melakukan promosi secara gencar dan efektif

Berdasarkan matriks SWOT tersebut dapat dilihat bahwa ada beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan kasus adalah :

1. Strategis S – O (Strenghts – Opportunities)

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada pada CV. Sumber Rezeki, strategi yang dilakukan adalah:

a. Memperluas daerah pemasaran di Asia dan Eropa

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa perusahaan memiliki jaringan distribusi, selalu melakukan hubungan terbuka dengan pihak konsumen serta memiliki modal yang cukup . Hal ini disebabkan karena peluang yang dimiliki oleh perusahaan seperti adanya kemudahan yang diberikan pemerintah dalam melakukan kegiatan ekspor serta akses pasar yang sangat terbuka bagi perusahaan sendiri, dan permintaan terhadap produk rumput laut cukup tinggi. Perusahaan selama ini memiliki daerah pemasaran yaitu Jepang dan Cina.

2. Strategi W – O (Weakneses – Oportunities)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan yang dimiliki. Dalam kasus perusahaan CV. Sumber Rezeki, alternatif strategi yang dapat diambil yaitu:

a. Menambah daerah pasokan bahan baku

CV. Sumber Rezeki memiliki daerah pasokan bahan baku yaitu Takalar, Jeneponto, Bantaeng. Oleh karena itu perusahaan harus menambah daerah pasokan bahan baku ini

di karenakan banyak sekali permintaan dari konsumen cukup tinggi sehingga perusahaan harus menambah daerah pasokan bahan baku yang lebih banyak sehingga akan terpenuhi permintaan dari pada konsumen.

b. Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa untuk meningkatkan kualitas produk maka diperlukan keterampilan tenaga kerja sehingga kualitas produk rumput laut sangat bermutu. Sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

c. Melakukan promosi secara gencar dan efektif

Strategi ini diambil karena mengingat promosi ini dilakukan untuk memperluas daerah pemasaran diluar negeri, sehingga semakin menggugah tingkat kepercayaan konsumen luar negeri untuk membeli produk rumput laut tersebut.

3. Strategi S – T (*Strenghts – Treaths*)

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada. Pada CV. Sumber Rezeki ini strategi yang dilakukan adalah:

a. Menjaga hubungan baik dengan sesama perusahaan pengeksport rumput laut

Perusahaan selama ini selalu menjaga hubungan baik dengan perusahaan lain, agar tercipta persahabatan yang baik diantara perusahaan. Oleh sebab itu diantara perusahaan tidak ada persaingan yang tidak sehat sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

b. Menjaga hubungan baik dengan pihak konsumen

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa perusahaan dalam hal ini CV. Sumber Rezeki selalu melakukan hubungan dengan mitra usahanya dengan baik. Hal ini dilakukan perusahaan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

4. Strategi W – T (Weakneses – Treaths)

Strategi ini diambil untuk meminimalkan kelemahan yang ada dalam perusahaan dan menghindari ancaman dari luar perusahaan. Adapun strategi yang dapat dilakukan oleh CV. Sumber Rezeki adalah:

a. Memberikan pelatihan tenaga kerja

Dengan adanya pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga para tenaga kerja pemasaran sudah paham dengan baik apa yang selama ini mereka dapatkan dari pelatihan tersebut, agar proses pemasaran dapat berjalan dengan baik.

BAGIAN EMPAT ANALISIS MASALAH PENGEMBANGAN USAHA

Menurut Kepner dan Tragoe (1992), masalah adalah situasi yang memerlukan kita untuk bertindak dengan sepenuhnya atau sebagian dari suatu hal yang dihadapi.

Masalah dapat pula diartikan sebagai suatu keadaan dimana terjadi suatu kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan apa yang terjadi, sehingga diperlukan suatu responsibilities dan action dari kita untuk memperbaikinya.

Analisis masalah adalah suatu usaha untuk menyidik masalah-masalah yang terjadi dalam suatu ekosistem yang terkait dengan suatu keadaan yang ingin diperbaiki. Analisis masalah ini dilakukan untuk meneliti penyebab dari timbulnya masalah-masalah tersebut.

Analisis ini dilakukan setelah kita memahami dengan baik kondisi usaha kita, mengenal segala seluk beluk perusahaan/ usaha kita. Tujuan dari analisis masalah itu sendiri khususnya bagi dunia usaha adalah untuk memudahkan seseorang dalam mengidentifikasi jenis-jenis masalah yang dihadapi dan mengantisipasi terhadap masalah yang dihadapi tersebut.

Dalam analisis masalah ada beberapa hal yang perlu dilakukan agar dapat mengidentifikasi persoalan yang dihadapi dengan tepat. Adapun langkah-langkah dalam analisis masalah adalah sebagai berikut:

1. Penetapan posisi penilaian
2. Mengenal/mengidentifikasi masalah



3. memilih-milah masalah
4. Strukturisasi masalah

4.1. Penetapan Posisi Penilaian

Dalam menganalisis masalah dalam suatu ekosistem, maka penetapan posisi penilaian merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh penulis sebelum melakukan penilaian terhadap masalah yang akan dipecahkan.

Posisi penilaian ini nantinya akan memberikan gambaran yang jelas mengenai pengungkapan masalah dan mencari alternatif pemecahan masalah tersebut, karena posisi penilaian ini sangat penting untuk mengetahui sudut pandang penulis yang tentunya akan berbeda dengan sudut pandang orang lain.

Posisi Penilaian yang ditempati oleh penulis pada perusahaan kasus adalah sebagai seorang manajer yang membawahi beberapa orang tenaga kerja, dan diharapkan dapat memberikan jalan keluar terhadap masalah-masalah yang ditemui dilapangan.

4.2. Mengenal/ mengidentifikasi Masalah

Setelah melalui proses pemilihan masalah, akhirnya diperoleh beberapa masalah yang sempat diidentifikasi, yaitu:

1. Penerimaan Perusahaan Kurang

Penerimaan CV. Sumber Rezeki dipengaruhi oleh volume penjualan rumput laut tiap kali diproduksi dan nilai tukar atau kurs Rupiah terhadap Dollar. Selain itu kualitas rumput laut dan pasokan bahan baku rumput laut yang masih rendah. Penerimaan perusahaan yang diperoleh dari hasil penjualan selama bulan Januari 2003 sampai Desember 2003 sebesar Rp 2.357.585.900,- dengan total volume penjualan selama satu tahun sebesar 259.580 ton. Pendapatan perusahaan dikatakan rendah karena nilai penjualan untuk tahun 2003 lebih rendah bila dibandingkan dengan nilai penjualan pada tahun 2002. .

2. Volume Penjualan Rendah

Volume penjualan dari hasil produksi rumput laut masih rendah selama tahun 2003 sebesar (259.580 ton), bila dibandingkan dengan tahun 2002. Hal ini karena masih banyak perusahaan pengeksport rumput laut bersaing untuk mendapatkan bahan baku dari petani dan pedagang pengumpul yang ada di daerah sehingga mengakibatkan volume penjualan rendah.

3. Pasokan bahan baku rumput laut kurang

Kurangnya pasokan bahan baku rumput laut dalam perusahaan sangat dipengaruhi oleh jumlah penjualan dari pedagang pengumpul ke perusahaan. Dimana apabila pasokan bahan baku rumput laut dari nelayan ke pedagang pengumpul kurang maka jumlah pasokan rumput laut ke perusahaan juga akan kurang. Hal ini karena banyak perusahaan rumput laut sudah mulai membuka cabang perusahaan di daerah.

Adapun jumlah bahan baku pada bulan Januari sampai Desember 2003 sebanyak 270.639 ton.

4. Kualitas produk rumput laut rendah

Kualitas rumput laut yang rendah disebabkan oleh beberapa hal seperti kurangnya tenaga ahli quality control dan proses seleksi bahan baku yang hanya digunakan untuk menentukan standar harga sehingga semua bahan baku yang ada akan tetap diambil oleh perusahaan meskipun dengan kualitas yang sangat rendah.

5. Wilayah pemasaran kurang

Wilayah pemasaran perusahaan hanya meliputi Cina, Jepang. Pada hal masih banyak negara-negara tujuan ekspor yang belum di masuki oleh perusahaan, seperti Malaysia, dan Australia. Konsumen rumput laut merupakan perusahaan besar yang mengolah rumput laut menjadi konsumsi pasar.

6. Daerah pasokan rumput laut kurang

Daerah pasokan bahan baku rumput laut yang hanya empat daerah meliputi Takalar, Jeneponto, Bantaeng Sinjai. Hal ini disebabkan karena banyak sekali perusahaan rumput laut yang didirikan didaerah sentra-sentra produksi sehingga para petani atau pedagang pengumpul banyak yang menjual hasil rumput laut kepada perusahaan yang paling dekat, oleh karena itu pasokan bahan baku rumput laut kurang masuk keperusahaan CV. Sumber Rezeki.

7. Pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja bagian produksi rendah

Pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja dalam mengelola rumput laut masih rendah, hal ini dapat dilihat dari hasil olahan rumput laut sebelum dipasarkan

yang belum sesuai dengan standar yang ditetapkan pasar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah rumput laut yang tidak memenuhi standar sekitar 5 %.

8. Tidak ada kegiatan promosi

Perusahaan selama ini tidak pernah melakukan kegiatan promosi. Kegiatan penjualan dilakukan melalui telepon, faximile dan jasa kurir.

Untuk lebih mengetahui lebih jelasnya mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel 9:

yang belum sesuai dengan standar yang ditetapkan pasar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah rumput laut yang tidak memenuhi standar sekitar 5 %.

8. Tidak ada kegiatan promosi

Perusahaan selama ini tidak pernah melakukan kegiatan promosi. Kegiatan penjualan dilakukan melalui telepon, faximile dan jasa kurir.

Untuk lebih mengetahui lebih jelasnya mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel 9:

Tabel 9: Matriks Fakta, Masalah dan Sasaran pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea Km. 11 Makassar.

Fakta	Masalah	Sasaran
Penerimaan perusahaan selama bulan Januari 2003 – Desember 2003 sebesar Rp 2.357.585.900,-	Penerimaan masih rendah	Penerimaan perusahaan meningkat,-
Volume penjualan perusahaan 259.580 ton	Volume penjualan rendah	Volume penjualan meningkat
Pasokan bahan baku dari pedagang pengumpul sekitar 270.639 ton	Pasokan bahan baku rendah	Pasokan bahan baku meningkat
Kualitas produksi rumput laut mengandung kadar air melebihi 35 %	Kualitas rumput laut rendah	Rumput laut memenuhi standar kualitas dengan kadar air 35%
Wilayah pemasaran hanya meliputi dua negara yaitu Cina dan Jepang	Wilayah pemasaran terbatas	Wilayah pemasaran bertambah menjadi empat negara.
Daerah pasokan bahan baku empat daerah (Takalar, Jenepono, Bantaeng, Sinjai)	Daerah pemasok bahan baku kurang	Daerah pasokan bahan baku bertambah menjadi enam daerah
Tidak ada motivasi dan keterampilan tenaga kerja bagian produksi	Pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja produksi dalam mengelola rumput laut kurang.	Pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja bagian produksi masih meningkat.
Promosi dilakukan melalui Telepon, Feximile dan jasa kurir	Promosi kurang	Promosi meningkat melalui media massa

Sumber : CV. Sumber Rezeki, 2004

Tabel 10. Matriks Swot dan Sasaran pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanea, Makassar, 2004.

SWOT	SASARAN		Penerimaan meningkat	Volume Penjualan Meningkat	Pasokan Bahan Baku Meningkat	Kualitas Rumput Laut Meningkat	Wilayah Pemasaran Luas	Pengetahuan, Motivasi dan Keterampilan Tenaga Kerja Meningkat	Promosi Meningkatkan Melalui media massa
1.	Memperluas wilayah pemasaran di Asia	✓	✓						
2.	Menjaga hubungan baik dengan sesama perusahaan pengekspor rumput laut		✓						✓
3.	Menjaga hubungan baik dengan pihak konsumen							✓	
4.	Kualitas produk rumput laut meningkat							✓	
5.	Menambah daerah pasokan bahan baku		✓		✓				
6.	Menambah pengetahuan dan motivasi serta keterampilan tenaga kerja s					✓		✓	
7.	Melakukan promosi Secara gencar dan efektif						✓		✓

Tabel 10 menghubungkan analisis SWOT dengan sasaran yang ingin dicapai pada perusahaan kasus dalam upaya pengembangan usaha, dalam hal ini pada tindakan memperluas wilayah pemasaran di Asia, sehingga sasaran yang ingin dicapai adalah penerimaan meningkat serta volume penjualan meningkat. Menjaga hubungan baik dengan sesama perusahaan pengeksport rumput laut agar sasaran dapat dicapai dengan meningkatnya volume penjualan. Untuk tindakan menjaga hubungan baik dengan pihak konsumen karena merasa sensitive sekali dengan produk tersebut.

Kualitas rumput laut dapat ditingkatkan karena adanya pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja. Sedangkan untuk menambah daerah pasokan bahan baku agar volume penjualan meningkat serta pasokan bahan baku dari pedagang pengumpul tetap meningkat. Menambah pengetahuan dan motivasi serta keterampilan tenaga kerja pemasaran sehingga sasaran yang tercapai yaitu meningkatkan kualitas produk. Sedangkan untuk melakukan promosi secara gencar dan efektif maka perusahaan harus menambah daerah pemasaran serta meningkatkan promosi melalui media massa atau internet. .

5.3 Memilah-milah Masalah

Memilah milah masalah pada dasarnya merupakan kegiatan yang coba mengelompokkan beberapa masalah yang dihadapi kedalam suatu kelompok masalah yang lebih umum. Hal ini bertujuan untuk mengenal masalah secara terperinci berdasarkan kelompok sehingga mempermudah dalam menentukan tindakan

pemecahan. Adapun hasil pengelompokan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan kasus yaitu:

1. Masalah Pendapatan

- Pendapatan perusahaan rendah

2. Masalah pemasaran

- Volume penjualan rendah
- Wilayah pemasaran terbatas
- Promosi kurang

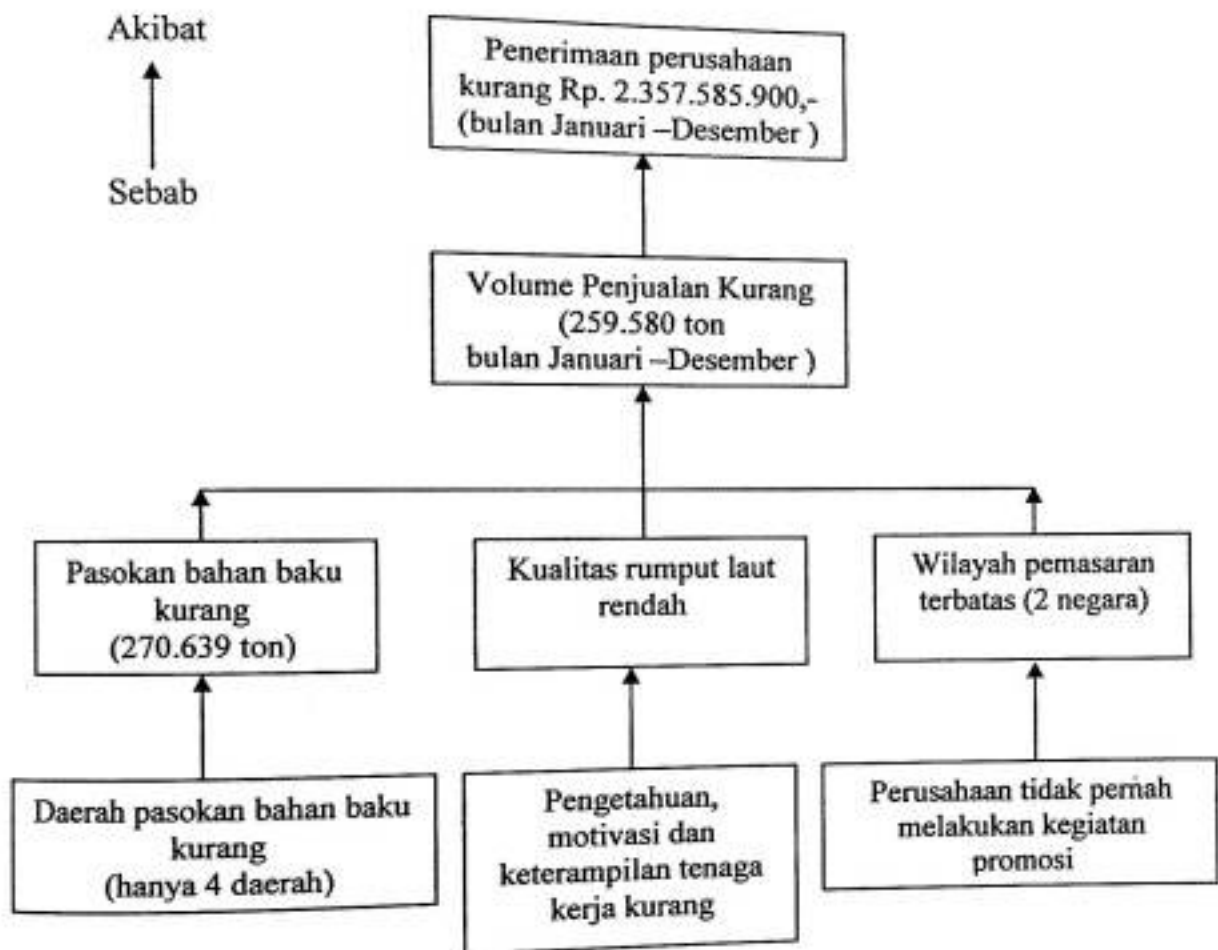
3. Masalah pengadaan bahan baku

- Pasokan bahan baku kurang
- Daerah pasokan bahan baku kurang,

5.4. Strukturisasi Masalah

Strukturisasi sasaran atau diagram pohon sasaran pengembangan usaha adalah bentuk diagram positif dari diagram pohon masalah pengembangan usaha. Tujuannya adalah untuk mengetahui sasaran yang bagaimana yang akan dicapai apabila persoalan-persoalan yang menjadi penyebab sebuah masalah telah dapat diselesaikan, tentu hal tersebut memerlukan suatu tindakan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Strukturisasi masalah juga merupakan suatu struktur yang dapat memperlihatkan hubungan sebab akibat dari persoalan-persoalan yang ada. Diagram sebab akibat ini digunakan untuk memecahkan masalah yang sangat kompleks. Untuk lebih jelasnya dapat jelas mengenai struktur sasi masalah ini hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dapat dilihat pada Gambar berikut ini.



Gambar 6. Strukturisasi Masalah pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, 2004

BAGIAN LIMA

ANALISIS SASARAN PENGEMBANGAN USAHA

Sasaran merupakan kriteria bagi keputusan, yakni perincian khusus yang dicapai oleh keputusan. Seseorang menetapkan sasaran setelah menyatakan tujuan dari keputusan dan menyetujui tingkatan yang harus dicapai. Hal ini dikerjakan sebelum membahas alternatif. Sasaran adalah ukuran yang jelas mengenai tujuan yang ingin dicapai, sebab hanya dengan ukuran jelas kita dapat mengambil keputusan atas pilihan yang beralasan (Kepner dan Tragoe. 1992).

Penetapan sasaran dilakukan setelah kita menyatakan tujuan dari suatu keputusan dan menyetujui tingkatan yang harus dicapai. Jadi, sasaran diartikan sebagai ukuran yang jelas mengenai tujuan yang ingin dicapai, sebab hanya dengan ukuran yang jelas kita dapat mengambil pilihan yang logis.

Analisis sasaran adalah suatu usaha untuk mencari jawaban terhadap masalah yang telah diidentifikasi-kan pada tahap analisis masalah. Analisis sasaran dilakukan untuk menelaah hubungan dari tindakan yang akan dilakukan untuk memecahkan suatu masalah dengan hasil yang akan diperoleh dari tindakan tersebut. Analisis sasaran dapat memberikan informasi mengenai rangkaian hubungan tindakan hasil yang ditunjukkan dalam suatu diagram.

5.1. Penetapan Sasaran

Masalah-masalah yang ditemukan dalam perusahaan kemudian dipositifkan untuk memperoleh sasaran yang ingin dicapai dalam pengembangan usaha selanjutnya, yang perlu diperhatikan dalam mempositifkan masalah yaitu:

- Menetapkan tingkat pencapaian secara realistis dan spesifik.
- Menyatakan pertimbangan-pertimbangan dasar dalam menetapkan pencapaian usaha serta mengacu pada Analisis Posisi dan Kinerja Usaha , Analisis Masalah dan Pengembangan Usaha.
- Membangun struktur-struktur sasaran antara yang bermuara pada sasaran utama pencapaian usaha.
- Memperkirakan dampak-dampak lanjutan dari pencapaian sasaran utama.

Berdasarkan analisis masalah, semua masalah yang ditemukan di dalam perusahaan kemudian dipositifkan untuk memperoleh sasaran yang ingin dicapai. Sasaran-sasaran tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penerimaan Perusahaan Meningkat

Penerimaan perusahaan meningkat dari Rp 2.357.585.900,- menjadi Rp 2.488.084.800,- untuk masa produksi satu tahun dengan adanya peningkatan volume penjualan perusahaan.

2. Volume Penjualan Meningkat

5.1. Penetapan Sasaran

Masalah-masalah yang ditemukan dalam perusahaan kemudian dipositifkan untuk memperoleh sasaran yang ingin dicapai dalam pengembangan usaha selanjutnya, yang perlu diperhatikan dalam mempositifkan masalah yaitu:

- Menetapkan tingkat pencapaian secara realistis dan spesifik.
- Menyatakan pertimbangan-pertimbangan dasar dalam menetapkan pencapaian usaha serta mengacu pada Analisis Posisi dan Kinerja Usaha , Analisis Masalah dan Pengembangan Usaha.
- Membangun struktur-struktur sasaran antara yang bermuara pada sasaran utama pencapaian usaha.
- Memperkirakan dampak-dampak lanjutan dari pencapaian sasaran utama.

Berdasarkan analisis masalah, semua masalah yang ditemukan di dalam perusahaan kemudian dipositifkan untuk memperoleh sasaran yang ingin dicapai. Sasaran-sasaran tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penerimaan Perusahaan Meningkat

Penerimaan perusahaan meningkat dari Rp 2.357.585.900,- menjadi Rp 2.488.084.800,- untuk masa produksi satu tahun dengan adanya peningkatan volume penjualan perusahaan.

2. Volume Penjualan Meningkat

Volume penjualan meningkat dari 259.580 ton menjadi 271.940 ton kering pertahun. Apabila hal ini dapat terealisasi maka diharapkan akan terjadi peningkatan pada penerimaan perusahaan.

3. Pasokan bahan baku rumput laut meningkat

Meningkatnya pasokan rumput laut dalam perusahaan sangat dipengaruhi oleh jumlah penjualan dari pedagang pengumpul ke perusahaan. Apabila pasokan rumput laut dari nelayan ke pedagang pengumpul kurang maka, jumlah pasokan rumput laut ke perusahaan juga mengalami penurunan. Adapun jumlah bahan baku pada bulan Januari sampai Desember 2003 dari 270.639 ton menjadi 285.262 ton.

4. Kualitas produk rumput laut meningkat

Dengan bertambahnya tenaga *quality control* dan proses seleksi bahan baku yang tidak untuk penentuan harga, maka mutu bahan baku akan sesuai standar. Bahan baku yang dapat diterima perusahaan adalah yang memiliki kadar air 35 % dan kadar serta kekeringan 65 %.

5. Wilayah pemasaran bertambah

Masih banyak negara-negara tujuan ekspor yang belum dimasuki oleh perusahaan seperti, Malaysia, dan Australia,

6. Daerah pasokan rumput laut bertambah

Adanya penambahan daerah pasokan bahan baku dari 4 daerah (Takalar, Jeneponto, Bantaeng, Sinjai) pasokan menjadi 6 daerah (Bulukumba, Selayar)

pasokan bahan baku yang sangat menunjang bertambahnya bahan baku rumput laut yang di perlukan oleh perusahaan dalam kegiatan produksi.

7. Pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja meningkat

Pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja meningkat disebabkan karena adanya pelatihan yang dilakukan oleh pihak perusahaan kepada tenaga kerjanya, sehingga mereka dapat mengetahui dengan baik bagaimana caranya untuk menghasilkan produk yang bermutu baik atau berkualitas, serta dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan.

8. Ada kegiatan promosi

Perusahaan melakukan kegiatan promosi melalui media masa (koran, majalah). Dengan promosi yang gencar dan efektif diharapkan pasar sasaran lebih mengenal perusahaan dan produknya, sehingga mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Hubungan Tindakan Hasil Antar Sasaran

Dengan melihat uraian beberapa sasaran yang ingin dicapai, maka sasaran tersebut akan sampai pada sasaran utama yaitu volume penjualan meningkat. Untuk mencapai sasaran utama itu perlu dicapai tiga sasaran yaitu pasokan bahan baku meningkat, kualitas rumput laut meningkat serta wilayah pemasaran bertambah

Untuk mencapai sasaran-sasaran antara diatas perlu diadakan beberapa tindakan. Sasaran antara pasokan bahan baku meningkat dapat terwujud jika

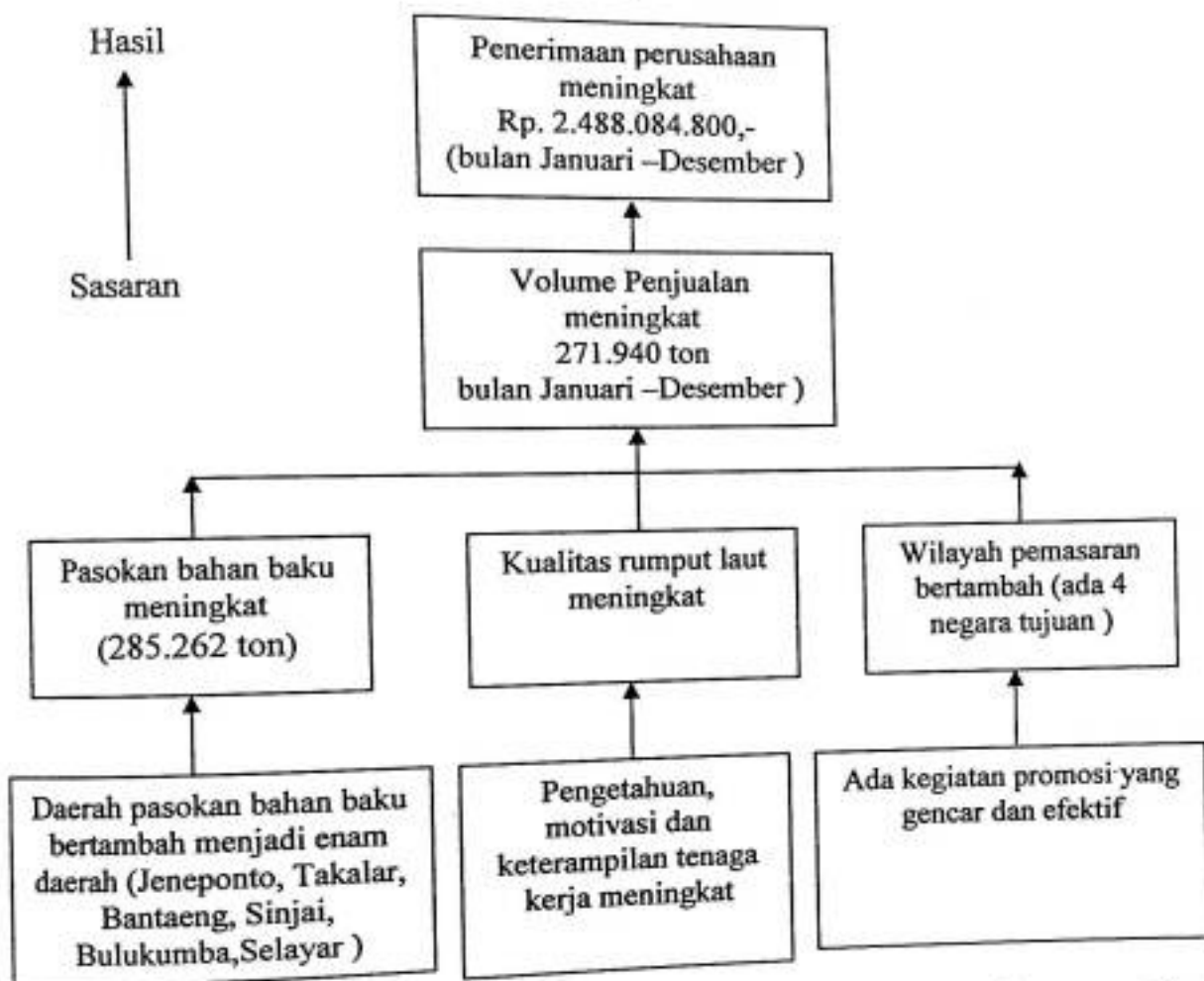
menambah daerah atau sentral pasokan bahan baku. Sasaran antara kualitas rumput laut meningkat hal ini dapat di wujudkan dengan meningkatnya pengetahuan, motivasi serta keterampilan tenaga kerja pada bagian produksi. Bertambahnya wilayah pemasaran dapat terwujud apabila kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan selalu efektif.

Dengan pelaksanaan tindakan-tindakan tersebut maka sasaran antara dapat dicapai dengan memecahkan masalah inti serta dapat mencapai sasaran inti untuk mengembangkan usaha pemasaran rumput laut. Jika sasaran inti volume penjualan meningkat maka penerimaan perusahaan juga akan meningkat.

5.3. Strukturisasi Sasaran

Strukturisasi sasaran atau diagram pohon sasaran pengembangan usaha adalah bentuk positif dari diagram pohon masalah pengembangan usaha. Tujuannya adalah untuk mengetahui sasaran yang akan dicapai bila persoalan-persoalan yang menjadi penyebab masalah telah dapat dipecahkan . Tentunya sasaran-sasaran ini perlu diketahui untuk ditindaklanjuti .

Oleh karena itu strukturisasi sasaran merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai dalam rangka pemecahan persoalan-persoalan pada agrosistem kasus. Untuk lebih jelasnya diagram pohon sasaran dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 7: Sasaran pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, 2004

BAGIAN ENAM ANALISIS ALTERNATIF TINDAKAN PENGEMBANGAN USAHA

Untuk mencapai sasaran utama yang diinginkan maka perlu disusun langkah-langkah alternatif tindakan yang mencakup dua bagian penting, yaitu alternatif tindakan sasaran antara dan analisis keputusan.

Menurut Kepner dan Tregoe (1982), jika alternatif harus dipilih diantara beberapa alternatif, maka harus diputuskan yang mana diantara alternatif tersebut yang paling baik dan memenuhi sasaran dengan resiko yang paling kecil yang dapat diterima.

Alternatif tindakan keputusan merupakan hasil yang diperoleh dari evaluasi setiap alternatif yang tersedia terhadap kriteria-kriteria yang ditetapkan. Pada saat evaluasi, setiap alternatif yang tidak dapat memenuhi kriteria yang ditetapkan segera gugur dari analisis alternatif.

Analisis alternatif adalah usaha untuk melihat beberapa kemungkinan alternatif. Hubungan tindakan dari analisis sasaran yang mengarah pada suatu keadaan (tujuan tertentu) yang diinginkan. Analisis tertentu digunakan untuk menilai masing-masing alternatif untuk mengetahui rangkaian usaha. Analisis alternatif ini pada akhirnya akan mengarah ke pemilihan salah satu dari rangkaian tujuan usaha.

6.1. Alternatif Tindakan Persasaran Antara

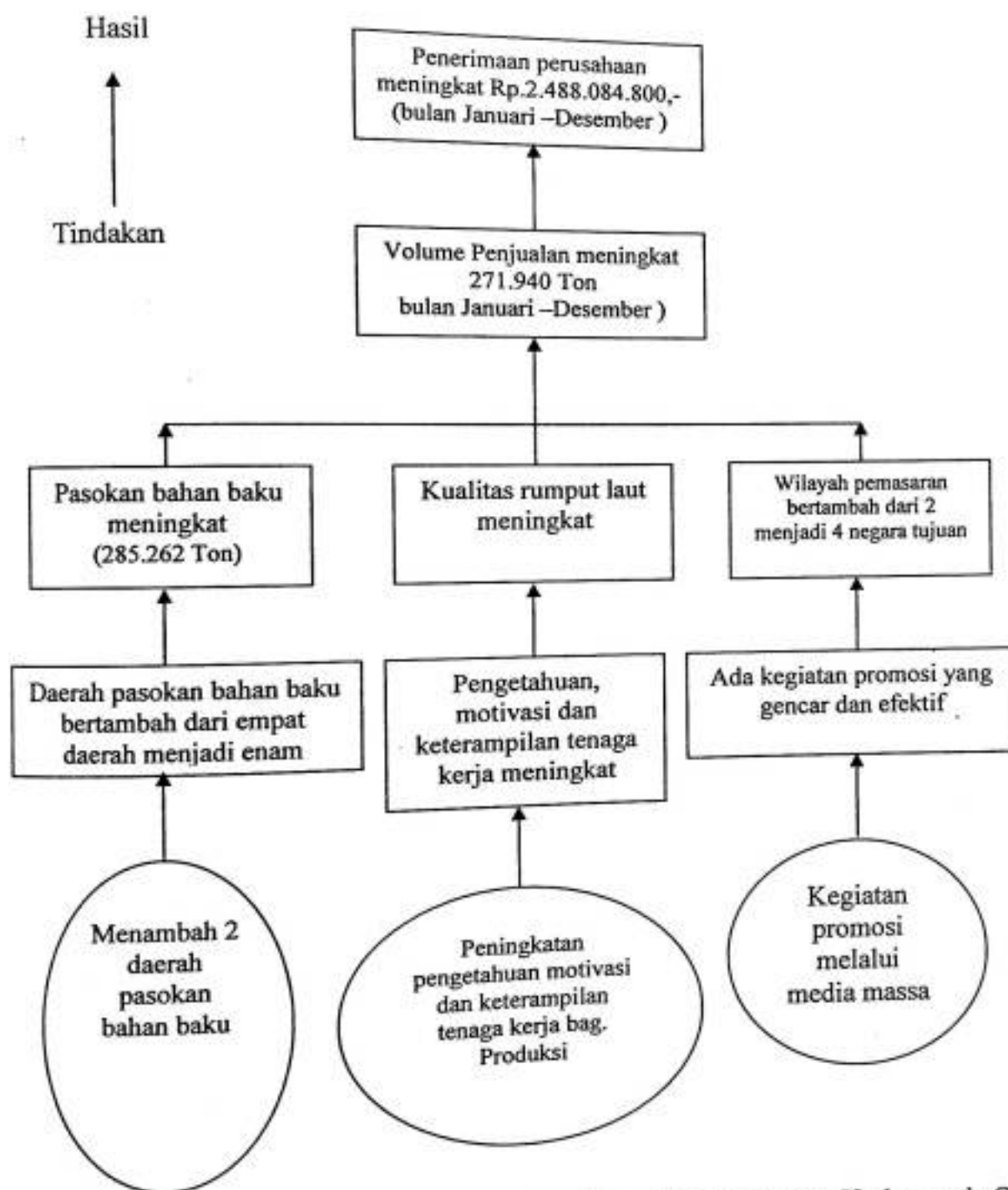
Setelah melalui proses evaluasi, maka alternatif tindakan yang dapat dilakukan untuk mencapai sasaran antara tersebut agar nantinya sampai pada sasaran utama.

Untuk sasaran pasokan bahan baku meningkat, alternatif yang dapat dilakukan adalah memberikan pembinaan pada nelayan binaan.

Untuk sasaran antara kualitas rumput laut meningkat, alternatif tindakan yang dapat dilakukan adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tenaga bagian produksi.

Untuk sasaran antara wilayah pemasaran bertambah, alternatif tindakan yang dapat dilakukan adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan secara efektif

Alternatif-alternatif tindakan itu diharapkan akan sampai pada sasaran utama yaitu "volume penjualan meningkat" agar dapat berjalan dengan baik sebagaimana yang diharapkan. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Gambar berikut ini.



Gambar 8. Strukturisasi Pohon Alternatif Tindakan Pengembangan Usaha pada CV. Sumber Rezeki Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, 2004

6.2. Analisis Keputusan

Analisis keputusan adalah suatu prosedur sistematis yang didasarkan pada pola berfikir yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan dan berbagai alternatif tindakan yang ada. Analisis keputusan berguna untuk memusatkan perhatian pada tindakan permasalahan yang menjadi prioritas utama. Selain itu analisis keputusan juga diharapkan akan dapat menjawab tindakan apa yang perlu dilakukan dalam upaya pemecahan persoalan yang dihadapi.

Adapun langkah-langkah yang harus ditempuh dalam kegiatan analisis keputusan ini adalah pernyataan keputusan, sasaran keputusan, penentuan alternatif dan evaluasi terhadap sasaran.

a. Pernyataan Keputusan

Merumuskan pernyataan keputusan adalah memusatkan perhatian pada semua tindakan yang terpilih. Pernyataan keputusan tidak hanya menunjukkan maksud dari suatu keputusan, tetapi juga tindakan dimana keputusan tersebut diambil.

b. Alternatif Keputusan

Alternatif keputusan adalah alternatif yang akan diambil untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan yang dibuat sesuai dengan sasaran yang hendak dicapai.

c. Kriteria Keputusan

Secara umum terdapat dua kategori kriteria yang digunakan pada analisis keputusan, yakni apa yang harus dimiliki (kriteria pokok) dan kriteria apa yang diinginkan (kriteria penunjang).

Keputusan adalah kemampuan memberikan gambaran mengenai suatu keadaan yang lebih jelas dan terperinci tentang hasil keputusan yang diambil. Tujuan penetapan kriteria adalah menyaring alternatif lain pada akhirnya akan muncul suatu alternatif terbaik.

d. Evaluasi Alternatif Terhadap Kriteria Keputusan

Evaluasi alternatif terhadap kriteria keputusan adalah prosedur yang digunakan untuk mengetahui alternatif-alternatif yang diperoleh pada alternatif keputusan kemudian dievaluasi. Dalam evaluasi ini digunakan sistem pembobotan, dimana kriteria keputusan dan alternatif keputusan diberi bobot kemudian kalikan. Hasil perkalian yang memiliki bobot tertinggi adalah merupakan alternatif yang diprioritaskan.

e. Alternatif Tindakan Terpilih Alternatif pilihan adalah alternatif terbaik dari alternatif keputusan yang telah di seleksi pada evaluasi alternatif. Alternatif inilah yang menjadi tindakan untuk mencapai sasaran utama.

1. Analisis Keputusan Alternatif Tindakan I

a. Pernyataan Keputusan : "Menentukan 2 daerah pasokan bahan baku"

b. Alternatif Keputusan

A1 = Menambah daerah pasokan bahan baku yakni Bulukumba dan Selayar

A2 = Menambah daerah pasokan bahan baku yakni daerah Bulukumba dan Buton

c. Kriteria Keputusan

K1 = Perusahaan mudah menjalin kerjasama langsung dengan petani rumput laut	0,40
K2 = Transportasi lancar	0,35
K3 = Membutuhkan modal atau biaya \leq Rp 500.000	<u>0,25</u>
	1,00

d. Evaluasi Alternatif

Tabel 11. Evaluasi Alternatif keputusan tindakan "Menambah daerah pasokan bahan baku" Terhadap Kriteria Keputusan.

Kriteria Alternatif	K1 (0,40)	K2 (0,35)	K3 (0,25)
A1	0,40	0,35	0,25
A2	0,30	0,40	0,30
Jumlah	1,00	1,00	1,00

Alternatif	Kriteria			Total	Prioritas
	K1	K2	K3		
A1	0,16	0,112	0,0625	0,3345	I
A2	0,12	0,14	0,075	0,335	II

Sumber : Analisis Penulis, 2004

e. Alternatif Terpilih

Setelah melakukan evaluasi alternatif maka dapat dilihat bahwa A1 memperoleh nilai sebesar 0,3345 dan A2 sebesar 0,335. Ini berarti bahwa alternatif keputusan yang terpilih untuk dilaksanakan adalah menambah dua daerah pasokan bahan baku

2. Analisis Keputusan Tindakan II

a. Pernyataan keputusan : Menentukan cara peningkatan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja.

b. Alternatif Keputusan

A1 = Melakukan Pelatihan

A2 = Mengikuti seminar-seminar yang berhubungan perikanan terutama rumput laut

c. Kriteria Keputusan:

K1 = Tidak membutuhkan biaya yang besar \leq Rp.500.000 0,30

K2 = Bisa terlaksana kurang dari enam bulan 0,30

K3 = Memberikan pelatihan keterampilan

tentang pengolahan rumput laut 0,40
1,00

d. Evaluasi Alternatif Keputusan Terhadap Kriteria Keputusan

Evaluasi alternatif terhadap masing-masing kriteria dan alternatif keputusan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Evaluasi Alternatif Keputusan Tindakan " Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Tenaga Kerja" Terhadap Kriteria Keputusan.

Kriteria Alternatif	K1 (0,30)	K2 (0,30)	K3 (0,40)
A1	0,60	0,55	0,50
A2	0,40	0,45	0,50
Jumlah	1,00	1,00	1,00

Alternatif	Kriteria			Total	Prioritas
	K1	K2	K3		
A1	0,18	0,165	0,2	0,545	I
A2	0,12	0,135	0,2	0,445	II

Sumber : Analisis Penulis, 2004

f. Alternatif terpilih

Setelah melakukan evaluasi alternatif maka dapat dilihat bahwa A1 memperoleh nilai sebesar 0,545 dan A2 sebesar 0,445. Ini berarti bahwa alternatif keputusan yang terpilih untuk dilaksanakan adalah melakukan pelatihan.

3. Analisis Keputusan Tindakan III

a. Pernyataan keputusan : Menentukan media massa yang tepat untuk melakukan promosi

b. Alternatif Keputusan

A1 = Membuat iklan mengenai perusahaan di TV. Internasional

A2 = Promosi melalui internet

A3 = Promosi melalui majalah bisnis luar negeri

c. Kriteria Keputusan:

K1 = Dapat menjangkau segmen pasar luar negeri 0,40

K2 = Promosi dilakukan setiap saat dan mudah
diketahui oleh konsumen 0,30

K3 = Biaya relatif lebih murah \leq Rp.500.000 $\frac{0,30}{1,00}$

d. Evaluasi Alternatif Keputusan Terhadap Kriteria Keputusan

Evaluasi alternatif terhadap masing-masing kriteria dan alternatif keputusan dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Evaluasi Alternatif Keputusan Tindakan "Melakukan promosi secara gencar dan efektif" Terhadap Kriteria Keputusan.

Kriteria Alternatif	K1 (0,40)	K2 (0,30)	K3 (0,30)
A1	0,20	0,35	0,30
A2	0,50	0,45	0,25
A3	0,30	0,20	0,45
Jumlah	1.00	1.00	1.00

Alternatif	Kriteria			Total	Prioritas
	K1	K2	K3		
A1	0,08	0,105	0,09	0,275	I
A2	0,2	0,135	0,075	0,410	II
A3	0,12	0,06	0,135	0,315	III

Sumber : Analisis Penulis, 2004

f. Alternatif terpilih

Berdasarkan matriks penilaian di atas terlihat bahwa alternatif kedua (A2) yaitu "melalui internet", adalah merupakan alternatif terpilih karena memiliki bobot nilai lebih tinggi yaitu 0,410.

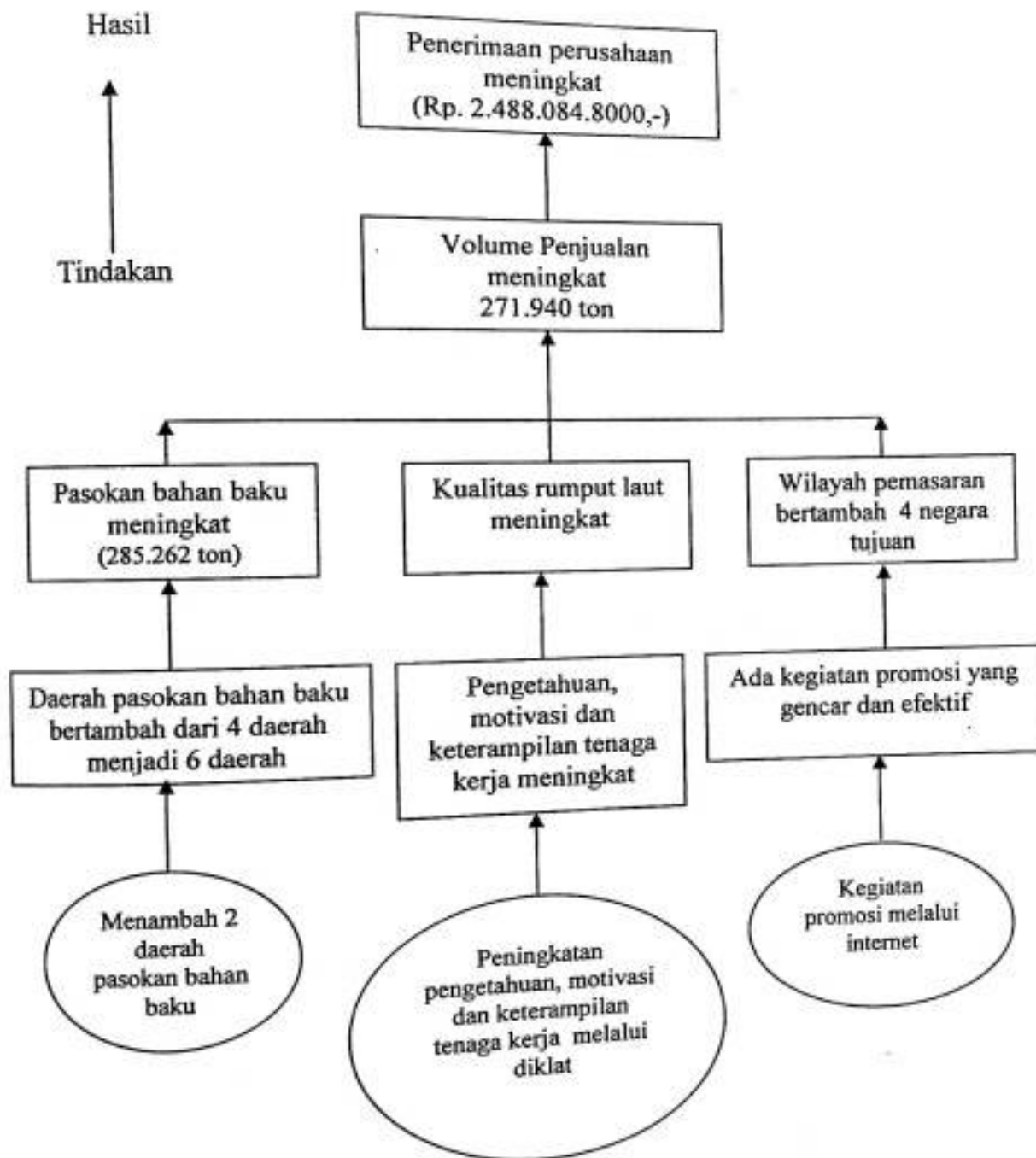
Ketiga alternatif tersebut merupakan alternatif terpilih dalam mencapai sasaran antara, yang pada akhirnya dapat merealisasikan sasaran utama yaitu volume penjualan meningkat 271,940 ton. Adapun tindakan-tindakan tersebut diuraikan sebagai berikut:

Menambah daerah pasokan bahan baku yaitu dengan cara mencari daerah – daerah penghasil rumput laut untuk menyelesaikan sasaran antara. Dengan adanya penambahan daerah pasokan bahan baku sangat menunjang bertambahnya bahan baku yang di perlukan oleh perusahaan dalam kegiatan produksi.

Peningkatan pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja merupakan tindakan untuk menyelesaikan sasaran antara, karena perusahaan sangat membutuhkan pengetahuan serta keterampilan sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan kualitas yang baik pula.

Menambah bentuk kegiatan promosi yaitu berupa promosi melalui internet merupakan tindakan yang dapat menyelesaikan sasaran antara hal ini disebabkan karena internet merupakan salah satu teknologi informasi yang sekarang ini banyak digunakan oleh masyarakat baik pelajar maupun mahasiswa serta para pebisnis.

Untuk lebih jelasnya mengenai alternatif tindakan terpilih dapat dilihat pada Gambar berikut ini:



Gambar 9. Strukturisasi Alternatif Tindakan Terpilih pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea, Makassar, 2004.

BAGIAN TUJUH MATRIK PERENCANAAN PROYEK PENGEMBANGAN USAHA

7.1. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha

Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha adalah suatu alat untuk mengembangkan rancangan yang dilakukan untuk memenuhi sasaran antara dan sasaran utama, serta sarana dan biaya yang diperlukan untuk mewujudkan tindakan tersebut.

Dalam matriks perencanaan ini dibahas mengenai empat hal yaitu: dampak konsekuensi dan sasaran utama, sasaran antara dan tindakan yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu uraian tujuan sesuai tingkatan ukuran tercapainya tujuan/hasil dan sistem pengendaliannya. Namun khusus bagian-bagian tindakan dibagi atas tindakan, sarana yang diperlukan dan biaya yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tindakan tersebut.

Penyusunan matriks perencanaan proyek merupakan suatu proses yang bertahan dan biasanya harus dilakukan secara berulang-ulang. Setelah mengenal matriks pengembangan usaha maka sangat mudah untuk menentukan apakah perusahaan dapat berjalan dengan baik atau belum.

Pendapatan meningkat sebagai sasaran utama dalam pengembangan usaha pada CV. didukung oleh sasaran antara yang diwujudkan dari tindakan-tindakan perencanaan, pelaksanaan evaluasi atau pengendalian tiap-tiap tindakan. Ukuran

tercapainya sasaran utama adalah bila produktivitas rumput laut ditingkatkan dan harga rumput laut meningkat serta adanya peningkatan mutu rumput laut.

Untuk lebih jelasnya mengenai matriks perencanaan pengembangan usaha dapat dilihat pad Tabel 14 berikut ini :

Tabel 14. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha pada CV. Di kelurahan kecamatan tamalanrea kota makassar, 2004

Urutan Tujuan Sesuai Tingkatan	Ukuran Tujuan tercapainya	Sistem Informasi Pengendalian
Dampak -Penerimaan yang diperoleh perusahaan meningkat.	Dari Rp. 2.357.585.900,- menjadi Rp 2.488.084.800,-	Laporan bagian keuangan
Sasaran Utama Volume penjualan Meningkat	Dari 259.580 ton menjadi 271.940 ton	Laporan bagian Pemasaran
Sasaran Antara		
• Daerah pasokan bahan baku bertambah	• Daerah pasokan bahan baku bertambah menjadi enam daerah pasokan	• Laporan Kualitas Rumput Laut aksi
• Kualitas produk rumput laut meningkat	• Standar kualitas produksi rumput laut terpenuhi	• Laporan Standar Kualitas Bagian Produksi
• Melakukan promosi secara gencar dan efektif	• Promosi melalui media bisnis (majalah, internet dan surat kabar).	• Laporan Bagian pemasaran dan bagian produksi
Khusus tindakan	Sarana yang diperlukan	Biaya
• Menambah dua daerah pasokan bahan baku	• Kerja sama dengan pedagang pengumpul rumput laut di daerah	• Rp. 10.000.000
• Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi tenaga kerja dengan cara memberikan pelatihan secara langsung.	• Tersedianya sumberdaya manusia	• Rp. 2.000.000
• Melakukan kegiatan promosi melalui internet	• Biaya	• Rp. 15.000.000

Sumber : Analisa Penulis, 2002.

Tabel 14 diatas menunjukkan bagian dampak yaitu penerimaan meningkat, ukuran tercapainya tujuan apabila penerimaan meningkat dari Rp. 2.357.585.900,- menjadi Rp 2.488.084.800,- sistem pengendalian laporan keuangan.

Sasaran utama yaitu volume penjualan meningkat dengan didukung oleh sasaran antara. Ukuran tercapainya apabila volume penjualan meningkat dari 259.580 ton menjadi 271.940 ton sistem informasi pengendalian dari laporan bagian produksi.

Sasaran antara daerah pasokan bahan baku kurang, ukuran tercapainya tujuan apabila daerah pasokan bahan baku bertambah. Sistem informasi laporan bagian produksi. Sasaran antara Kualitas produk rumput laut rendah, ukuran tercapainya tujuan apabila kualitas produk rumput laut meningkat. Sistem informasi laporan bagian produksi. Sasaran antara melakukan promosi tidak efektif, ukuran tercapainya tujuan apabila promosi dilakukan secara efektif dan gencar. Sistem informasi laporan bagian keuangan dan produksi.

Khusus tindakan memuat tiga hal yaitu tindakan menambah dua daerah pasokan bahan baku, sarana yang diperlukan yaitu melakukan kerjasama dengan para petani di daerah memerlukan sistem informasi dan biaya sebesar Rp. 15.000.000,-. Tindakan meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan tenaga kerja bagian produksi memerlukan sumberdaya manusia yang baik serta biaya dan gaji sebesar Rp 1.500.000 . Tindakan memilih media masa yang cocok sebagai media promosi tambahan memerlukan sarana informasi dan biaya sebesar Rp. 20.000.000.-.

7.2. Rencana Kerja Proyek Pengembangan Usaha

Rencana kerja proyek adalah suatu usaha untuk menyusun satu kegiatan proyek yang dapat memberikan suatu ringkasan mengenai pelaksanaan rencana kegiatan agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat, yang didalamnya meliputi penanggung jawaban dari masing-masing tindakan yang akan dilakukan, hasil kegiatan serta penjadwalan kegiatan.

Pelaksanaan rencana kerja harus didaftarkan dalam satu jadwal kerja agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat. Penjadwalan rencana kerja proyek berguna untuk menghimpun seluruh rencana kegiatan yang telah ditetapkan. Rencana kegiatan itu disusun berdasarkan unit kerja yang telah ditetapkan sebelumnya agar lebih mudah pelaksanaannya.

Rencana kerja yang terealisasi yaitu penambahan daerah pasokan bahan baku dimana diimplementasikan selama 1 tahun 6 kali dengan hasil yang diperoleh yaitu dua daerah penambahan pasokan bahan baku dari empat daerah. Untuk tindakan meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan sudah terealisasi dan dilaksanakan dalam 1 tahun dua kali begitu pula dengan kegiatan promosi.

Untuk lebih jelasnya mengenai pelaksanaan rencana kerja ini dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 15 : Rencana Kerja Proyek Pengembangan Usaha pada CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea, Makassar, 2004.

Tindakan / Sasaran Antara	Penanggung Jawab	Hasil Kegiatan	Jadwal (Bulan)												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
• Penambahan daerah pasokan bahan baku	Direktur	Perusahaan melakukan kerjasama secara langsung dengan petani produsen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
• Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan bagi tenaga kerja bagian produksi dengan cara memberikan pelatihan secara langsung.	Bagian produksi dan pemasaran	rumput laut Memberikan bimbingan bagi tenaga kerja bagian produksi dapat meningkatkan kualitas dan mutu rumput laut.											*	*	
• Melakukan kegiatan promosi secara gencar dan efektif	Direktur dan bagian pemasaran	Melakukan promosi melalui media bisnis (majalah koran dan internet).	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2004

7.3. Pemantauan

Pemantauan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara mengamati atau memantau usaha yang sedang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan langkah-langkah yang telah dirumuskan dan direncanakan bersama, demi terjadinya perubahan kearah yang lebih baik. Pemantauan tersebut bersumber dari rencana kerja proyek yang terdiri dari:

1. Penambahan daerah pasokan bahan baku
2. Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan bagi tenaga kerja dengan cara memberikan pelatihan secara langsung.
3. Melakukan kegiatan promosi secara gencar dan efektif

Untuk lebih jelasnya ,mengenai usaha-usaha yang sedang dilakukan oleh perusahaan kasus dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16 : Agenda Pemantauan Terhadap Pelaksanaan Program Kerja Yang dilakukan CV. Sumber Rezeki di Kecamatan Tamalanrea ,Makassar, 2004.

Bulan	Scenario	Pertanyaan
Desember	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan daerah pasokan bahan baku 	<ul style="list-style-type: none"> • Berapa bahan baku yang diperoleh tiap bulan • Dari daerah mana bahan baku diperoleh
Januari	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan bagi tenaga kerja bagian produksi dengan cara memberikan pelatihan secara langsung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana cara memberikan pelatihan kepada karyawan • Berapakah jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan
Pebruari	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kegiatan promosi secara gencar dan efektif 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana bentuk promosi yang harus dibuat • Berapa anggaran yang dikeluarkan untuk mengadakan promosi

BAGIAN DELAPAN ANALISIS PERSOALAN POTENSIAL

Analisis persoalan potensial adalah suatu upaya untuk melihat ke masa depan dengan berdasarkan pada yang ada saat ini, untuk itu kemudian menentukan atau merumuskan tindakan-tindakan yang perlu diambil dan memikirkan suatu tindakan pencegahan dan penanggulangan terhadap persoalan-persoalan yang mungkin terjadi.

Analisis persoalan potensial merupakan proses rasional yang berdasarkan pada perhatian kita mengenai peristiwa masa depan yang mungkin terjadi. Persoalan potensial yang akan terjadi dapat diatasi jika kita dapat meramalkan kesulitan yang mungkin timbul pada situasi tertentu. Proses ini menggunakan apa yang diketahui dan berusaha untuk menghindari akibat negatif yang mungkin timbul di masa depan (Kepner, 1992).

Langkah-langkah yang perlu di tempuh dalam analisis persoalan potensial adalah merumuskan pernyataan rencana kegiatan, skenario pelaksanaan kegiatan, identifikasi tahap-tahap rawan, identifikasi persoalan potensial kasus, identifikasi sebab-sebab persoalan kasus, tindakan pencegahan dan penanggulangan serta struktur tindakan.

Pernyataan rencana kegiatan dimaksudkan untuk memberi arah dan tujuan dari alternatif tindakan terpilih sebagai jawaban terhadap persoalan yang timbul.

Skenario pelaksanaan kegiatan atau tindakan yang disusun berdasarkan urutan atau tahap kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan pada pernyataan rencana keputusan.

Identifikasi tahap-tahap rawan dimaksudkan untuk mengenali daerah-daerah yang rawan pada setiap rencana kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan pada pernyataan rencana keputusan.

Persoalan potensial khusus adalah persoalan yang dihadapi pada tahap rawan dari setiap kegiatan yang merupakan persoalan yang paling mendasar. Identifikasi persoalan potensial khusus dimaksudkan untuk mempermudah identifikasi yang mungkin timbul pada persoalan sehingga pengambilan tindakan pencegahan dan penanggulangan dapat dilakukan.

Setiap persoalan potensial yang ditemukan tahap rawan pelaksanaan keputusan harus dapat diidentifikasi penyebabnya. Identifikasi sebab persoalan khusus merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan terhadap sebab yang mungkin timbul dari setiap persoalan potensial khusus. Dengan adanya identifikasi sebab-sebab persoalan potensial khusus, maka diharapkan dapat melakukan tindakan pencegahan dan penanggulangan.

Tindakan pencegahan dimaksudkan untuk menghilangkan sebagian atau keseluruhan sebab yang timbul dari suatu persoalan potensial. Jika tindakan ini dapat dilaksanakan, maka diharapkan hasil yang diperoleh akan lebih baik jika melalui tindakan penanggulangan.

A. Rencana Kegiatan I “ Menambah pasokan bahan baku dari Bulukumba dan Selayar”

➤ Skenario Pelaksanaan Kegiatan

- Mencari informasi tentang daerah-daerah penghasil rumput laut
- Menjalin hubungan kerja sama langsung dengan petani produsen rumput laut

➤ Identifikasi Tahap-tahap Rawan

- Daerah pasokan mudah dijangkau
- Menentukan jumlah anggaran pembelian dari petani

➤ Identifikasi Persoalan Potensial Khusus

- Sulit mendapatkan daerah pasokan dekat dengan perusahaan
- Daerah pasokan rumput laut banyak dan terpencar (tidak terpusat)

➤ Identifikasi Sebab Persoalan Potensial Khusus

- Petani rumput laut banyak dan berada dipelosok
- Sulit berkomunikasi dengan petani rumput laut

➤ Tindakan Pencegahan

- Mengutus karyawan untuk mengadakan pembelian di daerah-daerah penghasil rumput laut
- Melakukan survey diluar jadwal kerja karyawan

➤ Tindakan Penanggulangan

- Menyediakan sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan pasokan bahan baku rumput laut
- Menentukan kualitas rumput laut yang memenuhi standar pembelian.

B. Rencana Kegiatan II: “ Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi tenaga kerja bagian produksi dengan cara memberikan pelatihan secara langsung”

➤ **Scenario Pelaksanaan Kegiatan**

- Menetapkan pelatihan bagi karyawan yang akan dibimbing
- Menentukan waktu bimbingan

➤ **Identifikasi Tahap-tahap Rawan**

- Menyiapkan Pembimbing
- Waktu yang dibutuhkan untuk bimbingan

➤ **Identifikasi Persoalan Potensial Khusus**

- Jumlah pembimbing yang masih terbatas
- Waktu bimbingan yang dapat mengganggu kinerja karyawan

➤ **Identifikasi Sebab Persoalan Potensial Khusus**

- Jumlah Karyawan yang dapat membimbing hanya satu orang
- Waktu bimbingan yang bersamaan dengan waktu kerja

➤ **Tindakan Pencegahan**

- Menentukan proporsi antara pembimbing dengan karyawan yang akan dibimbing

- Menyediakan waktu khusus sebelum karyawan pulang

➤ **Tindakan Penanggulangan**

- Menyewa pembimbing dari luar
- Menyediakan waktu tertentu

C. Rencana Kegiatan III : “ Menentukan promosi melalui internet”

- **Scenario Pelaksanaan Kegiatan**
 - Merancang sistem web site
- **Identifikasi Tahap-tahap Rawan**
 - Rancangan web site
- **Identifikasi Persoalan Potensial Khusus**
 - Perusahaan kesulitan untuk merancang web site
- **Identifikasi Sebab Persoalan Potensial Khusus**
 - Kurangnya pengetahuan dalam hal merancang web site
- **Tindakan Pencegahan**
 - Mengikuti kursus internet
- **Tindakan Penanggulangan**
 - Mendatangkan ahli komputer

Tabel 17 . Analisis Persoalan Potensial Khusus Pada CV. Sumber Rezeki, 2004

N	Pernyataan Rencana Kegiatan	Skenario Pelaksanaan Kegiatan	Identifikasi tahap-tahap rawan	Identifikasi persoalan potensial khusus	Identifikasi sebab-sebab persoalan potensial khusus	Tindakan pencegahan	Tindakan penanganan
1	Menambah daerah pasokan bahan baku	-Mencari informasi tentang daerah-daerah penghasil rumput laut -Menjalin hubungan kerja sama langsung dengan petani produsen rumput laut	- Daerah pasokan mudah dijangkau - Menentukan jumlah anggaran pembelian dari petani	Sulit mendapatkan daerah pasokan dengan perusahaan pasokan rumput laut banyak dan terpencar (tidak erpusat)	Petani rumput laut banyak dan berada dipelosok Sulit berkomunikasi dengan petani rumput laut	-Mengutus karyawan untuk mengadakan pembelian di daerah-daerah penghasil rumput laut - Melakukan survey diluar jadwal kerja karyawan	- Menyewa pembimbing dari luar - Menyediakan waktu tertentu
2	Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi tenaga kerja bagian produksi dengan cara memberikan pelatihan secara langsung	Menetapkan pelatihan bagi karyawan yang akan dibimbing Menentukan waktu bimbingan	-Menyiapkan Pembimbing -Waktu yang dibutuhkan untuk bimbingan	Jumlah pembimbing yang masih terbatas -Waktu bimbingan dapat mengganggu kinerja karyawan	Jumlah Karyawan yang dapat membimbing hanya satu orang -Waktu bimbingan yang bersamaan dengan waktu kerja	Menentukan proporsi antara pembimbing karyawan yang akan dibimbing Menyediakan waktu kursus sebelum karyawan pulang	- Menyewa pembimbing dari luar - Menyediakan waktu tertentu
3	Melakukan promosi melalui internet	Merancang sistem web site	-Rancangan web site	-Perusahaan kesulitan merancang web site	-Kurangya pengetahuan dalam hal merancang web site	Mengikuti kursus internet	- Mendatangkan ahli komputer

BAGIAN SEMBILAN UJICoba DAN EVALUASI

9.1. Uji Coba

Ujicoba merupakan suatu kegiatan dengan cara melibatkan diri guna mendorong perusahaan kasus untuk mengimplementasikan langkah-langkah yang telah dirumuskan dan direncanakan bersama, demi terjadinya perubahan kearah yang lebih baik. Ujicoba tersebut bersumber dari Analisis Persoalan Potensial yang terdiri dari :

1. Melakukan penambahan daerah pasokan bahan baku

Tahapan-tahapan uji coba adalah :

- Melakukan kerjasama dengan petani dan pedagang pengumpul
 - Membuka cabang perusahaan di daerah penghasil rumput laut
- #### 2. Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan kepada tenaga kerja bagian produksi.

Tahapan-tahapan uji coba adalah :

- Melakukan pelatihan tiga bulan sekali
 - Mengutus karyawan mengikuti seminar-seminar
- #### 3. Melakukan promosi secara gencar dan efektif

Tahapan-tahapan uji coba

- Melakukan kontrak kerja sama
- Menghubungi pihak konsumen secara langsung

9.2. Evaluasi

Evaluasi memberikan dampak yang positif atau negatif. Dengan menerapkan evaluasi, maka di harapkan apa yang telah dihasilkan dan direncanakan dengan berbagai bentuk pertimbangan dan analisa dapat menjadi solusi terbaik untuk memperbaiki situasi bertujuan untuk mengetahui rencana yang telah di laksanakan dapat perusahaan sekarang. Untuk lebih jelasnya mengenai jadwal kerja terealisasi yang di implementasikan pada CV. Sumber Rezeki dapat dilihat pada Tabel berikut :

9.3. Sarana dan Fakta Terealisasi

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa usaha untuk Melakukan penambahan daerah pasokan bahan baku mendapat perhatian utama perusahaan dan dikerjakan tiap tiga bulan sekali selama satu tahun, karena perusahaan beranggapan bahwa bahan baku sangat penting bagi proses produksi di dalam perusahaan sehingga daerah atau sentral produksi bahan baku harus diperbanyak atau ditambah.

Meningkatkan pengetahuan, motivasi dan keterampilan kepada tenaga kerja bagian produksi. Perusahaan sering melakukan pelatihan untuk karyawan mulai dari bulan enam dan bulan dua belas . Hal ini dilakukan agar karyawan sangat teliti dalam melakukan proses produksi agar kualitas sangat memuaskan.

Melakukan promosi secara gencar dan efektif biasanya dilakukan pada bulan September dan Oktober carai ini perlu dilakukan untuk meningkatkan daya beli konsumen serta untuk memanfaatkan akses pasar yang dimiliki oleh perusahaan.

BAGIAN SEPULUH REFLEKSI

Setelah menelusuri, mengamati kemudian menguraikan keadaan mitra belajar dan usaha yang dikelolanya, maka diuraikan segi-segi yang merupakan pelajaran penting yang diperoleh dari semua aspek, baik secara teoritik, metodologi dan etik.

A. Teoritik

1. Misi perusahaan sangat perlu di tetapkan dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam menetapkan misi suatu perusahaan perlu memperhatikan bidang usaha yang ditempuh. Dengan adanya misi perusahaan yang didukung oleh misi bagian-bagian perusahaan diharapkan tujuan perusahaan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.

2. Pengalaman merupakan hal yang sangat berguna untuk bekal menjadi seorang wirausaha.

Pengalaman akan membantu kita untuk berani menanggung resiko yang mungkin terjadi dalam menjalankan suatu usaha. Dengan belajar dari pengalaman maka kesalahan yang pernah terjadi dimasa lampau dapat dihindari sehingga hasil yang didapatkan jadi lebih baik.

3. Sistem informasi dan data –data akurat dari suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk menemukan dan mencari jalan keluar dari suatu permasalahan.

Informasi yang lengkap serta didukung oleh data-data yang akurat merupakan hal yang sangat penting untuk menemukan masalah yang dihadapi oleh perusahaan, serta mencari solusi yang terbaik untuk memecahkan masalah tersebut. Jika

masalah telah ditemukan serta dapat dipecahkan maka semua tujuan atau sasaran yang diharapkan dapat tercapai.

4. *Manajemen pemasaran yang berjalan dengan baik dan terencana sangat mendukung tercapainya tujuan perusahaan.*

Penerapan manajemen pemasaran dan sistem informasi pemasaran yang dilakukan secara profesional dan terencana dapat mengendalikan biaya pemasaran secara maksimal dan dapat memberikan laba buat perusahaan.

5 *Promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya harus disesuaikan dengan bentuk produk yang diciptakan.*

Suatu barang atau produk tidak akan dikenal oleh konsumen apabila perusahaan tidak melakukan serangkaian promosi kepada konsumen, namun dalam melakukan kegiatan promosi harus diperhatikan bentuk promosinya dan kepada siapa barang tersebut akan dipasarkan, sehingga produk dapat dikenal oleh konsumen.

B. Metodologi

1. Metode inter – participatory action learning merupakan suatu metode belajar yang sangat berguna untuk pemahaman kasus secara terperinci dan mendalam. Hal ini penulis rasakan karena penulis terlibat langsung dalam segala situasi dan kondisi dan dapat berinteraksi dengan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha CV. Sumber Rezeki.
2. Metode IPAL juga memberikan gambaran tentang visi dan misi pribadi serta visi dan misi perusahaan serta bagian-bagian perusahaan yang memberi manfaat

yang besar bagi penulis dalam rangka mempersiapkan diri menjadi wirausaha yang sukses.

3. Metode *Interparticipatory Action Learning* (IPAL) akan sangat berguna dalam melatih diri untuk terlibat langsung dalam berbagai kegiatan. Oleh karena itu penulis dapat melatih kemampuan untuk menganalisa serta mencerna setiap persoalan yang akan terjadi. Tindakan pemecahan akan mudah dipilih dan diambil karena keterlibatan secara langsung sehingga membuat kita betul-betul memahami setiap persoalan serta langkah pemecahannya. Semuanya ini penulis peroleh selama melakukan praktek lapang di CV. Sumber Rezeki.

C. Etik

Etik merupakan suatu hal yang mengharuskan kita menempatkan ahlak yang baik dalam menjalin hubungan yang baik dengan pihak lain. Pendekatan yang bersifat persuasive mampu menciptakan suasana yang harmonis bagi semua pihak yang berinteraksi sehingga merasa terbuka, kekeluargaan, dan rasa aman menjadi bagian yang sangat penting dalam proses yang dilewati.

Etika yang baik mengarah pada suatu keadaan dimana semua pihak akan merasa saling memberi dan saling menerima dan tanpa ada beban dan paksaan didalamnya. Hal ini penulis rasakan dalam melakukan praktek lapang. Bantuan moril informasi yang penulis dapatkan sebagaimana layaknya pihak yang saling membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 1991. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga penerbitan, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta
- Aslan. LM, 1995. *Budidaya Rumput Laut*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Chandra, G. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Departemen Perikanan Dan Kelautan, 2000. *Peluang Usaha Perikanan Sepuluh Komoditas Unggulan*. Direktorat Usaha Dan Pengolahan Hasil Perikanan, Jakarta.
- Gitosudarmo, I. 1990. *Manajemen Pemasaran Edisi I*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Husain, H. 2002. *Strategi Pemasaran Gurita Beku*. Studi Ksus pada PT. Perikanan Samudra Besar Cabang Makassar, di kelurahan Gusung, Kecamatan Ujung Tanah, Kota Makassar. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin, Makassar
- James, P.S, 1998. *Pengantar Ekonomi Sumberdaya Manusia Edisi II*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Kelompok Kerja Forum Rumput Laut, 2000. *Draft Strategi Pengembangan Rumput Laut Nasional Yang Berkelanjutan*. Kelompok Kerja Forum Rumput Laut, Jakarta.
- Koeswara, S. S. 1995. *Pemasaran Industri*. Penerbit Djambatan, Jakarta.
- Kotler, P. 1987. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan Dan Pengendalian*. Penerbit Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kotler, P. A.G.1994. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Manullang, M. 1991. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- MC. C. E J. 1985. *Dasar-Dasar manajemen*. Penerbit Erlangga, Jakarta

- Nitisemitto, AS, 1992. *Marketing*. Penerbit PT. Ghalia, Jakarta.
- Ponulele, M, 2001. *Manajemen Produksi dan Pemasaran Rumput Laut*. Studi Kasus pada CV. Khasanah Karya Bersama, di Luwuk Banggai, Sulawesi Tengah. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin, Makassar
- Rusdianto, 2002. *Manajemen Pemasaran Angrek*. Studi Kasus pada Perusahaan Kembang di Kecamatan Tamalanrea, Makassar. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin, Makassar
- Syahrizal, 2003. *Strategi Pemasaran Ikan Kerapu*. Studi Kasus pada CV. Markus. Jl. Sabutung Kota Makassar. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Suryana, S., 1995. *Mulai dengan Usaha Kecil, Merintis Karier Kewirausahaan Anda*. PUKTI Hasanuddin University Press, Ujung Pandang.
- Swastha, B. I S., 1991 *Pengantar Bisnis Moderen Edisi Ketiga*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Soekartawi, 1993. *Agribisnis, Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Press, Jakarta.
- Suharto, H., 2002. *Manajemen pemasaran Jagung*. Studi Kasus pada PT. Teluk Intan di Kelurahan Parangloe Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Winarno. F. G, 1990 *Teknologi Pengolahan Rumput Laut*. Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

Gambar 1 : Volume dan Nilai Ekspor Rumput Laut Selama Tahun 1993 - 2002 Propinsi Sulawesi Selatan

Tahun	Luas Areal	Produksi	Nilai Produksi	Produktivitas	Ekspor	Nilai Ekspor
	(Ha)	(Ton)	(Rp)		(Ton)	(US \$)
1993	72,978	638.80	59,759	8.75	1,171.627	45,365.66
1994	78,152	3,293.90	785,617	42.15	1,819.965	34,574.89
1995	77,458	6,752.20	1,615,503	87.17	1,478.005	50,754.76
1996	78,086	6,701.80	1,736,750	85.83	1,904.300	89,465.75
1997	78,478	4,859.50	1,425,887	61.92	4,599.600	94,118.68
1998	78,407	9,186.20	3,010,310	117.16	1,977.975	57,350.71
1999	81,703	8,840.20	11,629,750	108.20	5,311.525	93,000.00
2000	84,983	14,763.00	22,013,955	173.72	10,542.145	97,672.77
2001	87,663	33,078.80	40,174,115	377.34	8,693.513	90,969.96
2002	86,888	23,396.90	11,219,325	269.28	10,049.682	72,718.72
Total	804,796	111,511.30	93,670,971	1,331.52	47,548.337	725,991.90
Rata-Rata	80,479.6	11,151.1	9,367,097.1	133.2	4,754.8	72,599.2

Lampiran 2. Sumberdaya Manusia yang Dimiliki Oleh CV. Sumber Rezeki Jl Perintis Kemerdekaan Km 11 Makassar, 2004.

No	Nama	Tingkat Pendidikan	Umur (Thn)	Jabatan
1.	Ny. Marcelina Taher	Sarjana	40	Manejer
2.	Ny. Inda	Sarjana	30	Bendahara
3.	Albert	SMA	39	Kepala Gudang
4.	Laode. Dy	SMA	35	Bagian Lapangan
5.	Dg. Rahman	SMA	38	Karyawan Harian
6.	Dg.Sija	SD	38	Karyawan Harian
7.	Bayu	STM	19	Karyawan Harian
8.	Jek	SMP	20	Karyawan Harian
9.	Ilyas	SMP	17	Karyawan Harian
10	Tiar	SMA	23	Karyawan Harian
11	Iwan	SMP	17	Karyawan Harian
12	Ari	SMP	18	Karyawan Harian
13	Dg.Ngali	SMA	32	Karyawan Harian
14	Puji	SD	37	Karyawan Harian
15	Sari	SMP	24	Karyawan Harian
16	Ny. Efenddy	SMP	39	Karyawan Harian
17	Ny.H. Samsuddin	SMP	40	Karyawan Harian
18	Ny. Tima	SD	25	Karyawan Harian
19	Ny. Mimasa	SD	34	Karyawan Harian
20	Lima	SMP	24	Karyawan Harian
21	Ny. Syarah	SMP	26	Karyawan Harian
22	Ny. Sagka	SD	39	Karyawan Harian
23	Jaba	SD	17	Karyawan Harian
24	Toni	SMA	40	Karyawan Harian
25	Bayu	SMA	20	Karyawan Harian

Sumber Data Sekunder setelah diolah, 2004

Lampiran 3. Pembelian Bahan Baku Rumput Laut pada CV Sumber Rezeki Selama Bulan Januari 2003- Desember 2003.

Bulan	Jumlah /Ton	Harga Rp/kg	Nilai Pembelian
Januari	23.021	4.000	92.084.000
Pebruari	23.101	4.000	92.404.000
Maret	23.112	4.000	92.448.000
April	22.045	3.900	85.975.500
Mei	22.050	3.900	85.995.000
Juni	21.999	4.000	87.996.000
Juli	22.000	4.000	88.000.000
Agustus	21.905	4.000	87.620.000
September	22.020	3.800	83.676.000
Oktober	23.115	3.850	88.992.750
November	23.100	3.950	91.245.000
Desember	23.112	4.000	92.684.000
	270.639		1.069.084.250

Lampiran 4 : Jumlah Penjualan Rumput Laut Pada CV. Sumber Rezeki Selama Bulan Januari 2003 – Desember 2003.

Bulan	Jumlah /Ton	Harga Rp/kg	Nilai
Januari	22.021	9.450	208.098.450
Pebruari	22.101	9.450	208.854.450
Maret	22.112	9.300	205.641.000
April	22.045	9.000	189.405.000
Mei	21.050	8.950	188.397.500
Juni	20.999	8.950	187.941.500
Juli	21.000	8.850	185.850.000
Agustus	21.905	8.900	194.954.500
September	21.020	8.900	187.078.000
Oktober	22.115	8.950	197.929.500
November	22.100	9.000	198.900.000
Desember	22.112	9.250	204.536.000
	259.580		2.357.585.900