MANAJEMEN PEMASARAN BIJI KAKAO

(Studi Kasus pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Lwu utara, Sulawesi Selatan)



Tgl. Terima 20-2-2002
Kab. pertanian
1 eks.
Hadiah
No. Inventaris 020220
No. Klas 13536

Oleh :

R U S L A N G

G 311 96 019

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2002

MANAJEMEN PEMASARAN BIJI KAKAO
(Studi Kasus Pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara)

Oleh :

R U S L A N G
G 311 96 019

Pada

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Hasanuddin
Makassar

Disetujui :

Dr. Ir. Didi Rukmana, MS	Ir. Darwis Ali, MS
Pembimbing I	Pembimbing II

Mengetahui

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Hasanuddin

Ir. H. Nazaruddin LO'. MS
NIP. 130 369 539

PANITIA UJIAN SARJANA

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN

JUDUL : MANAJEMN PEMASARAN BIJI KAKAO
(Studi Kasus pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara).

NAMA : RUSLANG

Stambuk : G 311 96 019

SUSUNAN TIM PENGUJI :

IR. EYMAL B. DEMMALLINO
Ketua sidang

DR. IR. DIDI RUKMANA, MS
Anggota

IR. DARWIS ALI, MS
Anggota

PROF. DR. IR. Ny. Hj. FARIDA NURLAND, MS
Anggota

IR. A. SYAMSUDDIN SURYANA, MS
Anggota

Tanggal Ujian : 12 Februari 2002

RINGKASAN

Ruslang, G 31196019, MANAJEMEN PEMASARAN BIJI KAKAO (Studi Kasus pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, kabupaten Luwu Utara). Dibawah bimbingan Bapak Didi Rukmana dan Bapak Darwis Ali.

Pelaksanaan praktek lapang ini berlangsung mulai bulan September sampai Bulan November 2001. Sasaran belajar yang ingin dicapai pada pada pelaksanaan studi kasus digolongkan dalam tiga aspek yaitu (10. Aspek pengetahuna antara lain : mengetahui gambaran umum perusahaan, Mengetahui penerapan manajemen pemasaran pada perusahaan tersebut, Mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan kasus dan upaya penanggulangannya. (2). Aspek Keterampilan, Terampil dalam mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan terutama dibidang pemasaran, terampil dalam memberikan alternatif pemecahan dan alternatif tindakan yang dapat ditempuh dari berbagai masalah yang dihadapi oleh perusahaan. (3). Aspek Sikap, Menghargai pola manajemen pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan kasus, menghargai lingkungan dan hubungan kerja serta aturan-aturan yang berlaku dalam perusahaan kasus, mampu memetik hikmah sebagai pengalaman belajar yang berharga berdasarkan kasus yang dikaji.

Metode belajar yang digunakan meliputi studi kasus dengan cara mengadakan observasi untuk melihat posisi dari kinerja UD. Puncak Purehu dan wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan perusahaan kasus. Data yang dipaparkan dalam laporan menggunakan "Analisis Persoalan Agrosistem (APAS).

Pengadaan bahan baku disekitar lakasi perusahaan cukup tinggi yaitu sekitar 20 ton – 30 ton/minggu, sedangkan yang mapu dikelolah oleh perusahaan pada hanya sebanyak 8 ton – 10 ton/minggu. Karena jarak yang jauh dengan bahan baku dan waktu kontrak yang pendek, membuat perusahaan tidak mampu mengelola dan menampung seluruh produksi yang ada, sehingga volume penjuan menurun yang mengakibatkan pendapatán perusahaan menurun. Disamping hal diatas juga disebabkan karena alat pengolahan biji kakao yang dimiliki perusahaan masih sederhana dan terbatas.

Pelajaran – pelajaran penting yang dapat dipetik penulis sebagai hasil praktek lapang yaitu (1) kehidupan ekonomi yang sulit memotifasi orang untuk berusaha hidup yang layak, (2) keluarga merupakan asset yang besar untuk membangun suatu usaha (3) dalam berusaha hendaknya memuaskan konsumen dan bukan hanya mengejar keuntungan semata, (4) manajemen pemasaran yang baik akan menghasilkan pendapatan yang memuaskan dan (5) keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja dalam pengolahan biji kakao sebelum dipasarkan merupakan salah satu faktor penentu dalam meningkatkan produksi dan volume penjualan.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Ruslang, lahir di Purehu pada tanggal 13 Desember 1976, merupakan anak pertama dari 8 bersaudara dari pasangan Djuma' dengan Waru.

Pendidikan pormal yang telah dilalui adalah pendidikan Sekolah dasar (SD) di Purehu, lalu lanjut ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Malili, kemudian pada tahun 1992 masuk ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri No. 569 Malili dan tamat tahun 1996. Dan pada tahun tersebut melanjutkan studi kejenjang yang lebih tinggi melalui UMPTN di Makassar dan masuk di Universitas Hasanuddin Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Jurusan Sosial Ekonomi, Program Studi Agribisnis.

Pengalaman organisasi antara lain Pengurus Senat Mahasiswa Fakultas Pertanian dan Kehutanan (SEMA-Fapertahut) periode 1998- 2000, Pengurus Majelis Tertinggi Mahasiswa (MTM) dan Parlemen Mahasiswa (PM) Unhas 2000 – 2001, Pengurus IPMIL Luwu dan PEMILAR Luwu Utara. Dan aktif mengikuti kegiatan ekstra kokurikuler antara lain kegiatan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), kegiatan porum diskusi, studium general baik dilingkungan Fakultas Pertanian maupun tingkat Universitas Hasanuddin, lokal dan nasional.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah – Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktek lapang ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Sosial Ekonomi, fakultas pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin.

Pada penulisan praktek lapang ini ditemukan beberapa hambatan dan rintangan yang akhirnya dapat diatasi dengan baik antas bantuan dari beberapa pihak Olehnya itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya :

1. Bapak DR. IR. Didi Rukmana, MS dan Bapak IR. Darwis Ali, MS sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan penuh perhatian dan keikhlasan untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan laporan praktek lapang ini.
2. Bapak IR. Nazaruddin LO', MS sebagai Ketua Jurusan Sosek Pertanian dan seluruh dosen yang ada di Fakultas Pertanian dan kehutanan.
3. Bapak Djuma beserta seluruh karyawan UD. Puncak Purehu yang telah memberikan informas i dan berbagai bahan masukan selama praktek lapang serta penulisan laporan ini.
4. Kedua Orang tuaku tercinta Djuma dan Waru karya ini kupersembahkan sebagai tanda ucapan terima kasih atas doa, kasih sayang yang tercurahkan dalam mendidik, membesarkan dan bantuannya sehingga penulis dapat mengecap dunia

pendidikan tinggi, serta adik – adikku Buhari, Nasir, Imma, Hasna, Sahir, Ullank dan Biah mudah – mudahan karya ini memotifasi kita untuk lebih giat belajar untuk menjadi orang yang bijaksana.

5. Rekan angkatan '96 (Jasman, Arwan, Akmal, Suardi, Arlis Toselong, Muh. Basir, SP, dll) atas segala bantuan dan kekompakan serta perhatiannya semoga tetap langgeng sampai akhir hayat.
6. Buat Senior- Senior, Anto, Acci SP, Sudirman Tandeng SP, Bunyamin SP dan rekan-rekan pengurus Lema Unhas dan HMI Cabang Makassar Timur.
7. Buat Sepupu yaitu Raida, Sahril, Chida, Cha'ma, Enceng dan teman-teman di HIPMA-PPLT.

Harapan penulis, kiranya laporan praktek lapang ini dapat memberikan mamfaat kepada yang memerlukannya walaupun jauh dari harapan yang kita inginkan bersama. Akhir kata semoga Allah SWT, memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis demi pengembangan diri dikemudian hari.

Makassar, Januari 2002

Penulis.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
RINGKASAN iii
RIWAYAT HIDUP PENULIS iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
PROLOG 1

BAGIAN SATU

PENYADARAN VISI WIRAUSAHA

1.1. Visi Perusahaan 14
1.2. Misi Perusahaan 15
1.2.1. Misi Bagian – Bagian Perusahaan 16
1. Misi Direktur 16
2. Misi Bagian Pengadaan Bahan Baku..... 16
3. Misi Bagian Produksi 17
4. Misi Bagian Keuangan 17
5. Misi Bagian Pemasaran 17

BAGIAN DUA

ANALISIS POSISI DAN KINERJA USAHA

2.1. Sejarah Berdirinya UD. Puncak Purehu 18
2.2. Struktur Organisasi 19
2.3. Analisis Posisi Sumberdaya 20
2.3.1. Sumberdaya Lahan dan Bangunan 20

2.3.2. Sumberdaya Peralatan 21
2.3.3. Sumberdaya Manusia 23
2.3.4. Sumberdaya Finansial 24
2.4. Analisis Kinerja 25
2.4.1. Kinerja proses 25
2.4.1.1. Pengadaan bahan baku 25
2.4.1.2. Proses Pengolahan Biji Kakao 26
2.4.1.3. Proses Pemasaran 29
a. Saluran pemasaran 29
b. Sistem penjualan kakao 31
2.4.2. Kinerja Hasil 34
2.4.2.1. Analisis Biaya..... 34
2.4.2.2. Analisis Pendapatan 35
2.5. Dampak Lingkungan 36

BAGIAN TIGA

MANAJEMEN PEMASARAN BIJI KAKAO

3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran 40
3.2. Fungsi – Fungsi Manajemen 41
3.2.1. Fungsi Perencanaan 41
3.2.2. Fungsi Pengorganisasian 42
3.2.3. Fungsi Pendelegasian 43
3.2.4. Fungsi Koordinasi 44
3.2.5. Fungsi Pengawasan 45
3.3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 45

BAGIAN EMPAT

ANALISIS MASALAH PENGEMBANGAN USAHA

4.1. Identifikasi Masalah 52
4.2. Hubungan Sebab Akibat Antar Masalah 54

BAGIAN LIMA

ANALISIS SASARAN PENGEMBANGAN USAHA

6.1. Penetapan Sasaran 55
6.2. Strukturisasi Sasaran 59

BAGIAN ENAM

ANALISIS ALTERNATIF TINDAKANPENGEMBANGAN USAHA

6.1. Alternatif Tindakan Persasaran Antara 61
6.2. Analisis Keputusan 63
6.3. Alternatif Terpilih 66

BAGIAN TUJUH

MATRIKS PERENCANAAN PROYEK PENGEMBANGAN USAHA

7.1. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha 70
7.2. Rencana Kerja Proyek 71

BAGIAN DELAPAN

ANALISIS PERSOALAN POTENSI

8.1. Analisis Persoalan Potensial Untuk Alternatif terpilih
"Membeli Oven 1 Unit" 76
8.2. Analisis Persoalan Potensial Untuk alternatif terpilih
"Melakukan penyuluhan Terpadu pada tanaman Kakao" 77

BAGIAN SEMBILAN

RANCANGAN USAHA

9.1. Aspek pemasaran 80
9.1.1. Studi Pasar 81
9.1.2. Daerah pemasaran 81
9.1.3. Perkiraan permintaan (Demand) 82
9.1.4. Perkiraan Penawaran (Supplay) 82
9.1.5. Pesaing 82
9.1.6. Strategi Pemasaran 83
9.2. Sumberdaya Perusahaan 85

9.3. Analisis Biaya 86
9.4. Analisis Biaya dan Pendapatan 88
9.5. Aspek Dampak Lingkungan 89
EPILOG 90
DAFTAR PUSTAKA 92

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
1.	Luas Areal Pertanaman dan Produksi Perkebunan Rakyat dan Perkebunan Besar Swasta Komoditas kakao di Sulawesi Selātan 1996 - 2001	3
2.	Luas Areal dan Jumlah Produksi Kakao diSulawesi Selatan tahun 2001.....	5
3.	Volume dan Nilai Ekspor Komoditi Kakao di Sulawesi Selatan Tahun 1995 – 2000	8
4.	Inventarisasi Sumberdaya Peralatan yang dimiliki oleh UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili kabupalten Luwu Utara	22
5.	Jumlah dan Tenaga Kerja Tetap Menurut Nama, Umur, Pendidikan dan Jabatan pada UD. Puncak Purehu, 2001.....	23
6.	Analisis Posisi Sumberdaya pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001.....	25
7.	Penjualan Biji Kakao yang Dilakukan UD. Puncak Purehu dari Bulan Juni sampai Bulan November 2001	32
8.	Besarnya Biaya Tetap yang Digunakan Dalam Enam Bulan Produksi pada UD. Puncak Purehu, 2001	35
9.	Besarnya Biaya Variable yang Digunakan dalam Enam Bulan Produksi pada UD. Puncak Purehu, 2001	36
10.	Analisis Pendapatan UD. Puncak Purehu Selama Enam Bulan Produksi di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara	37
11.	Matriks fakta, Masalah dan Harapan pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara	54
12.	Evaluasi Kriteria Keputusan "Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Tenaga Kerja tentang Proses Pengolahan Biji kakao dan Bobot Penilaian Keputusan"	64

13. Evaluasi Kriteria Keputusan "Membeli Peralatan Produksi (Oven) dan Bobot Penilaian Keputusan 65

14. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili Kecamatan Malili, kabupaten Luwu Utara, 2001 71

15. Rencana Kerja Proyek Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, Kecamatan Malili Luwu Utara, 2001 72

16. Analisis Persoalan Potensial pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara 79

17. Jenis, Jumlah dan Nilai Penyusutan Peralatan pada CV. Bunga Coklat, Kecamatan malili, Luwu Utara, 2001 84

18. Jenis dan Jumlah Biaya Tetap yang Dikeluarkan dalam Sebulan pada CV. Bunga Coklat, 2001 87

19. Jenis dan Jumlah Biaya Variable yang Dikeluarkan CV. Bunga Coklat dalam Sebulan pada Usaha pembelian Biji kakao, 2001 87

20. Analisis Pendapatan pada Usaha CV. Bunga Coklat, 2001 88

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.	Struktur Organisasi UD. Puncak Purehu, Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara	19
2.	Bagan Saluran Pemasaran Yang dilakukan Oleh UD. Puncak Purehu dalam memasarkan Biji Kakao	31
3.	Bagan Alir Proses Pengolahan Biji Kakao di UD. Puncak Purehu, Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara	33
4.	Peta Penampilan karya Agrosistem, 2001	39
5.	Diagram Struktur Masalah Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, Kecamatan malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001.....	56
6.	Diagram Struktur Sasaran Pengembangan Usaha pada Usaha UD. Puncak Purehu, Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara	60
7.	Diagram Struktur Alternatif Tindakan Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, 2001	62
8.	Diagram Struktur Alternatif Tindakan Terpilih pada UD. Puncak Purehu, 2001	69
9.	Struktur Organisasi CV. Bunga Coklat, 2001	85

DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1.	Peta Letak Perusahaan UD. Puncak Purehu dan Daerah Pengambilan Bahan Baku	94
2.	Daftar Nama-Nama Buruh yang Terdapat pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara	95
3.	Uraian Hasil Pembelian Biji Kakao Mulai Bulan Juni sampai September pada UD. Puncak Purehu, Di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara	
4.	Matriks Dampak Lingkungan pada UD. Puncak Purehu Di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara	96
5.	Daftar Nama dan Desa Tempat Tinggal Pedagang Pengumpul serta Kecamatannya pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Keca. Malili, Luwu Utara	98

PROLOG

Indonesia sebagai negara agraris yang didukung oleh kondisi alamnya, menempatkan pertanian sebagai salah salah satu sektor perekonomiam nasional disamping sektor pembangunan lainnya. Sektor pertanian menempati perioritas utama dalam pembangunan nasional yang diwujudkan meialui tahap-tahap pembangunan sejak Pelita I sampai Pelita V dalam struktur perekonomian Indonesia (Soekartawi, 1991).

Pembangunan pertanian perlu terus ditingkatkan dengan tujuan meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan industri dalam negeri dan meningkatkan ekspor. Pertanian secara garis besar meliputi pertanian rakyat, perikanan, peternakan dan perkebunan (Mubyarto, 1986)

Usaha perkebunan yang sedang dikembangkan di Indonesia diantaranya adalah usaha perkebunan kakao. Pada masa yang akan dating komoditas biji kakao diharapkan menduduki tempat yang sejajar dengan komoditas lain. Tujuan pengembangannya adalah untuk memamfaatkan sumberdaya alam , memenuhi komsumsi dan memperoleh devisa ekspor serta meningkatkan pendapatan produsen biji kakao (Siswosaputranto, 1980).

Kakao oleh para ahli diberi nama *Theobroma cacao*, mengandung arti tersendiri. Dalam bahasa Yunani, Theos berarti dewa sedangkan broma berarti santapan, theobroma berarti santapan para dewa.

Nama kakao bukanlah berasal dari Yunani tetapi berasal dari bahasa Azlek. Bahasa dari bahasa Indian yang tinggal di Meksico di Amerika Tengah (Muljana, 1982).

Tanaman kakao merupakan tanaman tropis. Dikenal masyarakat Indonesia pertama kali pada tahun 1780 sebagai tanaman pekarangan dan merupakan tanaman tahunan. Semula nilai komersialnya belum begitu diutamakan tetapi dengan perkembangan zaman, dimana produk makanan dan produk lainnya makin banyak yang menggunakan kakao, akhirnya tanaman ini dibudidayakan secara besar-besaran untuk tujuan komersial (Spillane, 1995).

Budidaya kakao di Indonesia diusahakan oleh perkebunan Negara, perusahaan perkebunan swasta dan perkebunan rakyat. Lokasi perkebunan kakao dalam skala besar yang diusahakan perusahaan perkebunan terletak di Sumatera, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Sedangkan perkebunan rakyat terdapat di Maluku, Irian jaya, Sulawesi dan Nusa Tenggara Timur (Sunanto, 1994).

Pada masa yang akan datang komoditi kakao diharapkan menduduki tempat yang sejajar dengan komoditi perkebunan lainnya seperti kelapa sawit dan karet. Setidaknya dari luas areal pertanaman kakao maupun sumbangannya kepada negara dalam hal penerimaan devisa sama dengan komoditi lain sebagai komoditi ekspor (Siregar, 1997).

Perkembangan yang pesat dari pertanaman kakao di Indonesia, menyebabkan peningkatan produksinya secara cepat. Pada tahun 1991 areal seluas 318.938 ha dengan produksi 135.000 ton. Tanpa penambahan areal tanaman pun diramalkan

pada tahun 1996 – 2002 nanti, produksi mencapai 210.000 ton. Meskipun produksi kakao dunia meningkat hingga melebihi kebutuhan dunia (1987 – 1991) namum tahun 1991/1992 kondisinya terbalik , produksi kakao dunia mengalami persentase pertumbuhan minus 4,5 % dari tahun sebelumnya (2.400.000 ton) sedangkan tingkat kebutuhan dunia meningkat 3,2 %, artinya mengalami defisit dari produksi. Sesuai dengan hukum ekonomi, produksi yang berkurang dibandingkan kebutuhan akan menggerakkan harga ke tingkat yamg lebih tinggi (Anonim, 1992).

Potensi pertanaman dan produksi komoditas kakao Indonesia cukup menggembirakan. Luas areal tanaman kakao yang ada adalah sekitar 469.280 hektar dengan produksi sebesar 220.741 ton. Sedangkan di Sulawesi Selatan jumlah areal tanaman kakao mencapai 160.447 hektar dengan produksi biji kakao 139.583 ton (Anonim, 2000).

Lebih jelasnya luas areal pertanaman dan produksi kakao perkebunan komoditas besar swasta komoditas kakao di sulawesi selatan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Luas areal Pertanaman dan Produksi Perkebunan Rakyat dan Perkebunan Besar Swasta Komoditas Kakao di Sulawesi Selatan Tahun 1996 – 2001.

Tahun	Perkebunan Rakyat		Perkebunan Besar Swasta	
	Ha	Ton	Ha	Ton
1996	100.362	71.459	2.460	182
1997	114.289	83.631	2.855	802
1998	131.194	95.857	2.830	856
1999	139.327	116.394	2.887	1.061
2000	154.779	130.192	2.870	1.567
2001	200.531	155.637	4.360	3.551

Sumber : Biro Pusat Statistik, 2001.

Tabel 1 menunjukkan bahwa tahun 2001 luas areal pertanaman kakao pada perkebunan rakyat meningkat menjadi 29,3 % sedangkan pada perkebunan besar swasta peningkatan areal pertanaman kakao mencapai 51,9 %.

Berdasarkan analisis dapat ditentukan lokasi sentra pengembangan komoditi utama pada 24 kabupaten/kotamadya Se Sulawesi Selatan, yang terdiri dari sentra pengembangan tanaman pangan, perkebunan, peternakan dan perikanan.

Adapun untuk komoditi kakao lokasinya yaitu di Bulukumba, Selayar, Sinjai, Polmas, Majene, Luwu, Mamuju, Sidrap, Pinrang, Soppeng, Bone, Wajo, Enrekang dan Luwu Utara (Anonim, 2001).

Untuk luas areal pertanaman dan jumlah produksi biji kakao pada masing-masing kabupaten di Sulawesi Selatan tahun 2001 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Areal dan Jumlah Produksi Kakao di Sulawesi Selatan tahun 2001.

NO	Kanupaten/Kotamadya	Luas areal (Ha)	Produksi (Ton)
1	Luwu	31.050	22.041
2	Luwu Utara	32.042	23.210
3	Tana Toraja	1.114	632
4	Bone	12.088	11.318
5	Soppeng	8.504	8.760
6	Sinjai	3.198	1.427
7	Wajo	5.721	1.802
8	Bulukumba	3.529	2.463
9	Selayar	367	8
10	Bantaeng	435	176
11	Jeneponto	94	40
12	Takalar	34	20
13	Gowa	342	65
14	Makassar	-	-
15	Maros	688	198
16	Pangkep	99	13
17	Barru	541	75
18	Pare-Pare	-	-
19	Pinrang	19.028	21.869
20	Sidrap	7.718	4.771
21	Enrekang	7.162	2.629
22	Polmas	27.764	25.101
23	Majene	6.771	3.788
24	Mamuju	32.242	25.231
Jumlah		200.531	155.637

Sumber : Kantor Dinas Perkebunan Sulawesi Selatan, 2001.

Tabel 2 menunjukkan bahwa penghasil kakao di daerah sulawesi selatan yang masuk lima besar adalah Mamuju, Luwu Utara. Luwu, Polmas dan Pinrang.

Untuk mengembangkan ekspor non migas, komoditas pertanian yang mempunyai prospek yang baik terus ditingkatkan dengan jalan memperbaiki manajemen dalam komoditi tersebut terutama manajemen pemasaran, karena salah

satu yang diharapkan dapat membantu meningkatkan devisa negara terutama bagi p daerah penghasil komoditas tersebut adalah kakao. Lahan penanamannya setiap tahun ditingkatkan, sebab biji kakao yang mengandung lemak 50 % - 60 % dari berat biji, bisa dibuat beraneka ragam produk makanan. Bahkan juga dapat dimamfaatkan untuk membuat sabun, parfum, obat-obatan dan bahan dasar dalam pembuatan kosmetik.

Dari segi politik dan ekonomi kakao merupakan komoditi penting dalam perdangangan dunia karena tahun 1987 jumlah perdangangan tersebut US$ 4,5 milyar. Kakao hanya dihasilkan oleh negara yang berkembang yang sebagian besar menggantungkan diri pada sumber devisa dan salah satunya dari sektor pertanian terutama dari ekspor kakao. Bahkan, pasar pokok komoditi kakao adalah negara maju, khususnya Amerika Serikat, Eropa Barat (Spillane, 1995).

Perdagangan kakao memerlukan penyediaan transportasi yang memadai, fasilitas pergudangan di pelabuhan-pelabuhan dan pusat-pusat produksi dan konsumsi kakao keseluruh dunia. Walaupun kakao merupakan komoditas yang penting dalam perdagangan dunia internasional, pihak produsen kakao dihadapkan pada berbagai masalah yang besar terhadap kelangsungan usaha dan kehidupan para petani kakao. Harga kakao di pasaran dunia mengalami fluktuasi harga. Jika harga kakao mengalami kemerosotan, maka menimbulkan keresahan sosial ekonomi dikalangan negara-negara produsen kakao. Karenanya diadakan usaha-usaha untuk memantapkan harga biji kakao di pasaran Internasional, disamping terus melancarkan promosi untuk meningkatkan komsumsi kakao (Sunarto, 1994).

Perkembangan ekspor kakao Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 1968 ekspor kakao Indonesia masih 468 ton, tetapi tahun 1990 naik menjadi 119.723 ton. Kemampuan ekspor tersebut akan terus dikembangkan melalui upaya – upaya baru dengan pendekatan agrobisnis. Dengan demikian diharapkan mampu ditingkatkan citra kakao Indonesia yang telah ada di pasaran Internasional (Spillane, 1995).

Persetujuan Kakao Internasdional (Internasinal Cocoa Agreement) terbentuk tahun 1972, kemudian diperbaharui tahun 1986. Operasionalnya oleh dewan kakao Internasional yang mempunyai pelaksana bernama organisasi kakao internasional, dimana pusatnya berada di London, Inggris yang mana melalui organisasi ini telah disetujui antara lain: negara-negara produsen yang menghasilkan kakao di bawah 10.000 ton/tahun dan ekspor kakao mutu tinggi (fine atau flafaur cocoa) tidak dikenakan batasan ekspor (kuota) (Sunanto, 1994).

Nilai ekspor kakao Sulawesi Selatan tahun 1999 sebesar 820,75 juta US$ dengan volume ekspor sebesar 792.178 ton. Peningkatan Volume dan gambaran nilai ekspor kakao turun dibanding tahun sebelumnya yaitu tahun 1998 yang mencatat nilai ekspor sebesar 902,25 juta US$ dengan volume 682,339 ton. Peningkatan jumlah volume ekspor ini disebabkan karena dapat diatasinya hama PBK yang terjadi tahun sebelumnya dan terjadi penurunan nilai ekspor kakao karena harga kakao pada tahun 1999 menurun dibanding tahun sebelumnya yang dipengaruhi oleh krisis moneter (Anonim, 1999).

Adapun Volume dan Nilai ekspor komoditi biji kakao di Sulawesi Selatan dari tahun 1995 sampai dengan 2000 dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Volume dan Nilai Ekspor Komoditi Kakao di Sulawesi Selatan Tahun 1995 – 2000.

Tahun	Volume Ekspor (Tôn)	Nilai Ekspor (000 US$)
1995	119.278	134.182
1996	135.869	157.627
1997	175.965	206.864
1998	170.023	227.912
1999	179.417	239.147
2000	199.943	257.243

Sumber . Biro Pusat Statistik, 2001.

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa pada tahun 1998 kakao mengalami produksi menurun, ini disebabkan karena adanya penyakit penggerek buah kakao (PBK) dan banyaknya biji kakao yang berjamur tetapi disisi lain terjadi peningkatan nilai ekspor dibanding tahun sebelumnya karena adanya krisis ekonomi yang mengakibatkan harga kakao meningkat tajam.

Tabel 3 juga menunjukkan peningkatan volume ekspor biji kakao di Sulawesi Selatan masih lamban bahkan sempat mengalami penurunan pada tahun 1998. Dengan melihat kondisi riil seperti ini perlu adanya langkah-langkah sistematis yang diterapkan oleh pemerintah dalam menggalakkan peningkatan produksi biji kakao tersebut.

Berdasarkan data diatas, semua kegiatan tersebut lancar karena adanya pasar. Menurut Philip Kotler (1992), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Aspek pemasaran memang disadari merupakan aspek yang sangat penting dalam setiap usaha, sehingga peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, broker, eksportir atau yang lainnya sangat penting (Soekartawi, 1991).

Kegiatan diatas menggambarkan betapa besar peranan aspek pemasaran bagi pemerintah, pengusaha, petani maupun kita sendiri. Hal ini membuat penulis tertarik untuk memilih "Manajemen Pemasaran Biji Kakao" sebagai topik utama pada kegiatan praktek lapang di UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara.

Dalam pelaksanaan praktek lapang, penentuan sasaran belajar adalah suatu hal yang sangat penting karena merupakan arah dan tujuan dari kegiatan yang dilaksanakan. Adapun sasaran belajar yang hendak dicapai dalam praktek lapang terdiri dari :

1. Aspek Pengetahuan
    a. Mengetahui gambaran umum perusahaan.
    b. Mengetahui penerapan manajemen pemasaran pada perusahaan kasus.
    c. Mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan kasus dan upaya penanggulangannya.

2. Aspek Keterampilan.

   a. Terampil dalam mengidentifikasi dan menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan terutama dibidang pemasaran.

   b. Terampil dalam memberikan alternatif pemecahan dan alternatif tindakan yang dapat ditempuh dari berbagai masalah yang dihadapi perusahaan kasus.

3. Aspek Sikap

   a. Menghargai pola manajemen pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan kasus.

   b. Menghargai lingkungan dan hubungan kerja serta aturan-aturan yang berlaku dalam perusahaan kasus.

   c. Mampu memetik hikmah sebagai pengalaman belajar yang berharga berdasarkan kasus yang dikaji.

Kegiatan belajar pada perusahaan kasus difokuskan pada pengamatan terhadap pola manajemen produksi dan pemasaran. Agar persoalan yang muncul dalam pemasaran biji kakao dapat diselesaikan dengan baik, maka pengamatan dibatasi pada beberapa aspek yaitu :

1. Aspek Sumberdaya .

   Meliputi sumberdaya manusia, peralatan, lahan dan bangunan serta sumber finansial.

2. Aspek Sosial.

   Meliputi kerjasama pimpinan perusahaan dengan karyawannya dan hubungan antar pengusaha, dalam kebutuhan anggota atau para kelompok tani.

3. Aspek Manajemen

Meliputi penerapan fungsi-fungsi manajemen yang dilakukan oleh perusahaan.

4. Aspek Ekonomis.

Meliputi sumberdaya keuangan, penepatan harga, biaya-biaya pemasaran dan laba yang diperoleh perusahaan.

Pemilihan agrosistem kasus dengan penunjukan langsung (Purposive Sampling) dengan pertimbangan bahwa agrosistem kasus adalah salah satu yang dikelolah seorang propesional dalam bidang seluruh aspek-aspek unit kegiatan dalam hal memasarkan kakao yang disebut pelaku bisnis.

Kegiatan belajar dilakukan dengan cara berpartisifasi dalam pelaksanaan kegiatan dengan melakukan observasi langsung ke unit kegiatan dalam bidang produksi dan pemasaran biji kakao serta mengadakan wawancara pada pimpinan perusahaan dan karyawan perusahaan UD. Puncak Purehu.

Data/informasi yang diperoleh dari metode tersebut dipaparkan dalam laporan dengan menggunakan "Analisis-Persoalan Agrosistem" (APAS) dengan tahap-tahap sebagai berikut :

1. Penyadaran Visi Wirausaha (PVW)

Tahap ini bertujuan untuk menguraikan visi pengusaha, misi bagian-bagian usaha.

2. Analisis posisi dan kenerja usaha (APKU)

Tahap ini bertujuan menguraikan keadaan sumberdaya yang dimiliki perusahaan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan serta hasil telah yang dicapai.

3. Analisis Masalah Pengembangan Usaha (AMPU)

   Tahap ini bertujuan untuk menguraikan masalah – masalah yang dihadapi perusahaan serta digambarkan dalam diagram sebab akibat.

4. Analisis Sasaran Pengembangan Usaha (ASPU)

   Tahap ini bertujuan untuk menguraikan sasaran yang ingin dicapai dari pemecahan masalah-masalah yang dihadapi dan digambarkan dalam diagram antar sasaran.

5. Analisis Alternatif Tindakan Pengembangan Usaha (A2TPU)

   Tahap ini bertujuan untuk menguraikan alternatif tindakan pemecahan masalah sasaran antara, serta membuat analisis keputusan.

6. Analisis Persoalan Potensial (APP).

   Tahap ini bertujuan untuk menguraikan proses yang ditempuh untuk memecahkan persoalan dalam mencapai tujuan.

7. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha (MP2U)

   Tahap ini bertujuan untuk memperlihatkan tindakan-tindakan yang dilandasi oleh berbagai pertimbangan dan kegiatan yang mampu dilakukan.

8. Rencana Kerja Proyek Usaha (RKPU)

   Tahap ini bertujuan untuk menguraikan rencana/jadwal dari kegiatan yang akan dilaksanakan sehubungan dengan pemecahan masalah yang dihadapi.

BAGIAN SATU
PENYADARAN VISI WIRAUSAHA

Sebuah perusahaan sebelum didirikan dan dikembangkan perlu menetapkan visinya terlebih dahulu. Karena demikian pentingnya arti visi tersebut maka seorang pemimpin butuh waktu yang lama untuk merumuskan dan menetapkan visinya. Selanjutnya untuk menentukan visi tersebut, maka tiap-tiap bagian dalam perusahaan perlu mempunyai visi program kerja untuk mencapai visi perusahaan.

1.1. Visi Perusahaan.

Sebagai pemilik dan pengelola perusahaan salah satu fungsi yang penting yaitu menetapkan arah dan tujuan perusahaan kedepan agar dalam menjalankan roda perusahaan mempunyai arah yang jelas kedepan. Tujuan ini menentukan ciri perusahaan dan merupakan titik pusat yang dituju oleh berbagai aktivitas perusahaan (Bambang dan Sugiyo, 1983).

Visi suatu organisasi umumnya dicetuskan oleh pemimpin utama. Kemudian visi itu kemudian dikomunikasikan kepada unsur-unsur pimpinan bawahan untuk dibahas. Dengan pembahasan tersebut diharapkan visi akan semakin mantap dan dapat diketahui oleh karyawan dan seterusnya dimasyarakatkan terutama keseluruh masyarakat.

Demikian pula halnya pada UD. Puncak Purehu ini, dimana direktur perusahaan selaku pemilik dan pengelolah usaha telah menetapkan tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan usahanya.

Tujuan tersebut terangkum dalam visi perusahaan perusahaan yang merupakan titik pusat yang dituju dari bagian-bagian yang ada dalam perusahaan. Adapun visi dari UD. Puncak Purehu adalah ***Peningkatkan kesejahteraan hidup keluarga pada khususnya dan petani kakao yang dapat dijangkau peusahaan pada umumnya.***

1.2. Misi Perusahaan.

Misi pada hakekatnya merupakan tujuan yang spesifik Dalam menetapkan suatu misi perusahaan, harus jelas pada awalnya karena perusahaan ini berkembang serta menambah produk dan pasaran produk agar misi perusahaan tidak kabur. Suatu misi perusahaan dapat dipandang sebagai mata rantai antara pelaksanaan beberapa pungsi sosial dan tujuan yang lebih khas dari organisasi itu. Jadi misi ini dapat digunakan sebagai keabsahan dari keberadaan perusahaan tersebut. Jika misi perusahaan ditetapkan secara tepat, hal ini merupakan pernyataan orang dalam dan luar tentang segala yang dikehendaki perusahaan yaitu citra dan ciri khas perusahaan.

Misi perusahaan pada hakikatnya merupakan filsafat pada setiap orang yang terlibat dalam organisasi suatu perusahaan. Karena itu, visi perusahaan biasanya dapat dirumuskan kedalam suatu pernyataan yang bersifat sederhana, fleksibel, memiliki cakupan yang luas dan menggambarkan prospek yang cerah dalam perjalanan hidup perusahaan dimasa mendatang (Suryana, 1995).

Adapun misi dari UD. Puncak Purehu adalah *memajukan perusahaan, meningkatkan kuantitas dan kualitas biji kakao memasuki pasar kompetitif.*

1.2.1. Misi Bagian-Bagian Perusahaan.

Tujuan pada tiap-tiap bagian perusahaan perlu ditetapkan agar dapat dijadikan sebagai pedoman untuk beraktivitas demi mencapai tujuan perusahaan secara umum. Adapun misi pada tiap-tiap bagian perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Direktur.

Semua orang mempunyai pengalaman yang berbeda dimasa lampau, latar belakang kehidupan keluarga yang berbeda serta tujuan hidup yang berlainan. Pengalaman masa lampau seorang wirausaha biasanya luas dan beraneka ragam dalam menentukan masa sekarang dan masa datang.

Demikian pula dengan direktur UD. Puncak Purehu, pengalamannya dalam berbisnis sudah sangat luas dan beragam. Banyak bidang bisnis yang telah digelutinya dan belajar dari pengalaman tersebut maka beliau dalam menjalankan usaha dengan baik sehingga sampai sekarang masih tetap eksis dalam bisnis.

Adapun misi yang ditetapkan oleh direktur UD. Puncak Purehu, dalam hal ini Bapak Djuma adalah *mendinamiskan kinerja dan meningkatkan pendapatan karyawan.*

2. Bagian Pengadaan Bahan Baku.

Suatu usaha tidak akan dapat berproduksi bila bahan baku tidak tersedia.Untuk itu pengadaan bahan baku sangat diperhatikan dalam perusahaan. Adapun misi pada bagian pengadaan bahan baku yaitu *menyediakan bahan baku biji kakao yang berkualitas.*

3. Bagian Produksi.

Kegiatan produksi tidak terlepas dari bagian pengadaan bahan baku. Bahan baku yang tersedia akan menunjang kelangsungan proses produksi dari perusahaan. Dari bahan baku yang ada ini akan diolah sedemikian rupa sehingga produk yang siap dipasarkan. Adapun misi bagian Produksi dari perusahaan ini *adalah memproduksi kakao yang memenuhi standar ekspor, baik secara kualitas maupun kuantitas.*

4. Bagian keuangan.

Dalam melaksanakan kelanjutan suatu usaha yang dirintis dan dikembangkan merupakan salah satu asset yasng berpengaruh terhadap maju tidaknya suatu usaha adalah soal permodalan karena modal merupakan pengerak dalam kelancaran aktivitas perusahaan.

Adapun pihak pengelola bagian keuangan memiliki misi *yaitu menjaga kondisi keuangan dengan jalan mengatur biaya-biaya seefektif mungkin demi kelancaran usaha.*

5. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran atau marketing adalah bagian yang melaksanakan fungsi distribusi ketangan konsumen. Adapun misi bagian ini yaitu *memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan supaya volume penjualan meningkat.*

BAGIAN DUA

ANALISIS POSISI DAN KINERJA USAHA

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.

Perusahaan UD. Puncak Purehu merupakan salah satu perusahaan yang didirikan pada tanggal 27 April 1995, yang bergerak dalam bidang perdagangan kakao yang mempunyai sejarah yang penuh perjuangan.

Usaha ini dimulai dari pedagang pengumpul sejak 1980 di Desa Purehu, Sulawesi Tenggara dari hasil penjualan sebidang kebun dan tiga ekor kerbau yang dijadikan modal awal dalam usahanya. Pada saat itu jumlah produksi kakao masih sangat rendah dan harganya juga masih tergolong murah dan alat transportasinya juga masih sangat sederhana yaitu kuda.

Pengalaman dari tahun ketahun akan kendala transportasi mulai membaik setelah tahun 1990 perusahaan kayu (PT. Iradat Puri) masuk didaerah ini membuka jalan untuk mengambil kayu damar yang lokasinya berada di Desa Purehu, sehingga pada saat itu awalnya pemasaran kakao ini hanya sampai di pinggir pantai (Desa Lelewawo) melebar ke Malili Sulawesi Selatan (UD. Dewi Murni).

Pada tahun 1994, dengan melihat perkembangan akan usaha ini Bapak Djuma pindah dari Sulawesi Tenggara ke Malili dengan membeli sebidang tanah beserta bangunan rumah diatasnya, sebagai tempat tinggal untuk mencari nafkah.

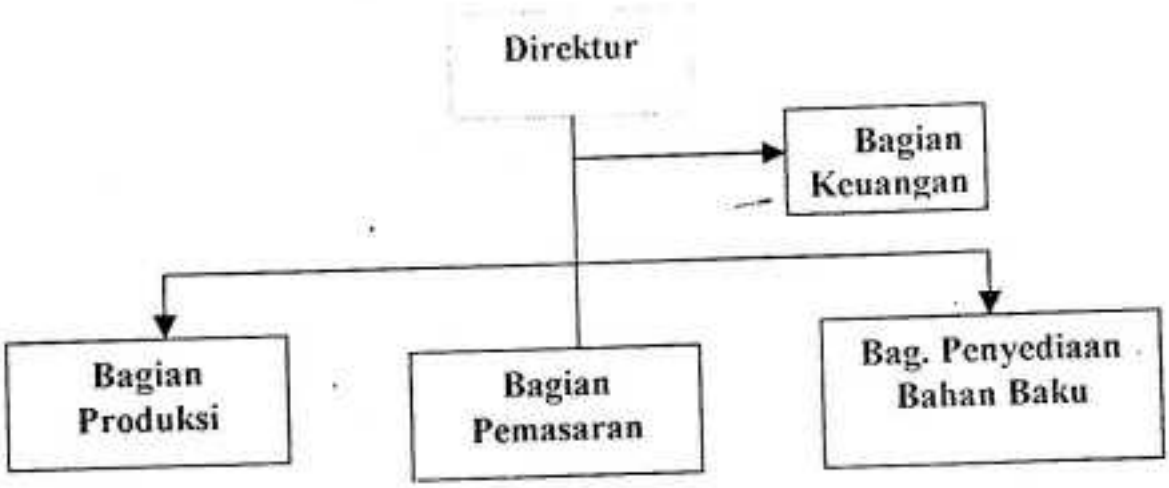
Awal tahun 1995, gayuh tersambut dimana salah satu perusahaan yang baru terbuka (Puspeta Luwu) melakukan kerjasama dengan bapak Djuma dan atas saran perusahaan ini maka pada tanggal 27 April 1995 UD Puncak Purehu dibentuk dengan SIUP NO. 84/ML/VII/BRO/Deperindak/1995.

Setelah berpisah dengan Puspeta, banyak tawaran dari pedagang eksportir dari Makassar yang ingin melakukan kerjasama, dan sampai sekarang kerjasama itu tetap berjalan dengan baik sehingga usaha ini tetap eksis ditengah krisis yang melanda kita. Untuk lebih jelasnya mengenai letak perusahaan kasus dan daerah pengambilan bahan bakunya dapat dilihat pada lampiran 1.

2.2. Struktur Organisasi

Demi kelancaran kegiatan sautu usaha dan untuk mencapai yang telah ditetapkan maka perlu adanya pembagian tugas yang jelas agar tidak terjadi kondisi kerja yang tumpang tindih oleh masing-masing pengurus dan tenaga kerja. Ini dapat diwujudkan dengan adanya suatu organisasi yang dapat dijadikan sebagai alat kontrol dalam pelaksanaan seluruh kegiatan para karyawan.

Untuk jelasnya mengenai struktur organisasi UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Struktur Organisasi UD.Puncak Purehu, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara.

2.3.Analisis Posisi.

Sebuah perusahaan agar dapat berjalan dengan baik maka dalam pengoperasiaannya membutuhkan sumberdaya yang diimplimentasikan dalam suatu investasi sesuai dengan bidang usaha yang digelutinya. Besar kecilnya sumberdaya yang dimiliki perusahaan sangat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung pada hasil akhir yang dicapai perusahaan.

Analisis posisi ini merupakan analisis tentang kondisi atau keadaan dari semua sumberdaya yang ada yang dimiliki perusahaan. Sumberdaya tersebut meliputi sumberdaya lahan dan bangunan, sumberdaya peralatan, sumberdaya manusia, dan sumberdaya finansial.

2.3.1. Sumberdaya Lahan dan bangunan.

Sumberdaya lahan dan bangunan merupakan jenis sumberdaya yang mutlak diperlukan untuk mengelolah suatu jenis usaha. Sumberdaya lahan yaitu tanah yang dijadikan wadah dan ruang bagi tiap kegiatan manusia atau kelompok masyarakat menurut kepentingannya masing-masing.

UD. Puncak Purehu memiliki luas tanah 165 M^2 (11 m x 15 m) untuk tempat penjemuran biji kakao, 7 m x 8 m (56 M^2) untuk kantor dengan pasilitas 2 ruangan yaitu ruangan direktur dan ruangan karyawan lainnya, yang bergandengan dengan gudang yang luasnya 260 M^2 (20 m x 13 m) sebagai tempat berlangsungnya kegiatan usaha mulai dari pengadaan bahan baku sampai produk siap dipasarkan dan total keseluruhannya adalah 481 M^2. Sumberdaya lahan dan bangunan yang dimiliki perusahaan ini memiliki nilai kurang lebih Rp 110.000.000,00-.

2.3.2. Sumberdaya Peralatan

Dalam melaksanakan suatu kegiatan agrosistem usaha, apapun bentuknya senantiasa membutuhkan seperangkat peralatan sebagai pendukung usaha. Dalam hal ini menyangkut bagaimana pemamfaatan sumberdaya peralatan tersebut untuk keperluan kegiatan dalam usaha.

Adapun sumberdaya peralatan yang dimiliki oleh UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada Tabel 4 berikut

Tabel 4. Inventarisasi Sumberdaya Peralatan yang Dimiliki oleh UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara .

NO	Jenis Peralatan	Jumlah Unit	Harga (Rp)/Unit		Lama Pemakaian	Nilai Penyusutan (Rp/tahun)
			Baru	Lama		
1	Timbangan 500 KG	2	3.000.000	2.000.000	5	400.000
2	Timbangan 50 Kg	1	150.000	100:000.	5	10.000
3	Kalkulator	1	55.000	50.000	2	2.500
4	Tester	1	1.500.000	1.000.000	5	100.000
5	Gerobak	4	240.000	150.000	3	120.000
6	Tampi	5	25.000	15.000.	1	50,000
7	Ember	4	15.000	10.000	2	10,000
8	Mesin Jahit Karung	1	1.000.000	500.000	4	125.000
9	Gancu	4	20.000	10.000	2	20.000
10	Palet	12	100.000	70.000	3	120.000
11.	Meja	5	180.000	100.000	3	133.335
12	Kursi	6	50.000	40.000	3	19.998
13	Lemari	1	300.000	220.000	2	40.000
14	Pipa Sampel	2	20.000	10.000	2	10.000
	Total		6.655.000	4.275.000		1.160.833

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui sumberdaya peralatan yang digunakan untuk proses produksi sampai pada pemasaran biji kakao yaitu Rp 6.655.000,- dengan nilai penyusutan alat setiap tahun Rp 1.160.833,-.

2.3.3. Sumberdaya Manusia.

Sumberdaya manusia merupakan sumberdaya yang sangat mempengaruhi maju tidaknya suatu perusahaan dalam memasuki era persaingan pasar yang sangat konpetitif. Sumberdaya dalam hal ini ialah para pengelola atau tenaga kerja yang terlibat dalam berbagai proses yang ada dalam perusahaan.

Tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan terdiri atas tenaga kerja tetap dan tenaga kerja tidak tetap. Tenaga kerja tetap terdiri dari 5 orang, seorang wanita dan 4 orang pria. Sedangkan tenaga kerja tidak tetap/ buruh sekitar 10 orang, dimana pada waktu tertentu jumlah tenaga kerja ini ditambah atau berkurang sesuai dengan jumlah barang yang masuk. Untuk lebih jelasnya nama-nama buruh yang terdapat pada UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada lampiran 2. Latar belakang pendidikan dari tenaga kerja tetap perusahaan masih dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 5. Jumlah Tenaga Kerja Tetap menurut Nama, Umur, Pendidikan dan Jabatan serta Hubungan Keluarga pada UD. Puncak Purehu, Tahun 2001.

No	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jabatan/Bidang	Hubungan Keluarga
1	Djuma	47 Tahun	PGA	Direktur	Pemilik
2	Hj. Waru	40	SMP	Bidang Keuangan	Istri
3	Abd. Karim	35	SMP	Pengadaan bahan baku	Sepupu
4	Sahar	39	SMP	Bidang Produksi	Sepupu
5	Udin	40	SMA	Bidang Pemasaran	Sepupu

Sumber : Kantor UD. Puncak Purehu.

2.3.4. Sumberdaya Finansial.

Kelancaran dan kesinambungan usaha dapat berjalan baik bila didukung oleh ketersediaan finansial yang mendukung. Tanpa dukungan tersebut, perusahaan berjalan tersendat-sendat dan pada giliranuya akan mengalami kemunduran bahkan pada keadaan yang paling kritis akan mengalami kejatuhan.

Kunci keberhasilan untuk menghasilkan pendapatan finansial yang optimum dan untuk mempertahankan kelangsungan usaha adalah tersedianya asset kekayaan perusahaan dalam jumlah yang cukup dan kombinasi yang tetap. Jumlah asset yang dikuasai oleh pengusaha, syarat dan kondisi yang ada pada waktu kekayaan tadi diperoleh serta cara asset tersebut dipakai, menentukan tingkat pendapatan yang akan di peroleh (Kadarsan, 1992).

Sumberdaya finansial yang dimiliki oleh UD. Puncak Purehu yaitu terdiri dari atas modal investasi (Lahan dan peralatan) sebesar Rp 110.000.000.00,- , kas dan piutang serta kebun coklat. Untuk lebih jelasnya , analisis posis sumberdaya perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Analisis Posisi Sumberdaya pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001.

Sumberdaya	Ukuran Fisik	Nilai
a. Lahan dan bangunan (m^2)	481 M^2	110.000 000.00,-
b. Peralatan	-	6.655.000,-
c. Karyawan Tetap	5	25.200.000,-
d. Karyawan tidak Tetap	-	-
e. Neraca		
- Harta Tetap	117.008.000	
- Harta Lancar	492.500.000	
- Modal	609.508.000	
	-	150.000.000.00,-
f. Piutang		500.000.000,-
g. Kebun Coklat	5 hektar	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001.

2.4. Analisis Kinerja.

Analisis kinerja merupakan suatu analisis yang memperlihatkan kondisi dari agrosistem serta hasil yang diperoleh perusahaan tersebut. Analisis ini menunjukkan pemamfaatan sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Terbagi atas dua yaitu kinerja proses dan kinerja hasil. Kinerja proses menunjukkan apa yang dilakukan, sedangkan kinerja hasil menunjukkan apa yang telah dicapai atau dihasilkan perusahaan.

2.4.1. Kinerja Proses.

2.4.1.1. Pengadaan bahan Baku

Bahan baku bagi perusahaan merupakan hal paling penting dalam menunjang kesinambungan proses produksi. Bahan baku ini yang diproses sampai akhirnya menjadi produk yang mempunyai nilai tambah.

Pengadaan bahan baku dalam hal ini biji kakao, oleh UD. Puncak Purehu dilakukan dengan tiga cara yaitu :

- Menempatkan pedagang pengumpul disetiap desa yang menjadi sentra produksi kakao dengan jalan memberikan modal melalui bagian pengadaan bahan baku.
- Bagian pengadaan bahan baku membeli langsung dari petani.
- Petani yang datang membawa langsung biji kakao kegudang.

Perusahaan tidak membatasi volume bahan baku yang dibeli, berapapun jumlah yang dibawah oleh kolektor, perusahaan akan langsung membelinya dan membayar sesuai dengan kualitas biji kakao yang ada. Adapun bahan baku selama enam bulan proses produksi dapat dilihat pada lampiran 1.

Biji kakao yang dibeli perusahaan dalam bentuk biji kering biasanya mengandung kadar air 10 - 20 % , benda asing dan kotoran 5 – 7 %, serta kadar jamur 1- 1,5 %. Bahan baku tersebut berasal dari Kecamatan Batuputih, Sulawesi Tenggara dan Kecamatan Malili serta Kecamatan Angkona, yang merupakan sentra produksi kakao dengan jumlah bahan baku yang diperoleh setiap minggu berkisar 5.000 – 11.200 kg.

Pengadaan bahan baku melalui proses pembelian ini dilakukan dengan jalan pemeriksaan keadaan pisik biji kakao (sampel) dahulu. Bagian produksi memeriksa biji kakao dengan cara mengambil sedikit biji kakao dari dalam karung melalui pipa sampel, selanjutnya dilakukan pengetesan kadar air kemudian ditimbang setelah itu sampel biji kakao dicurah dari dalam karung dan dilakukan pemeriksaan.

Bila didapati kekurangan-kekurangan pada biji kakao seperti adanya kotoran, jamur, kadar air tinggi dan sebagainya maka perusahaan akan melakukan pemotongan jumlah berat biji kakao sesuai kekurangannya.

2.4.1.2. Proses Pengolahan Biji Kakao.

Proses pengolahan dapat diartikan sebagai cara, metode, teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumberdaya-sumberdaya (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada (Assauri, 1993).

Adapun standar mutu kakao yang sesuai dengan standar pedagang eksportir yang ingin dihasilkan oleh UD. Puncak Purehu yaitu kadar air minimal 7,5 %, kotoran minimal 3 – 4 %, jamur maksimal 3 % .

Untuk menghasilkan produk sesuai dengan standar, maka pengolahan biji kakao merupakan kegiatan yang sangat penting bahkan keberhasilan perusahaan dipasarkan tergantung dari berhasil tidaknya kegiatan. Pada proses ini biji kakao diolah sedemikian rupa sampai akhirnya sesuai dengan syarat mutu yang diharapkan, tahap-tahap pengolahan tersebut adalah bagian proses produksi yaitu sebagai berikut.

Proses pengambilan sampel.

Bahan baku yang baru tiba, diambil sedikit dari dalam setiap karung dengan menggunakan pipa sampel yang dikumpulkan dalam ember setelah itu dicampur dengan jalan menggoyangkan ember tersebut sampai dirasa sudah tercampur betul kemudian diambil sampel bagian untuk di lihat jumlah kotoran dan kemudian dibelah untuk melihat jamurnya.

Proses pengukuran kadar air.

Pengukuran kadar air dilakukan dua kali yaitu pada saat sebelum penimbangan barang yang baru tiba dan setelah proses penjemuran bagi kakao yang masih belum kering sesuai dengan standar yang diinginkan. Pengukuran kadar air sebelum penimbangan diambil setelah pengambilan sampel menggunakan tester (kadar) untuk mengetahui jumlah kadar air yang dikandung tiap karung biji kakao tersebut.

Proses Penimbangan

Setelah dikadar biji kakao yang ada ditimbang dengan menggunakan timbangan duduk yang kapasitasnya 500 Kg, untuk mengetahui jumlah berat biji kakao tersebut setelah itu, biji kakao yang kadar airnya 7 - 7,5 % dicurah terpisah dengan lainnya begitu juga kadar air 8 - 10,5 %, 11 - 16,5 %, 17 - 20 % dikumpul terpisah kemudian dicurah untuk melihat kwalitas pisik biji kakao karena kadang pedagang pengumpul atau petani mencampur kualitas yang baik dengan yang jelek dalam karung untuk mengakali perusahaan dan memudahkan dalam proses pengeringan.

Proses Pengeringan penjemuran

Biji kakao yang kadar airnya lebih dari 7,5 % dijemur sesuai dengan kadar airnya yang telah dicurah dalam gudang kemudian diangkut ketempat penjemuran untuk dijemur sesuai dengan kadar airnya, untuk kadar air 8 - 10,5 % dijemur selama 2 -3 jam, kadar air 11 - 16,5 % dijemur selama 5 - 6 jam dan kadar air 17 % sampai seterusnya dijemur selama 7 sampai 9 jam.

Setelah dijemur kemudian diukur kadar airnya kembali untuk melihat apakah telah memenuhi standar yang kita inginkan.

Proses Penyortiran.

Kakao yang telah dijemur atau yang sementara dijemur, jika dilihat ada kotorannya segera diambil untuk dibuang ditempat tertentu, begitu juga biji kakao yang cacat karena terkena parang pada saat pembelahan, biji kakao yang berhimpit karena penyakit dikumpul tersendiri dan diolah kemudian dimasukkan dalam karung tertentu.

Proses Pengepakan kakao

Kakao yang telah kering dan sudah disortir kemudian dikepak/dimasukkan kedalam karung goni yang dapat menampung kakao sebanyak 90 kg – 95 kg. Pengepakan ini dilakukan dengan memperhatikan cara dan bahan karung goninya yaitu karungnya harus bersih, tidak bocor dan tidak basah.

Setelah biji kakao dikepak/dikemas kemudian disimpan dalam gudang yang sebelumnya diberi landasan dibawanya agar tidak basa atau hawa semen tidak masuk kedalam karung yang dapat merusak biji kakao tersebut.

Proses Pengangkutan

Kegiatan selanjutnya setelah dilakukan pengepakan adalah pengangkutan untuk mendistribusikan biji kakao ke tempat lain dalam hal ini adalah pihak eksportir. Pengangkutan menggunakan mobil truk dengan kapasitas 8 ton – 10 ton yang disewa/carter sebesar Rp 450.000/mobil truk, dengan tujuan Makassar (pedagang eksportir).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema proses pengolahan biji kakao berikut :



Gambar 2. Bagan Alir Proses Pengolahan Biji Kakao di UD. Puncak Purehu, Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara, 2001.

2.4.1.3. Proses Pemasaran.

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang datat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha dan Sukotjo, 1995).

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkandan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya (Kothler, 1994).

Salah satu keberhasilan yang diperoleh suatu perusahaan adalah bagaimana cara memasarkan produk yang dihasilkan. Apabila perusahaan itu berhasil dalam memasarkan produknya maka dapat dikatakan perusahaan tersebut akan mengalami keuntungan.

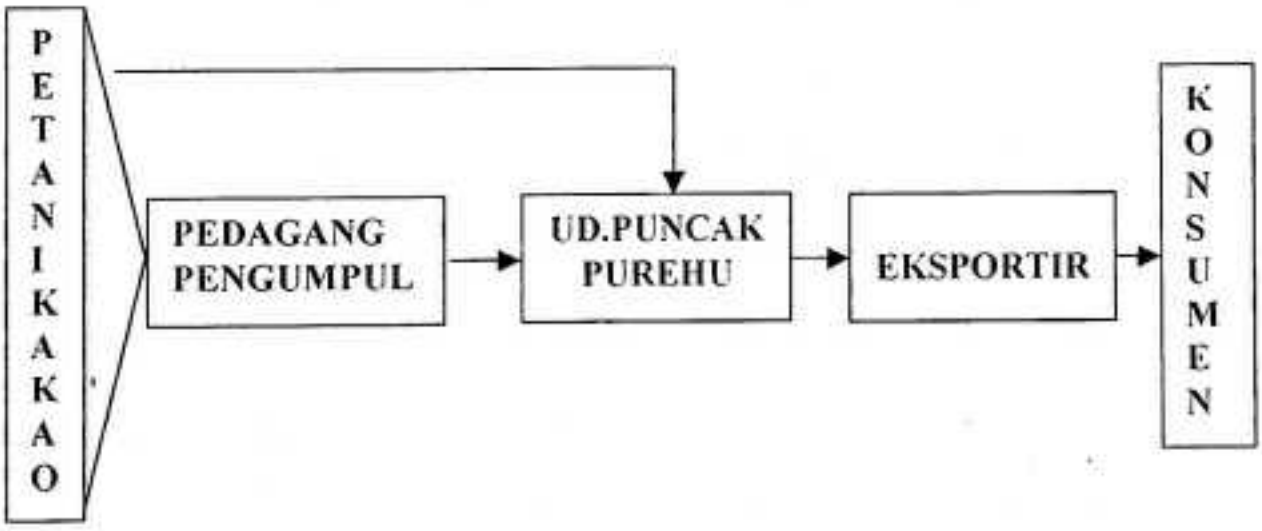
Demikian pula sebaliknya jika suatu perusahaan gagal dalam memasarkan produknya maka kemungkinan akan mengalami kerugian yang pada akhirnya akan memperburuk kondisi keuangan perusahaan dan mengganggu proses produksi selanjutnya.

a. Saluran Pemasaran.

Saluran pemasaran adalah saluran yang menyampaikan barang dari produsen ke konsumen yang umumnya melalui perantara dagang yang terdiri dari pedagang besar dan pengecer.

Perantara dagang melaksanakan kegiatan yang langsung berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang dari produsen sampai kepada pemakai akhir (Anonim, 1994).

Pihak UD. Puncak Purehu dalam memasarkan produknya kekonsumen dengan menjalin mitra usaha dengan pedagang eksportir di makassar yaitu PT. Cargil Cacao Division dan PT. Olam.



Gambar 2. Bagan Saluran Pemasaran yang dilakukan Oleh UD Puncak Purehu dalam Memasarkan Biji Kakao

b. Sistem Penjualan Biji Kakao

Penjualan biji kakao oleh UD. Puncak Purehu dilakukan dengan bermitra dengan pedagang eksportir yang ada di Makassar dengan terlebih dahulu melalui kesepakatan harga yang diberikan oleh pedagang eksportir tersebut. Penentuan

hargaini ditentukan sepuluh hari dari penjualan karena jarak yang jauh dan waktu yang cukup lama dalam mengumpulkan barang.

Harga inilah yang menjadi dasar bagi UD. Puncak Purehu dalam menentukan harga pembelian yang diberikan kepada pedagang pengumpul dalam membeli biji kakao dari petani atau yang dilakukan oleh bagian pengadaan bahan baku dalam membeli. Lebih jelasnya, yang menjadi pedagang pengumpul dan tempat pada perusahaan kasus dapat dilihat pada lampiran 5.

Untuk penjualan biji kakao yang dilakukan pihak UD. Puncak Purehu dari bulan Juni sampai bulan November 2001 dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Penjualan Biji Kakao yang Dilakukan UD. Puncak Purehu dari Bulan Juni sampai Bulan November 2001.

No	Bulan	Jumlah (KG)	Harga (Rp/KG)	PT Cargil	PT. Olam	Total Harga (RP)
1	Juni	31.230	10.000	********		312,300,000
2	Juli	37.000	9.525	********		342,250,000
3	Agustus	41.531	10.000		*********	415,320,000
4	September	45.143	8.500	*********		383,715,500
5	Oktober	37.728	8.725		*********	329,176,800
6	November	41.929	10.925	********		458,074,325
	Total	234.581		4 KALI	2 KALI	2.240.836.625

Sumber : Kantor UD. Puncak Purehu, 2001.

Berdasarkan Tabel 7 diatas jumlah biji kakao yang dipasok UD. Puncak Purehu selama 6 bulan terakhir yaitu 234.581 ton dengan total penjualan Rp 2.240.836.625,- yaitu 4 kali diambil PT. Cargil Cacao Division dan 2 kali oleh PT. Olam.

2.4.2. Kinerja Hasil

Sebuah perusahaan dalam setiap kegiatannya membutuhkan uang untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Dari produk inilah akan mendapatkan kembali uang sebagai pengganti dana yang telah dikeluarkannya. Inilah yang disebut pengeluaran dan pemasukan, dimana perusahaan berusaha agar pemasukannya lebih besar dari dari pengeluarannya sehingga perusahaan dapat meningkatkan produksinya.

2.4.1.3. Analisi Biaya.

Kegiatan untuk melakukan proses produksi memerlukan faktor produksi tertentu dan juga biaya produksi. Biaya produksi dapat diartikan sebagai nilai dari semua pruduksi yang digunakan, baik dalam bentuk benda maupun jasa selama proses produksi berlangsung (Soekartawi, 1991).

Biaya adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang, yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk atau menambah nilai produk tersebut dalam proses produksi.

Analisis biaya dibuat untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan selama periode tertentu. Berikut biaya yang dikeluarkan UD. Puncak Purehu selama enam bulan meliputi biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak berpengaruh langsung terhadap besarnya produksi. Pada perusahaan kasus, biaya tetap terdiri atas gaji karyawan, biaya listrik, biaya umum kantor dan biaya penyusutan.Lebih jelasnya biaya tetap yang dikeluarkan selama enam bulan produksi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Besarnya Biaya Tetap yang digunakan dalam Enam Bulan Produksi pada UD Puncak Purehu, Puncak Purehu. 2001.

No	Uraian	Total Biaya (Rp)
1	Gaji Karyawan	25.200.000.00,-
2	Rekening Listrik	610.000.00,-
3	Biaya Umum Kantor	300.000.00,-
4	Biaya Penyusutan	1.160.833,-
5.	Pemeliharaan alat	200.000.00,-
	Total	28.446.500

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001.

Berdasarkan tabel 8 diatas total biaya yang digunakan oleh UD. Puncak Purehu selama 6 bulan produksi sebesar Rp 28.446.500.

Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya yang besarnya berubah-ubah sesuai dengan besarnya jumlah produksi. Pada perusahaan kasus besarnya biaya variabel yang dikeluarkan meliputi pembelian bahan baku biji kakao, biaya pembelian karung goni, biaya pembelian benang jahit untuk karung goni, biaya pengiriman, biaya bagian pengadaan bahan baku dan upah karyawan/buruh.

Untuk lebih jelasnya, maka besar biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan selama enam bulan produksi dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 9. Besarnya Biaya Variabel yang digunakan dalam Enam Bulan Produksi Pada UD. Puncak Purehu, 2001.

No	Uraian	Jumlah	Harga Satuan (RP)	Total Biaya (RP)
1	Biji Kakao	239.875 KG	-	2.026.943.750
2	Karung Goni	2300 buah	1.000	2.300.000
3	Benang	15 rol	25.000	375.000
4	Upah Karyawan	-	125/KG	29.984.375
5	Biaya Pengangkutan	23 Truk	350.000	8.050.000
6	Biaya Bag. Bahan baku	-		2.000.000
7	Biaya Operasi lainnya	-	-	500.000
TOTAL				2.070.153.125

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001.

Berdasarkan Tabel 9 diatas, jumlah biaya variable yang digunakan selama enam bulan produksi oleh UD. Puncak Purehu adalah Rp 2.070.153.125,-

2.4.1.4. Analisis Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh perusahaan dalam bentuk materi, yang dapat digunakan kembali untuk kegiatan produksi selanjutnya. Pendapatan adalah selisih antara total penerimaan dengan total pengeluaran oleh suatu perusahaan.

Penerimaan adalah hasil penjualan dari enam bulan produksi, sedangkan total biaya adalah jumlah biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan selama enam bulan produksi.

Analisis pendapatan ini bertujuan untuk mengetahui apakah perusahaan untung atau rugi selama proses produksi dalam periode tertentu. Untuk lebih jelasnya analisis pendapatan dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Analisis Pendapatan UD. Puncak Purehu Selama Enam Bulan Produksi di Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara, 2001.

No	Uraian	Total Biaya (Rp)
1	Hasil Penjualan	2.240,836,625
2	Biaya Tetap	28.446,500
3	Biaya Variabel	2.070,153,125
4	Total Biaya (2+3)	2.098,599,625
5	Pendapatan Kotor	142.237.000
6	Pajak (15 %)	21.335,550
7	Pendapatan Bersih (5 – 6)	120,901,450

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001.

Berdasarkan tabel 10 diatas, jumlah keuntungan yang diperoleh oleh UD. Puncak Purehu dalam 6 bulan produksi sebesar Rp 120.901.450,-.

2.5. Dampak Lingkungan

Setiap perusahaan tentunya membawa dampak bagi lingkungan disekitarnya, baik dampak positif maupun dampak negatif. Adapun dampak lingkungan yang ditimbulkan perusahaan terdiri dari dampak ekologis dan dampak sosial ekonomi.

Dampak lingkungan ekologis yang ditimbulkan perusahaan ini adalah limbah berupa biji kakao yang busuk karena berjamur, serat-serat dari biji kakao dan kotoran lainnya serta bau biji kakao.

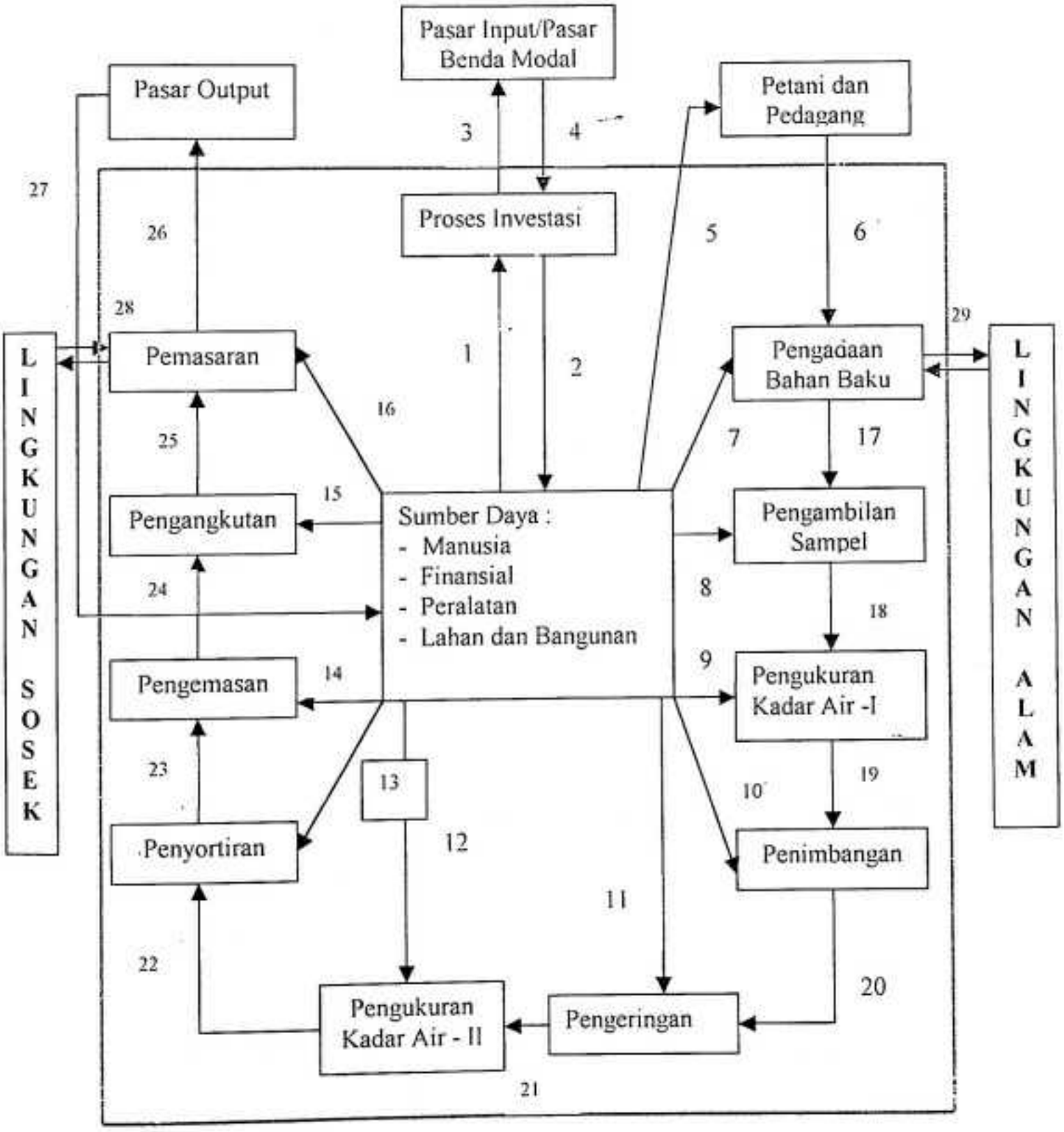
Perusahaan menanggulangi limbah ini dengan mengumpulkan kedalam karung goni yang sudah robek kemudian membakar serat dan biji kakao yang membusuk ditempat sampah disamping gudang, sedangkan bau yang menyegatkan diupayakan pemakaian masker pada para karyawan dan buruh.

Dampak lingkungan sosial ekonomi yang ditimbulkan perusahaan ini adalah terciptanya lapangan kerja yang dapat menyerap tenaga kerja sehingga membantu mengurangi pengangguran serta memperbaiki taraf hidup petani pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Untuk lebih jelasnya , matriks dampak lingkungan dapat dilihat pada lampiran 4.

Peta Penampilan Agrosistem.

Peta Penampilan agrosistem merupakan gambaran umum situasi agrosistem, keterkaitannya dengan komponen-komponen yang terlibat baik dari dalam maupun dari luar agrosistem. Peta ini menggambarkan siklus arus uang, barang dan jasa yang berkesinambungan dari dalam ke luar dan sebaliknya.

Adapun peta penampilan agrosistem UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Peta Penampilan Karya Agrosistem, 2001

Keterangan :

1. Sumberdaya manusia, finansial dan peralatan dialokasikan untuk proses investasi.
2. Investasi berupa uang tunai dan harta lainnya dialokasikan sebagai sumberdaya finansial.
3. Proses investasi dialokasikan untuk pasar input – pasar benda-benda pasar.
4. Barang yang diperoleh dari pasar input/pasar benda-benda modal dialokasikan untuk investasi
5. Sumberdaya manusia digunakan untuk menghubungi petani dan pedagang pengumpul.
6. Sumber pengadaan bahan baku berasal dari petani dan pedagang pengumpul
7. Pengalokasian sumberdaya manusia dan finansial untuk pengadaan bahan baku
8. Pengalokasian sumberdaya manusia dan peralatan untuk kegiatan pengambilan sampel
9. Pengalokasian sumberdaya manusia dan peralatan untuk kegiatan pengukuran kadar air I
10. Pengalokasian sumberdaya manusia dan peralatan untuk kegiatan penimbangan.
11. Pengalokasian sumberdaya manusia, finansial dan peralatan untuk kegiatan pengeringan
12. Pengalokasian sumberdaya manusia dan peralatan untuk pengukuran kadar air II.
13. Pengalokasian sumberdaya manusia, finansial dan peralatan untuk kegiatan penyortiran

14. Pengalokasian sumberdaya manusia, finansial dan peralatan untuk kegiatan pengemasan.
15. Pengalokasian sumberdaya manusia, finansial dan peralatan untuk kegiatan pengangkutan
16. Pengalokasian sumberdaya manusia, finansial dan peralatan untuk kegiatan pemasaran.
17. Bahan baku yang dikumpulkan dialokasikan ke bagian pengukuran/pengambilan sampel
18. Hasil dari pengambilan sampel selanjutnya dialokasikan ke bagian pengukuran kadar air I.
19. Hasil pengukuran kadar air I selanjutnya dialokasikan ke bagian penimbangan.
20. Hasil penimbangan selanjutnya dialokasikan ke bagian pengeringan
21. Hasil pengeringan dialokasikan ke bagian pengukuran kadar air II.
22. Hasil pengukuran kadar air II dialokasikan ke bagian penyortiran
23. Hasil penyortiran dialokasikan ke bagian pengemasan
24. Hasil pengemasan dialokasikan ke bagian pengangkutan.
25. Dari kegiatan pengangkutan ke bagian pemasaran.
26. Bagian pemasaran memasarkan hasil akhir berupa biji kakao ke pasar output.
27. Hasil penjualan pasar output dialokasikan sebagai sumberdaya finansial untuk modal pembiayaan kegiatan selanjutnya.
28. Lingkungan sosek mempengaruhi pemasaran.
29. Lingkungan alam seperti iklim mempengaruhi proses pengadaan bahan baku.

BAGIAN TIGA
MANAJEMEN PEMASARAN BIJI KAKAO

3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.

Manajemen merupakan suatu alat untuk mengatur dan menjaga kestabilan dalam upaya pencapaian tujuan atau sasaran perusahaan. Menurut Handoko (1996), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan dan pengendalian usaha-usaha pada anggota dan penggunaan sumberdaya yang dimiliki oleh organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Sofyan Assauri (1987), manajemen adalah kegiatan atau usaha untuk mencapai suatu tujuan dengan mengkoordinir kegiatan orang lain. Manajemen merupakan kegiatan melalui orang-orang lain yang berlandaskan ilmu dan seni untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Alex.S. Nitismito).

Jadi pencapaian tujuan organisasi di UD. Puncak Purehu dengan jalan melibatkan sejumlah tenaga kerja dengan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya (Philip Kothler, 1990).

Menurut Basu Swasta dan Ibnu Sukodjo (1990), bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dan kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Pengertian manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahan pertukaran dan hubungan menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi (Philip kotler, 1990).

3.2. Fungsi-Fungsi Manajemen.

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan-tujuan organisasi sesuai dengan yang telah ditetapkan. Kelima bagian yang terkandung dalam fungsi-fungsi manajemen tersebut adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan.

3.2.1. Fungsi Perencanaan.

Perencanaan dalam usaha pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan mendukung dalam keberhasilan atau kelanjutan dari perusahaan. Dengan melakukan perencanaan sebelumnya, maka kegiatan yang akan dilakukan dan tujuan yang akan dicapai lebih jelas dan terarah.

Adapun hal-hal yang dilakukan oleh UD. Puncak Purehu dalam fungsi perencanaan adalah sebagai berikut :

a. Direktur bekerjasama dengan Bagian Pemasaran mengumpulkan dan menganalisa berbagai keterangan pasar, terutama yang berhubungan dengan jumlah permintaan kakao, kualitas barang yang disukai konsumen, harga kakao, saluran pemasaran dan sistem Pembayaran oleh pedagang eksportir.
b. Bagian Pengadaan Bahan Baku menentukan target pemasaran sesuai dengan volume permintaan pedagang eksportir langganan sesuai kemampuan memproduksi, kemampuan manajemen dan kekuatan finansial perusahaan.
c. Direktur menyiapkan tenaga - tenaga/orang yang akan melaksanakan kegiatan perusahaan mulai dari pedagang pengumpul sampai orang yang akan memasarkan nya baik jumlah maupun upahnya.
d. Bagian Bahan Baku merencanakan tempat-tempat pembelian atau pengumpulan biji kakao.
e. Bagain Produksi menyiapkan sarana pengangkutan, pengolahan dan pergudangan.
f. Bagian keuangan menyusun tiap tahun hasil pemasaran dan anggaran keuangannya yang dipakai selama proses produksi sampai penjualan biji kakao tersebut.

3.2.2. Fungsi Pengorganisasian.

Pengorganisasian merupakan suatu proses penyusunan organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumberdaya-sumberdaya yang dimilikinya 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 dan tampak atau ditunjukkan oleh bagan organisasi.

Sedangkan pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggungjawab untuk melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Handoko, 1986).

Organisasi pemasaran bertujuan : 1) Untuk pembagian tugas dan hak serta wewenang masing-masing pegawai dan pimpinan dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik dan efisien. 2) Untuk memudahkan tugas-tugas organisasi dan pengawasan dan 3) Untuk memudahkan mengatur dan mengelolah perusahaan agar efisien (Soekartawi, 1993).

Adapun yang dilakukan oleh pihak UD. Puncak Purehu dalam fungsi pengorganisasian adalah sebagai berikut :

a. Direktur menetapkan secara khusus orang – orang yang menangani usaha pemasaran biji kakao.
b. Bagian bahan baku mengorganisir serta mengkelompokkan barang - barang yang akan dipasarkan.

c. Bagian pengadaan bahan baku melaksanakan pembelian hasil produk biji kakao dari petani serta penjualannya ke konsumen, menempatkan pedagang pengumpul disetiap desa yang menjadi sentra produksi kakao yang dapat dijangkau perusahaan.

3.2.3. Fungsi Pendelegasian.

Pada fungsi pendelegasian, direktur perusahaan mendelegasikan wewenangnya kepada empat bagian yang telah dibentuk sesuai dengan fungsinya masing-masing, yaitu bagian pengadaan bahan baku dipercakan kepada bapak Abd. Karim, Bagian produksi dipercayakan kepada bapak Sahar, Bagian Pemasaran dipercayakan kepada bapak Udin dan bagian keuangan dipercayakan kepada ibu Hj. Waru.

Bagian pembelian melakukan penimbangan biji kakao dan sewaktu-waktu operasi pasar jika dirasa permintaan pedagang eksportir tidak mencukupi, memilah-milah bahan baku berdasarkan kekeringan dan kadar kerusakan barang tersebut. Selanjutnya diproses oleh bagian prossesing bekerjasama dengan buruh yaitu meliputi penjemuran, grading (sortasi) dan pengemasan yang selanjutnya siap dipasarkan/dijual.

Kegiatan penjualan dilakukan oleh bagian pemasaran bekerjasama dengan pimpinan dengan mengadakan negosiasi dengan calon pembeli antara lain dengan PT. Cargil Cacao Division, PT. Olam dan pencarian informasi harga diperusahan eksportir lain di Makassar. Bagian keuangan memberikan finansial kepada tiga

bagian diatas sesuai dengan permintaan akan kebutuhan ketiga bagian tersebut setelah itu dilaporkan kembali ke bagian keuangan sebagai laporan akhir tahun.

Pendelegasian wewenang dimaksudkan agar tugas dan wewenang tersebut menciptakan pembagian kerja dan tanggungjawab yang seimbang diantara para karyawan serta mampu menciptakan pengamatan intern yang efektif.

3.2.4. Fungsi Koordinasi.

Koordinasi yang dilakukan oleh pihak UD. Puncak Purehu dalam usaha pemasaran biji kakao terbagi menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Koordinasi Intern.

- Direktur dalam hal ini Bapak Djuma' menciptakan koordinasi yang baik antara keempat bagian yang ada dalam menciptakan kerja yang produktif demi lancarnya usaha.
- Setiap kepala bagian yang ada saling bekerjasama dan saling mendukung dalam pencapaian target pemasaran yang ingin dicapai perusahaan.

2. Koordinasi Ekstern.

- Direktur harus dapat menjalin kerjasama dengan pedagang eksportir disatu sisi dan masyarakat petani kakao disisi lainnya sehingga diharapkan dapat dipetik hasil yang bermanfaat untuk perkembangan perusahaan.
- Bagian pemasaran dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan sejenis sepanjang kerjasama tersebut benar-benar menguntungkan perusahaan dan tidak mengorbankan bagian lain.

- Bagain pengadaan bahan baku dalam menjalankan aktifitasnya harus membangun komunikasi yang baik dengan pedagang pengumpul dan petani yang menjadi sentra pengambilan biji kakao oleh perusahaan.
- Bagian prosesing menjalin hubungan kerja dengan para buruh dalam setiap aktifitasnya agar proses kegiatan yang berlangsung didalamnya tidak terganggu.
- Bagian keuangan memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh bagian yang ada terutama masalah gaji karyawan dan gaji buruh jangan sampai tertunda.

3.2.5. Fungsi Pengawasan

Pengawasan merupakan hal yang mendasar, karena dengan adanya pengawasan dapat diketahui berhasil tidaknya suatu perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya sekaligus mengambil langka-langka perbaikan pada kegiatan yang mengalami penyimpangan.

Pengawasan yang dilakukan oleh pihak perusahaan UD. Puncak Purehu adalah pengawasan secara langsung oleh setiap kepala bagian terhadap semua kegiatan dan komponen yang terlibat didalam jobnya masing-masing, mulai dari pengadaan bahan baku sampai penjualan barang.

Aspek yang menjadi pengawasan meliputi : jumlah dan mutu barang yang dibeli, jumlah dan mutu barang yang dijual, jumlah dan mutu barang yang diolah/diproses, jumlah stok barang, tingkat efisiensi pemasaran dan mutu pelayanan yang diberikan ke produsen dan konsumen.

3.3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).

Bauran pemasaran (Marketing mix) adalah merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sitem pemasaran, dimana variabel-variabel yang ada dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.

Bauran pemasaran ini terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Kombinasi variabel pemasaran yang terdapat dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi (Assauri Sofyan, 1987).

Produk adalah segala sesuatu lengkap dengan atributnya baik berupa barang atau jasa yang dapat menghasilkan kepuasan kepada pemakainya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencapai keputusan mengenai merk dagang, cara pengemasan, tingkat mutu dan pelayanan.

Produk yang dihasilkan oleh UD. Puncak Purehu adalah biji kakao yang dipasarkan dalam bentuk biji kakao dengan kualitas ekspor. Biji kakao ini menggunakan alat pengemas berupa karung goni dengan alasan dapat memuat biji kakao dalam jumlah yang banyak dan terhidar dari kerusakan yang mungkin dialami oleh proses pengangkutannya. Biji kakao UD. Puncak Purehu tidak menggunakan merk khusus akan tetapi cukup dikenal sebagai kakao yang berasal dari daerah Malili.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk menghasilkan produk tertentu. Sedangkan menurut Philip Kotler (1990), mengatakan harga yaitu nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa. Dengan demikian penetapan

harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa. Dengan demikian penetapan harga merupakan keputusan pemasaran yang sangat menetukan karena berpengaruh terhadap hasil penjualan.

Penetapan harga mempunyai beberapa tujuan yaitu memperoleh laba yang maksimum, mendapatkan bagian pasar tertentu, mencapai keuntungan yang ditargetkan dan mempromosikan produk (Assauri Sofyan, 1990).

Penentuan harga biji kakao oleh UD. Puncak Purehu merupakan suatu tugas yang sangat sulit bagi bagian pemasaran. Oleh karena biji kakao merupakan komoditi ekspor yang harganya ditentukan oleh pasaran internasional dan dapat berubah-ubah setiap saat. Oleh karena itu bagian pemasaran harus jeli dalam mencari unformasi tentang perkembangan harga kakao dipasaran dunia dan lokal. Informasi harga tersebut menjadi dasar untuk menentukan harga pembelian bahan baku.

Namum demikian untuk menentukan pada tingkat harga berapa produk biji kakao bisa dijual, bagian pemasaran tetap memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk harga pokok penjualan, estimasi harga yang akan datang, jumlah produk yang tersedia dan jumlah permintaan.

Distribusi dapat diartikan sebagai saluran penjualan yang menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Dalam saluran penjualan dari suatu produk yang akan dipasarkan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Saluran penjualan secara langsung yaitu dengan cara produk yang akan dipasarkan langsung dijual kekonsumen, sedangkan saluran penjualan tidak langsung yaitu penjualan produk yang dihasilkan menggunakan perantara dagang (Anonim, 1992).

UD. Puncak Purehu dalam memasarkan biji kakao menggunakan saluran pemasaran secara langsung, artinya perusahaan ini langsung mengadakan transaksi dengan pihak pembeli (pedagang eksportir) yang didukung oleh tersedianya armada angkutan truk.

Kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemasaran untuk mempengaruhi konsumen, menciptakan permintaan atas produk itu dan selanjutnya dipelihara dan dikembangkan (Assauri, 1990).

Beberapa cara yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk yang diusahakan oleh sebuah perusahaan, yaitu :

- Personal selling, yaitu suatu bentuk promosi dengan cara tatap muka dengan calon pembeli, baik melalui kunjungan calon pembeli, atau mengunjungi calon pembeli itu sendiri.
- Advertensi, yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi dari barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal. Media yang sering digunakan dalam advertensi ini adalah radio, televisi, majalah dan surat kabar.
- Publisitas, yaitu usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non personal dengan membuat berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut didalam media cetak maupun hasil wawancara yang disiarkan media tertentu.

Adapun cara promosi yang dilakukan oleh UD. Puncak Purehu dalam memasarkan biji kakao dilakukan dengan personal selling.

BAGIAN EMPAT
ANALISIS MASALAH PENGEMBANGAN USAHA.

Masalah adalah situasi yang memerlukan kita sepenuhnya bertindak atau sebagian yang menjadi bagian dari tanggungjawab kita atau dengan kata lain ada sesuatu yang harus dikerjakan dan kitalah yang harus mengerjakannya. Seseorang yang unggul dalam pemecahan masalah bukanlah karena ia mengetahui semua hal yang dapat menghasilkan akibat tertentu dan kemudian memilih tindakan korektif yang ditujukan kepada sebab yang paling sering diamati. Namum cara ini yang paling banyak dipakai orang untuk mendekati persoalan dalam pekerjaan (Kepner dan Tragoe, 1992).

Lebih lanjut dikatakan "Persolan adalah akibat yang dapat dilihat dari suatu sebab yang terjadi pada masa lalu. Kita harus menghubungkan akibat yang kita amati dengan sebab sebenarnya, baru kemudian memilih tindakan korektif yang ditujukan kepada sebab yang sering diamati, inilah cara yang efektif untuk menyelesaikan masalah dalam pekerjaan".

Analisis masalah adalah suatu usaha untuk menyelidiki masalah utama dalam suatu agrosistem yang terkait dengan suatu keadaan yang ingin diperbaiki. Analisis masalah ini dilakukan untuk meneliti penyebab timbulnya masalah-masalah tersebut dan dampak yang ditimbulkan oleh masalah-masalah tersebut. Analisis masalah ini dapat menghubungkan suatu rangkaian hubungan sebab akibat yang ditunjukkan dalam suatu diagram.

4.1. Identifikasi Masalah.

Identifikasi masalah adalah melihat masalah yang ada atau mengenal masalah dengan mengetahui kesenjangan antara kenyataan yang ada dengan harapan.Untuk mengantisifasi masalah yang ada, pengenalan masalah merupakan merupakan langka awal dari situasi agrosistem untuk melihat situasi yang memerlukan tindakan serta mengetahui dimana masalah yang terjadi dan pada bagian mana masalah tersebut menimbulkan ketidakpuasan terhadap apa yang diharapkan.

Masalah-masalah yang timbul dalam manajemen pemasaran biji kakao UD. Puncak Purchu adalah :

1. **Pendapatan Usaha Rendah**

   Pendapatan usaha masih rendah yaitu sebesar Rp 120.901.450,- selama 6 bulan. Ini masih bisa ditingkatkan karena bahan baku masih banyak tersedia.

2. **Volume Penjualan Rendah**

   Volume penjualan tergolong rendah yaitu hanya 234,581 ton/ 6 bulan jika dibandingkan dengan potensi bahan baku dan potensi pasar. Dimana potensi bahan baku yang ada jauh dari kemampuan produksi perusahaan, serta permintaan konsumen yang meningkat akan biji kakao.

3. **Proses Produksi Belum Dikelola Secara Modern.**

   Proses produksi masih dikelolah secara sederhana yaitu dengan memakai lantai penjemuran untuk mengeringkan biji kakao yang kadar airnya masih tinggi bukannya menggunakan mesin pengeringan, sehingga kadang proses produksi terhambat karena hujan turun atau cuaca yang tidak mendukung.

4. **Kualitas Bahan Baku Rendah.**

Kakao yang dihasilkan oleh petani kakao banyak mengandung kotoran seperti urat biji yang dicampur dengan biji kakao, berwarna hitam akibat penyakit penggerek buah kakao, berjamur karena tidak dipermentasi dan kotoran lainnya.

5. **Pengetahuan dan Keterampilan Sumberdaya Manusia Rendah.**

Dalam menjalankan usahanya perusahaan ini memiliki sumberdaya manusia baik ditingkat petani kakao maupun karyawannya belum memadai baik dari segi keterampilan maupun pengetahuan karena tingkat pendidikan masih rendah yaitu paling tinggi tamat SMU untuk karyawan tetap, dan untuk buruh hanya beberapa orang yang tamat SD begitupun ditingkat petani kakao.

6. **Kapasitas Produksi Rendah.**

Kapasitas produksi rendah yaitu hanya mampu mengola bahan baku kurang lebih 10 ton /minggu, sedangkan bahan baku yang tersedia disekitar lokasi perusahaan sekitar 20 ton – 30 ton/minggu.

7. **Peralatan Produksi Kurang.**

Peralatan produksi pengeringan kurang (hanya lantai penjemuran) sehingga produksi yang dihasilkan belum mencapai target yang diinginkan.

8. **Waktu Kontrak Harga yang Pendek.**

Jaminan harga yang diberikan pedagang eksportir yang ada di Makassar hanya 10 hari, sehingga jumlah biji kakao yang dikumpulkan kurang karena tergesa-gesa tempo jaminan harga yang mepet.

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang terjadi di UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 11. Matriks Fakta, Masalah dan Harapan pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001.

No	Fakta	Masalah	Sasaran
1	Pendapatan usaha sebesar Rp 120.901.450 selama 6 bulan	Pendapatan Usaha Rendah	Pendapatan Usaha sebesar Rp 250.000.000
2	Volume penjualan sebanyak 234.581 ton selama 6 bulan	Volume Penjualan Rendah	Volume penjualan sebanyak 450 ton selama 6 bulan
3	Proses produksi masih dikelolah hanya dengan cara menjemur dilantai penjemuran.	Proses produksi belum dikelolah secara modern	Proses produksi dikelolah secara modern
4	Bahan baku tidak dipermentasi, hitam dan banyak kotorannya	Kualitas bahan baku rendah	Kualitas bahan baku tinggi
5	Tenaga kerja ditingkat petani kakao, karyawan tetap dan tidak tetap tidak ada yang mengenyam pendidikan tinggi/paling tinggi tamat SMU	Pengetahuan dan Keterampilan sumberdaya manusia rendah	Pengetahuan dan Keterampilan sumberdaya manusi meningkat
6	Kapasitas produksi sebesar 239, 875 ton/6 bulan	Kapasitas produksi rendah	Kapasitas produksi sebesar 478 ton/6 bulan
7	Tidak adanya mesin pengeringan biji kakao	Peralatan produksi pengeringan kurang	Mesin pengeringan / Oven 1 buah
8	Waktu yang dipakai dalam mengumpulkan bahan baku agak lama/ sekitar 5 hari.	Waktu Kontrak hanya 10 hari	Waktu kontrak 1 bulan

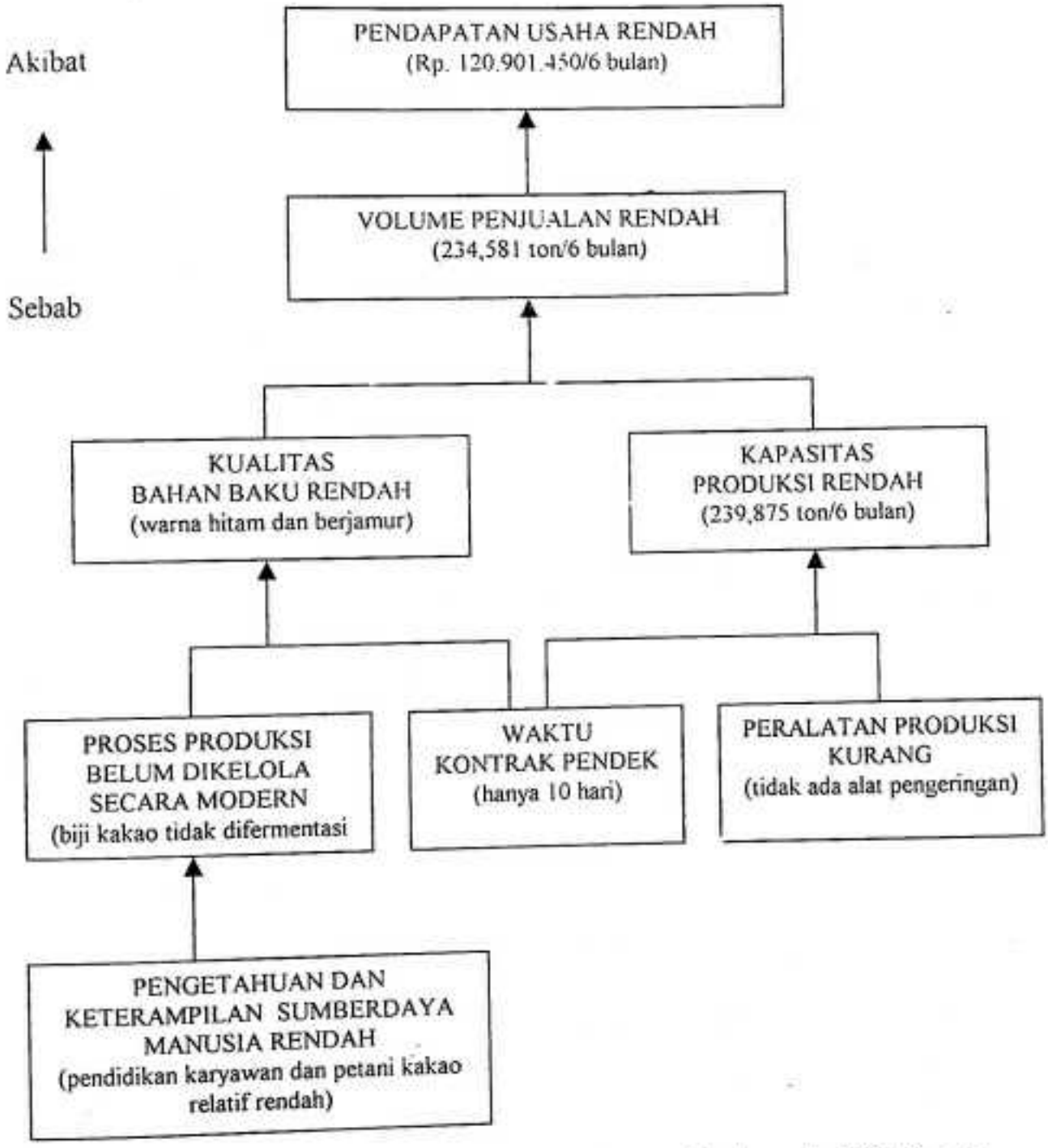
4.2. Hubungan Sebab Akibat Antar Masalah

Berdasarkan pada beberapa masalah yang sempat dianalisa diatas maka masalah-masalah tersebut dapat diketahui saling keterkaitan antar masalah yang satu dengan masalah yang lain, dimana ada masalah yang menjadi masalah lain ataupun suatu masalah yang timbul diakibatkan oleh masalah yang satu atau sebelumnya.

Hubungan sebab akibat dari masalah-masalah yang ada pada agrosistem kasus dapat dijelaskan sebagai berikut " *Volume penjualan rendah disebabkan karena kapasitas produksi rendah dan kualitas bahan baku rendah*.

Kualitas bahan baku yang rendah disebabkan oleh *waktu kontrak yang pendek* yaitu hanya 10 hari dan *proses produksi belum dikelola secara modern* yang disebabkan oleh *pengetahuan dan keterampilan manusia rendah* yaitu tingkat pendidikan yang rendah sehingga biji kakao yang diharapkan oleh perusahaan kasus dan eksportir tidak terpenuhi. Kapasitas produksi rendah, ini diakibatkan karena *kurangnya peralatan produksi dan waktu kontrak yang pendek* sehingga kadang permintaan eksportir tidak terpenuhi karena waktu kontrak sudah jatuh tempo dan proses pengeringan yang terhambat akibat hujan atau cuaca yang tidak mendukung.

Masalah utama yang dihadapi perusahaan kasus yang bergerak dalam bidang pemasaran biji kakao adalah **"Volume Penjualan Rendah".** Masalah utama ini juga mengakibatkan pendapatan usaha rendah. Hal ini dapat mengakibatkan perkembangan perusahaan dimasa mendatang tersendat. Untuk lebih jelasnya mengenai hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dapat dilihat pada diagram pohon persoalan berikut.



Gambar 5. Diagram Struktur Masalah Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, Kecamatan Malili, Luwu Utara 2001.

BAGIAN LIMA
ANALISIS SASARAN PENGEMBANGAN USAHA

Analisis sasaran pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan analisis yang bertujuan memecahkan persoalan yang dihadapi oleh perusahaan sehingga nantinya perusahaan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, yang mana pada bagian ini akan mempositifkan masalah yang dihadapi oleh perusahaan sehingga akan memperlihatkan gambaran antara hubungan tindakan dan sasaran yang dicapai perusahaan.

5.1. Penetapan Sasaran

Berdasarkan pada analisis masalah, semua masalah yang ditemukan pada perusahaan kasus kemudian dipositifkan untuk memperoleh sasaran yang akan dicapai dalam pengembangan usaha selanjutnya. Sasaran-sasaran tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pendapatan Usaha Meningkat.

   Dengan adanya peningkatan volume penjualan akan berdampak langsung terhadap meningkatnya pendapatan usaha, sehingga sasaran yang diharapkan dapat dicapai yakni peningkatan pendapatan usaha menjadi Rp 250.000.000,-/6 bulan.

2. Volume Penjualan Meningkat.

   Volume penjualan meningkat dari 234,581ton/6 bulan menjadi 450 ton/6 bulan, yang diharapkan dapat tercapai sebagai dampak dari meningkatnya kualitas bahan baku biji kakao dan kapasitas produksi meningkat.

3. Proses Produksi Dikelolah Secara Modern.

   Dalam mengelolah proses produksi biji kakao sudah dilakukan dengan cara modern yaitu dipermentasi dan memakai mesin pengeringan sehingga biji kakao cepat kering.

4. Kualitas Bahan Baku Meningkat.

   Kualitas bahan baku meningkat sebagai akibat dari dikelolahnya bahan baku secara modern dan waktu kontrak yang lama.

5. Pengetahuan dan Keterampilan Sumberdaya Manusia Meningkat.

   Tingkat pengetahuan dan keterampilan sumberdaya pengolah biji kakao meningkat yaitu telah dipermentasi dan telah memakai alat pengeringan.

6. Kapasitas Produksi Meningkat.

   Kapasitas produksi meningkat dari 239,875 ton/6 bulan menjadi 478 ton/6 bulan sebagai dampak dari bertambahnya peralatan produksi.

7. Peralatan Produksi Bertambah.

   Dalam upaya mencapai sasaran antara, kapasitas produksi meningkat maka perlu adanya pembelian peralatan mesin pengering biji kakao/ oven.

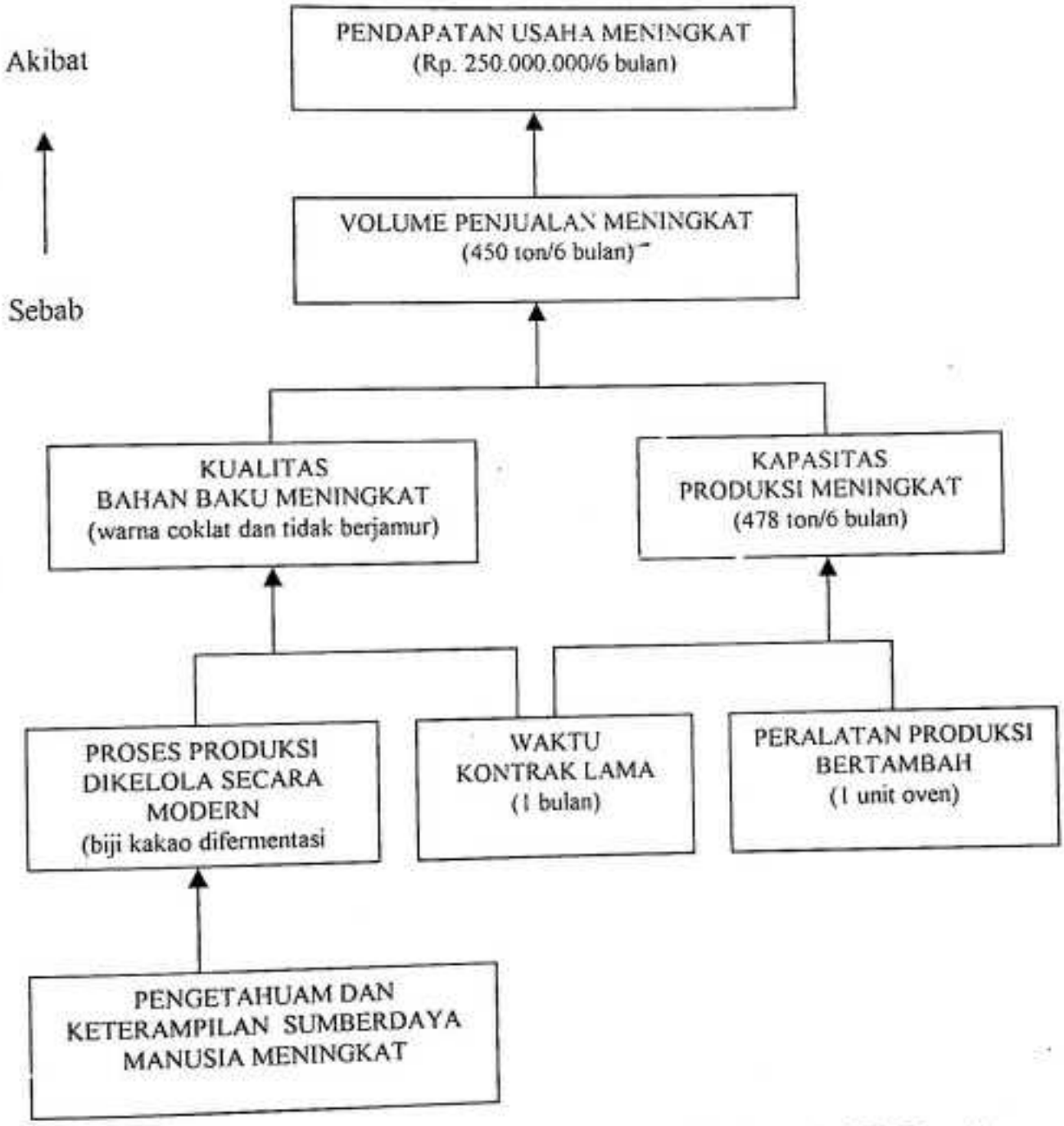
8. Waktu Kontrak 1 bulan

   Waktu kontrak 1 bulan tercapai sebagai akibat negosiasi yang intensif dengan pihak pedagang eksportir yang ada di Makassar.

5.2. Strukturisasi Sasaran

1. Strukturisasi sasaran atau diagram pohon sasaran pengembangan usaha adalah bentuk diagram positif dari diagram pohon masalah pengembangan usaha. Tujuannya untuk mengetahui sasaran yang bagaimana 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.
2. Sasaran utama yang ingin dicapai pada UD. Puncak Purenu adalah *Volume Penjualan Meningkat*, hal ini dapat dicapai jika kapasitas produksi meningkat dan kualitas bahan baku meningkat. Kedua hal tersebut merupakan sasaran antara yang berhubungan langsung dengan sasaran utama.
3. Pencapaian sasaran antara pada *kapasitas produksi bertambah*, maka sasaran antara yang berhubungan langsung yaitu dengan *menambah peralatan produksi* dalam hal ini mesin pengering dan penambahan waktu kontrak yaitu selama 1 bulan.
4. *Kualitas bahan baku meningkat* dapat dicapai jika proses *produksi dikelolah secara modern* dan *waktu kontrak bertambah dari 10 hari menjadi 1 bulan.*
5. Pencapaian sasaran pada *proses produksi dikelola secara modern* dapat dicapai jika *pengetahuan dan keterampilan sumberdaya Manusia* pengola biji kakao ditingkatkan.

Untuk lebih jelasnya strukturisasi sasaran dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 6. Diagram Struktur Sasaran Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara, 2001.

BAGIAN ENAM
ANALISIS ALTERNATIF TINDAKAN PENGEMBANGAN USAHA

Alternatif tindakan merupakan hasil yang diperoleh dari evaluasi dari analisis setiap alternatif yang tersedia terhadap kriteria-kriteria tersebut yang diutamakan. Pada waktu kita mengevaluasi alternatif maka setiap alternatif yang dapat memenuhi kriteria diatas segera gugur dari analisis kita.

Untuk mencapai sasaran utama yang diinginkan, maka perlu disusun langkah-langkah alternatif tindakan yang mencakup dua bagian penting yaitu alternatif tindakan persasaran antara dan analisis keputusan. Jika kita memilih diantara beberapa alternatif, maka kita harus memutuskan yang manakah diantara yang paling baik memenuhi sasaran kita dengan resiko paling kecil yang dapat diterima (Kepner dan Tragoe, 1992).

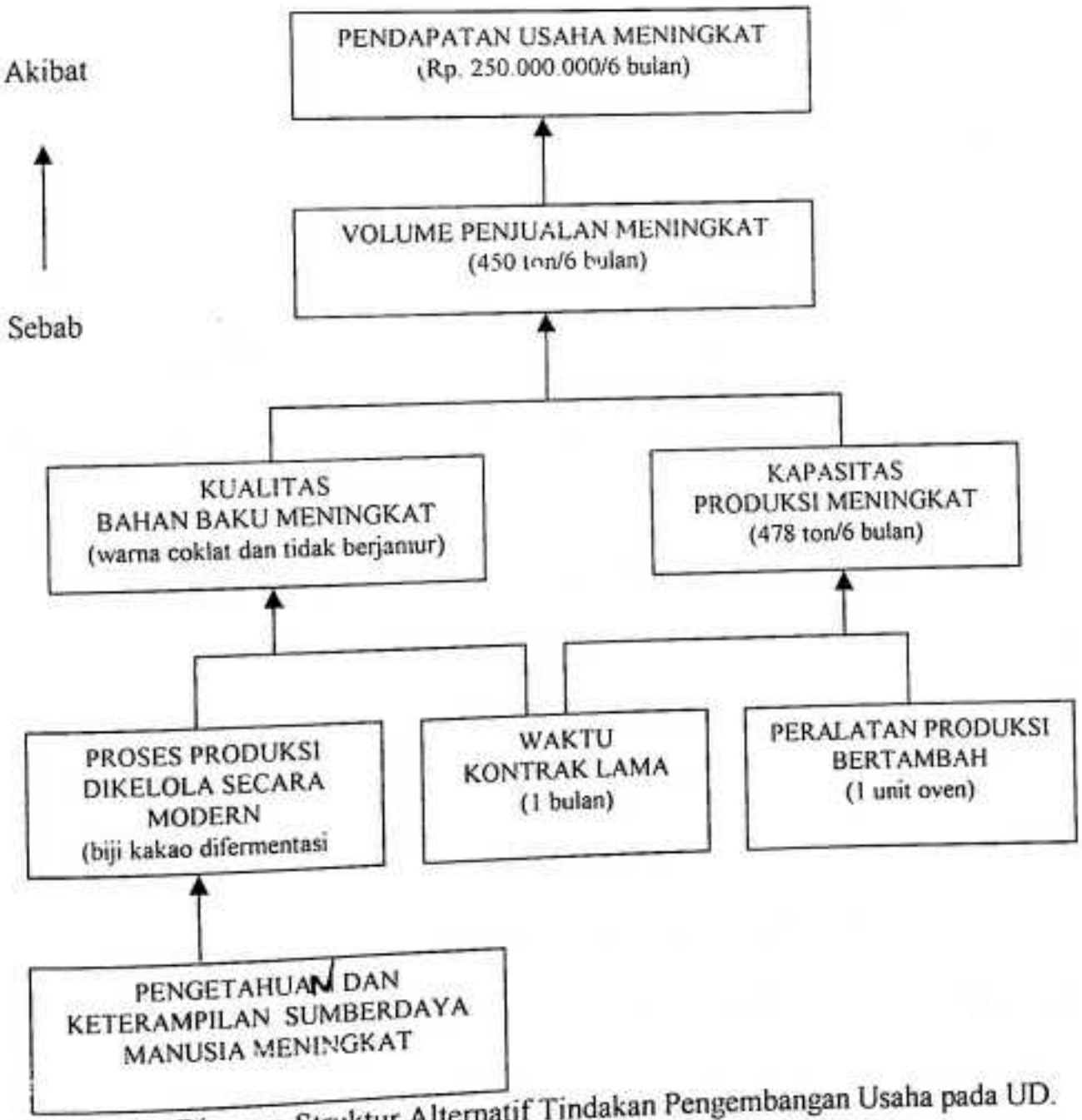
6.1. Alternatif Tindakan Persasaran Antara

Setelah melalui evaluasi, maka alternatif tindakan yang dapat dilakukan untuk mencapai sasaran antara agar sampai pada sasaran utama adalah :

a. Untuk sasaran antara *"kualitas bahan baku meningkat"* tindakan yang dapat dilakukan adalah *meningkatkan waktu kontrak menjadi 1 bulan dan proses produksi dilakukan secara modern* dan proses produksi secara modern, dapat ter capai manakala *pengetahuan dan keterampilan sumberdaya manusia* pengola biji kakao meningkat

b. Untuk sasaran antara "*Kapasitas Produksi Meningkat*" alternatif tindakan yang dapat dilakukan adalah "*Menambah Peralatan Produksi* yaitu membeli oven dan *meningkatkan waktu kontrak dari 10 hari menjadi 1 bulan.*

Untuk lebih jelasnya mengenai analisis alternatif tindakan persasaran antara dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 7. Diagram Struktur Alternatif Tindakan Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, 2001.

6.2. Analisis Keputusan

Analisis keputusan (Decision Analysis) adalah suatu prosedur sistematis yang didasarkan pada pola pikir yang kita gunakan dalam pengambilan pilihan. Tekniknya menunjukkan perluasan dan perbaikan dari unsur-unsur yang terdapat dalam pola pikir yang mengandung unsur-unsur pilihan yang baik diantaranya :

- Mutu dari defenisi mengenai faktor-faktor khusus yang harus dipenuhi.
- Mutu dari evaluasi atas alternatif yang tersedia.
- Mutu dari pengertian manajemen apa yang dihasilkan dari alternatif terpilih.

Tujuan analisis keputusan adalah mengidentifikasi kegiatan yang harus dikerjakan, mengembangkan kriteria khusus untuk mencapai tujuan, mengevaluasi alternatif yang tersedia yang berhubungan dengan kriteria dan mengidentifikasi resiko yang mungkin timbul (Kepner dan Tragoe, 1992).

A. Pengertian Keputusan

Pernyataan keputusan dimaksudkan untuk memusatkan perhatian pada tindakan yang terpilih dalam tahap pengidentifikasian alternatif tindakan sebagai pijakan untuk melaksanakan keputusan yang akan ditempuh dalam rangka proses pengembangan usaha.

B. Kriteria Keputusan

Kriteria keputusan terdiri dari kriteria pokok dan kriteria penunjang. Tujuan dari penetapan kriteria ini adalah untuk mengurutkan penyelesaian masalah mulai dari yang terpenting dan memerlukan penanganan secepat mungkin serta disesuaikan dengan ketersediaan dana perusahaan.

Kriteria pokok adalah kriteria yang pencapaiannya harus terpenuhi dan tidak bisa ditawar, sedangkan kriteria penunjang adalah kriteria yang berfungsi memberi gambaran perbandingan peringkat alternatif.

C. Alternatif Keputusan

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

D. Evaluasi Kiteria terhadap Alternatif Keputusan

Untuk menentukan alternatif terpilih, maka dilakukan perkalian antara bobot masing-masing kriteria dengan setiap alternatif. Dari hasil-hasil perkalian tersebut diperoleh angka hasil perkalian yang jika dijumlahkan kekanan akan diperoleh total nilai masing-masing alternatif-alternatif yang mempunyai total nilai sebesar adalah merupakan alternatif terpilih.

Berdasarkan pada gambaran alternatif tindakan, terdapat dua jalur tindakan yang harus dilakukan yaitu :

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja tentang proses pengolahan biji kakao.
2. Menambah peralatan produksi pengeringan biji kakao (oven).

Jalur tindakan inilah yang akan dianalisis dengan menggunakan analisis keputusan berdasarkan langkah-langkah yang telah disebutkan diatas untuk memperoleh alternatif terbaik yang harus dilaksanakan untuka mencapai sasaran.

Berdasarkan dari pernyataan keputusan, maka kriteria keputusan untuk kedua alternatif keputusan diatas adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Tenaga Kerja tentang Proses Pengolahan Biji Kakao.

a. Pernyataan Keputusan

Menentukan cara peningkatan pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja tentang pengolahan biji kakao.

b. Kriteria Keputusan :

K1 = Bisa terlaksana kurang dari 3 bulan (0,25)

K2 = Biaya kurang dari Rp 1.000.000,- (0,30)

K3 = Menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan serta keterampilan tenaga kerja tentang proses pengolahan biji kakao (0,45)

c. Alternatif keputusan

A1 = Mengikutkan tenaga kerja pada pelatihan kursus

A2 = Melaksanakan bimbingan langsung secara individu

A3 = Melaksanakan penyuluhan terpadu tanaman kakao

d. Evaluasi terhadap kriteria keputusan.

Tabel 12. Evaluasi Kriteria Keputusan Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Tenaga Kerja tentang Proses Pengolahan Biji kakao dan Bobot Penilaian Keputusan

No	Alternatif Keputusan	K1 (0,25)	K2 (0,30)	K3 (0,45)	Jumlah	Peringkat
1.	A1	0,50	0,30	0,30	-	-
2.	A2	0,30	0,25	0,30	-	-
3.	A3	0,20	0,45	0,40	-	-
1.	A1	0,125	0,09	0,135	0,350	II
2.	A2	0,075	0,075	0,135	0,285	III
3.	A3	0,05	0,135	0,18	0,365	I
	Jumlah				1,000	

Jadi dari ketiga alternatif yang ada,setelah dilakukan evaluasi maka alternatif yang terpilih untuk "*Menentukan Cara Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Tenaga Kerja tentang Proses Pengolahan Biji kakao*" adalah alternatif ketiga yaitu "*Melaksanakan Penyuluhan Terpadu Tanaman Kakao*".

II. Membeli Peralatan Produksi (Mesin pengering biji kakao/oven)

a. Pernyataan Keputusan

Menentukan Jumlah Pembelian Mesin Pengering/Oven

b. Kriteria Keputusan

K1 = Harga Oven kurang dari Rp 15.000.000,- (0,25)

K2 = Kapasitas Oven 1000 kg/unit (0,40)

K3 = Kualitas Oven bisa aktif 7 jam/hari (0,35)

c. Alternatif Keputusan

A1 = Membeli Oven 1 unit

A2 = Membeli Oven 2 unit

A3 = Membeli Oven 3 unit

d. Evaluasi Terhadap kriteria Keputusan

Tabel 13. Evaluasi Kriteria Keputusan " Membeli Peralatan Produksi (Oven) dan Bobot Penilaian Keputusan.

No	Alternatif Keputusan	K 1 (0,25)	K2 (0,30)	K3 (0,45)	Jumlah	Peringkat
1	A1	0,35	0,50	0,30	-	-
2	A2	0,40	0,25	0,40	-	-
3	A3	0,25	0,25	0,30	-	-
1.	A1	0,0875	0,2	0,105	0,3925	I
2.	A2	0,1	0,1	0,14	0,34	II
3.	A3	0,0625	0,1	0,105	0,2675	III
	Jumlah				1,000	

Berdasarkan tabel diatas dari ketiga alternatif yang ada, setelah dilakukan evaluasi maka alternatif terpilih untuk "*Menambah Peralatan Produksi*" adalah alternatif pertama yaitu " *Membeli Oven 1 unit*".

6.3. Alternatif Terpilih

Alternatif terpilih merupakan alternatif terbaik dari alternatif keputusan yang telah diseleksi pada evaluasi alternatif terhadap alternatif keputusan. Alternatif inilah yang akan menjadi tindakan untuk mencapai sasaran utama.

Berdasarkan uraian tersebut, maka merujuk pada hasil yang diperoleh dari evaluasi alternatif terhadap alternatif keputusan, maka didapatkan 2 alternatif terpilih

1. Melaksanakan Penyuluhan Terpadu Tanaman Kakao
2. Membeli Oven 1 unit.

Kedua alternatif terpilih merupakan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai sasaran antara yang pada akhirnya akan dapat diwujudkan sasaran utama yaitu " Volume Penjualan Meningkat", untuk lebih jelasnya mengenai alternatif terpilih ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 8. Diagram Struktur Alternatif Tindakan Terpilih pada UD Puncak Purehu, 2001.

BAGIAN TUJUH

MATRIKS PERENCANAAN PROYEK PENGEMBANGAN USAHA

7.1. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha.

Matriks pengembangan usaha adalah suatu alat untuk mengembangkan rancangan proyek. Matriks perencanaan ini menggambarkan bagaimana tindakan yang dilakukan untuk dapat memenuhi sasaran untara dan sasaran utama, serta sarana dan biaya yang diperlukan untuk mewujudkan tindakan tersebut.

Setelah mengetahui kebutuhan yang harus dipenuhi untuk kemajuan suatu perusahaan atau lebih bertujuan untuk memecahkan masalah, maka sangat perlu kiranya agar seluruh kebutuhan tersebut dipenuhi agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Akan tetapi pemenuhan suatu kebutuhan sangat dipengaruhi oleh system manajerial dalam perusahaan dan ketersediaan dana yang digunakan untuk memenuhi tindakan pada setiap tindakan terhadap indikator yang akan menentukan nilai keberhasilan atau pemenuhan kebutuhan perusahaan, dan adanya sistem informasi pengendalian yang berfungsi untuk melihat lebih jelas hasil kerja dari tanggungjawab yang telah disepakati untuk dilaksanakan

Dengan mengetahui matriks perencanaan pengembangan usaha maka sangatlah mudah untuk menentukan apakah perusahaan dapat berjalan dengan baik atau belum. Matriks perencanaan pengembangan usaha menggambarkan dampak atau konsekuensi dari sasaran yang telah dicapai, sasaran utama dan sasaran yang

Untuk lebih jelasnya mengenai matriks perencanaan pengembangan usaha manajemen pemasaran biji kakao pada UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 14. Matriks Perencanaan Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten luwu Utara, 2001.

Uraian Sesuai Tungkatan	Ukuran Tercapainya Tujuan	Sistem Informasi pengendalian
Dampak Pendapatan usaha meningkat	Pendapatan meningkat dari Rp 120.901.450 menjadi Rp 250.000.000	- laporan Bagian keuangan
Sasaran Utama Volume Penjualan meningkat	Volume penjualan meningkat dari 234 ton menjadi 450ton/6 bulan	- Laporan bagian pemasaran
Sasaran Antara a. Kapasitas Produksi Meningkat b. Kualitas Bahan Baku Meningkat	- Produksi meningkat dari 239,876 ton/6 bulan menjadi 278 ton/6 bulan - Kualitas bahan baku meningkat dari biji kakao asalan menjadi biji kakao permentasi	- Laporan bagian Produksi - Laporan Bagian Bahan Baku
Khusus Tindakan	**Sarana yang diperlukan**	**Biaya (Rp)**
a .Membeli Oven 1 unit b. Melaksanakan Penyuluhan Terpadu Tanaman Kakao	- Informasi - Komunikasi - BPLP - Buku	Rp 10.000 Rp 100.000 Rp 2.000.000 Rp 200.000

7.2. Rencana Kerja Proyek

Rencana kerja proyek adalah rincian lebih lanjut dari informasi yang didapatkan dalam matriks perencanaan proyek. Pada bagian rencana kerja proyek ini menggambarkan tindakan-tindakan yang akan dilakukan yaitu pada sasaran antara, penanggungjawab hasil kegiatan dan jadwal pencapaian usaha dari masing-masing kegiatan.

Dalam upaya pencapaian sasaran antara "Kapasitas produksi meningkat" tindakan yang dilakukan adalah *membeli mesin pengeringan Oven 1 unit* dengan penanggungjawab bagian prossesing yang akan dilaksanakan pada bulan dua sampai bulan tiga. Sedangkan pelaksanaan *penyuluhan terpadu tanaman kakao* dilaksanakan pada bulan Desember sampai bulan Februari dengan penanggungjawab bagian pengadaan bahan baku.

Untuk lebih jelasnya, mengenai penjadwalan usaha pada UD. Puncak Purehu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 15. Rencana Kerja Proyek Pengembangan Usaha pada UD. Puncak Purehu, Kecamatan Malili, Luwu Utara, 2001.

Tindakan	Penanggung Jawab	Hasil Kegiatan	Bulan											
			9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
Membeli Oven 1Unit	Bagian Produksi	Mencari informasi			—			*						
		Oven 1 unit telah dibeli							*					
Melakukan Penyuluhan Terpadu Tanaman Kakao	Bagian Pengadaan Bahan Baku	Membuat proposal				*								
		Kegiatan terlaksana dengan baik					*	*						

BAGIAN DELAPAN
ANALISIS PERSOALAN POTENSIAL

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

Analisis persoalan potensial merupakan suatu prosedur yang memungkinkan kita untuk memasuki masa depan dengan melihat apa yang terkandung didalamnya, untuk kemudian kembali kemasa kini dan mengambil tindakan selagi memungkinkan (Kepner dan Tragoe, 1992).

Dalam analisis persoalan ini, ada beberapa langkah yang perlu ditempuh antara lain yaitu :

1. Pernyataan rumusan kegiatan

Pernyataan rencana kegiatan adalah perencanaan yang berkaitan dengan tindakan yang akan direalisasikan. Pernyataan rencana kegiatan diperlukan untuk memberikan arah dan tujuan alternatif terpilih sebagai jawaban terhadap persoalan potensial yang timbul.

2. Skenario pelaksanaan kegiatan.

Skenario pelaksanaan kegiatan disusun berdasarkan urutan atau tahap kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai sasaran dalam pernyataan rencana kegiatan.

3. Identifikasi tahap-tahap rawan

Identifikasi tahap-tahap rawan adalah mengidentifikasi langka-langka dari kegiatan yang mudah terkena serangan atau kemungkinan kegagalan serangan ini dapat terjadi berupa situasi atau perlakuan dan serangan yang terjadi ini dapat menjadi hambatan bagi kelangsungan skenario kegiatan yang akan dilakukan.

4. Identifikasi persoalan potensial khusus.

Persoalan potensial khusus adalah persoalan yang dihadapi pada tahap-tahap rawan dari setiap kegiatan yang merupakan persoalan yang paling utama. Mengidentifikasi persoalan potensial khusus dimaksudkan untuk mengetahui dengan mudah persoalan yang mungkin timbul pada tahap-tahap rawan persoalan potensial, sehingga dalam pengambilan tindakan pencegahan dan tindakan penanggulangan dapat cepat dilakukan.

5. Identifikasi sebab-sebab persoalan potensial khusus.

Setiap persoalan potensial khusus yang ditemukan pada tahap rawan pelaksanaan keputusan dan harus dapat diidentifikasi penyebabnya. Identifikasi persoalan-persoalan khusus dimaksudkan untuk dapat mengetahui kemungkinan yang menyebabkan timbulnya persoalan potensial khusus sehingga dengan demikian diharapkan bahwa kita akan dapat melakukan tindakan pencegahan dan penanggulangan terhadap persoalan-persoalan potensial khusus yang dapat menimbulkan akbat terhadap pengelolaan pada tahap-tahap rawan.

6. Tindakan pencegahan

Tindakan pencegahan dimaksudkan untuk mengurangi dan menghilangkan sebahagian atau keseluruhan penyebab persoalan yang mungkin timbul dari persoalan potensial khusus. Bila tindakan ini dapat dilaksdanakan maka diharapkan hasilnya akan jauh lebih baik dibandingkan dengan pelaksanaan tindakan penanggulangan.

7. Tindakan penanggulangan

Tindakan penanggulangan dimaksudkan sebagai upaya terakhir untuk mengurangi akibat persoalan yang tidak dapat dihindarkan. Hal ini dilakukan untuk menanggulangi sebab-sebab persoalan potensial khusus yang telah muncul atau persoalan yang tidak dapat dihindari walaupun telah dilakukan tindakan pencegahan. Tindakan penanggulangan ini lebih bersifat mempertahankan skenario kegiatan yang telah dilaksanakan sebelumnya.

8. Struktur tindakan

Struktur tindakan merupakan upaya untuk menyusun rencana kegiatan yang juga merupakan rangkuman dari pernyataan rencana kerja, scenario pelaksanaan kegiatan, tahap-tahap rawan, persoalan potensial khusus, sebab-sebab persoalan potensial khusus, tindakan pencegahan dan tindakan penanggulangan.

8.1. Analisis Persoalan Potensial untuk Alternatif Terpilih "Membeli Oven 1 Unit.

a. Skenario pelaksanaan kegiatan.

- Pencarian Informasi tempat dan harga
- Pembelian Oven

b. Identifikasi Tahap rawan

- Proses Pencarian Informasi
- Proses Pembelian Oven

c. Persoalan Potensial Khusus

- Objek pencarian informasi
- Oven tidak tersedia pada dealer.

d. Identifikasi Sebab Persoalan Potensia Khusus

- Objek kurang tepat sebagi tempat pencarian informasi
- Pembelian Oven perlu pemesanan khusus

e. Pencegahan

- Mencari sumber informasi yang lebih valid
- Melakukan pemesanan sebelumnya

h. Penanggulangan

- Mencari informasi pada dealer resmi
- Memesan Oven pada dealer pusat.

8.2. Analisis Persoalan Potensial untuk Alternatif Terpilih "Melakukan Penyuluhan Terpadu pada Tanaman kakao".

a. Skenario Pelaksanaan Kegiatan.

- Menyusun Proposal
- Memasukkan proposal pada Balai Peñyuluh Pertanian (BPP)
- Pelaksanaan penyuluhan.

b. Identifikasi tahap-tahap rawan

- Penyusunan konsep proposal
- Tanggapan BPP
- Model pelaksanaan penyuluhan

c. Persoalan potensial khusus

- Perumusan dasar pemikiran dan rincian dana
- Proposal ditolak karena biaya dan lokasi penyuluhan
- Mengumpulkan petani dan karyawan bagian produksi

d. Identifikasi Sebab-Sebab Persoalan Potensial Khusus

- Alokasi pengadaan anggaran terbatas
- Biaya dan lokasi penyuluhan yang jauh
- Waktu penyuluhan yang dapat mengganggu kerja petani dan karyawan

e. Tindakan pencegahan

- Menyesuaikan dengan alokasi anggaran yang ada
- Biaya dan transportasi ditanggung perusahaan
- Menyediakan waktu khusus sebelum musim kakao.

f. Tindakan penanggulangan

- Mencari sumber pendanaan lain/meminjam ke Bank
- Menyewa penyuluh dari luar
- Menyediakan tempat yang mudah dijangkau petani dan karyawan.

Untuk lebih jelasnya mengenai Analisis Persoalan Potensial pada UD.. Puncak Purehu dapat dilihat pada Tabel 16 berikut :

Tabel 15. Analisis Persoalan Potensial pada UD. Puncak Purehu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001

No.	Pernyataan Rencana Kegiatan	Skenario Pelaksanaan	Identifikasi Tahap-tahap Rawan	Persoalan Potensial khusus	Identifikasi Sebab-sebab PPK	Tindakan Pencegahan	Tindakan Penanggulangan
1.	Membeli Oven 1 Unit	Pencarian informasi tempat dan harga Pembelian Oven	Proses pencarian informasi Proses oembelian oven	Objek pencarian informasi Oven tidak tersedia pada dealer	Objek kurang tepat sebagai tempat pencarian informasi Pembelian oven perlu pemesanan khusus	Mencari invormasi yang lebih valid Melakukan pemesanan sebelumnya	Mencari informasi pada dealer resmi Memesan oven pada dealer pusat
2.	Melakukan Penyuluhan Tanaman Kakao Secara Terpadu	Menyusun proposal	Penyusunan konsep proposal	Perumusan masalah dan rincian dana	Alokasi pengadaan penganggaran terbatas	Menyesuaikan dengan anggaran yang ada	Mencari sumber pendanaan lain
		Memasukkan proposal pada BPP	Tanggapan BPP	Proposal ditolak karena biaya dan lokasi penyuluhan	Biaya dan lokasi penyuluhan yang jauh	Biaya dan transportasi ditanggung perusahaan	Mengontrak penyuluh dari luar
		Pelaksanaan penyuluhan	Model pelaksanaan penyuluhan	Mengumpulkan petani dan karyawan bagian produksi	Waktu penyuluhan yang dapat mengganggu kerja petani dan karyawan	Menyediakan waktu khusus sebelum musim panen	Menyediakan tempat yang mudah dijangkau petani dan karyawan

BAGIAN SEMBILAN
RANCANGAN USAHA

Pembangunan pertanian yang digalakkan diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 1991).

Dewasa ini sektor pertanian khususnya agribisnis semakin banyak diminati karena merupakan sektor yang tidak pernah surut dari pasar. Terlebih lagi setelah terjadi krisis ekonomi, produk pertanian semakin unggul dimasyarakat dan semakin banyak yang memulai usahanya dengan mengandalkan komoditi pertanian

Dari berbagai macam komoditi, kakao merupakan pangsa pasar tersendiri dan sangat baik untuk diusahakan ketersediaannya cukup mudah diperoleh dan bernilai ekonomis tiinggi.

Salah satu bidang usaha yang prospeknya cerah adalah usaha yang bergerak dibidang pemasaran biji kakao. Usaha ini dapat menjadi pemasok bagi perusahaan eksportir yang membutuhkan biji kakao sebagai bahan baku, dengan kata lain usaha ini akan menjadi salah satu pedagang pengumpul biji kakao.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis memilih rancangan usaha yakni usaha pemasaran biji kakao yang diberi nama CV. Bunga Coklat, dimana penulis selaku Manajer dan daerah perusahaan berada di Luwu Utara sebagai pusat kegiatan sedangkan kantornya berada di Malili.

Adapun visi perusahaan adalah perusahaan mampu memenuhi permintaan konsumen akan biji kakao yang berkualitas tinggi, sedangkan misi perusahaan yaitu perusahaan mampu membeli semua hasil bumi berupa biji kakao dari petani kakao disekitar lokasi perusahaan.

9.1. Aspek Pemasaran.

9.1.1 Studi Pasar

Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana perorangan atau kelompok memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Kotler, 1993).

Sebelum melakukan usaha terlebih dahulu dilakukan pencarian informasi mengenai perusahaan yang memerlukan bahan baku biji kakao dan tempatnya, serta kualitas biji kakao yang dinginkan pelanggan.

9.1.2 Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran diutamakan untuk pedagang eksportir yang ada di Makassar, ini dilakukan karena ditempat tersebut banyak pedagang eksportir biji kakao jika dibandingkan dengan wilayah lainnya.

9.1.3 Perkiraan Permintaan (Demand)

Permintaan merupakan besarnya jumlah yang diinginkan dan dapat dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga. Permintaan merupakan hubungan langsung antara harga dengan jumlah barang yang diinginkan.

Demikian pula halnya dengan permintaan biji kakao, tidaklah terbatas dalam artian perusahaan yang menjadi pelanggan akan membeli berapapun yang dijual asalkan sesuai dengan syarat biji kakao yang diinginkan.

9.1.4 Perkiraan Penawaran (Supplay)

Penawaran merupakan besarnya barang yang diinginkan dan dapat ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga. Penawaran juga berhubungan langsung dengan harga dan jumlah barang yang dimiliki.

Untuk penawaran biji kakao, perusahaan terus mencari pelanggan baru untuk memperbesar produksi. Penawaran diberbagai peruisahaan tentunya menghadapi kendala dan beberapa pesaing. Untuk itu yang terpenting adalah menyajikan mutu biji kakao yang terbaik dan sesuai dengan standar yang diinginkan pelanggan.

9.1.5 Pesaing.

Pesaing pada kegiatan ini cukup banyak karena beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang pengumpulan biji kakao, tetapi dengan kualitas bahan baku atau biji kakao yang dimiliki perusahaan akan menjadikan perusahaan tersebut tetap diminati pelanggan.

9.1.6. Strategi Pemasaran.

Pemasaran merupakan proses pengaliran barang dari produsen ke konsumen baik dengan ataupun tanpa perantara/lembaga tataniaga. Dalam hal ini CV. Bunga Coklat berperan sebagai pemasok/distributor dalam proses penyaluran biji kakao ke perusahaan ekspor.

Program pemasaran menyangkut strategi-strategi pemasaran meliputi bauran pemasaran yaitu Produk, harga, distribusi, promosi.

a. Strategi Produk

Produk yang dihasilkan berupa biji kakao yang sudah kering berwarna coklat. Biji kakao tersebut dimasukkan kedalam karung goni seberat 80 - 90 Kg. Sebelum dikarungkan, biji kakao yang diperoleh dari petani terlebih dahulu diperiksa, lalu dibersihkan dan diperbaiki kadar airnya sampai sesuai dengan yang dinginkan pelanggan.

b. Harga.

Strategi harga yang diterapkan oleh perusahaan adalah mengikuti trend harga yang dikeluarkan oleh pedagang eksportir yang harganya tentu bersaing dengan standar biji kakao yang dijual.

c. Strategi Distribusi

Pendistribusian biji kakao dilakukan sangat ringkas yakni perusahaan langsung mengantar produk (biji kakao) ke pelanggan atau kepada perusahan ekspor biji kakao yang memesan.

d. Strategi Promosi

Bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu menghubungi langsung pedagang eksportir dengan membawa sampel biji kakao yang dijual.

9.2 Aspek Produksi

Aspek produksi yang ada dalam perusahaan ini meliputi pengadaan bahan baku dan proses produksi.

- **Proses Pengadaan bahan baku**

Proses pengadaan bahan baku pada awalnya dilakukan dengan mendatangi petani kakao yang tersebar di disekitar perusahaan kemudian menjalin kerjasama dengan membeli kakao yang mereka hasilkan dan memberitahu syarat-syarat yang harus diperhatikan dalam penanganan pasca panen biji kakao selanjutnya untuk pembelian berikutnya petani mengantar langsung ke lokasi perusahaan.

- **Proses Produksi**

Proses Produksi yang dilakukan CV. Bunga Coklat dilakukan dengan cara memperbaiki kadar air (pengeringan) dan pengarungan yakni dimasukkan kedalam karung yang dapat menampung 80 sampai 90 Kg biji-kakao. Selanjutnya siap dijual dan diantar kepelanggan yang memesan.

9.3 Sumberdaya Perusahaan

- **Sumberdaya lahan dan bangunan**

Lahan yang dimiliki oleh perusahaan seluas 200 meter persegi, dan bangunan tempat usaha seluas 100 meter persegi, dimana lahan dan bangunan ini merupakan tempat tinggal sekaligus tempat usaha dan mempunyai nilai sebesar Rp 40.000.000,-.

➢ **Sumberdaya Peralatan**

Peralatan yang dipergunakan yaitu timbangan, tester, pipa sampel, dan peralatan lainnya. Untuk lebih jelasnya jenis, jumlah dan nilai penyusutan peralatan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 17. Jenis, Jumlah dan Nilai Penyusutan Peralatan pada CV. Bunga Coklat, Kecamatan Malili, Luwu Utara, 2001.

No	Jenis Peralatan	Jumlah (Unit)	Nilai Awal (Rp/unit)	Nilai Akhir (Rp/unit)	Umur (thn)	Nilai penyusutan
1	Timbangan	1	500.000	300.000	2	100.000
2	Terpal	5	50.000	20.000	1	100.000
3	Meja kantor	2	250.000	200.000	2	50.000
4	Kursi	2	50.000	40.000	2	10.000
5	Tampi/Nyiru	5	3500	3.000	2	1250
6	Jarum Jahit karung	2	5000	4.500	2	1250
	Total					260.2500

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa besarnya nilai penyusutan adalah Rp 260.2500 ,- pertahun.

➢ Sumberdaya Manusia

Jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan adalah sebanyak 5 orang yakni seorang manajer, 2 orang pengadaan bahan baku dan 2 orang bagian pemasaran dan untuk bagian produksi seluruhnya ikut serta dalam proses produksi.

➢ Sumberdaya Finansial

Sumberdaya finansial yang dimiliki perusahaan yaitu harta tetap senilai Rp 40.570.000,- dan harta lancar Rp 20.000.000,-.

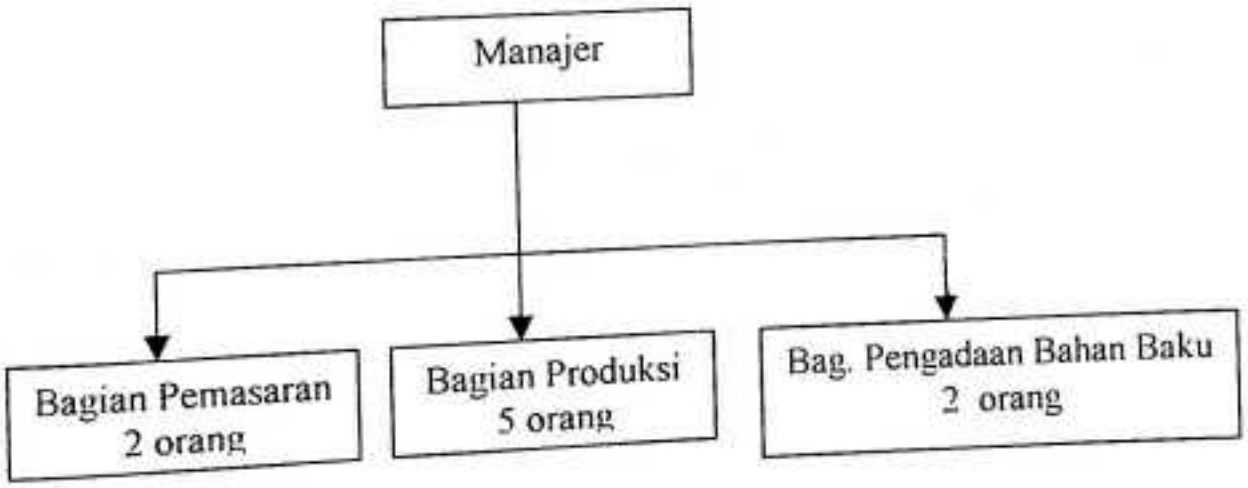
- Aspek Oraganisasi dan Manajemen

Kedua aspek ini sangat penting dalam pembentukan sebuah perusahaan, dimana pada aspek organisasi akan dibahas mengenai struktur organisasi perusahaan sedangkan aspek manajemen akan membahas mengenai masalah fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

A. Organisasi.

Dalam menjalankan usaha ekspor kakao, kedudukan pemilik sekaligus manajer juga sebagai pengawas jalannya pelaksanaan kegiatan. Tenaga kerja yang digunakan berasal dari keluarga.

Adapun struktur organisasi CV. Bunga Coklat dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 9. Struktur Organisasi CV. Bunga Coklat, 2001

B. Manajemen.

C.V. Bunga Coklat dalam menjalankan usahanya sangatlah memperhatikan penerapan fungsi manajemen. Manajer senantiasa mengontrol dan memberi pengarahan kepada Kepala Bagian dan karyawan lainnya dalam menjalankan usahanya. Pengawasan dilakukan setiap proses produksi dan proses pemasaran dan manajer bagian tersebut juga bertnggungjawab penuh kepada karyawan sehingga karyawan merasa nyaman dalam bekerja.

Manajer terbuka membicarakan masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan sehingga bila ada ide-ide atau saran yang cocok untuk pengembangan perusahaan maka seringkali diterima. Karena struktur organisasi yang terkoordinir dengan baik maka antara karyawan tidak ada rasa ketidakpuasan antara yang satu dengan lainnya sehingga dalam bekerja selalu kompak dan saling membantu.

Keadaan organisasi dan manajemen inilah yang membuat CV. Bunga Coklat tetap eksis dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

9.4 Analisis Biaya

Biaya tetap yaitu biaya yang tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang dihasilkan. Adapun analisis biaya tetap pada usaha ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 18. Jenis dan Jumlah Biaya Tetap yang Dikeluarkan dalam Sebulan pada CV. Bunga Coklat, 2001.

No	Jenis Biaya	Nilai (Rp)
1	Gaji tenaga kerja (5 orang)	5.000.000
2	Rekening listrik	40.000
3	Rekening telepon	200.000
4	Rekening air	30.000
5	Penyusutan alat	262.500
6	Biaya administrasi	100.000
	JUMLAH	5.632.500,-

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa besarnya biaya tetap yang dikeluarkan oleh CV. Bunga Coklat adalah sebesar Rp 5.632.500,-.

Sedangkan mengenai biaya variabel yang dikeluarkan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 19. Jenis dan Jumlah Biaya Variabel yang Dikeluatkan CV. Bunga Coklat dalam Sebulan pada Usaha Pembelian Biji Kakao, 2001.

No	Jenis Biaya	Jumlah	Harga	Nilai (Rp)
1.	Biji kakao	8.000 kg	7.500	60.000.000,-
2	Karung	800 lbr	2.000	1.600.000,-
3	Tali rapiah	10 kg	5.000	50.000,-
	JUMLAH			61.650.000,-

Berdasarkan tabel diatas, jumlah biaya variabel yang dikeluarkan CV. Bunga Coklat selama sebulan sebanyak Rp 61.650.000,-.

9.5 Analisis Biaya dan Pendapatan

Analisis biaya dan pendapatan merupakan analisis yang memperhitungkan besarnya pendapatan yang dapat diterima setelah dikurangi dengan biaya tetap dan biaya variabel.

Adapun besarnya pendapatan yang diperoleh CV. Bunga Coklatuntuk bulan pertama dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 20. Analisis Pendapatan pada Usaha CV. Bunga Coklat, 2001.

No	Uraian	Jumlah	Harga (Rp)	Nilai (Rp)
1	Hasil Penjualan	8.000 kg	10.000	80.000.000,-
2	Biaya Tetap			5.632.500
3	Biaya Variabel			61.650.000
4	Pendapatan kotor			12.717.500
4	Pajak (10 %)			1.271.750
6	Pendapatan bersih			11.445.750

Berdasarkankan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa besarnya pendapatan bersih yang diperoleh CV. Bunga Coklat pada bulan pertama sebesar Rp 11.445.750,-

9.6 Aspek Dampak Lingkungan

Dampak positif yang ditimbulkan dari berdirinya usaha PT. Bunga Coklat ini adalah memudahkan pedagang pengumpul memasarkan biji kakaonya disatu sisi dan Perusahaan Manufaktur yang bahan bakunya biji kakao disisi lain untuk mendapatkan biji kakao yang berkualitas. Selain itu membantu pemerintah dalam membuka lapangan kerja baru serta pendapatan pemerintah meningkat dalam hal pendapatan devisa dari pajak.

Dampak negatifnya berupa limbah yaitu kotoran-kotoran yang terikut dapat langsung dibakar atau ditimbun yang tidak dapat dimanfaatkan lagi karena tidak akan membahayakan lingkungan.

EPILOG

Pelajaran-Pelajaran Penting yang didapat dari Praktek Lapang pada UD.

Puncak Purchu Sebagai Berikut :

1. **Manajemen pemasaran yang baik akan menghasilkan pendapatan yang memuaskan.**

   Keberhasilan suatu usaha yang dijalankan harus didukung dengan manajemen pemasaran yang propesional. Dalam usaha mengelolah pemasaran biji kakao, pihak perusahaan kasus kurang memiliki manajemen pemasaran yang baik sehingga pendapatan usaha rendah.

2. **Keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja dalam pengelolaan biji kakao sebelum dipasarkan merupakan salah satu faktor penentu dalam meningkatkan produksi dan volume penjualan.**

   Keterampilan yang dimiliki seseorang merupakan salah satu modal utama dalam menjalankan salah satu kegiatan usaha. Keterampilan ini tidak selamanya diperoleh dengan mengikuti pendidikan formal akan tetapi dapat diperoleh melalui pengalaman-pengalaman yang telah lalu dan kursus-kursus atau pelatihan yang diikuti lembaga non formal.

3. **Keluarga merupakan asset yang paling utama dalam membangun suatu usaha.**

   Kebersamaan dan jalinan yang baik antara seluruh komponen keluarga akan menjadi kekuatan yang siknifikan dalam menghasilkan usaha, yang akan didikmati oleh seluruh komponen masyarakat yang ada.

4. **Tujuan utama dalam berusaha hendaknya memuaskan keinginan konsumen dan bukan hanya mengejar keuntungan.**

Pada dasarnya orang berusaha ingin mencari keuntungan, namum perlu diperhatikan bahwa keuntungan yang didapatkan itu tidak akan bertambah dan justru akan menurun bila tidak memperhatikan tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini kepercayaan konsumen dalam mengkomsumsi produk yang ditawarkan haruslah dijaga dengan cara memenuhi selera atau keinginannya karena jika tidak maka lambat laun kepercayaan konsumen akan menurun dan pada akhirnya tidak lagi menginginkan produk yang ditawarkan.

5. **Keadaan ekonomi yang sulit merupakan motivasi dan inspirasi menuju kehidupan yang lebih layak.**

Kemiskinan, yang serba kekurangan terutama masalah ekonomi tidaklah membuat kita untuk pasrah menerima apa adanya tetapi merupakan modal dasar untuk berjuang agar tetap eksis dalam menjalani kehidupan yang lebih layak dari keadaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim, 1992. Bahan Informasi. Dinas Perkebunan Sulawesi Selatan

Anonim, 1999. Petunjuk Pelaksanaan Gerakan Peningkatan Produksi Kakao. Dinas Perkebunan Propinsi Dati I Sulawesi Selatan.

Anonim, 1997. Pengwilayahan Komoditi Sebagai Strategi Dasar Pengembangan Wilayah Daerah Propensi Sulawesi Selatan. Biro Pemerintahan Desa, Setwilda Tk. I Sulawesi Selatan.

Anonim, 1998. Sulawesi Selatan Dalam Angka. Biro Pusat Statistik, Makassar.

Ahmad Syamsuddin Suryana, dkk., 1995. Mulai Dengan Usaha Kecil, Merintis Karir Kewirausahaan Anda. PUKTI Hasanuddin University Press, Makassar.

Cahyono, Bambang Tri dan Adi Sugiyo, 1983. Manajemen Industri Kecil. Liberty, Jakarta.

Downey, David.W dan Eriksen Steven. P., 1989. Manajemen Agribisnis. Penerbit Erlangga Jakarta.

Kadarsan, halimah W., 1992. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kepner, Charles. H dan Tragoe Benyamin. B., 1996. Manajer yang Rasional. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip, 1989. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Erlangga Jakarta.

Mubyarto, 1986. Pengantar Ekonomi Pertanian. Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Ekonomi dan Sosial (LP3ES), Yokyakarta.

Muljana, Wahyu., 1982. Bercocok Tanam Coklat. Aneka Ilmu, Yokyakarta.

Simanjuntak, Payaman J., 1985. Pengantar Ekonomi Sumberdaya Manusia. Lembaga Penerbit fakultas Ekonomi UI, Jakarta.

Siregar, H. S., 1997. Budidaya Pemasaran dan Pemasaran Coklat. Penebar Swadaya, Jakarta.

Siswosaputranto, 1980. Prospek pasaran Coklat. Departemen perdagangan, Makassar.

Soekartawi, 1991. Agribisnis : Teori dan Aplikasinya. Rajawali Press, Jakarta.

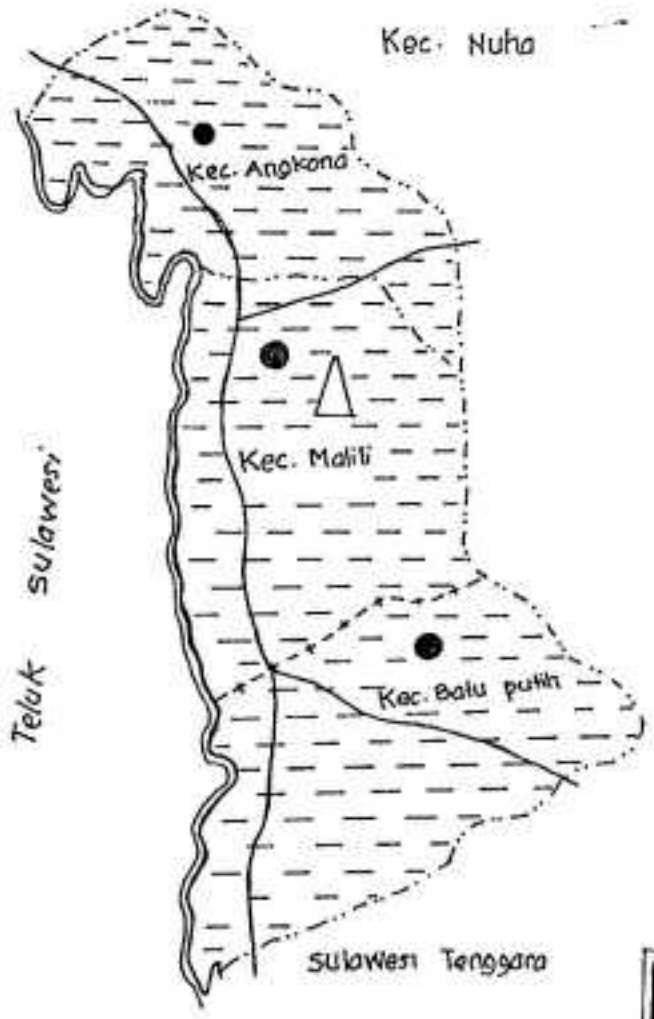
Assauri Sofyan, 1993. Manajemen Produksi dan Operasi. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Spillane, James J., 1995. Komoditi kakao : Peranannya Dalam Perekonomian Indonesia. Kanisius, Yokyakarta.

Sunantu, Hatta., 1995. Coklat : Budidaya, Pengo- han Hasil dan Aspek Ekonominya. Kanisius, Yokyakarta.

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo, 1995. Manajemen pemasaran Modern. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Letak Perusahaan UD Puncak Purehu dan Daerah Pengambilan Bahan Baku/Biji Kakao.

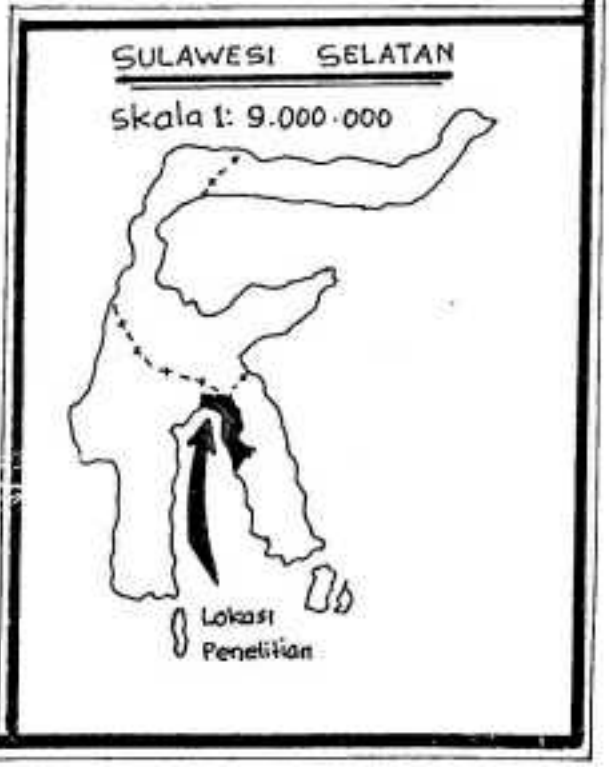




Skala 1 : 50.000

LEGENDA

- Garis Pantai
- Ibukota Kecamatan
- Batas Propinsi
- Batas Kecamatan
- Kantor UD. Puncak Purehu
- Daerah Pengambilan Bahan Baku/Biji Kakao



Lampiran 2. Daftar Nama-Nama Buruh yang Terdapat pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Luwu Utara.

No	Nama Buruh	Jabatan
1	Rambo	Koordinator buruh
2	Umping	Anggota
3	Umar	Sda
4	Luki	Sda
5	Irwanto	Sda
6	Appe	Sda
7	Ilyas	Sda
8	Jamilah	Sda
9	Bondong	Sda
10	Hasiah	Sda
11	Rendi	Sda

Lapiran 3. Uraian Hasil Pembelian Biji Kakao Selama Bulan Juni sampai September pada UD. Puncak Purchu, di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001.

Bulan	Jumlah Biji Kakao Tiap Minggu (KG)				Total Pembelian
	I	II	III	IV	
Juni	8.028	6.806	9.242	8.039	32.115
Juli	9.371	9.350	9.551	9.614	37.885
Agustus	10.572	10.823	10.425	10.598	42.418
September	10.745	10.823	10.343	10.121	46.030
Oktober	10.077	9.190	8.932	10.414	38.613
November	9.529	10.703	10.819	11.763	42.814

Lampiran 4. Matriks Dampak Lingkungan pada UD. Puncak Purehu di Desa Malili, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Utara, 2001.

Dampak	Identifikasi Dampak	Jenis Dampak		Pengelolaan Dampak
		Positif	Negatif	
Dampak Ekologi	Serat-serat biji kakao	-	Limbah padat dari biji kakao berupa serat-serat dan kotoran lainnya dapat menyebabkan lingkungan sekitar perusahaan menjadi kotor sehingga dapat mengundang serangga dating	Untuk serat-serat biji kakao dikumpulkan dalam bak sampah atau karung lalu dibakar
	Biji kakao yang membusuk		Bau asam yang menusuk khusus pada biji yang membusuk karena jamur dapat mengganggu suasana kerja buruh dan karyawan	Biji kakao yang membusuk dikumpul kemudian dibakar atau ditimbun dengan tanah
Dampak Sosial Ekonomi	Membuka lapangan kerja	Dengan adanya perusahaan maka terciptalah lapangan kerja yang dapat menyerap tenaga kerja yang menganggur dan Membantu memperbaiki taraf hidup masyarakat, khususnya keluarga perusahaan dan petani kakao pada umumnya.	-	-

Lampiran 5. Daftar Nama-Nama, Desa dan Tempat Tinggal Pedagang Pengumpul serta Kecamatannya di UD. Puncak Purehu Kecamatan Malili, Luwu Utara.

No	Nama Pedagang Pengumpul	Desa Tempat Tinggal	Kecamatannya
1.	Rusman	Purehu	Batuputih
2.	Leksi	Purehu	Sda
3.	Haeruddin	To'bela	Sda
4.	Pak Marni	Ponggi	Sda
5.	Taang	Ponggi	Sda
6.	Yohanes	Batuputih	Sda
7.	Idris	Batuputih	Sda
8.	Usman	Latowu	Sda
9.	Latang	Lelewawo	Sda
10	Muhardi	Tanggaruru	Sda
11	Pak Manang	Larui	Sda
12	Hatta	Larui	Sda
13	Darlis	Tolala	Sda
14	Hamka	Pungkeru	Malili
15	Hj. Safiah	Laskap	Sda
16	Mas Sutomo	Lakawali	Sda
17	Amir	Cerekang	Sda
18	Herman	Pabeta	Sda
19	H. Sapareng	Angkona	Angkona
20	H. Bunding	Tampinna	Sda

SURAT PERSETUJUAN

Nomor: 15 /J04.2.4/Q/2002

Berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Hasanuddin. Tanggal 4 Juli 2000 Nomor: 6043/J04.PP.08/2000. Tentang Peraturan Akademik Universitas Hasanuddin (Bab VII Pasal 36) dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	**RWELANG**
Nomor Pokok	:	**9311 96019**
Fakultas	:	**PERTANIAN DAN KEHUTANAN**
Jurusan	:	**SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**
Program Studi	:	**AGRIBISNIS**

Telah memenuhi syarat untuk Ujian Sarjana Lengkap [redacted]
Surat izin ujian ini hanya berlaku untuk wisuda *Maret* periode *III (tiga)* sampai tanggal *9 Maret 2002*.

Ujung Pandang **11 Pebruari 2002**

a.n. Rektor Kepala Sub Bagian Registik
Universitas Hasanuddin

Drs. Hamzah Tadjuddin
NIP 130604654

Persetujuan Unhas Nomor: 15 /J04.2.4/Q/2000 Tanggal ...**11 Pebruari 2002**.
Lembaran potongan ini harap dikembalikan ke Bagian Pendidikan Universitas Hasanuddin segera setelah yang bersangkutan dinyatakan "LULUS"

Pada Tanggal:

Nama	:	Jurusan :
Nomor Pokok	:	Prog. Studi :
Tempat/tgl. Lahir	:	Angkatan :
Alamat Lengkap	:	Telp. :

Makassar,

Pembantu Dekan I
u.b. Kasubag Pendidikan.

(_____)
NIP