

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI VIRGIN COCONUT OIL DI DESA MARSAWA KECAMATAN SENTAJO RAYA KABUPATEN KUANTAN SINGINGI (Studi Kasus Pada Usaha Agroindustri VCO Buk Suwastini)

OLEH :

DHIKA WAHYUDI
NPM. 160113015



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANTAN
2020**

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI VIRGIN COCONUT
OIL DI DESA MARSAWA KECAMATAN SENTAJO RAYA
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
(Studi Kasus Pada Usaha Agroindustri VCO Buk Suwastini)**

OLEH :

**DHIKA WAHYUDI
NPM. 160113015**

***Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Program Studi Agribisnis Universitas Islam Kuantan Singingi***

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANTAN
2020
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI
TELUK KUANTAN**

Kami dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini ditulis oleh:

DHIKA WAHYUDI

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI VIRGIN COCONUT
OIL DI DESA MARSAWA KECAMATAN SENTAJO RAYA
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

Diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

MENYETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

MAHRANI, SP., M.Si
NIDN: 1003127801

HARIS SUSANTO, SP., MMA.
NIDN: 1027027601

Tim Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua	H. Mashadi, SP., M.Si.	
Sekretaris	Eldipama Kesambamula, S.Pd., M.Pd.	
Anggota	Meli Sasmi, SP., M.Si.	
Anggota	Jamaludin, SP., MMA.	

MENGETAHUI :

**Dekan
Fakultas Pertanian**

**Ketua
Program Studi Agribisnis**

H. Mashadi, SP., M.Si.
NIDN: 1025087401

Meli Sasmi, SP., M.Si.
NIDN: 1005057406

Tanggal Lulus: 05 September 2020

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI VIRGIN COCONUT
OIL DI DESA MARSAWA KECAMATAN SENTAJO RAYA
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
(Studi Kasus Pada Usaha Agroindustri VCO Buk Suwastini)**

Dhika wahyudi, di bawah Bimbingan
Mahrani dan Haris Susanto
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Islam Kuntan Singingi, Teluk Kuantan 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal, faktor-faktor eksternal serta menganalisis strategi pengembangan usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan di mulai pada bulan Maret sampai bulan Juli Tahun 2020. Penelitian ini dilakukan terhadap pelaku usaha agroindustri VCO Buk Suwastini di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. Hasil penelitian menunjukkan analisis Strategi Pengembangan menunjukkan hasil pada matriks EFE dengan Total skor bobot yang dimiliki oleh usaha agroindustri VCO Buk Suwastini adalah sebesar 3,87 total skor IFE 3,13 dan matriks SWOT menunjukkan posisi strategi berada dalam kuadran I (Growth). Setrategi pengembangan memanfaatkan peluang yang ada dengan dukungan pengalaman serta bahan baku yang tersedia. Dari hasil analisis strategi pengembangan agroindustri VCO Buk Suwastini layak untuk dikembangkan.

Kata Kunci : *Agroindustri VCO, Matrik IFE dan EFE, Strategi Pengembangan.*

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul "Strategi Pengembangan Agroindustri Virgin Coconut Oil Di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi" ini dapat diselesaikan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing I dan II, yaitu Ibu Mahrani, SP., M.Si. dan Bapak Haris Susanto, SP., M.MA. yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini. Seterusnya, ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Dekan Fakultas Pertanian, Seluruh Dosen program studi Agribisnis, para staff tata usaha dan semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sudah berusaha semaksimal mungkin, namun jika terdapat kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca yang berguna untuk kesempurnaan penelitian ini serta semoga bermanfaat bagi kita semua.

Teluk Kuantan, Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Kelapa.....	8
2.2 Produk Olahan Kelapa	9
2.3 VCO (<i>Virgine Coconut Oil</i>)	9
2.4 Agroindustri	11
2.5 Strategi Pengembangan.....	15
2.6 Analisis SWOT	17
2.6.1 Lingkungan Internal	18
2.6.2 Lingkungan Eksternal.....	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	19
2.8 Kerangka Pemikiran.....	21
 BAB III. METODE PENELITIAN	 23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Metode Penentuan Responden	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Analisis Data	24
3.5.1 Metode Analisis Usaha.....	24
3.5.2 Metode Strategi Pengembangan VCO	25
3.5.2.1 Matrik Faktor Strategi Eksternal	25
3.5.2.2 Matrik Faktor Strategi Internal.....	26
3.5.2.3 Diagram Analisis SWOT.....	28
3.5.2.4 Matriks SWOT	30
3.6 Konsep Operasional	30

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	32
4.2 Kependudukan.....	32
4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33
4.2.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencharian	34
4.2.3 Sarana Dan Prasarana	35
4.3 Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha	37
4.3.1 Karakteristik Pengusaha Agroindustri VCO	37
4.3.1.1 Umur Pengusaha	37
4.3.1.2 Lama Pendidikan	38
4.3.1.3 Pengalaman Usaha	40
4.3.1.4 Tanggungan Keluarga	41
4.4 Sejarah Agroindustri VCO	42
4.5 Proses Produksi	43
4.6 Analisis Strategi Pengembangan	44
4.6.1 Internal Factor Evalution <i>IFE</i>	45
4.6.2 Eksternal Factor Evalution <i>EFE</i>	50
4.6.3 Analisis SWOT	53
4.6.4 Matriks SWOT	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal	27
2. Matriks SWOT	30
3. Jumlah Penduduk Desa Marsawa Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2019.....	33
4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Marsawa Tahun 2019.....	34
5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Marsawa Tahun 2019.....	35
6. Sarana dan Prasarana di Desa Marsawa Tahun 2019.....	36
7. Karakteristik Pengusaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi.....	37
8. Matrik IFE Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.....	49
9. Kandungan Minyak VCO (<i>Virgine Coconut Oil</i>).....	51
10. Matrik EFE Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.....	52
11. Matrik SWOT Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Buah Kelapa	8
2. VCO (<i>Virgine Coconut Oil</i>)	10
3. Kerangka Pemikiran	22
4. Diagram Analisis SWOT	29
5. Proses Pembuatan VCO Agroindustri VCO di Desa Marsawa.....	43
6. Diagram Analisis SWOT	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Penilaian Faktor Internal dan Eksternal Agroindustri VCO Buk Suwastini.....	68
2. Olahan Data Internal dan Eksternal Agroindustri VCO Buk Suwastini.....	69
3. Dokumentasi Penelitian.....	70
4. Riwayat Hidup.....	72

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki lahan potensial untuk pertanian. Salah satu komoditas pertanian yang dikembangkan di Indonesia adalah perkebunan kelapa. Permintaan kelapa pun terus meningkat sejalan dengan perkembangan teknologi dalam mengolahnya. Hal tersebut mengakibatkan komoditi kelapa terus dikembangkan dan perkebunannya terus diperluas (Rahardi,1995).

Menurut Hasbi dan Priatna (2004) bahwa pengembangan agribisnis dan agroindustri dapat meningkatkan kesempatan kerja, pengembangan dan penguasaan teknologi, pengolahan hasil pertanian, peningkatan pendapatan petani, dan pengembangan ekonomi kerakyatan dipedesaan.

Pengembangan agroindustri dapat menjadi pilihan yang strategis dalam menanggulangi permasalahan ekonomi dan pengentasan kemiskinan di pedesaan, hal ini disebabkan adanya kemampuan yang tinggi dari sektor agroindustri dalam hal perluasan kesempatan kerja (Yorin, 2009).

Kelapa merupakan salah satu komoditas yang memiliki arti ekonomi, sosial, dan budaya bagi Indonesia yang sampai saat ini belum termanfaatkan secara maksimal. Selain sebagai sumber devisa bagi negara, kelapa juga merupakan tumpuan untuk berjuta-juta petani. Menurut data *Coconut Statistic Yearbook* (2007) di dalam Intan (2000), luas areal kebun kelapa di Indonesia adalah yang terbesar di dunia, yaitu seluas 3,74 juta hektar atau sebesar 31,4% dari luas areal kebun kelapa di dunia. Pada posisi berikutnya berturut-turut adalah Filipina dengan luas areal 3,314 juta hektar (27,7%), India dengan luas 1,886 juta

hektar (15,8%), Srilanka dengan luas 0,337 juta hektar (3,1%). Komoditi perkebunan yang mampu mendukung berdirinya beberapa industri adalah tanaman kelapa (*Cocos nucifera L.*). Kelapa mempunyai daya guna yang luas karena selain sebagai bahan baku industri pangan dan non pangan juga sebagai konsumsi rumah tangga. Pendayagunaan kelapa tidak hanya sebagai minyak goreng tetapi ada beberapa produk olahan kelapa lain yang menjadi mata dagang dipasar internasional antara lain, kelapa parut, santan segar, arang tempurung, gula kelapa dan minyak kelapa murni atau yang dikenal dengan sebutan VCO (*Virgine Coconut Oil*).

Minyak kelapa murni atau lebih dikenal dengan VCO merupakan modifikasi proses pembuatan minyak kelapa sehingga dihasilkan produk dengan kadar air dan kadar asam lemak bebas yang rendah, berwarna bening, berbau harum, serta mempunyai daya simpan yang cukup lama yaitu lebih dari 12 bulan. Pembuatan minyak kelapa murni ini memiliki banyak keunggulan yaitu tidak membutuhkan biaya yang mahal karena bahan baku mudah didapat, pengolahan yang sederhana dan tidak terlalu rumit, serta penggunaan energi yang minimal karena tidak menggunakan bahan bakar sehingga kandungan kimia dan nutrisinya tetap terjaga terutama asam lemak dalam minyak. Jika dibandingkan dengan minyak kelapa biasa atau sering disebut dengan minyak goreng (minyak kelapa kopra) minyak kelapa murni mempunyai kualitas yang lebih baik.

Minyak kelapa kopra akan berwarna kuning kecoklatan, berbau tidak harum dan mudah tengik sehingga daya simpannya tidak bertahan lama (kurang dari dua bulan). Dari segi ekonomi minyak kelapa murni mempunyai harga jual

yang lebih tinggi dibanding minyak kelapa kopra sehingga studi pembuatan VCO perlu dikembangkan (Anonim, 2009).

Kabupaten Kuantan Singingi memiliki luas areal perkebunan kelapa 2.761 Ribu Hektar ini termasuk peluang bagi usaha VCO untuk meningkatkan produksi dan nilai tambah. Kabupaten Kuantan Singingi yang terletak di Selatan Provinsi Riau yang memiliki perkembangan Agroindustri yang cukup tinggi dengan memanfaatkan bahan baku pertanian dalam kegiatan pengolahan. Salah satu kegiatan Agroindustri di Kabupaten Kuantan Singingi adalah industri pengolahan kelapa menjadi minyak kelapa murni atau VCO. Agroindustri VCO berkembang di Kabupaten Kuantan Singingi saat ini memiliki prospek yang menjanjikan.

Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi merupakan satu satunya pengembangan Agroindustri VCO yang berada di Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. Agroindustri VCO yang akan dijadikan tempat penelitian ini yaitu Agroindustri VCO Buk Suwastini dengan jumlah bahan baku 100 butir kelapa per bulan mampu memproduksi 16 botol ukuran 250ml. Jika menggunakan ukuran botol 100ml mampu memproduksi sebanyak 30 botol. Kondisi dan permasalahan pada industri kecil dan menengah minyak kelapa, tidak terlepas dari kondisi dan permasalahan yang terdapat pada perkebunan kelapa rakyat sebagai pemasok bahan baku. Ciri-ciri perkebunan rakyat seperti luas lahan garapan relatif sempit, hasil produksinya sedikit maka membuat pendapatan petani menjadi sangat rendah. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa adalah dengan meningkatkan nilai tambah dari produk yang selama ini dijual oleh petani dalam bentuk kelapa

butiran. Tingkat harga minyak kelapa yang lebih tinggi dari produk kelapa butiran akan menghasilkan tambahan penghasilan sehingga akan meningkatkan kesejahteraan petani itu sendiri. Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Pada usaha Agroindustri VCO Buk Suwastini yang ada di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Tergolong industri skala Kecil/ rumah Tangga.

Permasalahan produksi yang dihadapi oleh industri kecil minyak kelapa adalah harga bahan baku daging kelapa segar yang cukup fluktuatif. Pada saat harga daging kelapa segar naik, maka harga minyak kelapa menjadi naik. Persaingan usaha menjadi semakin ketat dengan perusahaan penghasil minyak skala besar. Dengan demikian, sekalipun ketersediaan bahan baku tidak menjadi masalah dalam industri pengolahan minyak kelapa, namun masalah yang timbul lebih disebabkan oleh fluktuasi harga bahan baku. Fluktuasi harga daging kelapa segar terjadi karena petani kelapa cenderung menjual kelapa butiran ke pasar terutama pada hari-hari besar yang harganya lebih tinggi.

Selain itu juga tingkat produktivitas kelapa masyarakat atau petani masih rendah. serta belum ada pengusaha kelapa dijumlah yang luas (Perkebunan). Selain itu, juga tidak ada bantuan dari pemerintah kepada petani kelapa terutama dalam hal pembangunan pabrik mini biodiesel, bantuan mesin VCO dan minyak kelapa, bantuan bibit kelapa dan sebagainya. Sehingga, bahan baku dalam pengolahan VCO yang dekat dengan industri karena tersedia, akan mempengaruhi biaya produksi VCO.

Oleh karena itu, diperlukan strategi-strategi dalam upaya pengembangan usaha sehingga meningkatkan pengalaman petani. Menurut Damanik (2007) untuk meningkatkan pendapatan petani harus dilakukan strategi pengembangan sistem agribisnis yang efisien dan terintegrasi pada subsistem agribisnis diantaranya: strategi pada subsistem hulu, strategi pada subsistem produksi, strategi pada subsistem pengolahan hasil, strategi pada subsistem pemasaran kelapa, strategi pada subsistem kelembagaan petani.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas dan mengetahui lebih lanjut mengenai setrategi pengembangan usaha agroindustri VCO dengan judul “ Strategi Pengembangan Agroindustri Virgin Coconut Oil di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi ”.

1.2 Rumusan Masalah

Usaha Agroindustri VCO yang ada di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya telah berjalan dengan baik, juga mengalami beberapa permasalahan selain kurangnya promosi dan pendistribusian produk oleh pengusaha VCO yang menyebabkan pemasarannya menjadi terbatas, pengembangan juga terhambat kurangnya modal, manajemen usaha kurang maksimal serta usaha yang masih kurang berkembang. Maka dari itu diperlukan usaha pengembangan agroindustri VCO dengan penetapan strategi pengembangan melalui perencanaan yang strategis.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana faktor internal yang mempengaruhi pengembangan usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi?
2. Bagaimana faktor Eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya `Kabupaten Kuantan Singingi?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui nilai faktor-faktor internal yang mempengaruhi pengembangan usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.
2. Untuk mengetahui nilai faktor-faktor Eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.
3. Menganalisis strategi pengembangan usaha Agroindutri VCO di Desa Marsawa kecamatan Sentajo Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan yang dapat memberikan gambaran kepada pemerintah tentang kondisi usaha pengolahan VCO di Desa Marsawa serta strategi pengembangannya.
2. Sebagai bahan tinjauan bagi pembuat kebijakan pengembangan agroindustri.
3. Membantu pengusaha mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan agroindustri VCO.

1.5 Ruang Lingkup

Fokus penelitian adalah pada usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ditekankan pada menganalisis strategi pengembangan agroindustri VCO dengan menggunakan metode analisis SWOT.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelapa

Kelapa (*Cocos nucifera L*) merupakan salah satu hasil pertanian Indonesia yang cukup potensial. Hampir semua bagian dari tanaman tersebut dapat dimanfaatkan. Banyak kegunaan yang dapat diperoleh dari kelapa dan salah satu cara untuk memanfaatkan buah kelapa adalah mengolahnya menjadi minyak makan atau minyak goreng. Produk kelapa yang paling berharga adalah minyak kelapa, yang dapat diperoleh dari daging buah kelapa segar atau dari kopra (Suhardiyono, 1995).

Kelapa (*coconut*) dikenal dengan berbagai sebutan seperti Nux indica, al djanz al kindi, ganz-ganz, nargil, narle, tenga, temuai dan pohon kehidupan. Buah kelapa (*Cocos nucifera*) termasuk (*famili palmae*) dari (*genus cocos*). Pohon kelapa mempunyai tinggi rata-rata 12,3 meter dan sejak ditanam sampai berbuah hingga siap dipetik pohon kelapa membutuhkan waktu 12 bulan (Suhardiyono, 1993). Adapun gambar buah kelapa dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Buah Kelapa

Pada dasarnya dikenal dua varietas kelapa, yaitu varietas Nana yang umum disebut kelapa genjah dan varietas *Typica* yang umum disebut kelapa dalam. Kelapa genjah berdasarkan sifatnya dibagi 5 yaitu : Kelapa gading, kelapa raja, kelapa puyuh, kelapa raja malabr, kelapa hias. Kelapa dalam berdasarkan sifatnya dibagi 6 yaitu: Kelapa hijau, kelapa merah, kelapa manis, kelapa bali, kelapa kopyor, kelapa lilin (Wahyuni,Mita, Ir., 2000).

2.2 Produk Olahan Kelapa

Pengambilan minyak mentah dari daging kelapa atau VCO yang memiliki kualitas bagus, bening warnanya, hampir seperti air sangat bagus untuk dikembangkan menjadi usaha rumahan untuk mendongkrak nilai perekonomian masyarakat dan meningkatkan nilai keekonomian kelapa. Adapun produk VCO ini harus diproses dan dikemas dalam kondisi higienis di tempat yang dilisensikan sesuai dengan peraturan kesehatan masyarakat yang saat ini diberlakukan di Indonesia.

Packaging and labelling/ Kemasan dan pelabelan Setiap paket diberi tanda untuk memberikan informasi berikut:

Nama produk "Virgin Coconut Oil", nama merek atau nama dagang, isi nett, identifikasi, nama dan alamat pabrik dan / atau pengemas, atau distributor, produk dari indonesia, tanggal produksi, baik sebelum, bahan dan nilai gizi.

2.3 VCO (*Virgin Coconut Oil*)

Minyak VCO (*Virgin Coconut Oil*) yang baik adalah yang murni atau Bukan minyak olahan. VCO diekstrak dari kelapa yang masih segar tanpa menggunakan tambahan bahan kimia dan tanpa suhu tinggi. Hal ini bertujuan agar kandungan alaminya seperti senyawa phenolic, tidak rusak. Oleh karena itu,

minyak kelapa murni berpotensi sebagai antioksidan. Selain itu, senyawa dalam minyak kelapa seperti laurat, kaprilat dan kaprat dapat menjadi penunjang pertumbuhan prebiotik. Kandungan yang terdapat pada minyak VCO Terdiri dari: Kaprilat, kaprat, laurat, miristat, palmitat, stearat, oleat, linoleat, linolenat.



Gambar 2. (VCO) *Virgin coconut oil*.

Belakangan ini, pemanfaatan daging buah kelapa menjadi lebih variatif. *Virgin coconut oil (VCO)* merupakan bentuk olahan daging kelapa yang baru-baru ini banyak diproduksi. Di beberapa daerah, (VCO) lebih terkenal dengan nama minyak perawan, minyak sara, atau minyak kelapa murni (Setiaji dan Prayugo, 2006). Pada pengolahan minyak kelapa biasa atau minyak goreng secara tradisional dihasilkan minyak kelapa bermutu kurang baik. Hal tersebut ditandai dengan adanya kadar air dan asam lemak bebas yang cukup tinggi di dalam minyak kelapa. Bahkan warnanya agak kecokelatan sehingga cepat menjadi tengik.

Daya simpannya pun tidak lama, hanya sekitar dua bulan saja. Oleh karena itu, dilakukan serangkaian pengujian untuk memperbaiki teknik pengolahan minyak kelapa tersebut sehingga diperoleh minyak kelapa dengan mutu yang lebih baik dari cara sebelumnya. Minyak kelapa yang dihasilkan

memiliki kadar air dan kadar asam lemak bebas yang rendah, berwarna bening, serta berbau harum. Daya simpannya pun menjadi lebih lama, bisa lebih dari dua belas bulan (Rindengan dan Novarianto, 2004).

2.4 Agroindustri

Subsistem agroindustri merupakan subsistem yang mempergunakan hasil produksi usahatani sebagai bahan baku untuk dijadikan produk setengah dan produk jadi siap konsumsi. Subsistem agroindustri yang berkaitan ke belakang disebut agroindustri Hulu (*Up stream*) seperti industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat, vaksin ternak dan ikan) dan kaitan ke depan disebut agroindustri hilir (*Down stream*) seperti industri makanan dan minuman, industri barang-barang serat alam, industri farmasi, industri bio-energi, pulp dan paper (Soekartawi, 2000).

Subsistem pengolahan mampu meningkatkan pendapatan pada pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri yang lain (Soekartawi, 1995). Sedangkan Saefuddin dan Hanafiah (1986) menyatakan bahwa manfaat dari pengolahan adalah memberikan nilai tambah kepada produk pertanian. Dalam artian yang lebih luas, pengolahan dapat meningkat kualitas hasil, keterampilan dan pendapatan petani.

Menurut Soekartawi (2000) definisi agroindustri di bagi dalam dua hal yaitu: (1) Agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dengan menekankan pada manajemen pengolahan makanan dalam suatu perusahaan produk olahan dimana minimal 20 persen dari jumlah bahan baku

yang digunakan adalah pertanian, (2) Agroindustri adalah sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian sebelum mencapai tahapan pembangunan industri.

Selanjutnya, Soekartawi (2001) mendefinisikan agroindustri sebagai pengolah bahan baku yang bersumber dari tanaman atau hewan. Dengan kata lain pengolahan adalah suatu operasi atau rangkaian operasi terhadap suatu bahan mentah untuk diubah bentuknya dan atau komposisinya. Ciri-ciri agroindustri berkelanjutan: (1) Produktivitas dan keuntungan dapat dipertahankan atau ditingkatkan dalam waktu yang relatif lama sehingga memenuhi kebutuhan manusia pada masa sekarang atau masa mendatang (2) sumber daya alam khususnya sumberdaya pertanian yang menghasilkan bahan baku agroindustri dapat dipelihara dengan baik bahkan dapat ditingkatkan, karena keberlanjutan agroindustri sangat tergantung dari tersedianya bahan baku, (3) dampak negatif dari adanya pemanfaatan sumberdaya alam dan adanya agroindustri dapat diminimalkan (Soekartawi, 2001).

Menurut Saragih (1992) agroindustri dapat dijadikan sebagai salah satu sektor yang memimpin dalam pembangunan jangka panjang tahap kedua. Selanjutnya diungkapkan juga beberapa kegiatan agroindustri yang meliputi: (1) Industri pengolahan hasil pertanian dalam bentuk setengah jadi dan produk akhir, (2) Industri penanganan hasil produksi pertanian segar, (3) Industri pengadaan sarana produksi pertanian seperti pupuk, pestisida, bibit, dan benih, (4) Industri pengadaan alat-alat pertanian.

Agroindustri merupakan suatu bentuk kegiatan atau aktifitas yang mengolah bahan baku yang berasal dari tanaman maupun hewan. Soekartawi (2000), mendefenisikan agroindustri dalam dua hal, yaitu pertama agroindustri

sebagai industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dan yang kedua, agroindustri sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan industri.

Menurut Badan Pusat Statistik (2007), industri pengolahan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya

Soekartawi (2000) juga menyebutkan bahwa agroindustri memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan pertanian. Hal ini dapat dilihat dari kontribusinya dalam hal meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, menyerap tenaga kerja, meningkatkan perolehan devisa, dan mendorong tumbuhnya industri lain.

Agroindustri adalah salah satu cabang industri yang mempunyai kaitan kebelakang (industri hulu) dan kaitan kedepan (industri hilir) yang mempunyai hubungan erat dan kaitan langsung dengan pertanian. Kaitan dengan industri hulu merupakan syarat awal dari pembudidayaan pertanian. Sedangkan kaitan dengan industri hilir, berkaitan dengan penanganan dan pengolahan hasil pertanian yang dibagi atas: 1) penanganan tanpa mengubah struktur asli, penyimpanan, pengawetan dan pembersihan, 2) pengolahan segera setelah produk dipanen, 3) pengolahan lebih lanjut dari produk pertanian tanpa mengubah sifatnya disebut (*processing*) dan dengan mengubah sifat aslinya (*manufacturing*). Dengan demikian untuk pembangunan agroindustri, sektor pertanian dan sektor industri hulu dilihat sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan (Yasin, 2003).

Menurut Soekartawi (1999), ada banyak manfaat dari sebuah proses pengolahan komoditi pertanian, dan hal tersebut menjadi penting karena pertimbangan sebagai berikut:

1. Meningkatkan nilai tambah

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengolahan yang baik oleh produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang diproses. Tetapi kebanyakan petani langsung menjual hasil pertaniannya karena ingin mendapat uang kontan yang cepat. Karena itu penanganan pasca panen tidak diperhatikan sehingga tidak diperoleh nilai tambah oleh petani, bahkan nilai hasil pertanian itu sendiri menjadi rendah. Sedangkan bagi pengrajin ini menjadi kegiatan utama, karena dengan pengolahan yang baik maka nilai tambah barang pertanian meningkat sehingga mampu menerobos pasar, baik pasar domestic maupun pasar luar negri.

2. Kualitas Hasil

Salah satu tujuan dari hasil pertanian adalah meningkatkan kualitas. Dengan kualitas yang lebih baik, maka nilai barang menjadi lebih tinggi dan kebutuhan konsumen menjadi terpenuhi. Perbedaan kualitas bukan saja menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.

3. Penyerapan Tenaga Kerja

Bila pengolahan hasil dilakukan, maka banyak tenaga kerja yang diserap. Komoditas pertanian tentu kadang-kadang justru menuntut jumlah tenaga kerja yang relative besar pada kegiatan pengolahan.

4. Meningkatkan Keterampilan

Dengan keterampilan mengolah hasil, maka akan terjadi peningkatan keterampilan secara kualitatif sehingga pada akhirnya juga akan memperoleh hasil penerimaan usaha tani yang lebih besar.

5. Peningkatan Pendapatan

Konsekuensi logis dari proses pengolahan yang lebih baik akan menyebabkan total penerimaan yang lebih tinggi. Bila keadaan memungkinkan, maka sebaiknya petani mengolah sendiri hasil pertaniannya ini untuk mendapatkan kualitas hasil penerimaan atau total keuntungan yang lebih besar. Dari proses pengolahan komoditas pertanian akan diperoleh nilai tambah. Pengertian nilai tambah (*value added*) adalah pertambahan nilai suatu produk atau komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan, ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja (Hayami et al, 1987).

2.5 Strategi Pengembangan

Menurut Rangkuti (2004), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya dalam semua area bisnis. Kekuatan dan kelemahan internal, digabungkan dengan peluang dan ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas menjadi dasar untuk menetapkan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Menurut David (2006), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Perumusan strategi mencakup indentifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternative dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan salah satu dari aspek utama manajemen strategi adalah bahwa lembaga perlu merumuskan berbagai strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal dan menghindari atau meminimalkan dampak ancaman eksternal (David, 2004).

Menurut Tjipto (1997) strategi dapat dilihat dari dua pespektif. Perspektif pertama, strategi adalah apa yang ingin dilakukan (*intends to do*), program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Hal ini bermakna bahwa manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Perspektif kedua, strategi merupakan apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*), artinya pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.

Manajemen strategi didefenisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi

yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan. Manajemen strategi berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksplotasi dan menciptakan peluang baru dan berbeda untuk masa mendatang, perencanaan jangka panjang, sebaliknya, mencoba untuk mengoptimalkan kecenderungan sekarang untuk masa datang (David, 2006).

Adapun alat bantu analisis untuk merumuskan pada strategi pengembangan adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan matriks QSP (QSPM). Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT.

2.6 Analisis SWOT

Untuk menerapkan perencanaan strategis untuk pengembangan usaha memerlukan analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti (2006), dengan melakukan analisis SWOT diharapkan dapat diperoleh perumusan alternatif strategi yang tepat bagi perusahaan guna mengatasi adanya kesenjangan antara peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang ada dalam pengembangan usaha.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Dalam pengembangan usaha tidak lepas dari faktor internal dan faktor eksternal. SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) yang dihadapi oleh petani dalam mengembangkan usaha. Analisis SWOT membandingkan antara kedua faktor tersebut. Langkah-langkah

penyusunan analisis SWOT pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (Freddy Rangkuti 2004)

- a. Analisis faktor internal adalah merupakan kondisi internal pengrajin secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi keberhasilan dalam pengembangan usaha sehingga tercapainya tujuan.
- b. Analisis faktor eksternal adalah merupakan kondisi dari luar usaha yang secara langsung maupun tidak langsung yang mempengaruhi dalam pengembangan usaha dalam mencapai tujuan. Apabila kondisi eksternal menjadi pendorong keberhasilan dalam pengembangan usaha maka merupakan peluang. Apabila kondisi eksternal menjadi penghambat keberhasilan dalam pengembangan usaha agroindustri maka itu merupakan ancaman.
- c. Pembobotan adalah merupakan nilai bobot yang diberikan pada setiap indikator yang dikaji dalam SWOT mempunyai tingkatan strategis yang berpengaruh langsung pada keberhasilan dalam pengembangan usaha agroindustri.

2.6.1 Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah semua sumber daya manusia dan fisik yang mempengaruhi organisasi. Pihak yang berkepentingan internal yaitu organisasi itu sendiri dalam suatu organisasi yang mempengaruhi manajemen, karyawan, dan budaya organisasi.

Menurut (David, 2009) analisis lingkungan internal lebih mengarah pada analisis intern perusahaan dalam menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap divisi keuangan dan akuntansi pemasaran, riset dan pengembangan, personalia serta operasional.

2.6.2 Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal atau lingkungan yang berada di luar organisasi saling mempertukarkan sumber dayanya dengan organisasi tersebut dan tergantung satu sama lain. Organisasi mendapatkan input (bahan baku, uang, tenaga kerja) dari lingkungan eksternal, kemudian ditransformasikan menjadi produk dan jasa sebagai output bagi lingkungan eksternal. Definisi lingkungan eksternal adalah sebagai berikut:

- a) Lingkungan eksternal adalah semua kejadian di luar perusahaan yang memiliki potensi untuk mempengaruhi perusahaan (Williams, 2001).
- b) Lingkungan eksternal terdiri dari unsur-unsur di luar perusahaan yang sebagian besar tak dapat dikendalikan dan berpengaruh dalam pembuatan keputusan oleh manajer (Handoko, 1999).
- c) Lingkungan eksternal terdiri atas unsur-unsur yang berada di luar suatu organisasi, yang relevan pada kegiatan organisasi itu (Stoner, 1996).

2.7 Penelitian Terdahulu

Khairul (2015) Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Kelapa Skala IKM Di Kabupaten Indragiri Hilir. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Strategi prioritas yang dihasilkan dari kombinasi metode SWOT. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya: 1. Kombinasi metode SWOT dan ANP merupakan kombinasi dua metode yang tepat dalam menyusun strategi pengembangan industri pengolahan kelapa skala IKM di Kabupaten Indragiri Hilir. 2. Strategi prioritas yang dihasilkan dari kombinasi metode SWOT dan ANP adalah Strategi SO2 yaitu: Memberikan jaminan pembelian produk-produk yang diproduksi oleh masyarakat

atau IKM oleh pemerintah dan pemerintah harus menyiapkan industri pengolahan lanjut guna meningkatkan kualitas atau standar yang diminta pasar terhadap produk yang di hasilkan oleh masyarakat/ IKM.

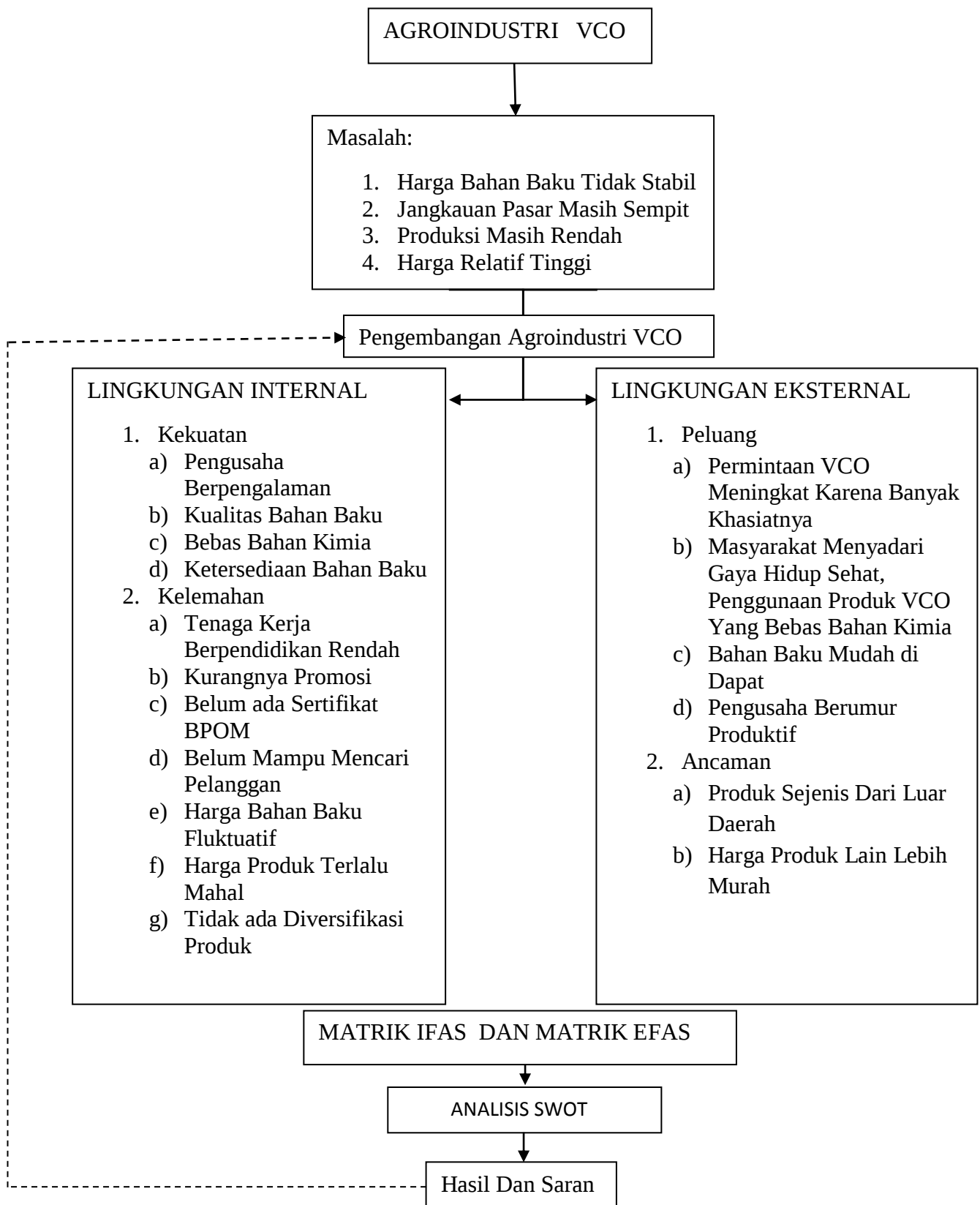
Sabarman (2007), Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa (*Cocos nucifera*) untuk Meningkatkan Pendapatan Petani di Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui unggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman pengembangan sistem agribisnis kelapa serta format strategi dan kebijakan pengembangan agribisnis kelapa di Indragiri Hilir. Hasil penelitian menunjukan bahwa: 1. Sistem dan usaha agribisnis kelapa belum berkembang secara optimal dan kinerja antar simpul-simpul agribisnis belum terintegrasi. Sistem dan usaha agribisnis kelapa yang prospektif berkinerja lebih baik, dapat dikembangkan atas keunggulan dan peluang pada setiap simpul-simpul serta didukung oleh kebijakan untuk peningkatan pendapatan petani dan daya saing. 2. Strategi pemberdayaan industri hulu adalah pengembangan industri pengadaan bibit dan penajaman industri mesin, serta penajaman industri kimia (*bio-fertilizer*) yang ramah lingkungan. 3. Strategi bidang produksi adalah pengembangan pusat pertumbuhan agribisnis, pengalihan teknologi input luar tinggi ke input luar rendah, pemakaian varietas unggul, pengendalian hama dan penyakit, pengelolaan tanaman terpadu (PTT), dan integrasi kelapa dan ternak. 4. Strategi pengolahan hasil adalah perbaikan mutu kelapa melalui aktivitas budidaya.

2.8 Kerangka Pemikiran

Agribisnis merupakan suatu alternatif terbaik untuk dikembangkan. Pengembangan industri pengolahan (agroindustri) diperlukan guna terciptanya keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri. Sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis, agroindustri mempunyai peran yang sangat penting, karena mampu menghasilkan nilai tambah dari produk hasil pertanian. Sektor agroindustri dapat diandalkan sebagai penyerap lapangan kerja produktif yang secara bertahap menggantikan peran sektor pertanian.

Kegiatan industri pengolahan (agroindustri) tergantung pada ketersediaan bahan baku, teknologi yang digunakan, dan kualitas tenaga kerja untuk memperlancar proses produksi sehingga menciptakan *output* yang menguntungkan dan meningkatkan pendapatan. Kegiatan agroindustri bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah, menghasilkan produk (*output*) yang dapat dipasarkan atau dikonsumsi, serta meningkatkan pendapatan dan keuntungan produsen.

Dari lingkungan internal akan diperoleh kelemahan dan kekuatan sedangkan dari lingkungan eksternal akan diperoleh peluang dan ancaman. Variabel internal dan eksternal tersebut kemudian diringkas dan dijabarkan dalam matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)* dan matriks *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)*. Matriks *IFAS* untuk mengidentifikasi faktor internal sedangkan matriks *EFAS* untuk faktor eksternal, dan hasil dari kedua matriks tersebut dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Kerangka pemikiran strategi pengembangan Agroindustri *VCO (Virgine Coconut Oil)* di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Agroindustri VCO.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi pada usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa. pemilihan tempat penelitian dilakukan secara *purposive sampling* pada agroindustri VCO di Desa Marsawa karena satu satunya agroindustri VCO yang ada di Kecamatan Sentajo Raya.

Penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan di mulai dari bulan Maret 2020 sampai Juli 2020. Kegiatan mulai dari penyusunan usulan penelitian, pengumpulan data di lapangan, analisis data sampai ke penyusunan laporan akhir.

3.2 Metode Penentuan Responden

Penelitian ini merupakan studi kasus dan penentuan responden dilakukan secara sengaja. Ibu suwastini yang menjadi responden merupakan satu-satunya pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari pengamatan langsung, wawancara dengan pelaku usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi dan pengisian kuisisioner yang telah di siapkan. Data primer yang dikumpulkan terdiri dari: Karakteristik usaha (umur, pendidikan, pengalaman, dan tanggungan keluarga) bahan baku, teknologi pengolahan, penggunaan alat, proses produksi, dan data pendukung lainnya yang di ambil dari pemilik pengusaha

agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi terkait seperti kantor kepala Desa Marsawa. Data yang digunakan profil secara umum wilayah Desa Marsawa jumlah penduduk, tingkat pendidikan, keadaan perekonomian dan kelembagaan daerah penelitian yang dianggap perlu dalam mendukung proses perlengkapan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Survei yaitu melakukan pengamatan langsung dilokasi penelitian khususnya pada usaha agroindustri VCO yang menjadikan objek penelitian.
2. Wawancara, yaitu melakukan kegiatan tanya jawab dengan responden, berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini dengan menggunakan lembar kuisioner.
3. Pencatatan, teknik pencatatan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat hasil wawancara pada daftar pertanyaan (kuisioner).

3.5 Analisis Data

3.5.1 Metode Analisis Usaha

Analisis yang digunakan adalah analisis secara matematika dan analisis deskriptif dengan menyederhanakan data dalam bentuk tabel dan analisis SWOT. Analisis bertujuan untuk mengetahui, seberapa besar kekuatan, kekurangan, peluang dan ancaman pada usaha agroindustri VCO.

3.5.2 Metode Strategi Pengembangan VCO (*Virgine coconut oil*)

3.5.2.1 Matrik Faktor Strategis Eksternal

1. Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini cara-cara penentuan Matrik Faktor Strategis Eksternal (EFAS). Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi ranting 4, tetapi jika peluangnya kecil diberi ranting 1 misalnya, jika nilai ancamannya sedikit rantingnya 4).
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan

perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 1997).

3.5.2.2 Matrik Faktor Strategis Internal

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu Tabel IFAS (International Strategis Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka Strengths and Weakness perusahaan. Tahapannya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan pada kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh factor factor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai +1 sampai dengan +4(sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk

5. masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulaidari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap factor faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama (Rangkuti, 1997) dapat dilihat pada Tabel 1.

Faktor Strategi

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal

Faktor strategi internal	Bobot rating	Skoring (Bobot X Rating)
Kekuatan		
1. Pengusaha berpengalaman		
2. Memiliki modal sendiri		
3. Bebas bahan kimia		
4. Ketersedian bahan baku		
Kelemahan		
1. Tenaga kerja berpendidikan rendah		
2. Kurangnya promosi		
3. Belum ada sertifikat BPOM		
4. Belum mampu menari pelanggan		
5. Harga bahan baku fluktuatif		
6. Harga produk terlalu mahal		
7. Tidak ada diversifikasi produk		
Peluang		
1. Permintaan pasar meningkat		
2. Gaya hidup sehat		
3. Bahan baku mudah di dapat		
4. Pengusaha berumur produktif		
Ancaman		
1. Produk sejenis dari luar daerah		
2. Harga produk lain lebih murah		

Berdasarkan Tabel 1. di atas, tahapan yang dilakukan dalam menentukan faktor strateginya adalah menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan serta peluang ancaman dalam kolom 1, lalu beri bobot masing-masing faktor tersebut yang jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1 pada kolom 3. Secara matematis, penentuan bobot dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut :

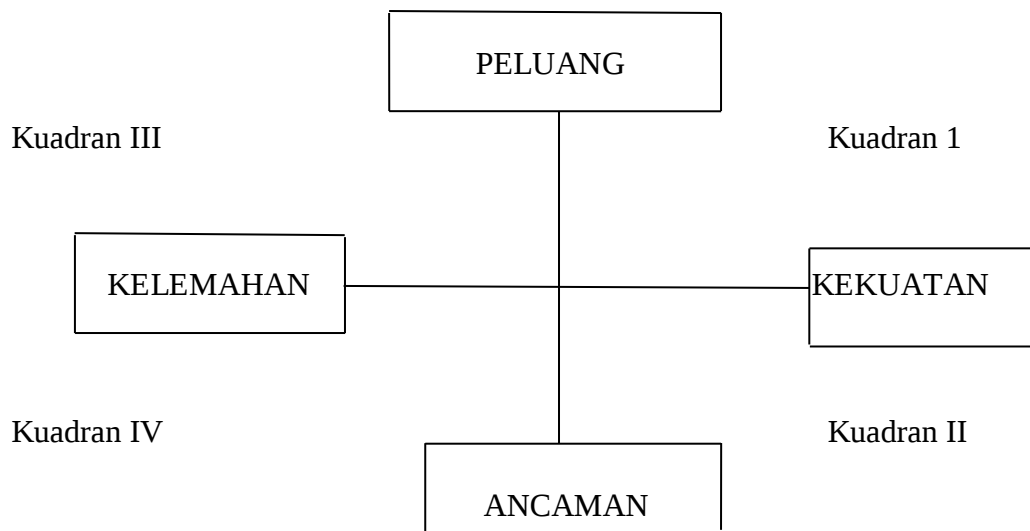
$$\text{Bobot} = \frac{\text{Rating} \times \text{Total bobot}}{\text{Total rating}}$$

Kemudian, peringkatkanlah setiap faktor dari 4 (sangat besar) sampai 1 (tidak besar) dalam kolom 2 berdasarkan respon pengusaha terhadap faktor itu. Kemudian yang terakhir, kalikan setiap bobot faktor dengan rating untuk mendapatkan skoring dalam kolom 4.

Penilaian tentang prospek usaha agroindustri VCO secara kualitatif, dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Dan matrik SWOT sebagai alat untuk menyusun faktor-faktor strategis pengusaha.

3.5.2.3 Diagram Analisis SWOT

Untuk melihat penerapan strategi, maka harus dilihat strategi tersebut berada pada kuadran, sehingga dapat dilihat strategi yang harus diterapkan pada usaha agroindustri VCO. Kuadran tersebut disajikan seperti pada Gambar 4. SWOT.



Gambar 4: Diagram Analisis SWOT (Rangkuti, 2000)

Keterangan:

- Kuadran I :Situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- Kuadran II :Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi.
- Kuadran III :Usaha ini menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi berbagai kendala/ kelemahan internal. Fokus Strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal. Sehingga, dapat memanfaatkan peluang yang lebih baik.
- Kuadran IV :Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.5.2.4 Matriks SWOT

Tabel 2. Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<u>OPPORTUNITIES (O)</u> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<u>STRATEGI SO</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<u>STRATEGI WO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan Untuk memanfaatkan peluang.
<u>STRATEGI WO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan Untuk memanfaatkan peluang.	<u>STRATEGI ST</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	<u>STRATEGI WT</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

3.6 Konsep Operasional

1. Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut.
2. Bahan baku bahan dasar kelapa yang digunakan dalam pengolahan usaha Agroindustri VCO (*virgine cloonut oil*).
3. VCO adalah minyak murni yang dibuat dari endapan perasan buah kelapa.
4. SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu agroindustri VCO.
5. Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada didalam

6. lingkungan yang dihadapi dan memutuskan startegi pasar produk yang disesuaikan dengan kemampuan agroindustri dengan lingkungannya.
7. Strategi internal adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan produksi rendah, manajemen rendah, sumber daya manusia, lokasi agroindustri dan pemasaran sempit.
8. Strategi eksternal adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah, persaingan luas, teknologi, iklim dan cuaca serta social dan lingkungan agroindustri VCO.
9. Matriks IFE dibuat untuk melihat kuat/ lemahnya kondisi internal usaha agroindustri VCO. Nilai matriks ini kemudian akan dimasukkan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) untuk mengetahui posisi usaha agroindustri VCO.
10. Matriks EFE dibuat untuk menilai respon usaha agroindustri VCO terhadap kondisi eksternalnya. Nilai matriks ini kemudian akan dimasukkan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) untuk mengetahui posisi usaha agroindustri VCO.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian

Desa Marsawa merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. Desa Marsawa memiliki luas wilayah 580 Ha. Jarak Desa Marsawa dengan pusat pemerintahan Kecamatan Sentajo Raya 12 KM², 36 Km dari ibukota Kabupaten Kuantan Singingi (Kantor Desa Marsawa 2019).

Dilihat dari bentangan wilayahnya, maka secara geografis Desa Marsawa berbatasan dengan:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Langsung Hulu.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Gringging Jaya.
3. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Jake.
4. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Teratak.

Topografi Desa Marsawa merupakan tanah datar dan berbukit-bukit dengan ketinggian sekitar 300 meter dari permukaan laut. Jenis tanah yang ada di Desa Marsawa pada lapisan atas berjenis hitam gembur dan pada lapisan bawahnya berwarna kuning. Iklim di Desa Marsawa merupakan iklim tropis dengan suhu udara berkisar antara 19,5 derajat celcius sampai dengan 34,2 derajat celcius, musim yang ada di Desa Marsawa ini adalah musim hujan dan musim kemarau (Kantor Desa Marsawa (2019).

4.2 Kependudukan

Jumlah penduduk di Desa Marsawa sebanyak 3.727 jiwa dengan 1.090 KK, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 1.937 jiwa dan perempuan sebanyak 1.790 jiwa.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Desa Marsawa Berdasarkan Jenis Kelamin, Tahun 2019.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	1,937	51,97
2	Perempuan	1,790	48,03
Total		3,727	100,00

Sumber: (Kantor Desa Marsawa, 2019)

Dilihat dari Tabel 3 diatas diketahui jumlah rata-rata per rumah tangga yaitu 3,41 jiwa. Dari 3.727 jiwa yang ada di Desa Marsawa sebanyak 3,261 jiwa merupakan usia produktif dan sebanyak 466 jiwa tergolong kedalam usia tidak produktif. Artinya hanya 87,49 % masyarakat di Desa Marsawa yang berusia produktif dan sebanyak 12,51% masyarakat yang berusia tidak produktif (Kantor Desa Marsawa tahun 2019).

4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2019 di Desa Marsawa.

Penduduk merupakan individu atau sekumpulan individu yang bertempat tinggal disuatu wilayah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. di Desa Marsawa terdapat 3,727 jiwa yang dibedakan berdasarkan tingkat pendidikan.

Dilihat dari Tabel 4 dibawah ini jumlah jiwa paling sedikit terdapat pada kelompok TK sebanyak 60 jiwa dengan persentase sebesar 1,61%, selanjutnya pada kelompok terbanyak terdapat pada SD/MI sebanyak 1,040 jiwa dengan persentase 27,90%, SMP sebanyak 944 jiwa dengan persentase 25,33%, SMA sebanyak 796 jiwa dengan persentase 21,36%, S1/DIPLOMA sebanyak 83 jiwa dengan persentase 2,23%, Putus sekolah 66 jiwa dengan persentase 1,77%,

tidak/belum sekolah 738 jiwa dengan persentase 19,80% jadi total keseluruhan berjumlah 3.727 dengan persentase 100,00% .

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Marsawa Tahun 2019.

NO	Tingkat pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase(%)
1	TK	60	1,61
2	SD/MI	1.040	27,90
3	SMP	944	25,33
4	SMA	796	21,36
5	S1/Diploma	83	2,23
6	Putus Sekolah	66	1,77
7	Tidak/Belum Sekolah	738	19,80
Jumlah		3.727	100,00

Sumber: (Kantor Desa Marsawa, 2019)

Kesimpulan di atas pendidikan paling banyak terdapat pada SD jadi tingkat pendidikan di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi ini tergolong masih rendah sehingga sumber daya manusianya berpotensi rendah, maka akan berakibat pada mata pencaharian yang rendah dan menjadi pekerja kasar, akan berimbas pada pendapatan yang rendah.

4.2.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Mata pencaharian merupakan pekerjaan yang menjadi pokok penghidupan atau pekerjaan mata pencahariaan utama yang dikerjakan untuk biaya hidup sehari-hari. Dari 3.727 jiwa penduduk di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi memiliki pekerjaan yang berbeda-beda yang dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian di Desa Marsawa Tahun 2019.

No	Mata Pencapaian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	PNS	25	0,7
2	TNI/POLRI	4	0,12
3	Swasta	199	6,10
4	Buruh	412	12,63
5	Petani	2.045	62,71
6	Tukang	164	5,03
7	Pedagang	157	4,81
8	Guru	57	1,75
9	Bidan/Perawat	13	0,40
10	Sopir/Angkutan	60	1,84
11	Peternak	110	3,37
12	Jasa Persewaan	6	0,18
13	Pensiunan	9	0,28
Total		3,261	100,00

Sumber: (Kantor Desa Marsawa Tahun, 2019)

Dilihat dari Tabel 5 di atas mata pencapaian terbesar masyarakat di Desa Marsawa sebagai petani sebanyak 2,045 jiwa dengan persentase 62,71%, disusul oleh buruh sebanyak 412 jiwa dengan persentase 12,63%. Mata pencarian paling kecil yaitu TNI/POLRI hanya 4 jiwa dengan persentase 0,12%, karena ketatnya proses seleksi untuk memasuki tni/polri dan diperlukan biaya yang besar. sementara masyarakat di Desa Marsawa hanya bermata pencapaian sebagai petani.

4.2.3 Sarana dan Prasarana

Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan. Dan prasarana adalah segala sesuatu yang

merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses usaha, pembangunan. Menurut Moenir (1992) sarana dan prasarana merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam suatu proses kegiatan, baik alat tersebut merupakan peralatan pembantu maupun peralatan utama, yang keduanya berfungsi untuk mewujudkan tujuan yang hendak dicapai.

Sarana dan Prasarana yang ada di Desa Marsawa Meliputi lembaga Keagamaan seperti Masjid, Mushollah, Gereja, lembaga pendidikan seperti PAUD, TK, SD, SLTP, SMA, lembaga kesehatan seperti Klinik, Posyandu, untuk lebih jelasnya lihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Sarana Dan Prasarana di Desa Marsawa Tahun 2019.

No	Sarana Dan Prasarana	Uraian	Jumlah
1	Pendidikan	TK SD SMP SMA MDA	2 Unit 3 Unit 1 Unit 1 Unit 5 Unit
2	Ibadah	Masjid Gereja Mushollah	5 Unit 1 Unit 13 Unit
3	Klinik	Posyandu	6 Unit

Sumber: (Desa Marsawa Tahun 2019)

Dilihat dari Tabel 6, sarana dan prasarana Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya, di Desa marsawa mempunyai pendidikan TK berjumlah 2 unit, SD 3 unit, SMP 1 unit, SMA 1 unit, MDA 5 unit. Untuk bidang keagamaan terdapat 5

unit Masjid dan 13 unit Musholla dan 1 Gereja. Di bidang kesehatan terdapat 6 posyandu.

4.3 Karakteristik Pengusaha Dan Profil Usaha

4.3.1 Karakteristik Pengusaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Tahun 2020

Responden pada penelitian ini berjumlah satu orang pengusaha agroindustri VCO, karena penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dimana peneliti hanya berfokus pada satu populasi dan sampel. Untuk lebih jelas secara rinci dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Pengusaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi.

NO	Uraian	Nilai	Satuan
1	Umur Pengusaha	46	Tahun
2	Lama Pendidikan	9	Tahun
3	Lama Usaha	13	Tahun
4	Jumlah Tanggungan Keluarga	1	Jiwa
5	Skala Usaha	100	Butir

Sumber: (Analisis Data Primer, 2020)

Dilihat dari Tabel 7 karakteristik pengusaha di atas bahwa umur pengusaha 46 tahun dan lama pendidikan selama 9 tahun, usaha yang telah dijalankan pengusaha sudah berjalan 13 tahun dengan skala produksi usaha 100 butir kelapa per bulan.

4.3.1.1 Umur Pengusaha

Responden dari penelitian ini berumur 46 tahun. Umur berpengaruh terhadap produktivitas tenaga kerja, aktivitas pada usaha pembuatan VCO berhubungan dengan tingkat kemampuan fisik. Dimana usia produktif akan

memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi dibanding yang telah memasuki usia senja.

Menurut Said Rusli (1996), kelompok umur yang produktif berkisar 15 - 55 tahun, berdasarkan batasan umur tersebut maka pengusaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa berumur produktif. Kondisi umur yang produktif dapat meningkatkan produktifitas kerja dalam menjalankan usaha yang lebih baik. Umur produktif berpengaruh terhadap aktifitas usaha yang dilakukan. Umur produktif juga bisa berpengaruh terhadap pendapatan alam suatu usaha sehingga usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi minyak VCO menjadi lebih banyak.

Hal ini sependapat dengan Widiastuti (2009) yaitu penyampaian informasi yang baik yaitu pada masa kedewasaan karena masa kedewasaan merupakan masa dimana terjadi perkembangan intelegensia, kematangan mental, kepribadian, pola pikir dan perilaku sosial. Sehingga dari informasi yang didapat akan membentuk sebuah pengetahuan dan sikap dilihat dari respons setelah informasi diterima. Semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja.

4.3.1.2 Lama Pendidikan

Lama pendidikan merupakan faktor yang cukup penting dalam usaha, karena dalam menjalankan usaha membutuhkan kecakapan, pengalaman serta wawasan tertentu. Terutama dalam hal mengadopsi inovasi teknologi dan keterampilan dari tenaga ahli yang dipekerjakan di awal suatu usaha. Oleh karena itu tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap cara berpikir dan kreatifitas dalam upaya pengembangan usaha yang dijalankan oleh pengusaha Agroindustri minyak VCO. Tingkat pendidikan pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa

Kecamatan Sentajo Raya diketahui bahwa pengusaha agroindustri VCO adalah tingkat Sekolah Menengah Pertama atau selama 9 tahun.

Guna meningkatkan pendidikan pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya, maka diperlukan adanya pendidikan non formal seperti penyuluhan, studi banding, magang, pelatihan tentang usaha agroindustri VCO. Hal ini diperlukan mengingat pengusaha dalam berusaha agroindustri diolah sendiri. Dimana pendidikan pengusaha tersebut sangat berpengaruh bagi kemajuan usaha yang dikelolanya.

Sesuai dengan pendapat Yuyun Wirasmita (2003), yaitu berpendidikan mampu meningkatkan kemampuan seorang pengusaha dalam mengambil kebijakan. Dimana pengusaha dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja, penghasilan, dan produk yang di butuhkan masyarakat.

Dari uraian di atas jenjang persekolahan atau tingkat-tingkat yang ada pada pendidikan formal dimengerti bahwa pendidikan merupakan proses yang berkelanjutan. Oleh karena itu, setiap jenjang atau tingkat pendidikan itu harus dilaksanakan secara tertib, dalam arti tidak bisa terbalik penempatannya. Setiap jenjang atau tingkatan mempunyai tujuan dan materi pelajaran yang berbeda-beda. Perbedaan luas dan kedalaman materi ajaran tersebut jelas akan membawa pengaruh terhadap kualitas lulusannya, baik ditinjau dari segi pengetahuan, kemampuan, sikap maupun kepribadiannya.

Manusia memerlukan pengetahuan, ketrampilan, penguasaan teknologi, dan dapat mandiri melalui pendidikan. Produktivitas kerja memerlukan pengetahuan,

ketrampilan dan penguasaan teknologi. Sehingga dengan adanya tingkat pendidikan karyawan maka kinerja karyawan akan menjadi lebih baik dan tujuan dari perusahaan akan tercapai dengan sempurna (Uyoh, 2006).

Menurut Mubarak (2012), pendidikan merupakan bimbingan yang diberikan seseorang kepada orang lain agar dapat dipahami suatu hal. Tidak dipungkiri semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin mudah pula mereka menerima informasi, dan pada akhirnya pengetahuan yang dimilikinya semakin banyak. Pendidikan diperlukan untuk mendapat informasi misalnya hal-hal yang menunjang kesehatan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup

4.3.1.3 Pengalaman Usaha

Tingkat pengalaman responden menunjukkan lamanya pengusaha dalam melaksanakan usahanya. Pengalaman dapat mempengaruhi terhadap hasil produksi VCO. Pengalaman responden dalam mengelola usahanya mempunyai arti penting, semakin lama pengalaman dalam berusaha maka kemungkinan resiko dalam berusaha lebih mudah diatasi.

Pengalaman usaha yang dimiliki pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Selama 13 tahun atau usaha agroindustri telah berdiri sejak tahun 2007. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya sudah sangat berpengalaman dalam berwirausaha. Tingginya pengalaman berusaha pada pengusaha tersebut dikarenakan agroindustri VCO di Desa Marsawa telah menjadi mata pencaharian pokok pengusaha. Semakin lama pengalaman seseorang maka kegagalan semakin kecil. Pengusaha yang sudah berpengalaman akan mudah menghadapi masalah yang terjadi karena telah mengetahui dan menguasai lingkungan usahanya.

Hal ini sependapat dengan Trisnadi,(2012), pengetahuan pengusaha dapat membentuk pola pikir, sikap dan perilaku pengusaha, berpikir sesuatu yang baru (Kreatifitas), dan bertindak melakukan sesuatu yang baru (Keinovasian), guna menciptakan nilai tambah agar mampu bersaing dengan tujuan menciptakan kemakmuran individu dan masyarakat.

Menurut Riyanti (2003) pengalaman berusaha bisa diperoleh dari bimbingan sejak kecil yang diberikan orang yang berprofesi wirausaha atau dari pengalaman bekerja pada suatu organisasi entrepreneurial. Berdasarkan penemuan diatas dalam penelitian ini pengalaman dilihat pengaruhnya pada keberhasilan usaha.

Semakin lama tenaga kerja bekerja, semakin banyak pengalaman yang dimiliki tenaga kerja yang bersangkutan. Sebaliknya, makin singkat masa kerja, makin sedikit pengalaman yang diperoleh (Sastrohadiwiryono, 2005). Orang yang mempunyai pengalaman akan selalu lebih pandai dalam menyikapi dari segala hal daripada mereka yang sama sekali tidak memiliki pengalaman (Gibson, 2009).

4.3.1.4 Tanggungan Keluarga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga responden pengolah Agroindustri VCO adalah 2 orang, keadaan tersebut menggambarkan bahwa responden termasuk keluarga kecil. Tanggungan yang dimiliki pengusaha adalah satu anak yang masih sekolah di Sekolah Menengah Pertama dengan umur belum produktif atau berumur 14 tahun. Hal ini menjadi beban bagi pengusaha dalam mencukupi kebutuhan kehidupan kedua tanggungan pengusaha di Desa Marsawa. Dengan jumlah anggota keluarga yang demikian, konsekuensi besarnya jumlah anggota keluarga tentunya akan berdampak pada alokasi

pendapatan responden yang cukup besar untuk memenuhi kebutuhan keluarga baik untuk konsumsi maupun untuk kepentingan lain seperti pendidikan, kesehatan, dan lain sebagainya.

Tanggungan keluarga merupakan salah satu alasan utama bagi para wanita rumah tangga turut serta dalam membantu suami untuk memutuskan diri untuk bekerja memperoleh penghasilan. Semakin banyak responden mempunyai anak dan tanggungan, maka waktu yang disediakan responden untuk bekerja semakin efektif (Sihol Situngkir, 2007).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kontribusi pendapatan adalah jumlah tanggungan, jika jumlah tanggungan banyak maka beban ekonomi keluarga akan semakin berat, sehingga memacu seseorang dalam rumah tangga yang merupakan kejadian riil yang dialami oleh suami. Sifat pekerjaan yang berpengaruh pada pendapatan kepala rumah tangga adalah bersifat tidak tetap (Sudarmini, 2006).

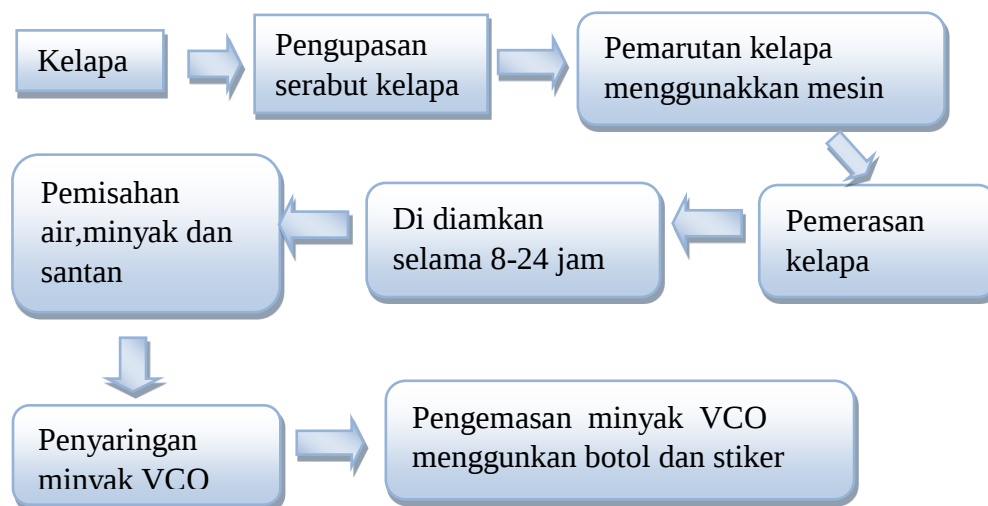
4.4 Sejarah Agroindustri VCO di Desa Marsawa

Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa berdiri pada tahun 2007. Dengan modal awal sebesar Rp 53.000.000,00 dengan jumlah produksi 100 butir kelapa per bulan, sudah berjalan tahun ke tahun Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa malah terus menurun karena semakin berkurangnya pelanggan dan persaingan di luar daerah semakin bertambah sehingga pengusaha menurunkan skala produksi menjadi 100 butir kelapa per bulan. Usaha agroindustri VCO ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengembangan usaha, untuk meningkatkan pendapatan keluarga, membantu memenuhi kebutuhan hidup dan, menciptakan lapangan kerja serta kegiatan ekonomi.

Teknologi yang digunakan dalam produksi Agroindustri VCO adalah Penggunaan teknologi mesin digunakan pada proses Pamarutan Kelapa. Selanjutnya seluruh kegiatan pembuatan VCO dilakukan secara manual atau menggunakan tenaga manusia.

4.5 Proses Produksi

Proses produksi merupakan teknik untuk menghasilkan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan sumber-sumber yang tersedia seperti material, tenaga kerja, modal dan teknologi. Proses pembuatan VCO memerlukan beberapa alat dan bahan seperti. Alat yang digunakan dalam pembuatan VCO meliputi mesin pengukur kelapa, pemeras atau pres santan, penyaring santan, selang, toples, dandang, botol aqua, kertas saring, botol pengemas. Bahan yang digunakan dalam pembuatan VCO yaitu, kelapa pendukung lainnya.



Gambar.5 Proses pembuatan VCO Agroindustri VCO di Desa Marsawa

Proses pembuatan VCO pada agroindustri VCO Di Desa Marsawa.

1. Siapkan bahan baku buah kelapa sebanyak 100 butir, kemudian serabut atau kulit kelapa dikupas menggunakan linggis yang tertancap.

2. Setelah dikupas kemudian kelapa di pecah belah dua menggunakan alat (parang).
3. Kemudian kelapa diparut dengan menggunakan mesin parutan kelapa.
4. Setelah itu kelapa di masukkan ke dalam baskom besar dan ada juga baskom yang berisikan air, lalu parutan kelapa di aduk-aduk supaya rata dan dan parutan kelapa di remas-remas dengan menggunakan saringan untuk memisahkan santan kelapa.
5. Kemudian santan dimasukkan ke dalam toples dan didiamkan selama 8-24 jam untuk memisahkan antara air, minyak kelapa dan santan.
6. Selanjutnya proses pemisahan air, minyak kelapa dan santan dengan menggunakan selang yang dimasukkan ke dalam toples.
7. Setelah itu minyak VCO disaring dengan menggunakan botol-botol yang ada penyaringnya sebanyak 5 buah.
8. Siapkan wadah botol dibawah penyaringan.
9. Terakhir minyak VCO dikemas menggunakan botol dan stiker.

4.6 Analisis Strategi pengembangan

Untuk menganalisis usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa akan digunakan pendekatan yaitu analisis SWOT. SWOT singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Tantangan). Analisis SWOT berisi evaluasi faktor internal usaha Agroindustri VCO Buk Suwastini berupa kekuatan dan kelemahannya dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal dan situasi eksternalnya.

4.6.1 Internal Factor Evaluation (IFE)

IFE adalah alat analisis berupa matrik untuk mengetahui tingkat faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan. Faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha Agroindustri VCO Di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.

A. Kekuatan

1. Pengusaha berpengalaman

Pengalaman dalam menjalankan usaha itu sangat diperlukan karna apabila pengusaha kurang berpengalaman dalam menjalankan usahanya maka usaha yang dijalankannya akan mengalami kerugian ataupun mengalami kebangkrutan. Pengalaman yang dimiliki pengusaha VCO di Desa Marsawa dalam mengelola VCO sangatlah berpengalaman. Hal ini dikarenakan usaha yang dijalankan oleh pengusaha Agroindustri di Desa Marsawa sudah menginjak 13 tahun atau dimulai dari tahun 2007. Lamanya usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha Agroindustri di Desa Marsawa menjadikan pengusaha sangat berpengalaman dalam mengembangkan usaha agroindustri VCO ini.

2. Memiliki modal sendiri

Agroindustri di Desa Marsawa ini memiliki modal sendiri tanpa ada melakukan pinjaman kepada orang lain ataupun instansi lainnya. Modal yang digunakan merupakan modal yang diperoleh dari uang tabungan pribadi pengusaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa. Sehingga usaha yang dijalankan oleh pengusaha akan dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan tanpa terbebani oleh hutang, hal ini sangat berpengaruh pada fokus pengusaha dalam menjalankan bisnis agroindustri VCO di Desa Marsawa.

3. Bebas bahan kimia

Minyak VCO yang ada di Desa Marsawa baik untuk di konsumsi karena tidak menggunakan pengawet atau Bebas dari bahan kimia, minyak kelapa murni, atau lebih dikenal dengan VCO (*virgine coconut oil*) adalah modifikasi proses pembuatan minyak kelapa sehingga dihasilkan produk dengan kadar air dan kadar asam lemak bebas yang rendah, berwarna bening berbau harum, serta mempunyai daya simpan yang cukup lama lebih dari 12 bulan.

4. Ketersediaan bahan baku

Ketersediaan bahan baku yang dilakukan oleh pengusaha VCO dalam penyediaan bahan baku yang dibutuhkan untuk proses produksi agar terpenuhi secara optimal sehingga proses produksi berjalan dengan lancar sehingga mengurangi adanya resiko yang akan terjadi kekurangan bahan baku.

Kelamahan

1. Tenaga kerja berpendidikan rendah

Tenaga kerja agroindustri ini memiliki pekerja yang rata-rata rendah. Pendidikan yang dimiliki oleh pekerja hanya setingkat sekolah menengah pertama atau SMP dan 1 tenaga kerja ahli yang berpendidikan sekolah menengah atas. Kurangnya pendidikan yang ditempuh oleh pekerja hal ini berkaitan dengan pola pikir dan tindakan yang diambil dalam permasalahan produksi VCO. Serta tingkat gaji yang diterima juga berpengaruh dari tingkat pendidikan. Rendahnya pendidikan tidak berpengaruh aktif terhadap usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa. Hal dikarenakan usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Tinggi tidak menjadikan pendidikan sebagai bentuk perkembangan usaha, dimana usaha

agroindustri VCO di Desa Marsawa sangat mengandalkan skil pekerja dalam memproduksi VCO sehingga usaha tetap berjalan dengan baik.

2. Kurangnya Promosi produk

Promosi yang dilakukan oleh agroindustri VCO di Desa Marsawa hanya berdasarkan pelanggan setia atau pelanggan tetap yang mempromosikan agroindustri VCO di Desa Marsawa. Adanya pelanggan tetap yang mempromosikan VCO produksi agroindustri VCO di Desa Marsawa hanya berdasarkan pengalaman pembeli atau konsumen serta tingkat loyalitas konsumen. Sehingga pelanggan baru sangat minim informasi yang dimiliki sehingga sangat dikhawatirkan rentannya salah informasi yang didapat sehingga berimbas pada produksi VCO di Desa Marsawa. Promosi yang harus dilakukan oleh pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa saat ini menggunakan media sosial sebagai alat promosi murah serta menerapkan sistem promosi dengan menyebar brosur dan pemasangan spanduk sehingga usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

3. Belum ada sertifikat BPOM

Tidak adanya sertifikat BPOM yang dimiliki oleh pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa juga berimbas pada rasa percaya konsumen akan kehygienisan dan sterilisasi makanan serta kelayakan produk VCO yang dihasilkan oleh agroindustri VCO di Desa Marsawa untuk dikonsumsi. Tidak adanya sertifikat yang dimiliki pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa dikarenakan pengusaha tidak membuat atau mengajukan langsung ke dinas terkait hal ini dikarenakan kurangnya informasi akan pentingnya memiliki sertifikat BPOM serta rumitnya akan kepengurusan surat atau sertifikat BPOM agroindustri VCO

di Desa Marsawa hanya membuat keterangan usaha yang dilakukan di kantor desa Marsawa yang menjadi payung hukum yang dimiliki agroindustri VCO di Desa Marsawa. pengusaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa dianjurkan membuat surat izin dari Dinkes sehingga usaha yang dijalankan tetap terjaga mutu dan kuantitas yang dihasilkan sehingga usaha dapat berjalan dengan baik.

4. Belum mampu mencari pelanggan

Dalam pemasaran VCO di Desa Marsawa penjualan dinilai kurang baik, karena sebagian penjualan VCO sangat ditentukan oleh adanya pesanan, sementara pesanan VCO sangat tidak menentu. Maka dari itu perlu penjualan melalui sebuah internet untuk menjangkau pasar yang lebih luas demi memaksimalkan angka penjualan selain meningkatkan jumlah konsumen promosi juga bermanfaat untuk membangun *networking*. siapa tau ada satu atau dua orang yang tertarik untuk bekerja sama saat membuka cabang baru.

5. Harga bahan baku fluktuatif

Secara umum pengertian Fluktuasi harga adalah suatu lonjakan atau ketidaktepatan yang menimpa harga-harga produk tertentu. Unsur-unsur yang memengaruhi terjadinya fluktuasi di bidang pertanian bermacam-macam. Salah satunya adalah disebabkan oleh naiknya harga produk seperti pupuk, bibit, benih dan lainnya.

6. Harga produk terlalu mahal

Produk VCO yang ada di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi masih terlalu mahal di bandingkan produk VCO lainnya, pengusaha VCO harus bisa menurunkan harga dan bisa bersaing untuk mencari pelanggan.

Hasil identifikasi faktor internal usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya dan pemberian bobot serta rating diperoleh hasil analisis yang terdapat pada Tabel 8.

Tabel 8. Matrik *IFE* Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.

No	Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skoring Bobot X Rating
1	Kekuatan			
	Pengusaha berpengalaman	0,13	4	0,52
	Memiliki modal sendiri	0,13	4	0,52
	Bebas bahan kimia	0,13	4	0,52
	Ketersediaan bahan baku	0,10	3	0,29
	Jumlah			1,84
2	Kelemahan			
	Tenaga kerja berpendidikan rendah	0,10	3	0,29
	Kurangnya promosi	0,06	2	0,13
	Belum ada sertifikat BPOM	0,03	1	0,03
	Belum mampu mencari pelanggan	0,06	2	0,13
	Harga bahan baku fluktuatif	0,10	3	0,29
	Harga produk terlalu mahal	0,10	3	0,29
	Tidak ada diversifikasi produk	0,06	2	0,13
	Jumlah			1,29
Total		1,00	31	3,13

Sumber: (Analisis Data Primer, 2020)

Berdasarkan Tabel 8 di atas, maka hasil analisis menunjukkan bahwa faktor yang menyatakan kekuatan pada usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa adalah pengusaha berpengalaman, memiliki modal sendiri, bebas bahan kimia, ketersediaan bahan baku, dengan bobot masing-masing sebesar (0,13) dan (0,10) sehingga diperoleh skor sebesar (0,52) dengan (0,29).

Kelemahan utama dalam usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa adalah belum ada sertifikat BPOM dengan bobot sebesar (0,03) dan rating (1) sehingga diperoleh skor sebesar (0,03). Faktor-faktor lain yang menjadi kelemahan antara lain, kurangnya promosi dan belum mampu mencari pelanggan

masing masing memiliki skor (0,13). Dari hasil analisis faktor-faktor internal didapat skor sebesar (3,13). Hal ini menunjukkan bahwa usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa memiliki kemampuan yang tinggi dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan internal usahanya.

4.6.2 Eksternal Factor Evalution (EFE)

Analisis lingkungan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari usaha agroindustri Peluang VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.

A. Peluang

1. Permintaan pasar meningkat

Meningkatnya permintaan pasar akan VCO ditandai dengan tingginya kesadaran akan konsumsi bahan pangan yang bergizi tinggi dengan rendah lemak. VCO bagi sejumlah kalangan masyarakat dikenal sebagai minyak kaya khasiat. Meski sama-sama dihasilkan dari buah kelapa, VCO berbeda dengan minyak kelapa biasa. VCO bersifat lebih murni, karena diproses melalui fermentasi cocok dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat.

2. Gaya hidup sehat

Gaya hidup sehat adalah suatu pilihan sederhana yang sangat tepat untuk di jalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan lingkungan yang sehat segala yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik bagi tubuh manusia maka pengusaha yang ada di desa marsawa membuat produk dari olahan kelapa yaitu minyak VCO.

Tabel 9. Kandungan Minyak VCO (*Virgin Coonut Oil*).

Parameter	Satuan	Hasil	Metode Uji/Teknik
air	%	0,24	SNI.01-3555-1998, butir 4,1
Komposisi asam lemak:			
Asam lemak Jenuh :			
Kaprilat	%	8,68	GC
Kaprat	%	7,96	
Laurat	%	49,3	
Miristat	%	17,7	
Palmitat	%	7,75	
Stearat	%	2,11	
Asam lemak tidak Jenuh :			GC
Oleat	%	4,56	
Linoleat	%	1,88	
Linolenat	%	0	

Sumber: Laboraturium Analisis dan Kalibrasi Balai Besar Industri Agro (2009).

3. Pengusaha berumur produktif

Pengusaha yang menjadi objek penelitian ini masih tergolong produktif karna umurnya masih 46 tahun sesuai dengan menurut para ahli yang mengatakan bahwa kategori umur yang produktif ini yaitu mulai dari usia 15 tahun sampai dengan usia 55 tahun. Jika umur pengusaha masih produktif maka usaha yang di jalankan akan mendapatkan hasil yang maksimal. Umur produktif juga berpengaruh pada tingkat perkembangan usaha VCO. Hal ini berkaitan dengan pola atau cara berpikir pengusaha agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan lancar dan memperoleh keuntungan maksimal.

4. Bahan Baku Mudah di dapat

Bahan baku mudah di dapat yaitu bahan yang akan di gunakan untuk mengolah VCO ini selalu ada pada saat pekerja ingin melakukan proses pembuatan minyak VCO. Bahan Baku yang digunakan dalam pembuatan VCO adalah Kelapa. Kelapa yang digunakan merupakan kelapa lokal.

Ancaman

1. Produk sejenis dari Luar Daerah

Produk sejenis dari luar daerah yaitu produk yang sama dengan usaha yang kita miliki sehingga menjadi sebuah persaingan. Maka dari itu perlu untuk melebarkan sebuah pasar ke daerah baru, potensi mencari pelanggan baru akan lebih besar, maka langkah selanjutnya adalah memilih lokasi untuk memasarkan produk yang kita jual dengan cara promosi di daerah tersebut bisa juga melalui jejaring sosial untuk memasarkan produk yang kita jual.

2. Harga produk lain lebih murah

Harga produk lain lebih murah yaitu suatu produk yang bahan baku nya sama dengan usaha yang kita buat dan harga jual lebih murah di bandingkan dengan produk yang kita punya, maka dari itu pengusaha VCO harus membuat perbedaan produk dengan bentuk lain supaya untuk mencari pelanggan.

Tabel 10. Matrik EFE Usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skoring (Bobot X Rating)
3	<u>Peluang</u>			
	Permintaan pasar meningkat	0,17	4	0,70
	Gaya hidup sehat	0,17	4	0,70
	Bahan baku mudah di dapat	0,17	4	0,70
	Pengusaha berumur produktif	0,17	4	0,70
	Jumlah			2,87
4	<u>Ancaman</u>			
	Produk sejenis dari luar daerah	0,17	4	0,70
	Harga produk lain lebih murah	0,13	3	0,39
jumlah				1,09
Total		1,00	23	3,87

Sumber : Analisis Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 10 di atas, maka dapat disimpulkan, bahwa hasil analisis menunjuka faktor yang menjadi peluang utama pada usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa, harga sumber gizi yang murah, gaya hidup sehat, bahan baku mudah di dapat, pengusaha berumur produktif masing masing dengan bobot (0,17) dan rating (4) sehingga diperoleh skor sebesar (0,70).

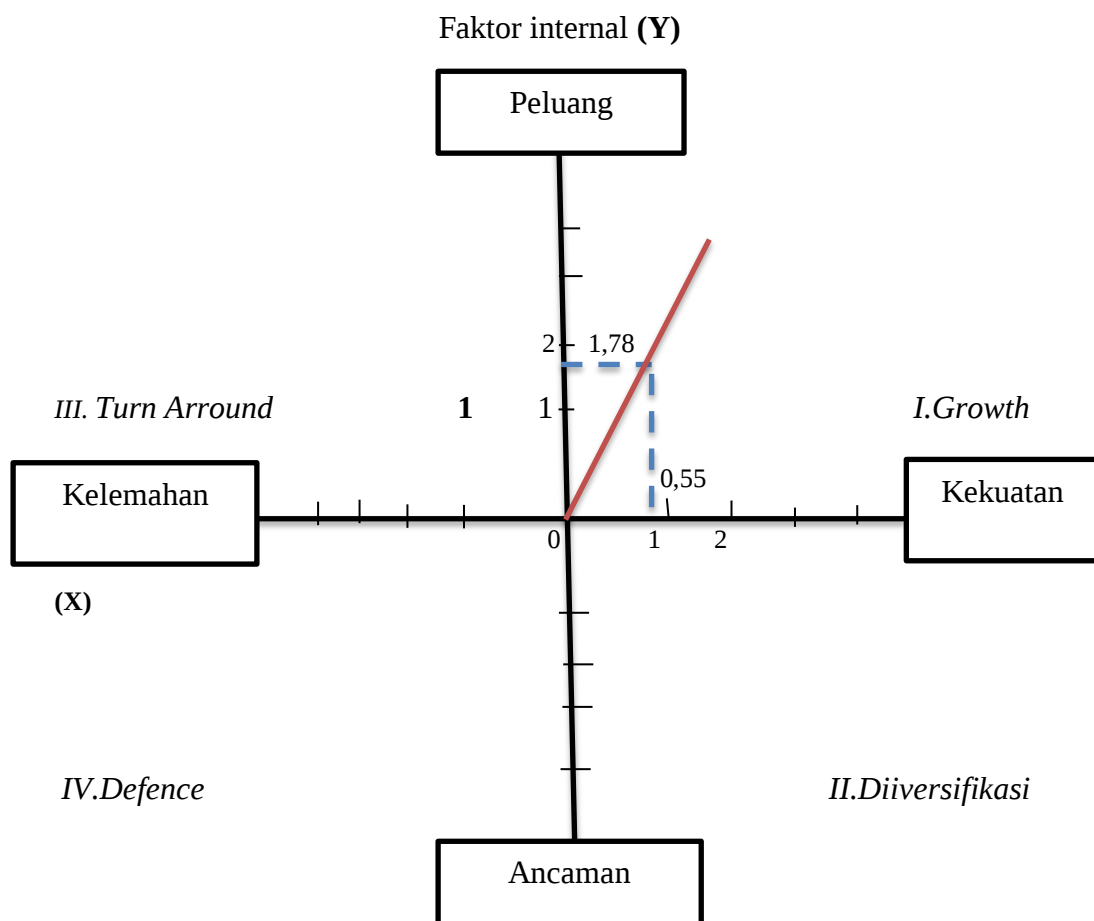
Ancaman utama dalam usaha ini adalah harga produk lain lebih murah dengan bobot (0,17) dan rating (3) sehingga di peroleh skor (0,39). Faktor lain yang merupakan ancaman bagi usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa yaitu produk sejenis dari luar dengan bobot (0,13) dan rating (4) sehingga diperoleh skor sebesar (0,70).

4.6.3 Analisis SWOT

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT . Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Untuk menentukan posisi kuadran yang tepat maka total skor kekuatan harus dikurangi dengan total skor kelemahan untuk sumbu (X) dan sumbu (Y) maka nilai total skor peluang harus dikurangi dengan total skor nilai ancaman.

Untuk hasil analisis faktor internal pada usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya memiliki skor kekuatan (1,84) dan total skor kelemahan (1,29) sehingga nilai sumbu X ($1,84 - 1,29 = 0,55$) sedangkan untuk analisis faktor eksternal pada usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya didapat nilai total skor peluang sebesar (2,87) dan total nilai skor ancaman (1,09) sehingga sumbu Y didapat nilai sebesar ($2,87 - 1,09 = 1,78$).



Gambar 6. Diagram Analisis SWOT

Hasil diagram SWOT yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya adalah untuk faktor internal, bernilai (0,55) yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan

dan kelemahan. Untuk faktor eksternal, bernilai (1,78) yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman karena peluang lebih besar dan ancaman lebih sedikit dan bisa diminimalisir.

Hasil ini menunjukkan posisi strategi berada dalam kuadran (I) dimana faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan dan faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman, sehingga menunjukkan strategi Growth, artinya pengembangan usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya dalam kondisi berpotensi sehingga sangat dimungkinkan untuk terus dilakukan usaha secara maksimal. Kuadran I yaitu menggambarkan bahwa situasi yang sangat baik karena adanya kekuatan seperti tidak adanya pesaing sehingga pengusaha dapat memperluas usaha, maka yang memanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan sehingga pengusaha bisa lebih meningkatkan produksi dan kapasitas dalam pengolahan VCO.

4.6.4 Matrik SWOT

Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan, peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan, ancaman), dan strategi WT (kelemahan, ancaman).

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Setiap usaha menginginkan usahanya berada dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai kejadian eksternal. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan

mengubahnya menjadi kekuatan. Ketika usaha di hadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Dengan kurangnya pendidikan diharapkan pengusaha dapat mengikuti pelatihan-pelatihan seperti mengikuti workshop didalam daerah maupun diluar daerah. Terkadang peluang-peluang besar muncul tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu usaha yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

Strategi WT merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah usaha yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataannya, pengusaha yang semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan, melakukan merger, penciutan, menyatakan diri bangkrut. Untuk hasil matrik dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Matrik SWOT Usaha Agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya.

Internal Eksternal	Kekuatan (S) S1 Pengusaha berpengalaman S2 Memiliki modal sendiri S3 Bebas bahan kimia S4 Ketersediaan bahan baku	Kelemahan (W) W1 Tenaga kerja berpendidikan rendah W2 Kurangnya promosi W3 Belum ada sertifikat BPOM W4 Belum mampu mencari pelanggan W5 Harga bahan baku fluktuatif W6 Harga produk terlalu mahal W7 Tidak ada diversifikasi produk
	Peluang (O) O1 Permintaan pasar meningkat O2 Gaya hidup sehat O3 Bahan baku mudah di dapat O4 Pengusaha berumur produktif	Strategi (S-O) 1. Dengan memiliki modal dan pengusaha berpengalaman kemudian gaya hidupnya orang meningkat sehingga kebutuhan itu tinggi maka skala usahanya harus ditingkatkan. (S1, S2, O2) 2. Dengan melihat mudahnya bahan baku yang didapat serta pengusaha yang berpengalaman dan berumur produktif akan menjadikan usaha agroindustri VCO lebih meningkatkan jaringan pemasaran dan kualitas bahan baku yang akan di olah menjadi VCO. (S1, S4, O4, O6)
		Strategi (W-O) 1. Dengan belum adanya sertifikat BPOM, melihat banyaknya permintaan pasar, maka pengusaha harus dapat memaksimalkan kemampuan agroindustri dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan menjaga kualitas dan kuantitas yang dihasilkan oleh agroindustri VCO di Desa Marsawa dengan membuat surat izin usaha lebel halal dan sertifikat BPOM sehingga kepercayaan konsumen terhadap usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa dapat terjaga. (W3, O1) 2. Dengan kurangnya promosi dan belum mampu mencari pelanggan dengan melihat umur pengusaha

		yang produktif maka pengusaha memaksimalkan produksi VCO dengan memperluas jaringan pasar melalui sistem reseller dan juga melaksanakan sistem online shop atau penjualan secara online sehingga usaha agroindustri VCO dapat dikenal luas oleh masyarakat (W2, W4, O4)
Ancaman (T) T1 Produk sejenis dari luar daerah T2 Harga lain lebih murah	Strategi (S-T) 1. Melihat pengalaman pengusaha dan mempunyai modal sendiri dengan adanya produk sejenis dari luar daerah maka pengusaha lebih meningkatkan kualitas VCO dan membuat diversifikasi produk sehingga usaha VCO di Desa Marsawa tetap lancar. (S1, S2, T1) 2. Pengusaha memiliki modal sendiri serta pengalaman yang cukup lama hendaknya pengusaha dapat mengatur harga yang terlalu mahal sehingga harga minyak VCO sangat terjangkau bagi masyarakat . (S1,S2, T2)	Strategi (W-T) 1. Pengusaha dan selaku pekerja harus dapat memecahkan masalah dengan selalu melakukan pekerjaan dengan baik, pengusaha juga diharuskan meningkatkan skill dan keterampilan misalnya pelatihan atau mengikuti workshop agar dapat memproduksi VCO sesuai dengan ketentuan pemerintah harga yang terlalu mahal juga bisa diatasi (W1, W2, T2) 2. Pengusaha harus siap bila dalam menghadapi produk yang sama dari luar daerah yang diharuskan pada usah agroindustri VCO buk suwastini adalah melakukan promosi dengan cara membagikan brosur, face to face, bazaar, sepanduk, media sosial dan pameran. (W2,W4,T1)

Sumber : (Analisis Data Primer, 2019)

1. Strategi S – O (*Strenght – Opportunities*)

Strategi S-O merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dari hasil analisis yang dilakukan diperoleh 2 strategi S-O yang dapat dilakukan yaitu :

1. Dengan berpengalaman dan pengusaha memiliki modal sendiri kemudian gaya hidupnya seseorang meningkat sehingga kebutuhan itu tinggi maka skala usahanya harus ditingkatkan.(S1, S2, O2).
2. Dengan melihat mudahnya bahan baku yang didapat serta pengusaha yang berpengalaman dan brumur produktif akan menjadikan usaha agroindustri VCO lebih meningkatkan jaringan pemasaran dan kualitas bahan baku yang akan diolah menjadi VCO. (S1, S4, O4, O6,).

2. Strategi S – T (*Strenght – Threats*)

Stratetgi S-T merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan yang ada untuk menghadapi ancaman yang ada. Hasil analisa SWOT yang telah dilakukan diperoleh dua strategi yaitu :

1. Melihat pengalaman pengusaha dan mempunyai modal sendiri dengan adanya produk sejenis dari luar daerah mka pengusaha lebih meningkatkan kualitas VCO dan membuat diversivikasi produk sehingga usaha VCO di Desa Marsawa tetap lancar.(S1, S2, T1)
2. Pengusaha memiliki modal sendiri serta pengalaman yang cukup lama hendaknya pengusaha dapat mengatur harga yang terlalu mahal sehingga harga minyak VCO Sangat terjangkau bagi masyarakat. (S1, S2, T2).

3. Strategi W – O (*Weaknesses – Opportunities*)

Strategi W- O diperoleh dari memanfaatkan peluang yang dimiliki dalam upaya mengatasi kelemahan yang ada. Dari hasil analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi , yaitu :

1. Melihat banyaknya permintaan pasar dan banyaknya pesaing maka pengusaha harus harus dapat memaksimalkan kemampuan agroindustri dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan menjaga kualitas dan kuantitas yang di hasilakan oleh agroindustri VCO di Desa Marsawa dengan membuat surat izin usaha dan label halal serta sertifikat BPOM sehingga kepercayaan konsumen terhadap usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa dapat terjaga (W3, O1).
2. Dengan kurangnya promosi dan belum mampu mencari pelanggan dengan melihat umur pengusaha yang produktif maka pengusaha memaksimalkan produksi VCO dengan memperluas jaringan pasar melalui sistem reseller dan juga melaksanakan sistem online shop atau penjualan secara online sehingga usaha agroindustri VCO dapat dikenal luas oleh masyarakat. (W2, W4, O4)

4. Strategi W – T (*Weaknesses – Threats*)

Strategi W – T dilakukan dalam upaya meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan adalah :

Pengusaha harus dapat memecahkan masalah dengan slalu melakukan pekerjaan dengan baik, pengusaha juga diharuskan meningkatkan skill dan ketrampilan misalnya pelatihan atau mengikuti workshop agar dapat serta memberikan skill atau keterampilan tambahan agar pekerja dapat memproduksi VCO sesuai dengan ketentuan pemerintah harga terlalu mahal juga bisa diatasi. (W1, W2, T2) Berdasarkan analisis strategi yang diatas, maka adapun program-

program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengembangan usaha usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya adalah:

1. Selaku pemilik usaha dan selaku pekerja

Adanya penambahan skil pekerja dengan mengikuti bimbingan pelatihan, penyuluhan, magang yang dilakukan oleh pemilik atau pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa menjadikan wawasan pengusaha lebih meningkat. Sehingga hasil proses produksi VCO yang dihasilkan akan berkualitas dan sesuai atau diterima oleh konsumen. Sehingga produksi VCO di Desa Marsawa akan meningkat. .

2. Promosi

Adanya promosi yang dilakukan oleh pengusaha agroindustri VCO di Desa Marsawa dengan mengadakan promo seperti promo harga, media sosial dengan mengangkat tema informasi tentang nilai gizi yang dianjurkan oleh pemerintah dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang murah dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

3. Adanya Diversifikasi Produk VCO

Adanya diversifikasi produk sangat bagus dalam perkembangan usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa. Dengan diversifikasi produk berupa adanya produk VCO yang dapat dipesan sesuai keinginan konsumen seperti VCO yang dicetak menyerupai kapsul dan bentuk seperti lulur dan dikemas sebaik mungkin.

3. Stok Kelapa

Stok kelapa selalu terpenuhi karena bahan baku kelapa terbilang sangat mudah didapatkan karena masyarakat masih banyak yang mempunyai pohon kelapa dan tidak lupa pula selalu menyediakan Kelapa digudang persediaan bahan

baku sangat dianjurkan kepada pengusaha agroindsurti VCO di Desa Marsawa dikarena persediaan kelapa yang tidak bisa diprediksi.

4. Membuat Surat Izin Usaha

Saat ini agroindusri VCO di Desa Marsawa telah memiliki surat izin usaha atau surat keterangan usaha yang dikeluarkan oleh kantor kepala desa Marsawa. Hal ini sangat dikhawatirkan, karena surat keterangan usaha dari desa hanya mencatat bahwa usaha tersebut terdaftar, namun tidak memiliki sertifikat BPOM dan Label halal yang dikeluarkan oleh MUI. Adanya sertifikat BPOM dan label halal yang dimiliki akan menjadikan usaha agroindsurti VCO di Desa Marsawa memiliki kekuatan hukum yang dikeluarkan resmi oleh pemerintah sehingga lancar untuk dijalankan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat penulis ajukan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis matriks IFE didapatkan nilai skor sebesar 3,13 yang menunjukkan posisi internal usaha menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan yang ada Sedangkan matriks EFE menghasilkan total skor sebesar 3,87 yang menunjukkan posisi eksternal usaha memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Hasil ini menempatkan usaha agroindustri VCO di Desa Marsawa pada posisi strategi kuadran I sehingga menunjukkan strategi agresif. Strategi agresif dengan lebih fokus kepada strategi SO (Strength Opportunities) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Alternatif strategi pengembangan memanfaatkan peluang yang ada dengan dukungan pengalaman serta bahan baku yang tersedia untuk meningkatkan produksi, bebas bahan kimia dan memperluas pasar dengan cara promosi melalui brosur, bazaar, pameran serta media sosial dan diversifikasi Produk VCO seperti kapsul dan berbentuk seperti lulur dikemas sebaik mungkin.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha untuk dapat meningkatkan jumlah produksi VCO sehingga keuntungan dapat diperoleh secara maksimal sehingga usaha agroindustri VCO dapat berkembang dengan baik.
2. Meningkatkan keterampilan dalam membuat VCO dan menggunakan teknologi/mesin modren sehingga dapat mempercepat proses produksi dan mempermudah dalam pekerjaan.
3. Pemasaran dilakukan hendaknya lebih luas atau memperbanyak konsumen sehingga produksi VCO pada agroindustri dapat terus berlanjut atau continue.
4. Diharapkan Pemerintah dapat memberikan perhatian kepada usaha agroindustri dalam bentuk bantuan terutama kepada pengusaha Agroindustri VCO baik dalam bentuk modal maupun peralatan, mesin dan keterampilan dalam membuat VCO.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* (diakses 15 Agustus 2020).
- APCC. (2007). *Coconut Statistical Yearbook 2006*. Jakarta: APCC.
- A.S Moenir. 1992. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- A.F.Stoner James,1996, Manajemen , Edisi Indonesia, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- A. William. 2001. *Ekonomi Mikro*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Badan Pusat Statistik Indonesia, 2007. Penggolongan Industri.
- Damanik, S.. 2007 *Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa (Cocos nucifera)* untuk Meningkatkan Pendapatan Petani di Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. *Perspektif*, 6(2)/ Desember 2007.
- David. 2004. "Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh". PT. Prenhallindo, Jakarta.
- _____. 2006. *Strategic Management*. Edisi 10. Salemba Empat,Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat
- Freddy Rangkuti, 2004, *Riset Pemasaran*. Cetakan Kelima. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____.2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gibson, 2009. Organisasi (Terjemahan). Edisi Ke-Lima, Jakarta : Erlangga
- Hani Handoko, 1999,*Manajemen, BPFE* Yogyakarta,Yogyakarta,
- Hanafiah, A.M dan Saefuddin, A.M. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Edisi Kedua. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Hasbi, S,dan SJ Priatna. 2004. *Strategi Pengembangan Agribisnis dan Agroindustri perkebunan Rakyat dengan pendekatan perwilayahan komoditas. Journal Agribisnis dan Industri Pertanian* Vol 3 No 1, Maret 2004. ISSN 1412-8888. Program study Agribisnis, Program Pasca Sarjana Universitas Sriwijaya, Palembang.

- Hayami Y, Kawagoe T, Morooka Y, Siregar M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective from a Sunda Village*.Bogor:TheCPGRTCcentre.
- Kantor Kepala Desa Marsawa.2019.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Mubarak, W.I. (2012). *Promosi kesehatan untuk kebidanan*. Jakarta: salemba Medika.
- Rahardi, F, 1995. *Agribisnis Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rangkuti, 1995. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____.1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____.2000. *Analisis Swot Tehnik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama.
- _____.2004. *Analisis SWOT, Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia.Jakarta.
- Riyanti. (2003). *Kewirausahaan dari sudut pandang psikologi kepribadian*. Jakarta : Grasindo.
- Rindengan, B. dan Novariant Hengky. 2004. *Minyak Kelapa Murni: Pembuatan dan Pemanfaatannya*. Seri Agrotekno. Penebar Swadaya. Jakarta. Hal. 6, 9, 64- 65.
- Sabarman,D.2007 *Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa (Cocos nucifera) untuk Meningkatkan Pendapatan Petani di Kabupaten Indragiri Hilir, Riau*,[Jurnal] Indonesian Center for Estate Crops Research and Development Jl. Tentara Pelajar No.1 Bogor 16111.
- Sadulloh, Uyoh. 2006. *Pengantar Filsafat Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Said Rusli. 1983. *Pengantar Ilmu Kependudukan*. LP3ES. Jakarta.
- Saragih, 1992. *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Pustaka Wirausaha Muda, Bogor.
- Setiaji, Bambang., dan Prayugo, Surip., (2006), *Membuat VCO Berkualitas Tinggi*, Penerbit Penebar Swadaya, Jakarta

- Soekartawi.1995. *Analisis Usahatani*. UI Press. Jakarta.
- _____,1999. *Manfaat Proses Pengolahan Komoditi Pertanian*.Jakarta.
- _____,2000. *Strategi Pembangunan Pertanian yang Berwawasan Agribisnis dan Agroindustri*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____,2001. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo press, Jakarta.
- Suhardiyono, L, 1993, *Tanaman Kelapa Budidaya dan Pemanfaatannya*, Yogyakarta : Kanisius.
- Suhardiyono, L. 1995. *Tanaman Kelapa. Kanisius (Anggota IKAPI)*. Yogyakarta.
- Tjipto, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: penerbit ANDI.
- Trisnadi. (2012). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI*.*Jurnal Ilmiah STIE MDP Forum Bisnis dan Kewirausahaan*. 1 (2). 112-119.
- Wahyuni, Mita Ir., 2000, *Bertanam Kelapa Kopyor*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Widiastuti. 2009. *Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta: Fitrimaya.
- Yasin. 2003. *Masa depan agribisnis riau*. Unri. Press. pekanbaru
- Yorin. 2009. *Prospek Agroindustri*. Diakses Pada Tanggal 15 Agustus 2020.
- Yuyun Wirasasmita. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Lampiran 1. Penilaian Faktor Internal Agroindustri VCO Buk Suwastini

I. Internal Faktor Evaluation (IFE)

No	Faktor strategi internal	Bobot	Strategi
1	Kekuatan		
	Pengusaha Berpengalaman	0,13	S1
	Memiliki Modal Sendiri	0,13	S2
	Bebas Bahan Kimia	0,13	S3
	Ketersediaan Bahan Baku	0,10	S4
2	Kelemahan		
	Tenaga kerja berpendidikan rendah	0,10	W1
	Kurangnya promosi	0,06	W2
	Belum ada sertifikat BPOM	0,03	W3
	Belum mampu menari pelanggan	0,06	W4
	Harga bahan baku fluktuatif	0,10	W5
	Harga produk terlalu mahal	0,10	W6
	Tidak ada diversifikasi produk	0,06	W7
	Jumlah		

II. Internal Faktor Evaluation (EFE)

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Strategi
	Peluang		
	Permintaan pasar meningkat	0,17	O1
	Gaya hidup sehat	0,17	O2
	Bahan baku mudah di dapat	0,17	O3
	Pengusaha berumur produktif	0,17	O4
4	Ancaman		
	Produk sejenis dari luar daerah	0,17	T1
	Harga produk lain lebih murah	0,13	T2
	Jumlah		

**Lampiran 2. Olahan data internal dan eksternal Agroindustri VCO Buk
Suwastini**

1. Internal Faktor Evalution (IFE)

No	Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skoring Bobot X Rating
1	Kekuatan			
	Pengusaha Berpengalaman	0,13	4	0,52
	Memiliki Modal Sendiri	0,13	4	0,52
	Bebas Bahan Kimia	0,13	4	0,52
	Ketersediaan bahan baku	0,10	3	0,29
	Jumlah			1,84
2	Kelemahan			
	Tenaga kerja berpendidikan rendah	0,10	3	0,29
	Kurangnya promosi	0,06	3	0,13
	Belum ada sertifikat BPOM	0,03	1	0,03
	Belum mampu mencari pelanggan	0,06	2	0,13
	Harga bahan baku fluktuatif	0,10	3	0,29
	Harga produk terlalu mahal	0,10	3	0,29
	Tidak ada diversifikasi produk	0,06	2	0,13
	Jumlah			1,29
Total		1,00	31	3,13

2. Eksternal Faktor Evaluion (EFE)

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skoring (Bobot X Rating)
3	Peluang			
	Permintaan pasar meningkat	0,17	4	0,70
	Gaya hidup sehat	0,17	4	0,70
	Bahan baku mudah di dapat	0,17	4	0,70
	Pengusaaha Berumur Produktif	0,17	4	0,70
	Jumlah			2,87
4	Ancaman			
	Produk sejenis dari luar daerah	0,14	4	0,70
	Harga produk lain lebih murah	0,10	3	0,39
jumlah				1,09
Total		1,00	29	3,87

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Gambar 7. Foto bersama pengusaha



Gambar 8. Proses pamarutan Kelapa



Gambar 9. Pemasaran kelapa



Gambar 10. Penyaringan santan



Gambar 11. Diamkan selama 8-24 jam



Gambar 12. Proses Pemisahan minyak VCO dan Santan



Gambar 13. Proses penyaringan minyak VCO



Gambar 14. Pengemasan VCO

RIWAYAT HIDUP



Dhika Wahyudi dilahirkan di Desa Marsawa pada tanggal 19 Agustus 1998 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari bapak Marlin dan ibu Sukarmi. Pendidikan penulis dimulai dari Sekolah Dasar Negeri 014 Desa Marsawa pada tahun 2004 dan diselesaikan pada tahun 2009, pada tahun 2010 melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Benai yang diselesaikan pada tahun 2013, kemudian pada tahun 2013 melanjutkan di Sekolah Menengah Kejuruan 2 Teluk Kuantan diselesaikan pada tahun 2016. Penulis melanjutkan pendidikan keperguruan tinggi, Pada tahun 2016 penulis baru melanjutkan pendidikan dan diterima sebagai mahasiswa Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Kuantan Singingi.

Penulis melakukan penelitian pada bulan Maret 2020 sampai bulan Juli 2020. Dalam proses penelitian ini penulis mengambil judul penelitian "Strategi Pengembangan Agroindustri Virgin Coconut Oil Di Desa Marsawa Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi" yang dibimbing oleh Ibu Mahrani,SP,.M.Si dan bapak Haris Susanto,Sp.,MMA. Pada tanggal 05 September 2020 telah melalui ujian komprehensif dan dinyatakan telah lulus dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian.