

Endang Suhesti

by Turnitin Official

Submission date: 15-May-2023 01:51PM (UTC+0700)

Submission ID: 2038188046

File name: 1._ANALISA_HARGA_POKOK_PRODUKSI_-AGRIBIOS_2018.docx (72.9K)

Word count: 3031

Character count: 27014

**ANALISA HARGA POKOK PRODUKSI DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA PEMBIBITAN TANAMAN
HORTIKULTURA PADA UD. MURTA JAYA**

**(ANALYSIS COST OF GOODS MANUFACTURE AND STRATEGY OF
DEVELOPING HORTICULTURAL CROPS BUSINESS AT UD. MURTA
JAYA)**

Oleh :

Rika Fitria Wulandari⁽¹⁾, Endang Suhesti⁽²⁾

⁽¹⁾Alumni Fakultas Pertanian Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

⁽²⁾Staf pengajar Fakultas Pertanian Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

ABSTRAK

Dalam menentukan harga jual produk dan meningkatkan usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya, maka perlu dilakukan perhitungan harga pokok produksi dan strategi pengembangan agar mampu bertahandamsuatu persainganbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan harga pokok produksi sebagai penetapan harga jual per bibit yang dilakukan usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya dan untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa full costing, analisa SWOT dan analisisdeskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwaharga jual bibit cabai sebesar Rp. 178 per bibit. Dengan demikian, perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan UD. Murta Jaya sesuai dengan perhitungan metode full costing karena harga jual bibit cabai di UD. Murta Jaya sebesar Rp. 200 per bibit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Murta Jaya berada pada posisi white area (kuat berpeluang) yang artinya UD. Murta Jaya memiliki peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk melanjutkan usaha pembibitan yang dijalankan.

Kata Kunci : Harga Pokok Produksi, Strategi Pengembangan, Analisa Full Costing, Analisa SWOT

ABSTRACT

In determining the selling price of the product and increasing the horticulture cultivation business in UD. Murta Jaya, it is necessary to calculate the cost of production and development strategies in order to survive in a business competition. This study aims to determine the determination of the cost of production as a determination of the selling price per seed conducted horticulture crops business in UD. Murta Jaya and to know the development strategy undertaken by horticulture cultivation business in UD. Murta Jaya. Data analysis method used in this research is full costing analysis, SWOT analysis and descriptive analysis. The results showed that the selling price of chili seedlings

was Rp. 178 per seed. Thus, the calculation of cost of goods manufactured by UD. Murta Jaya in accordance with the calculation of full costing method because of the selling price of chili seedlings in UD. Murta Jaya Rp. 200 per seedlings. The results showed that UD. Murta Jaya is in the position of white area (strong potentially) which means UD. Murta Jaya has a prospective and competent opportunity to continue its nursery business.

Key Word :*Cost of goods manufacture, Development strategy, Full Costing's analysis, SWOT'S analys*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara pertanian yang artinya pertanian memegang peranan yang sangat penting dari keseluruhan perekonomian nasional, hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja pada sektor pertanian. Peran sektor pertanian di samping sebagai sumber penghasil devisa negara yang besar, juga merupakan sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Pertanian merupakan kegiatan anusahayang meliputi kegiatan budidaya tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, kehutanan dan peternakan. Dari beberapa kegiatan budidaya pertanian tersebut, hortikultura merupakan salah satu kegiatan budidaya yang dapat dijadikan sumber pertumbuhan ekonomi.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang tanaman hortikultura adalah UD. Murta Jaya. UD. Murta Jaya merupakan lembaga penyedia bibit tanaman hortikultura di Kabupaten Situbondo. Dalam sekali produksi, dapat menghasilkan

bibit tanaman hortikultura dengan berbagai jenis bibit, seperti bibit cabai rawit hijau, bibit cabai merah besar, bibit cabai rawit putih, bibit tomat dan bibit terong. Produksi bibit dilakukan dengan persemaian menggunakan media tanam sistem brownis dan sistem sozzis, namun lebih banyak menggunakan sistem brownis.

Memasuki pasar bebas, persaingan di dunia usaha saat ini menjadi sangat ketat. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi juga berpengaruh terhadap proses produksi. Adanya pemakaian mesin-mesin untuk melakukan proses produksi yang menggantikan pemakaian tenaga kerja manusia, mengakibatkan kebutuhan akan tenaga kerja pun berkurang dan komposisi biaya produksi dalam perusahaan secara perlahan-lahan mengalami perubahan yaitu adanya penurunan biaya tenaga kerja dan kenaikan biaya overhead pabrik. Penambahan pada komponen biaya produksi akan mempengaruhi nilai penambahan harga pokok produksi (Slat, 2013).

Perhitungan harga pokok produksi berfungsi sebagai dasar untuk menetapkan harga jual

produk. Informasi yang dibutuhkan dalam perhitungan harga pokok produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang harus diperhitungkan secara tepat sehingga menghasilkan penetapan harga jual yang tepat pula. Selain itu, perusahaan juga memerlukan strategi pengembangan untuk menjaga kualitas dan kuantitas produk agar mampu bersaing di pasaran.

Strategi sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang merupakan tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2006). Dalam menentukan strategi, perlu mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya agar dapat bertahan dalam suatu persaingan bisnis. Oleh karena itu, perumusan strategi sangat penting untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka menjadi pertimbangan untuk dilakukan penelitian tentang “Analisa Harga Pokok Produksi dan Strategi Pengembangan Usaha Pembibitan Tanaman Hortikultura Pada UD. Murta Jaya” dengan rumusan masalah berikut :

1. Bagaimana penentuan harga pokok produksi sebagai

penetapan harga jual per bibit yang dilakukan usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya ?

2. Bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya ?

Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Murta Jaya yang terletak di Jalan Cerme No. 20 Desa Juglangan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *Purposive* (Nazir, 2003) atas dasar yaitu : 1. UD. Murta Jaya merupakan usaha pembibitan tanaman hortikultura yang didirikan sejak tahun 2005 sampai sekarang, 2. Dalam memproduksi tanaman hortikultura, teknik pengolahan yang dilakukan oleh UD. Murta Jaya sama dengan teknik pengolahan tanaman hortikultura pada umumnya, namun terdapat perbedaan harga dengan tempat lain. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2017.

Teknik Pengumpulan dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Umar (2003) menyatakan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan

pihak manajemen atau pemilik UD. Murta Jaya menggunakan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan selanjutnya mendokumentasikan data-datayang di perolehuntukdianalisis.

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen (Sugiyono, 2005).Datasekunder dalam penelitian ini dikumpulkandandiperolehdarilaporanperusahaan,artikelatauliteratur yang relevan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

1. Wawancara

Metode wawancara yaitu metode pengambilan data primer dengan melakukan wawancaralangsung dengan pihak manajemen atau pemilik UD. Murta Jaya menggunakan daftar pertanyaan (*quisionare*) terstruktur terbuka yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2. Observasi

Observasi menurut Kusuma (1987) adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau obyek lain yang diselidiki. Dalam penelitian ini, sesuai dengan objek penelitian maka, peneliti memilih observasi tak terstruktur.Observasi ini dipersiapkan secarasistematis tentang apa yang akan

diobservasi. Peneliti dapat melakukan pengamatan bebas.

3. Kuesioner (*Quetionaire*)

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang telah disediakan kepada pihak manajemen atau pemilik UD. Murta Jaya. Data yang diambil adalah data biaya produksi dan strategi pengembangan yang dilakukan UD. Murta Jaya.

**Analisa Data
Analisa Full Costing**

Untuk menjawab permasalahan pertama yaitu tentang penentuan harga pokok produksi pada UD. Murta Jaya baik dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik dilakukan dengan analisis *full costing*. *Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, baik berperilaku variabel maupun tetap.

Analisa SWOT

Untuk menjawab permasalahan kedua yaitu tentang strategi pengembangan pada UD. Murta Jaya dilakukan dengan analisis SWOT yang terdiri dari :

1. Tahap pengumpulan data dengan model matriks analisis

faktor strategi internal dan analisis faktor strategi ekstern.
 2. Tahap analisa. Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap

kelangsungan usaha, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi yang didapat dalam model-model kuantitatif perumusan strategi diantaranya :

1. Matriks Posisi Kompetitif Relatif



Gambarr 1.Matriks Posisi Kompetitif Relatif
 Sumber : Rangkuti, 2014)

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

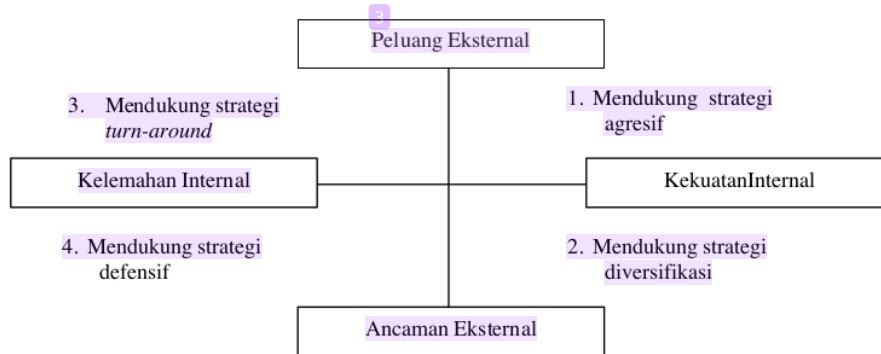
- a. Apabila usaha terletak di daerah White Area (Bidang Kuat berpeluang), maka usaha tersebut memiliki peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- b. Apabila usaha terletak di daerah Grey Area (Bidang Lemah Berpeluang), maka usaha tersebut memiliki peluang pasar yang prospektif, namun tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- c. Apabila usaha terletak di daerah Black Area (Bidang Lemah Terncam),

- maka usaha tersebut tidak memiliki peluang pasar dan tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
- d. Apabila usaha terletak di daerah Grey Area (Bidang Kuat Terancam), maka usahatersebutcukup kuat dan memiliki kompetensiuntuk mengerjakannya, namun peluang pasar sangat mengancam.

2. Kuadran SWOT (Matriks Grand Strategy)

Analisis SWOT memiliki matriks dengan empat kuadran yang menunjukkan kombinasi dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan informasi tentang posisi usaha yang sedang dilakukan. Berikut gambar

keempat kuadran tersebut dalam bentuk diagram :



Gambar 2. Kuadran Analisis SWOT

Adapun keterangan tentang masing-masing kuadran antara lain :

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijaksanaan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang

sangat besar, tetapi di pihak lain menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat membuat peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2014).

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dimiliki rantai pasokan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Kemudian transfer peluang dan ancaman dari tabel EFAS serta tambahan kekuatan dan kelemahan dari tabel IFAS ke dalam sel yang

sesuai dengan matriks. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis utama yaitu SO, WO, ST dan WT (Rangkuti, 2014)

4	IFAS	STRENGTHS (S) Menentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Menentukan 5-10 faktor kelemahan internal
EFAS	OPPORTUNITIES (O) Menentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	TREATHS (T) Menentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar3. Matriks SWOT

1. Strategi SO adalah strategi yang menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi WO adalah strategi yang meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada.
4. Strategi WT adalah strategi yang berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman yang ada. (Rangkuti, 2014)

Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Penetapan Harga Jual Per Bibit yang Dilakukan Usaha Pembibitan Tanaman Hortikultura di UD. Murta Jaya

Penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya produksi dalam harga pokok produksi (Mulyadi, 2005). Perhitungan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan beberapa metode salah satunya metode *full-costing*. Metode ini memperhitungkan semua unsur biaya produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik (baik yang bersifat variabel maupun tetap). Adapun perhitungan harga pokok produksi di UD. Murta Jaya adalah sebagai berikut :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Perhitungan Harga Pokok Produksi Bibit Cabai di UD. Murta Jaya

dengan Metode Full-Costing

Biaya Bahan Baku	Rp. 63.840.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 23.400.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp. 10.270.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp. 250.000 +
Harga Pokok Produksi	Rp. 97.760.000
Jumlah Produksi Bibit	550.000 ribu
HPP bibit cabai per bibit	Rp. 177,74 = 178

Berdasarkan Tabel 3 di atas, diperoleh hasil perhitungan harga pokok produksi bibit cabai di UD. Murta Jaya sebesar Rp. 97.760.000 per bulan yang terdiri dari biaya bahan baku Rp. 63.840.000, biaya tenaga kerja Rp. 23.400.000, biaya overhead pabrik tetap Rp. 10.270.000 dan biaya overhead pabrik variabel Rp. 250.000. Dari hasil perhitungan harga pokok

produksi bibit cabai sebesar Rp. 97.760.000 per bulan, kemudian dibagi jumlah produksi bibit cabai yaitu 550.000 ribu bibit per bulan. Maka, diperoleh harga pokok produksi bibit cabai per bibit sebesar Rp. 178 per bibit.

Sedangkan harga jual bibit cabai di UD. Murta Jaya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Daftar Harga Bibit di UD. Murta Jaya Berdasarkan Jenis

Jenis Bibit	Harga (per bibit)
Cabai	Rp. 200,00
Tomat	Rp. 200,00
Terong	Rp. 250,00
Ranti	Rp. 250,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa harga bibit di UD. Murta Jaya berkisar antara Rp. 200,00 sampai Rp. 250,00.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penentuan harga pokok produksi usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya, maka hipotesa yang telah ditulis sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan karena penentuan harga jual per bibit yang dilakukan di UD.

Murta Jaya sesuai dengan perhitungan metode *full costing*.

Strategi Pengembangan Usaha Pembibitan Tanaman Hortikultura di UD. Murta Jaya

Strategi pengembangan merupakan suatu perencanaan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan usaha yang dapat dilakukan dengan mengoptimalkan kapasitas produksi baik dengan menjaga kualitas dan kuantitas produksi. Strategi

pengembangandilakukan dengan eksternal serta tahap skoring dengan analisa SWOT. Berikut adalah hasil penjabaran yang dapat dilihat pada penentuan faktor internal dan faktor tabel 5 :

Tabel 5. Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal

IFAS

No.	Kekuatan	Bobot	Rating	Nilai
1.	Produk berkualitas	0,1	4	0,4
2.	Harga terjangkau	0,15	3	0,45
3.	Tenaga kerja yang digunakan berasal dari daerah sekitar	0,05	2	0,1
4.	Modal sendiri	0,05	2	0,1
5.	Lokasi strategis	0,15	4	0,6
Total Kekuatan		0,5	18	1,65

No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Nilai
1.	Tidak memiliki manajemen	0,1	1	0,1
2.	Keterampilan karyawan masih rendah	0,15	2	0,3
3.	Tidak adanya riset penelitian dan pengembangan usaha	0,15	2	0,3
4.	Minimnya kegiatan promosi	0,1	1	0,1
Total Kelemahan		0,5	6	0,8
Total Faktor Internal		1	24	2,45

EFAS

No.	Peluang	Bobot	Rating	Nilai
1.	Permintaan bibit cabai yang tinggi	0,1	4	0,4
2.	Adanya perkembangan teknologi	0,1	4	0,4
3.	Pangsa pasar masih luas	0,1	4	0,4
4.	Bertambahnya populasi penduduk	0,1	4	0,4
5.	Dukungan pemerintah terhadap sektor pertanian	0,1	4	0,4
Total Peluang		0,5	19	2

No.	Ancaman	Bobot	Rating	Nilai
1.	Perubahan cuaca yang tidak menentu	0,1	1	0,1
2.	Adanya hama dan penyakit yang menyerang	0,1	1	0,1
3.	Mudah mendapatkan produk substitusi	0,15	2	0,3
4.	Perilaku kompetitif pesaing	0,15	2	0,3
Total Ancaman		0,5	6	0,8
Total Faktor Eksternal		1	25	2,8

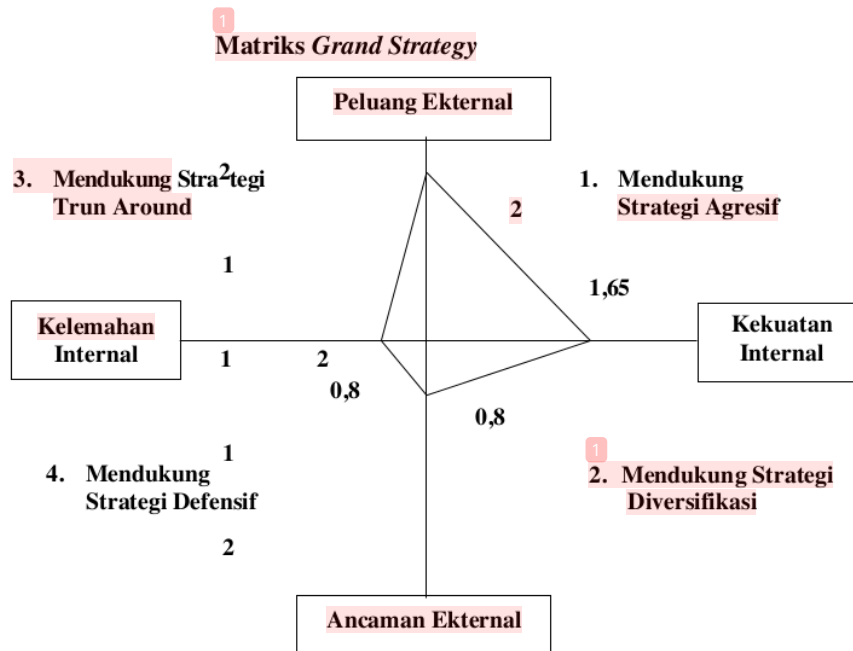
Analisa Matriks Grand Strategy

Tahap analisa selanjutnya adalah menghasilkan strategi

berdasarkan hasil dari perhitungan bobot dan rating pada analisa SWOT dengan harapan dapat memanfaatkan

posisi yang kuat dan mengatasi kendala yang dihadapi. Hasil perhitungan tersebut dapat dikomplikasikan dalam gambar

Matriks *Grand Strategy* seperti pada gambar 5 :



Gambar 5. Matriks *Grand Strategy* UD. Murta Jaya

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa daerah terbesar berada pada kuadran 1, berarti mendukung strategi agresif. Jadi, strategi yang dapat dilakukan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan dan pengembangan UD. Murta Jaya yang agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dengan tujuan memaksimalkan produk bibit cabai mulai dari proses sampai pemasaran bibit cabai. Pada kuadran 2, maka strategi yang harus digunakan adalah menggunakan

kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi pada produk/pasar. Pada kuadran 3, strategi yang harus diterapkan adalah fokus untuk meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat membuat peluang pasar yang lebih baik. Sedangkan pada kuadran 4, situasi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan dikarenakan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Maka dari itu, perlu

dilakukan membenahan dan evaluasi pada manajemen dengan berdasarkan pada parameter usaha dan pemasaran.

Matriks SWOT

Tahap analisa selanjutnya adalah menggabungkan variabel-variabel yang ada pada faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang kemudian dianalisa sehingga menghasilkan beberapa alternatif strategi yang kemungkinan dapat dilakukan oleh UD.Murta Jaya untuk mengatasi segala hal-hal yang berkaitan dengan bibit cabai. Alternatif strategi tersebut dapat dilihat pada gambar 6 berikut :

Matriks SWOT UD. Murta Jaya

6	Kekuatan(S) :	Kelemahan(W) :
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas 2. Harga terjangkau 3. Tenaga kerja yang digunakan berasal dari daerah sekitar 4. Modal sendiri 5. Lokasi strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki sistem manajemen 2. Keterampilan karyawan masih rendah 3. Tidak ada penelitian dan pengembangan usaha 4. Minimnya kegiatan promosi
Faktor Eksternal	Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang(O):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengembangan usaha melalui peningkatan volume produksi 2. Perluasan jangkauan jaringan pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pola kemitraandan kerjasama dengan pengusaha bibit cabai yang ada didaerah sekitar perusahaan 2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan 3. Pengembangan sistem promosi produk
Ancaman(T):	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan cuaca yang tidak menentu 2. Adanya hama dan penyakit yang menyerang 3. Mudah mendapatkan produk substitusi 4. Perilaku kompetitif pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kontinuitas produksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikan manajemen usaha untuk mengatasi kelemahan sumber daya organisasi perusahaan 2. Bekerjasama dengan pihak akademis atau lembaga penelitian pemerintah

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Gambar 6. Matriks SWOT UD. Murta Jaya

Berdasarkan matriks SWOT, maka dapat diperoleh 4 strategi utama

yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT yang terdiri dari :

1
a. Strategi S - O
Strategi S-

Merupakan strategi yang dilakukan UD. Murta Jaya dengan menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, yaitu :

1. Melakukan pengembangan usaha melalui peningkatan volume produksi

Bentuk strategi ini dapat dilakukan dengan cara memperluas lahan pembudidayaan bibit cabai dengan memanfaatkan lahan yang tersedia. Pemenuhan permintaan oleh perusahaan belum maksimal karena volume produksi perusahaan masih kurang, dimana luas areal yang dimiliki perusahaan saat ini sekitar 1.500 m². Oleh karena itu, perusahaan perlu menambah luas areal untuk pembudidayaan bibit cabai tersebut, sehingga volume produksi meningkat.

2. Perluasan jangkauan jaringan pemasaran

Bentuk strategi ini dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan perkembangan kecanggihan teknologi yaitu adanya internet, agar UD. Murta Jaya dapat memperluas pangsa pasar dan tidak

terpaku pada satu lembaga pemasaran saja.

b. Strategi W - O

Strategi W-

Merupakan strategi yang dilakukan UD. Murta Jaya untuk meminimalkan kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, yaitu:

1. Melakukan polakemitraandankerjasama dengan pengusaha bibit cabai yang ada didaerah sekitar perusahaan.

Hal ini bertujuan agar ketersediaan dan kontinuitas bibit cabai tetap terjaga sehingga pelanggan tidak kecewa. Kegiatan kemitraan dilakukan dengan cara UD. Murta Jayabekerjasama dalam hal penyediaan input

pertanian dan menyalurkan hasil panen petani mitra. Manfaat kerjasama dengan mitra ini yaitu untuk menjamin komoditi cabai dalam kegiatan supply ke konsumen, meningkatkan penjualan serta meminimalkan biaya produksi oleh petani.

2. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia melalui pelatihan-pelatihan

Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia merupakan salah satu faktor penting yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Perusahaan harus memperbaiki kualitas sumberdaya manusia salah satunya melalui pelatihan

yang berhubungan dengan budidaya tanaman aman, teknologi tepat guna, sistem administrasi ataupun pembiayaan perusahaan. Sehingga dengan pelatihan dapat mengakses informasi dan teknologi yang dapat diterapkan untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

3. Pengembangan sistem promosi produk

Promosi yang dilakukan UD. Murta Jaya selama ini hanyalah dengan media *mouth to mouth* dari para konsumen yang sudah pernah membeli bibit cabai dari UD. Murta Jaya. Maka dari itu perlu adanya pengembangan bentuk promosi yang dilakukan seperti promosi penjualan dan publisitas. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menyebarkan berita tentang bibit cabai melalui online atau brosur dengan tujuan agar masyarakat lebih mengenal lagi sehingga tertarik membelinya.

c. Strategi S - T

Strategi S-

Merupakan strategi yang dilakukan dengan menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal, yaitu :

1. Menjaga kontinuitas produk

Strategi ini dilakukan untuk memaksimalkan kekuatan dan menghindari ancaman yang dihadapi perusahaan. Kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah produk yang berkualitas dan harga terjangkau. Adapun ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu

perubahan cuaca yang tidak menentu, mudah mendapatkan produk substitusi dan masuknya pendatang baru. Sehingga perusahaan harus senantiasa mempertahankan kontinuitas produk agar dapat bersaing secara kompetitif dengan pesaing.

d. Strategi W - T

Strategi W-T merupakan strategi yang dilakukan dengan meminimalkan

kelemahan internal untuk menghindari ancaman eksternal, yaitu :

1. Perbaikan manajemen usaha untuk mengatasi kelemahan sumber daya organisasi perusahaan

Perencanaan sangat diperlukan dalam menjalankan suatu usaha agar lebih terarah dan dapat mencapai tujuannya dengan tepat. UD. Murta Jaya harus menyusun perencanaan usahanya dengan jelas, baik jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang yang dapat dimulai dengan merumuskan visi, misi dan tujuan perusahaan, melakukan perbaikan pada manajemen usaha yaitu membuat struktur organisasi secara tertulis sehingga jelas deskripsi kerja pada masing-masing bagian dan melakukan perbaikan dalam hal administrasi dan keuangan dimana perusahaan harus melengkapi pembukuan usahanya serta pengarsipan data. Dengan demikian, perbaikan pada manajemen usaha diharapkan dapat lebih

meningkatkan efektivitas dan efisiensi kinerja pada masing-masing tugas sehingga tercapai kinerja yang optimal.

2. Bekerja sama dengan pihak akademis dan lembaga penelitian pemerintah

Saat ini kegiatan penelitian dan pengembangan belum dilakukan perusahaan. Penelitian dan pengembangan yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan yaitu bekerja sama dengan pihak akademisi atau lembaga penelitian pemerintah sehingga diharapkan mampu membantudan memotivasi UD. Murta Jaya untuk segera melakukan penelitian dan pengembangan produk untuk dapat bertanding dalam persaingan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya, maka hipotesa yang telah ditulis sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan karena usaha pembibitan tanaman hortikultura di UD. Murta Jaya berada pada posisi *white area*.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang analisa perhitungan harga pokok produksi dan strategi pengembangan usaha pembibitan tanaman hortikultura pada UD. Murta Jaya diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode *full costing*,

diperoleh harga jual bibit cabai sebesar Rp. 178 per bibit. Dengan demikian, perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan UD. Murta Jaya sesuai dengan perhitungan metode *full costing* karena harga jual bibit cabai di UD. Murta Jaya sebesar Rp. 200 per bibit.

2. Berdasarkan analisa SWOT yang digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan UD. Murta Jaya, diperoleh bahwa UD. Murta Jaya berada pada posisi *white area* (kuat berpeluang) yang artinya UD. Murta Jaya memiliki peluang yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk melanjutkan usaha pembibitan yang dijalankan.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan, yaitu sebagai berikut :

1. UD. Murta Jaya disarankan untuk menggunakan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang tepat. Karena dengan menggunakan metode *full costing*, UD. Murta Jaya dapat mengidentifikasi seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi.

2. UD. Murta Jaya sebaiknya menjaga kontinuitas produksi dengan cara melakukan perencanaan secara terperinci

1 terkait kegiatan usahatani seperti kap anjadwal tanam, pengendalian hama penyakit tanaman, penyiraman, panen sehingga perusahaan memiliki rekam data pertumbuhan perkembangan produksi bibit cabai. UD. Murta Jaya juga perlu bekerjasama dengan pihak akademis atau lembaga penelitian pemerintah untuk dapat mengadopsi teknologi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Selain itu, UD. Murta Jaya harus memperbaiki manajemen usaha seperti menetapkan secara jelas dan tertulis mengenai visi, misi, tujuan jangka pendek dan jangka panjang organisasi sebagai patokan dan target ke depan. Memperbaiki administrasi dan keuangan perusahaan sehingga data-data perusahaan tersusun secara rapi, terperinci dan terkomputerisasi agar dapat digunakan untuk perencanaan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- 2 David, FR. 2006. *Manajemen Strategis Konsep Edisi Sepuluh*. Jakarta: Salemba.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. STIE, Yogyakarta.
- Nazir, Mohammad. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan Kelima. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*

(Analisis SWOT). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Slat, Andre Henri. 2013. *Analisis Harga Pokok Produk dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual*. Jurnal Emba Vol. 1 No. 3.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.

Suwandi. 2009. *Menakarkebutuhanharatanamandalampengembangan inovasi budidaya sayuran berkelanjutan*. Pengembangan Inovasi Pertanian.

Endang Suhesti

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	media.neliti.com Internet Source	13%
2	unars.ac.id Internet Source	2%
3	repository.unej.ac.id Internet Source	1%
4	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1%
5	docobook.com Internet Source	1%
6	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off