



blue ventures
beyond conservation

ANALISIS BISNIS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SABUT KELAPA, LIDI NIPAH, DAN ECOPRINT DI KECAMATAN KUALA INDRAGIRI DAN MANDAH



Tim Penyusun

Dr. Arifudin, SP, MP

Yelly Zamaya, SE, ME

Chairun Annisa, S.P

Ahmad Nizar Hudhoifi

Fichran Vachroni

Tim Yayasan Mitra Insani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “**Analisis Bisnis dan Strategi Pengembangan Usaha Sabut Kelapa, Lidi Nipah, dan Ecoprint di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah**”.

Laporan penelitian ini merupakan tindak lanjut dari kerjasama dengan pihak Yayasan Mitra Insani, sesuai dengan kontrak kegiatan yang sudah disepakati.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut serta dalam penyempurnaan laporan ini. Akhir kata, penulis menyadari laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik, saran, dan masukan dari pembaca akan diterima dengan terbuka. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, September 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Isi	
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2. 1. Sabut Kelapa	7
2. 2 Lidi Nipah	9
2. 3. Ecoprint	11
2. 4. Analisis Bisnis	12
2. 5. SWOT (IFAS-EFAS).....	16
2. 6. Potensi Pengembangan	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3. 1.Waktu Dan Tempat	19
3. 2. Metode Analisis	19
3.3. Teknik Pengumpulan Data	20
3.4. Teknik Analisis Data	20
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Gambaran Umum	29
4.2.Analisis Bisnis.....	36
4.3.Analisis Strategi Pengembangan Usaha	39
BAB V. PENUTUP	77
5.1.Kesimpulan.....	77
	iii

5.2.Rekomendasi	79
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Matriks SWOT	22
2. Matriks <i>Internal Factor Analysis Strategy</i> (IFAS)	23
3. Matriks <i>External Factor Analysis Strategy</i> (EFAS)	25
4. Matriks SWOT	26
5. Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, dan Kepadatan Penduduk di Kabupaten Indragiri Hilir 2021	30
6. Tingkat Pendidikan, Jumlah Murid, Jumlah Guru dan Jumlah Sarana Pendidikan di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2021.....	31
7. Luas Lahan Perkebunan (Ha) di Kabupaten Indragiri Hilir tahun 2022	33
8. Jumlah Produksi Perkebunan (Ton) di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2022	34
9. Jumlah Petani (KK) Perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir 2022	35
10. Hasil Analisis Kelayakan Usaha Sabut Kelapa.....	37
11. Hasil Analisis Kelayakan Usaha Lidi Nipah.....	38
12. Hasil Analisis Kelayakan Usaha Ecoprint	39
13. Faktor Strategis Internal (IFAS)	45
14. Faktor Strategis Eksternal (EFAS).....	45
15. Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS Usaha Sabut Kelapa.....	46
16. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Sabut Kelapa.....	50
17. Faktor- Faktor Strategis Internal (IFAS)	57
18. Faktor-Faktor Strategis Eksternal (EFAS)	58
19. Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS Usaha Lidi Nipah.....	59

20. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Lidi Nipah	63
21. Faktor-Faktor Strategis Internal (IFAS).....	69
22. Faktor-Faktor Strategis Eksternal.....	70
23. Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS Usaha Ecoprint.....	71
24. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Ecoprint.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Matriks	27
2. Teknologi dalam Pengolahan Sabut Kelapa	40
3. Matriks Posisis SWOT Usaha Sabut Kelapa	48
4. Matriks Posisis SWOT Usaha Lidi Nipah	61
5. Matriks Posisis SWOT Usaha Ecoprint	72
6. Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Sabut Kelapa di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah	82
7. Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Lidi Nipah di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah	85
8. Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Ecoprint di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian.....	92
2. Luas Areal Perkebunan (Ha) dan Jumlah Produksi (Ton) Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir	97
3. Hasil Perhitungan Payback Period.....	98
4. Perhitungan <i>Net Present Value</i> (NPV).....	100
5. Perhitungan <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	102
6. Perhitungan Net Benefit Cost Ratio (Net B/C).....	103
7. Perhitungan Nilai Bobot Strategi Internal.....	105
8. Perhitungan Nilai Bobot Strategi Eksternal.....	108
9. Perhitungan Nilai Bobot Strategi Eksternal.....	111

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.1.1. Sabut Kelapa

Perkebunan kelapa di Provinsi Riau merupakan salah satu komoditas yang penting, dengan luas perkebunan kelapa 422 595,00 Ha, Provinsi Riau memiliki perkebunan kelapa terluas di Indonesia. Provinsi Riau terdiri dari 12 kabupaten kota, salah satunya adalah Kabupaten Indragiri Hilir yang memiliki perkebunan kelapa terluas di Provinsi Riau. Kabupaten Indragiri Hilir merupakan suatu kabupaten yang menjadikan perkebunan sebagai basis ekonominya. Kebun kelapa yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir memiliki luas kebun 341.722 Ha produksi sebanyak 313.430 ton/tahun (Dinas Perkebunan Indragiri Hilir 2022). Jenis kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir yang paling banyak di produksi yaitu kelapa dalam dan kelapa hibrida (Lampiran 1).

Kurangnya pemanfaatan atau pengelolaan buah kelapa untuk dijadikan produk turunan yang memiliki nilai ekonomis karena tidak adanya industri atau kelompok usaha petani kelapa yang memproduksi dan memanfaatkan kelapa serta minimnya pengetahuan dalam pengelolaan kelapa untuk membuat produk turunan dari seluruh bagian buah kelapa yang bernilai ekonomi tinggi sehingga berdampak terhadap ketergantungan petani akan harga penjualan kelapa bulat.

Serat sabut kelapa memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi Produk-produk yang bernilai komersial. Potensi dari serat sabut kelapa (mattress fibre atau coir fibre) yang merupakan hasil dari pengolahan sabut

kelapa sebenarnya dapat digunakan menjadi penahan panas pada industri pesawat terbang, bahan pengisi jok atau bantalan kursi pada industry mobil, bahan geotekstil untuk perbaikan tanah pada bendungan, bahan cocosheet sebagai pengganti busa pada industri spring bed, dan banyak nilai guna lainnya.

Sabut kelapa ini dapat dikembangkan menjadi beragam produk, antara lain cocopeat, cocofibre, cocomesh, cocopot, coco fiber board dan cococoir. Bahan tersebut merupakan bahan baku pada industry matras, pot, kompos kering dan sebagainya.

1.1.2. Lidi nipah

Nipah (*nypa fruticans wurmb*) adalah sejenis palem (palma) yang tumbuh di lingkungan hutan bakau atau daerah pasang-surut dekat tepi laut. Tumbuhan nipah mempunyai batang terendam di bawah lapisan lumpur yang menjalar di bawah tanah dengan tebal batang kira-kira 60 cm. Tumbuhan ini merupakan satu-satunya jenis palma dari wilayah mangrove. Hutan mangrove dan hutan pantai merupakan jalur hijau daerah pantai yang mempunyai fungsi ekologis dan sosial ekonomi. Secara ekonomis, hutan mangrove dan hutan pantai merupakan sumber hutan bukan kayu bagi masyarakat setempat, disamping manfaat jasa lingkungan dan secara fisik berperan melindungi lahan pantai karena mampu memecahkan energi kinetik gelombang air laut (Alwidakdo et al., 2014).

Nipah (*nypa fruticans*) biasanya tumbuhnya di tepi laut area pasang surut. Tanaman ini dianggap tanaman liar dikarenakan hidup dan tumbuh

secara alami tanpa adanya penanganan secara khusus dalam bentuk budidaya, di Indonesia luas tanaman Nipah ini berkisar mencapai 700.000 Ha atau 10% dari luas lahan pasang surut yang mencapai 7 juta Ha rata-rata populasi tanaman pohon Nipah ini sekitar 8.000/Ha populasi Nipah total yang tumbuh di wilayah Indonesia mencapai 5.600 juta pohon (Hasaruddin, 2022).

Kabupaten Indragiri Hilir merupakan daerah yang didominasi dataran rendah yang terdiri dari daerah endapan sungai, daerah rawa dengan tanah gambut, dan mangrove yang tumbuh di sepanjang pesisir pantai, muara sungai, bahkan ada yang tumbuh di rawa gambut. Menurut data Geographic Information System (GIS) tahun 2016, panjang garis pantai Kabupaten Indragiri Hilir mencapai 339,5 Km (Inhilframe.com, 2023). Dengan kondisi alam Kabupaten Indragiri Hilir yang sebagiannya merupakan daerah pasang surut dan mangrove, tanaman nipah tumbuh subur dan alami. Menurut data Statistik Perkebunan Tahun 2019, tak kurang dari 12.000 hektar tanaman nipah tersebar pada 11 Kecamatan di Kabupaten Indragiri Hilir (BPS Indragiri Hilir, 2020).

Tumbuhan nipah sangat mempunyai kemanfaatan yang perlu penanganan dan di kembangkan sebagai sumber penghasilan, masyarakat Indragiri Hilir belum cukup pengetahuan berbagai macam bentuk jenis pemanfaatan nipah. (Hasaruddin, 2022). Pucuk nipah yang diambil lidi dan daunnya memiliki kualitas yang sangat baik dan diminati pasar luar negeri. Masyarakat mengambil pucuk nipah untuk dipisahkan menjadi daun nipah muda dan lidi nipah. Selain karena bahan bakunya yang berlimpah, teknik pengolahannya juga cukup sederhana.

Ada beberapa permasalahan yaitu teknologi pengolahan yang masih sangat tradisional sehingga kegiatan produksinya belum dapat berlangsung secara optimal, kegiatan usaha masih bersifat sederhana dan dalam skala rumah tangga sehingga belum memperhatikan berapa perincian biaya yang akan dikeluarkan, penggunaan/pemilikan modal yang masih terbatas, prasarana dan sarana yang minim, dan perhatian pemerintah yang dianggap kurang. Adapun permasalahan di tingkat pemasaran diantaranya terjadinya fluktuasi pada harga komoditi ludi yang menyebabkan ketidakstabilan pendapatan pemasok atau produsen dan daya beli konsumen. Keadaan seperti ini akan memperbesar resiko pemasaran dengan bengkaknya biaya pemasaran dan tidak efisiennya pelaku usaha dalam dunia usaha. Permasalahan lainnya adalah masing masing pelaku pasar masih ada yang tidak serius memperlakukan barang yang mereka pasarkan, umumnya hal ini disebabkan karena tidak pahamnya para pelaku pasar dalam mekanisme pemasaran (Dapenda, 2010).

1.1.3. Ecoprint

Industri tekstil merupakan salah satu penyumbang jumlah timbunan limbah atau sampah yang cukup tinggi di dunia. Salah satu limbah yang dihasilkan industri tekstil yaitu limbah cair yang berupa sisa zat pewarna/cairan pewarna sintetis dari proses pewarnaan kain yang mengandung beberapa kandungan zat kimia berbahaya. pewarna sintetis menghasilkan limbah berbahaya yang dapat menyebabkan pencemaran lingkungan seperti, mencemari tanah, sedimen, dan air permukaan di

sekitarnya (Yaseen & Scholz, 2018). Dengan kelemahan zat pewarna sintetis ini membuat minat dalam menggunakan zat warna alami mulai meningkat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap bahayanya limbah sintetis dengan memilih menggunakan pewarna alam demi melindungi kelestarian lingkungan. Zat warna alam merupakan alternatif pewarna yang tidak beracun, dapat diperbaharui dan ramah lingkungan.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam mewarnai bahan tekstil dengan cara alami, salah satunya yaitu menggunakan teknik pewarnaan ecoprint. Ecoprint merupakan teknik pemodelan/mempola menggunakan tanaman, daun, dan bunga untuk menanam pola, warna, dan karakteristik unik mereka pada kain (Bohr, 2018). Teknik ecoprint yang banyak digunakan adalah dengan proses mengetuk (*pounding*) daun pada bahan kain, mengukus (*steaming*) bahan kain yang telah dipola dan fermentasi daun (*leaf fermentation*) (Kapasari, 2022).

Hasil akhir dari ecoprint akan menampilkan warna dan corak daun yang natural sesuai dengan warna dan corak aslinya. Hasilnya pun merupakan hasil yang unik dan berbeda satu dengan yang lain. Produk ecoprint adalah kombinasi dari teknik pewarnaan dan karya seni desain yang bernuansa ramah lingkungan (*eco-friendly*) (Nur, 2021).

Kabupaten Indragiri Hilir dengan keadaan geografi daerah pesisir memiliki beberapa tempat wisata yang strategis untuk memasarkan ecoprint, salah satunya yaitu Pantai Solop di Kecamatan Mandah. Keberadaan tempat wisata ini tentu saja menjadi salah satu pendukung dalam mengembangkan usaha ecoprint di Kabupaten Indragiri Hilir khususnya Kecamatan Mandah.

1.2. Rumusan Masalah

Kabupaten Indragiri Hilir memiliki potensi yang besar untuk pengembangan bisnis sabut kelapa, lidi nipah, dan pengembangan ecoprint. Potensi ini didukung oleh 5minat masyarakat dalam pengembangan bisnis komoditi tersebut. Pengembangan bisnis ini tentu saja akan semakin meningkat jika ditemukan strategi pengembangan bisnis untuk masing-masing komoditi. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis kelayakan bisnis kegiatan sabut kelapa, lidi nipah dan ecoprint bagi Masyarakat di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah.
2. Bagaimana merumuskan strategi yang terbaik untuk pengembangan bisnis kegiatan ecoprint, sabut kelapa dan lidi nipah bagi Masyarakat di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah.

1.3. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis kelayakan bisnis kegiatan sabut kelapa, lidi nipah dan ecoprint bagi Masyarakat di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah.
2. Merumuskan strategi yang terbaik untuk pengembangan bisnis kegiatan sabut kelapa, lidi nipah, dan ecoprint bagi masyarakat di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2. 1 . Sabut Kelapa

Sabut kelapa merupakan bagian terluar buah kelapa yang membungkus tempurung kelapa. Ketebalan sabut kelapa berkisar 5-6 cm yang terdiri atas lapisan terluar (exocarpium) dan lapisan dalam (endocarpium). Sabut kelapa merupakan bagian yang cukup besar dari buah kelapa, yaitu 35 % dari berat keseluruhan buah. Komposisi kimia sabut kelapa terdiri atas selulosa, lignin, pyroligneous acid, gas, arang, ter, tannin, dan potasium (Rindengan, et al., 1995). Sabut kelapa terdiri dari serat dan gabus yang menghubungkan satu serat dengan serat lainnya. Serat adalah bagian yang berharga dari sabut. Setiap butir kelapa mengandung serat 525 gram (75% dari sabut), dan gabus 175 gram (25% dari sabut). Dengan produksi buah kelapa Indonesia rata-rata 15,5 milyar butir/tahun atau setara dengan 1,8 juta ton serat sabut, dan 3,3 juta ton debu sabut.

Sabut kelapa merupakan salah satu komponen buah kelapa yang bila diolah dan diurai dapat menjadi produk yang dibutuhkan bagi pasar domestic dan bahkan menjadi produk bernilai ekspor tinggi. Sabut kelapa jika diurai akan menghasilkan serat sabut (cocofibre) dan serbuk sabut (cococoir). Namun produk inti dari sabut adalah serat sabut. Dari produk cocofibre akan menghasilkan aneka macam derivasi produk yang manfaatnya sangat luar biasa. Menurut Choir Institute, kelebihan serat sabut kelapa antara lain anti ngengat, tahan terhadap jamur dan membusuk, memberikan insulasi yang sangat baik terhadap suhu dan suara, tidak mudah terbakar, flame-retardant, tidak

terkena oleh kelembaban, alot dan tahan lama, resilient, mata kembali ke bentuk konstan bahkan setelah digunakan, totally statis, mudah dibersihkan serta mampu menampung air 3x dari beratnya. Sabut 15 kali lebih lama daripada kapas untuk rusak dan 7 kali lebih lama dari rami untuk rusak sedangkan kabut Geotextiles adalah 100% bio-degradable dan ramah lingkungan (Indahyani, 2011).

Serat sabut kelapa, atau dalam perdagangan dunia dikenal sebagai Coco Fiber, Coir fiber, coir yarn, coir mats, dan rugs, merupakan produk hasil pengolahan sabut kelapa. Secara tradisional serat sabut kelapa hanya dimanfaatkan untuk bahan pembuat sapu, keset, tali dan alat-alat rumah tangga lain. Perkembangan teknologi, sifat fisika-kimia serat, dan kesadaran konsumen untuk kembali ke bahan alami, membuat serat sabut kelapa dimanfaatkan menjadi bahan baku industri karpet, jok dan dashboard kendaraan, kasur, bantal, dan hardboard. Serat sabut kelapa juga dimanfaatkan untuk pengendalian erosi. Serat sabut kelapa diproses untuk dijadikan Coir Fiber Sheet yang digunakan untuk lapisan kursi mobil, Spring Bed dan lain-lain (Indahyani, 2011).

Cocopeat merupakan sabut kelapa yang diolah menjadi butiran-butiran gabus, dikenal juga dengan nama Cocopit atau Coi pith. Cocopeat adalah media tanam yang dibuat dari serabut kelapa. Cocopeat dapat menahan kandungan air dan unsur kimia pupuk serta dapat menetralkan keasaman tanah. Karena sifat tersebut, sehingga coco peat dapat digunakan sebagai media yang baik untuk pertumbuhan tanaman hortikultura dan media tanaman rumah kaca (Indahyani, 2011).

2.2 Lidi Nipah

Tanaman Nipah merupakan rumpun jenis pohon palem yang merupakan hutan mangrove yang hidupnya ditepi sungai pasang surut di daerah rawa-rawa air payau. Nama ilmiahnya adalah *Nypa fruticans* yang merupakan anggota genus Nipah, Fosil ini yang berupa serbuk sari palem sejak lama sudah diketahui sekitar 70 juta tahun yang silam (Ditjenbun, 2006). Tanaman nipah tumbuh berkelompok, seringkali membentuk koloni besar dan tanpa batang yang terlihat di atas tanah. Batang bawah tanah yang disebut rimpang terletak mendatar di bawah tanah dan panjangnya mencapai sekitar setengah meter. Di ujung rimpang yang tumbuh, tumbuh tanaman baru menambah tandan di koloni (Cheablam et.al, 2020).

Daun yang disebut pelepah mencapai panjang lebih dari 7 meter dengan pelepah dewasa biasanya condong menjauh dari pusat tanaman yang sedang tumbuh (Tsuji et.al, 2011). Tanaman nipah tumbuh rapat dan hidup di sepanjang pinggir sungai menuju muara, yang terpengaruh pasang surut air laut (Khairunnisa, et.al, 2020; Widodo et.al, 2020). Bunga nipah termasuk bunga majemuk muncul dari ketiak daun dengan bunga betina terkumpul di ujung membentuk bola dan bunga jantan tersusun dalam malai serupa untai, merah, jingga atau kuning pada cabang di bawahnya (Heriyanto et al, 2011). Tandan bunga inilah yang dapat disadap untuk diambil niranya.

Tanaman nipah memiliki fungsi yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat, ada manfaat ekologi diantaranya melindungi tebing sungai dari erosi air laut (abrasi), menjadi wilayah penyangga terhadap rembesan air laut (intrusi) dan berfungsi dalam menyaring air laut menjadi air daratan yang

tawar sehingga dapat pula menjadi penyangga kehidupan di daratannya, mengolah bahan limbah, penghasil oksigen dan penyerap karbondioksida sumber plasma nutfah. Berdasarkan manfaat yang dapat dihasilkan dari tanaman nipah (Sribianti, 2016). Hampir semua bagian tanaman nipah dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pesisir mangrove, bagian tanaman nipah yang paling umum dimanfaatkan adalah air manis sadapan dari mayang (nira), daun, dan buah (Mukti & Pangawikan, 2020).

Bentuk tanaman nipah hampir mirip dengan tanaman sagu muda, tetapi nipah memiliki duri dan berbatang. Selain itu tunas daun dan bunga nipah tumbuh dari rimpang mendatar yang terbenam di dalam tanah lumpur. Tinggi tanaman nipah secara keseluruhan dapat mencapai 8 meter yang memiliki struktur bagian tanaman yang terdiri dari akar, batang atau cabang, daun bunga, dan buah. Manfaat nipah bagi masyarakat masih terbatas pada penggunaan daun sebagai atap rumah dan anyaman dalam jumlah yang relatif kecil (Febriadi, 2018). Pemanfaatan nipah selama ini adalah daunnya digunakan untuk bahan atap, selaput tembakau rokok, dan nira dari sadapan pembuangannya digunakan untuk pembuatan gula dan alkohol. Selain itu juga dapat digunakan sebagai obat tradisional seperti asma, diabetes, rematik dan gigitan ular (Herman et al, 2011).

Lidi nipah adalah hasil olahan daun pohon nipah yang biasanya digunakan sebagai bahan baku untuk berbagai produk seperti anyaman, kerajinan tangan, dan bahan bangunan. Daun nipah yang diambil harus masih hijau dan segar agar bisa diolah menjadi lidi nipah. Proses pengolahan lidi nipah meliputi proses pencucian, pengeringan, dan pemotongan menjadi

ukuran yang diinginkan. Berbagai produk yang dibuat dari lidi nipah seperti anyaman, kerajinan tangan, dan bahan bangunan semakin diminati oleh konsumen di berbagai negara (Pramuniati, 2017).

2.3 . Ecoprint

Ecoprint adalah sebuah teknik cetak dengan pewarnaan kain alami yang cukup sederhana namun dapat menghasilkan motif yang unik dan otentik. Prinsip pembuatannya adalah, melalui kontak langsung antara daun, bunga, batang atau bagian tubuh lain yang mengandung pigmen warna dengan media kain tertentu yang berserat alami seperti kain kanvas, katun, sutra dan linen. Ecoprint adalah teknik memberi pola pada bahan atau kain menggunakan bahan alami (Asmara, D.A. 2020).

Karena dibuat dengan bahan alami, motif kain yang dihasilkan biasanya akan selalu berbeda meski masih menggunakan jenis daun yang dari tumbuhan yang sama. Warna dan motif yang tercetak pada bahan kain pun umumnya juga akan memiliki karakteristik yang eksklusif bergantung pada letak geografis tanaman berasal. Jenis-Jenis Kain Untuk Eco Printing sebagai berikut; Kain Blacu, Kain Mori, Kain Dobby, Kain Paris, Katun Sari, Kain Sutra, dan Kain Katun.

Keunggulan ecoprint yang lain ialah tekniknya merupakan teknik yang manual atau dikerjakan satu persatu. Hal ini terbukti cukup efektif untuk mengurangi plagiasi desain dibandingkan dengan desain yang dibuat secara digital. Ecoprint dapat dibuat dengan alat dan bahan yang mudah didapatkan, juga termasuk teknik yang ramah terhadap lingkungan. Ecoprint merupakan

suatu kegiatan yang mampu menghasilkan sesuatu namun juga bisa berkontribusi terhadap lingkungan karena produk dengan bahan-bahan alami mengandung nilai sustainability atau bersifat tahan lama (Elsahida et al., 2019).

Terdapat beberapa teknik pembuatan kain ecoprint, yaitu dengan Teknik Pounding(pukul) dan Teknik Steaming (kukus). Teknik pounding dilakukan dengan menyusun dedaunan dan bunga sesuai dengan pola yang diinginkan di atas setengah bagian kain, kemudian kain tersebut dilipat dan bagian yang terdapat dedaunan dan bunga dipukul-pukul hingga keluar warnanya, keringkan kemudian rendam air tawar dan keringkan lagi. Sedangkan Teknik Steaming dilakukan dengan cara menyusun bahan-bahan alam, seperti dedaunan dan bunga sesuai dengan pola yang diinginkan di atas kain. Setelah itu kain digulung dengan rapat lalu diikatnya, dan dikukus hingga keluar warna dari bahan-bahan alami tersebut (Nurchayanti, 2018).

2.4. Analisis Bisnis

2.4.1. Payback Period (PP)

Metode *Payback Period* (PP) merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk (*proceeds*) tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut (M. Giatman, 2017). Apabila *proceeds* setiap tahun jumlahnya sama maka *payback period* (PP) dari suatu investasi dapat dihitung dengan cara membagi jumlah investasi (*outlays*) dengan *proceeds*

tahunan. Secara umum rumus yang digunakan untuk menghitung payback period yaitu sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = n + (a-b) / (c-b) \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan:

n = Tahun terakhir yang posisi nilai *cashflow*-nya masih negatif

a = Nilai investasi awal

b = Jumlah kumulatif nilai *cashflow* pada tahun ke-n

c = Jumlah kumulatif *cashflow* pada tahun ke n+1

2.4.2 Net Present Value (NPV)

Metode *Net Present Value* (NPV) merupakan metode yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih (*proceeds*) dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi (*outlays*). Oleh karena itu, untuk melakukan perhitungan kelayakan investasi dengan metode NPV diperlukan data aliran kas keluar awal (*initial cash out flow*), aliran kas masuk bersih di masa yang akan datang (*future net cash inflows*), dan *rate of return* minimum yang diinginkan (M. Giatman, 2017). Adapun rumus untuk menghitung *Net Present Value* (NPV) yaitu sebagai berikut:

$$\text{NPV} = \text{PWB} - \text{PWC}$$

$$\text{PWB} = \sum_{t=0}^n Cb_t \text{ (FPB)}$$

$$\text{PWC} = \sum_{t=0}^n CC_t \text{ (FPB)} \text{ --}$$

Keterangan:

NPV = *Net Present Value*

PWB = *Present Worth of Benefit*

PWC = *Present Worth of Cost*

Cb = *Cash flow benefit*

Cc = *Cash flow cost*

n = Umur investasi

FPB = Faktor bunga present

t = Periode waktu

Apabila didapat nilai NPV sebagai berikut:

NPV > 0, usaha menguntungkan

NPV < 0, usaha tidak layak diusahakan

NPV = 0, usaha netral atau berada pada *Break Even Point* (BEP)

2.4.3 Internal Rate of Return (IRR)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) adalah salah satu metode mencari suku bunga disaat NPV=0. Informasi yang dihasilkan pada metode IRR ini, berkaitan dengan tingkat kemampuan cash flow dalam mengembalikan modal investasi yang dijelaskan dalam bentuk persen (%) periode waktu dan seberapa besar pula kewajiban yang harus dipenuhi. Kemampuan inilah yang disebut dengan *Internal Rate of Return* (IRR), sedangkan kewajiban disebut dengan *Minimum Attractive of Return* (MARR) (M. Giatman, 2017). *Internal Rate of Return* dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut:

$$IRR = iNPV_+ + \frac{NPV_+}{(NPV_+ + NPV_-)} (iNPV_- + iNPV_+)$$

Keterangan:

IRR = *Internal Rate of Return* yang akan dicari

iNPV = suku bunga negatif

iNPV + = suku bunga positif

NPV = *Net Present Value* dengan hasil negatif

NPV + = *Net Present Value* dengan hasil positif

Syarat rumus ini berlaku adalah NPV1 (+) dan NPV2 (-)

Untuk pengambilan keputusan kriteria IRR ini dengan cara dibandingkan dengan *Minimum Attractive Rate of Return* apabila

IRR > MARR, maka usaha layak dilaksanakan

IRR < MARR, maka usaha tidak layak dilaksanakan

2.4.4 Benefit Cost Ratio (Net B/C)

Metode *Benefit Cost Ratio* adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi pada proyek dengan membandingkan nilai sekarang (Present Value) dari seluruh manfaat / pendapatan yang biasa diperoleh oleh proyek tersebut dengan nilai sekarang dari seluruh biaya / pengeluaran proyek tersebut (Peni. R Pramono dalam Abadi, 2012). Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *Benefit Cost Ratio* adalah:

$$BCR = \frac{PWB}{PWC}$$

Keterangan

BCR = Perbandingan manfaat terhadap biaya (*Benefit Cost Ratio*)

PWB = *Present Worth of Benefit*

PW = *Present Worth of Cost*

Apabila didapat nilai Net B/C sebagai berikut:

Net B/C \geq 1, usaha layak dilakukan

Net B/ C < 1, usaha tidak layak dilakukan

2. 5 . SWOT (IFAS-EFAS)

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis SWOT adalah membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2019).

Menurut Kartika, Rifin & Saptono (2018) Analisis SWOT adalah suatu alat manajemen untuk mengevaluasi internal dan eksternal organisasi sehingga dapat memberikan informasi mengenai isu-isu penting bagi organisasi atau dinas. Analisis SWOT dimulai dengan identifikasi aspek positif, yaitu *strength*(kekuatan) dan aspek negatif, yaitu *weakness* (kelemahan) dari

internal organisasi. Sedangkan dari eksternal organisasi dilakukan identifikasi *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman).

Dalam melakukan analisis peluang, kekuatan, ancaman dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Selanjutnya untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan menggunakan alat yaitu matriks SWOT. matriks SWOT adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas untuk membantu mengembangkan empat tipe alternatif strategi.

Menurut Kurniawan dan Abidin (2020) Salah satu cara menggunakan analisis SWOT yaitu kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang disebut IFAS. Selain itu, menganalisis peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang disebut EFAS. Dengan menggunakan analisis IFAS dan EFAS diharapkan dapat secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada dalam perusahaan. Dan meminimalkan kelemahan dan ancaman dari pesaing dan lingkungan luar.

Matriks IFAS digunakan untuk mengevaluasi dan pembobotan setiap data yang diperoleh tentang faktor internal organisasi, yaitu kekuatan dan kelemahan organisasi atau usaha. Pembobotan bertujuan untuk mengkuantifikasi faktor internal dengan skala 1-5 dari sangat tidak penting sampai sangat penting. Sedangkan matriks EFAS digunakan untuk menilai dan pembobotan setiap data yang diperoleh dilapangan mengenai faktor eksternal, berupa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh organisasi, tujuannya adalah untuk memberikan kuantifikasi faktor eksternal dalam skala 1-5 dari sangat tidak penting hingga sangat penting.

2.6 . Potensi Pengembangan

Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya. Potensi ekonomi adalah kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan (Mayasari, 2019).

Potensi dalam kegiatan bidang ekonomi berarti memiliki arti pengertian sesuatu yang dikembangkan atau dapat ditingkatkan pemanfaatan nilainya. Menggali nilai manfaat sumber daya alam yang lebih mengarah kepada kegiatan bentuk ekonomi ekonomi. Untuk menggali potensi ini maka dibutuhkan aktivitas atau kegiatan dalam bentuk ekonomi yang bisa menggali dan meningkatkannya. Pemanfaatan sumber daya alam telah dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan dan disesuaikan dengan sumber daya alam yang dimiliki. Kegiatan pemanfaatan potensi sumber daya alam untuk meningkatkan roda ekonomi (Mayasari, 2019).

Pengembangan Potensi Ekonomi adalah sebuah proses ataupun cara untuk mengembangkan kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan (Mayasari, 2019).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Waktu Dan Tempat

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi ini karena memiliki sumber daya alam yang tumbuh secara alami tersebar di sebagian besar daerah dan masyarakatnya menjadikan pekerjaan utama. Penelitian dilaksanakan terhitung dari bulan Juli 2023 sampai selesai.

3.2 . Metode Analisis

Penelitian ini menggabungkan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah *feasibility study* untuk analisis kelayakan bisnis dan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities dan threats*) untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis kegiatan sabut kelapa, lidi nipah dan ecoprint bagi masyarakat di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh dengan observasi, wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner terkait dengan penelitian. Data primer yang diambil yakni: profil usaha (permodalan usaha, tenaga kerja, ketersediaan bahan baku, proses produksi dan jumlah produksi), keberdayaan usaha (bahan baku, tenaga kerja, modal, teknologi, jangkauan pasar, tersedianya saluran distribusi, daya saing, dan informasi kebutuhan pasar). Data sekunder diperoleh dari instansi atau lembaga yang

terkait dalam penelitian seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Indragiri Hilir, dan Kantor Desa. Data sekunder dalam penelitian diantara lain: demografi umum daerah, dan luas perkebunan, produksi dan pasar dari nipah dan kelapa.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan informasi penelitian dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi langsung terhadap informan di lokasi penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah usaha masyarakat yang terdiri dari Kelompok KUPS Lidi Nipah Sapat-Tj.Melayu-Prg Raja, Kelompok BUMDes Sungai Piyai (Sabut Kelapa) dan Kelompok Pembuat Ecoprint (Pulau Cawan-Igal).

Penentuan faktor-faktor dan pembobotan dari komponen SWOT diperoleh dari hasil wawancara dengan responden expert yang terdiri dari satu orang dari masing-masing kelompok usaha, satu orang dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Indragiri Hilir, satu orang dari Yayasan Mitra Insani dan satu orang dari Akademis (Dosen).

3.4. Teknik Analisis Data

1. Analisis Bisnis Feasibility Study Usaha Sabut Kelapa, Lidi Nipah, dan Ecoprint

Analisis bisnis kelayakan usaha sabut kelapa, lidi nipah, dan ecoprint pada penelitian ini diukur dengan 4 (empat) metode yaitu:

- a. *Payback Period (PP)*
- b. *Net Present Value (NPV)*
- c. *Internal Rate of Return (IRR)*

d. *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)*

2. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi didunia bisnis. Analisis SWOT adalah membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2019). Untuk menyusun faktor-faktor strategis usaha menggunakan alat yaitu matriks SWOT.

Matriks SWOT adalah matriks yang dapat menggambarkan secara jelas untuk membantu mengembangkan empat tipe alternatif strategi. Keempat tipe alternatif strategi yang dimaksud adalah: 1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*) Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. 2) Strategi ST (*Strength-Threat*) ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman. 3) Strategi WO (*Weaknes-Opportunity*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. 4) Strategi WT (*Weakness- Threat*) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 1. Matriks SWOT

Strength (S)	Weakness (W)
Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
Opportunities (O)	Threat (T)
Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal

A. Matriks IFAS

Matriks *External Strategis Factor Analisis Summary* (IFAS) Setelah mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan, maka dilakukan pembobotan terlebih dahulu. Penentuan bobot dilakukan dengan cara mengajukan identifikasi faktor-faktor strategis internal yang telah dirumuskan bersama kepada pihak usaha. Menurut Rangkuti (2019), untuk menentukan cara-cara penentuan faktor strategi internal perusahaan dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang

masuk kategori kegiatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total pembobotannya bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Data internal yang diperoleh diklasifikasikannya untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan usaha. Data tabel perhitungan matriks IFAS disajikan seperti Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Matriks *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan 1 : N			
Kelemahan 1 : N			
TOTAL			

Sumber: Rangkuti (2019)

B. Matriks EFAS

Matriks *External Strategis Factor Analisis Summary* (EFAS). Pada matriks EFAS setelah mengetahui faktor- faktor yang menjadi peluang dan ancaman. Maka dilakukan pembobotan terlebih dahulu. Penentuan bobot yang dilakukan pada matriks EFAS langkahnya sama seperti pada pembobotan pada matriks IFAS. Menurut Rangkuti (2019), cara-cara penentuan faktor strategi eksternal dapat di lihat dari sebagai berikut:

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. 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.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit, ratingnya 4.
- d. 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*).

- e. 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.

Tabel 3. Matriks *External Factor Analysis Strategy* (EFAS)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang 1 : N			
Ancaman 1 : N			
TOTAL			

Sumber: Rangkuti (2019)

C. Matriks SWOT

Tahap berikutnya membuat matriks SWOT dengan menggunakan faktor strategi (eksternal maupun internal) sebagaimana telah dilakukan pada tahap sebelumnya, yakni penjelasan yang terdapat dalam matriks IFAS dan EFAS. Peluang dan ancaman yang terdapat dalam matriks EFAS serta kekuatan dan kelemahan yang terdapat matriks IFAS dipindahkan dalam kolom yang sesuai dalam matriks SWOT (Tabel 4). Berdasarkan pendekatan tersebut, dapat dibuat berbagai kemungkinan alternatif strategi (SO, ST, WO, WT)

Tabel 4. Matriks SWOT

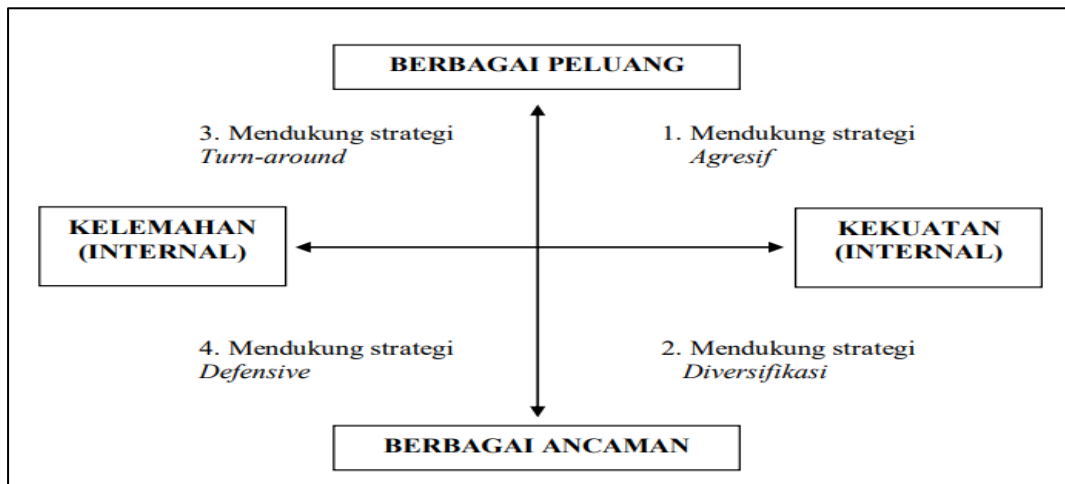
EFAS IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan ancaman

Sumber: Rangkuti (2019)

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities) Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (Strength-Threats) ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (Weaknesses- Threats) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi dilakukan setelah mengetahui dahulu posisi kuadran usaha untuk kondisi sekarang menggunakan Diagram SWOT. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui kuadran berapa dan menentukan strategi apa yang tepat untuk dapat

diterapkan di usaha sesuai penilaian dengan kondisi internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya. Posisi usaha dapat dikelompokkan dalam empat kuadran, yaitu kuadran I, II, III dan IV.



Gambar 1. Diagram Matriks

Keterangan:

Kuadran 1:

ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).

Kuadran 2:

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, Usaha 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:

Usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4:

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, Usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi defensive, dimana perusahaan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum

4.1.1. Keadaan Umum Daerah Indragiri Hilir

4.1.1.1. Geografis

Kabupaten Indragiri Hilir dengan Ibu Kota Tembilahan disebut Negeri Seribu Parit karena daerahnya terdiri dari perairan, sungai, rawa-rawa dan perkebunan kelapa, dipisahkan oleh ribuan parit. Kabupaten Indragiri Hilir mempunyai luas wilayah 18.812,97 km² atau 1.881.297 ha dan terdiri dari daerah daratan dan perairan. Luas perairan laut meliputi 7.207 km² (38%) dan perairan umum 888,97 km² dengan panjang garis pantai mencapai 339,5 km. Daerah ini terletak di Bagian Selatan Provinsi Riau dan berada pada posisi 0° - 36° Lintang Utara, 1° - 07° Lintang Selatan, 104° - 10° Bujur Timur dan 102° - 32° Bujur Timur. Kabupaten Indragiri Hilir mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pelalawan,
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi,
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Indragiri Hulu,
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Karimun Provinsi Kepulauan Riau.

Luas daratan wilayah Kabupaten Indragiri Hilir terbagi ke dalam 20 kecamatan dengan luas wilayah yang bervariasi. Kecamatan dengan luas wilayah tersempit adalah Tembilahan Hulu yakni 18.062 ha (1,56%) dan Kecamatan terluas yaitu Mandah dengan luas mencapai 147.924 ha (12,75%).

Posisi Kabupaten Indragiri Hilir berdekatan dengan pusat - pusat pertumbuhan ekonomi seperti Batam dan Karimun, serta berada di wilayah perairan yang dengan mudah dapat mengakses berbagai wilayah dalam maupun luar negeri. Keadaan ini merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadikan Kabupaten Indragiri Hilir sebagai Pintu Gerbang Timur Sumatera dalam berbagai aktivitas ekonomi. (BPS, IN

4.1.1.2. Kependudukan

Penduduk merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan suatu daerah, dimana penduduk merupakan tenaga kerja dan faktor penggerak pembangunan tiap daerah. Oleh karena itu peran serta penduduk dalam pembangunan suatu wilayah merupakan salah satu faktor mendasar kemajuan daerah tersebut. Luas wilayah, jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kabupaten Indragiri Hilir dapat di lihat pada tabel 5:

Tabel 5. Luas wilayah, jumlah penduduk, dan kepadatan penduduk di Kabupaten Indragiri Hilir 2021

Wilayah	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk (<i>ribu</i>)	Kepadatan Penduduk (Km ²)	Ibu Kota
Keritang	918,96	63.567	69,17	KotaBaru Reteh
Kemuning	907,17	38.782	42,75	Selensen
Reteh	529,29	36.006	68,03	Pulau Kijang
Sungai Batang	413,35	10.080	24,39	Benteng
Enok	457,76	33.959	74,18	Enok
Tanah Merah	502,07	25.268	50,33	Kuala Enok
Kuala Indragiri	814,34	14.697	18,05	Sapat
Concong	280,38	1.178	42,01	Concong Luar
Tembilahan	169,57	78.605	463,55	Tembilahan Hilir
Tembilahan Hulu	148,71	47.108	316,78	Tembilahan Hulu
Tempuling	586,62	31.866	54,32	Sungai Salak
Kempas	576,6	38.955	67,56	Harapan Tani
Batang Tuaka	406,22	27.289	67,18	Sungai Piring

Wilayah	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk (ribu)	Kepadatan Penduduk (Km2)	Ibu Kota
Gaung Anak Serka	671,48	22.744	33,87	Teluk Pinang
Gaung	2093,52	38.407	18,35	Kuala Lahang Khairiah
Mandah	1747,39	34.578	19,79	Mandah
Kateman	491,9	3.932	79,93	Tagaraja
Pelangiran	865,16	35.354	40,86	Pelangiran
Teluk Belengkong	412,92	9.237	22,37	Saka Rotan
Pulau Burung	531,68	20.423	38,41	Pulau Burung
Indragiri Hilir	13525,1	658.025	48,65	Tembilahan

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir 2021

Tabel 5 Menjelaskan luas wilayah Kabupaten Indragiri Hilir yaitu seluas 13525,1 m². Kecamatan terluas di Kabupaten Indragiri Hilir yaitu Gaung dengan luas 2093,52 m², dan kecamatan terkecil yaitu Tembilahan Hulu dengan luas 148,71 m². Jumlah penduduk pada Kabupaten Indragiri Hilir yaitu 658.025 jiwa dengan kepadatan penduduk 48,65 km².

4.1.1.3. Pendidikan

Pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Pendidikan juga merupakan salah satu indikator yang mengukur tingkat keberhasilan pembangunan suatu bangsa. Oleh karena itu, pemerintah dan masyarakat kerap memberikan perhatian lebih pada perkembangan sektor pendidikan. Tingkat pendidikan, jumlah murid, jumlah guru dan jumlah sarana pendidikan di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6. Tingkat Pendidikan, Jumlah Murid, Jumlah Guru dan Jumlah Sarana Pendidikan di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2021

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah Murid	Jumlah Guru	Jumlah Sarana Pendidikan
1	TK	2.884	328	73
2	RA	1.621	252	41
3	SD	69.958	5.131	523

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah Murid	Jumlah Guru	Jumlah Sarana Pendidikan
4	MI	15.796	1.705	183
5	SMP	19.181	1.707	142
6	MTS	16.001	1.836	147
7	SMA	13.602	870	43
8	SMK	5.447	491	19
9	MA	7.785	909	62
Jumlah total		152.275	13.229	1.233

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir 2021

Tabel 6 di atas dapat dilihat pendidikan di Kabupaten Indragiri Hilir cukup baik yaitu terdapat 1.233 sarana pendidikan dengan jumlah murid 152.275, dan jumlah guru sebanyak 13.229 jiwa. Pendidikan tentu saja sangat berpengaruh pada peningkatan ekonomi pada suatu Negara. Pendidikan merupakan indikator yang dapat mempengaruhi terjadinya pertumbuhan ekonomi (Economic Growth) yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, dimana pendidikan mendorong pertumbuhan ekonomi dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi memperlancar pendidikan suatu daerah maupun desa.

4.1.1.4. Pertanian Menurut Kabupaten Indragiri Hilir

Pertanian merupakan sektor terbesar yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir, sektor ini juga menjadi fokus utama bagi Pemerintah Daerah, salah satunya melalui program peremajaan kelapa. Dan Indragiri Hilir menjadi salah satu kabupaten penghasil produk pertanian terbanyak dan bervariasi di Riau (Badan Pusat Statistik 2020).

Banyaknya hasil produk pertanian tersebut mengakibatkan naiknya Nilai Tukar Petani (NTP), menurut Data BPS Indragiri Hilir, rata-rata setiap tahunnya NTP Indragiri Hilir meningkat sebesar 7.20%, ini terbukti pada

tahun 2020 meningkatnya kontribusi pertanian untuk Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 46.78%. Tentu saja peningkatan pertanian di Kabupaten Indragiri Hilir ini tentu saja dikarenakan Luas Perkebunanya yang sangat luas. Luas perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel 7:

Tabel 7. Luas Lahan Perkebunan (Ha) di Kabupaten Indragiri Hilir tahun 2022.

Wilayah	Kelapa Dalam	Kelapa Hibrida	Kelapa Sawit	Pinang	Kakao
Keritang	23.007	382	24.986	3.591	88
Kemuning	18	1	39.378	116	94
Reteh	24.701	129	3.235	2.913	98
Sungai Batang	15.421	26	451	6.198	50
Enok	30.895	481	2.116	1.150	18
Tanah Merah	11.422	786	71	5	1
Kuala Indragiri	13.143	1.036	37	82	0
Concong	9.711	0	1.399	33	0
Tembilahan	7.580	367	337	501	71
Tembilahan Hulu	5.087	947	346	150	12
Tempuling	10.491	3.153	5.233	568	692
Kempas	2.616	3.628	11.783	612	535
Batang Tuaka	14.030	500	2.771	688	144
Gaung Anak Serka	17.199	10	1.029	807	38
Gaung	27.284	0	7.788	764	14
Mandah	34.325	230	843	310	0
Kateman	31.621	0	53	147	0
Pelangiran	16.150	7.129	3.675	224	0
Teluk Belengkong	4.618	8.155	2.187	189	0
Pulau Burung	4.265	11.109	2.164	73	3
Total	303.653	38069	109.822	19.120	1.858

Sumber: Dinas Perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir 2022

Perkebunan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir memang sangat potensial. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3 Kabupaten Indragiri Hilir memiliki perkebunan kelapa yang sangat luas yaitu 38.069 Ha kelapa hibrida dan 303.653 Ha kelapa dalam. Luas perkebunan kelapa hibrida terbesar yaitu

Kecamatan Pulau Burung dengan total luas 11.109 Ha, dan yang terkecil yaitu Kecamatan Kateman, Gaung, dan Concong dengan luas 0 Ha atau tidak memiliki perkebunan kelapa hibrida. Sedangkan luas perkebunan kelapa dalam terbesar yaitu Kecamatan Enok dengan luas 30.895 Ha, dan yang terkecil yaitu Kecamatan Kemuning dengan luas 18 Ha.

Selanjutnya lahan yang luas dan mayoritas masyarakat yang bekerja di sektor perkebunan sangat tinggi tentu saja hal ini berbanding lurus dengan produksi perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir. Berikut tabel jumlah produksi (ton) perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel 8:

Tabel 8. Jumlah Produksi Perkebunan (Ton) di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2022.

Wilayah	Kelapa Dalam	Kelapa Hibrida	Kelapa Sawit	Pinang	Kakao
Keritang	20.960	336	72.530	3.701	7
Kemuning	18	1	116.929	78	9
Reteh	30.485	182	3.328	781	7
Sungai Batang	19.445	36	175	2.800	9
Enok	23.208	231	1.748	334	0
Tanah Merah	16.182	816	171	1	-
Kuala Indragiri	5.874	1.511	74	22	-
Concong	11.468	-	3.074	14	-
Tembilahan	9.031	348	779	90	4
Tembilahan Hulu	5.007	904	481	70	2
Tempuling	8.028	5.909	8.416	376	147
Kempas	2.122	4.051	31.904	451	222
Batang Tuaka	12.539	302	4.803	430	22
Gaung Anak Serka	7.715	3	1.088	423	11
Gaung	19.356	-	6.959	416	4
Mandah	31.416	460	1.479	96	-
Kateman	12.649	-	27	69	-
Pelangiran	17.434	7.467	10.690	117	-
Teluk Belengkong	6.059	13.930	3.825	75	-
Pulau Burung	4.670	13.276	1.613	30	1
Total	263.666	49.764	270.091	10.374	444

Tabel 8 menjelaskan jumlah produksi terbesar di Indragiri Hilir adalah kelapa dalam dengan jumlah produksi mencapai 263.666 Ton. Sedangkan komoditi lainnya produksi kelapa hibrida 49.764 ton, kelapa sawit 270.091 ton, pinang 10.374 ton, dan kakao 444 ton (Dinas Perkebunan Inhil,2022). Hal ini juga tentunya menjadikan Kabupaten Indragiri Hilir sangat potensial di sektor perkebunan kelapa. Selanjutnya jumlah petani yang bekerja di sektor perkebunan dapat dilihat pada tabel 9:

Tabel 9. Jumlah Petani (KK) Perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir 2022.

Wilayah	Kelapa Dalam	Kelapa Hibrida	Kelapa Sawit	Pinang	Kakao
Keritang	5.521	152	19.146	3.279	106
Kemuning	27	1	34.361	113	19
ReteH	4.899	52	2.888	2.190	16
Sungai Batang	3.147	11	152	6.017	10
Enok	6.305	195	503	1.095	4
Tanah Merah	4.272	327	32	5	1
Kuala Indragiri	2.682	419	33	80	-
Concong	1.982	0	471	32	-
Tembilahan	1.547	148	324	452	14
Tembilahan Hulu	1.034	383	67	145	2
Tempuling	2.141	1.277	5.234	517	692
Kempas	569	1.469	7.355	572	110
Batang Tuaka	2.863	203	1.196	675	29
Gaung Anak Serka	3.510	4	217	759	8
Gaung	5.568	0	1.986	742	3
Mandah	7.940	93	154	290	-
Kateman	6.453	0	18	114	-
Pelangiran	3.296	2.866	2.876	217	-
Teluk Belengkong	942	3.302	1.954	183	-
Pulau Burung	870	4.498	731	71	1
Total	65.568	15.420	79.698	17.548	1.015

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir 2021

Tabel 9 di atas menjelaskan jumlah petani yang bekerja pada sector perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir tahun 2022. Total petani kelapa

dalam memiliki jumlah 65.568 petani (KK), total petani kelapa hibrida memiliki jumlah 15.420 (KK), petani kelapa sawit 79.698 (KK), pinang 17.548 (KK), dan kakao 1.015 (KK). Perkebunan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir saat ini mengalami penurunan, dimana luas lahan sekarang sudah berada di bawah 400.000 hektar. Penyebab penurunan luasan tersebut dikarenakan tidak pengelolaannya yang kurang produktif, banyaknya tanaman yang sudah tua dan rusak yang seharusnya diremajakan, banyaknya petani yang beralih ke komoditas sawit dan ada sebagian perkebunan petani yang masuk dalam kawasan hutan sehingga menjadi kendala dalam pelaksanaan program replanting.

4.2. Analisis Bisnis

Hasil perhitungan dari kriteria kelayakan investasi yang meliputi *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)*, diperoleh dari hasil pengurangan aliran kas manfaat dengan aliran kas biaya. Manfaat bersih setelah pajak ditambah penyusutan kemudian didiskontokan dengan tingkat suku bunga investasi sebesar 5,75 % yang merupakan tingkat suku bunga rata-rata kredit investasi Bank Umum. Sedangkan untuk perhitungan *Payback Period* didasarkan pada data *cashflow* sehingga *Payback Period* tidak dijadikan sebagai hasil untuk menentukan layak atau tidaknya usaha, akan tetapi hanya digunakan sebagai waktu pengembalian investasi. Adapun hasil analisis bisnis dibagi menjadi 3 produk yaitu sabut kelapa, lidi nipah, dan ecoprint, sehingga dapat diuraikan sebagai berikut:

4.2.1. Sabut Kelapa

Analisis bisnis sabut kelapa untuk mengetahui apakah bisnis ini layak atau tidak layak dikembangkan dapat dilihat pada tabel 10 berikut:

Tabel 10. Hasil Analisis Kelayakan Usaha Sabut Kelapa

No	Alat Analisis	Hasil Analisis	Keterangan
1	Payback Period	3 bulan 28 hari	
2	Net Present Value (NPV)	2.088.039	Layak
3	Internal Rate of Return (IRR)	16,92%	Layak
4	Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)	2,24	Layak

Berdasarkan hasil analisis *feasibility study* tabel 10 diatas menyatakan bahwa usaha sabut kelapa hasil analisis payback period menunjukkan bahwa untuk mengembalikan investasi sebesar Rp. 6.500.000,00 memerlukan waktu 3 bulan 28 hari (Lampiran 3A).

Hasil analisis kelayakan bisnis diatas juga menyatakan bahwa usaha ini memiliki NPV sebesar Rp. 2.088.039 yang berarti bahwa usaha ini akan memberikan keuntungan sebesar Rp. 2.088.039 (NPV>0) yang artinya bisnis sabut kelapa ini layak dikembangkan (Lampiran 4A). Nilai IRR adalah sebesar 16,92 % yang berarti lebih besar dari tingkat suku bunga Bank (5,75%), sehingga usaha ini layak dilaksanakan dibandingkan apabila dananya disimpan di Bank (Lampiran 5A), karena mempunyai kemampuan memperoleh tingkat return yang tinggi. Sedangkan untuk nilai Net B/C Ratio sebesar 2,24 (> 1) berarti investasi layak dilakukan (Lampiran 6A).

4.2.2. Lidi Nipah

Analisis bisnis lidi nipah untuk mengetahui lidi nipah layak atau tidak untuk dikembangkan dapat dilihat pada hasil analisis bisnis berikut:

Tabel 11. Hasil Analisis Kelayakan Usaha Lidi Nipah

No	Alat Analisis	Hasil Analisis	Keterangan
1	Payback Period	2 bulan 1 hari	
2	Net Present Value (NPV)	6.172.534	Layak
3	Internal Rate of Return (IRR)	22,49%	Layak
4	Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)	5,79	Layak

Berdasarkan hasil analisis *feasibility study* tabel 11 diatas menyatakan bahwa usaha lidi nipah hasil analisis payback period menunjukkan bahwa untuk mengembalikan investasi awal sebesar Rp. 70.000.000,00 memerlukan waktu 2 bulan 1 hari (Lampiran 3B).

Hasil analisis kelayakan bisnis diatas juga menyatakan bahwa usaha ini memiliki NPV sebesar Rp. 6.172.534,00 yang berarti bahwa usaha ini akan memberikan keuntungan sebesar Rp. 6.172.534,00 ($NPV > 0$) yang artinya bisnis lidi nipah ini layak dikembangkan (Lampiran 4B). Nilai IRR adalah sebesar 22,49 % yang berarti lebih besar dari tingkat suku bunga Bank (5,75%), sehingga usaha ini layak dilaksanakan dibandingkan apabila dananya disimpan di Bank, karena mempunyai kemampuan memperoleh tingkat return yang tinggi (Lampiran 5B). Sedangkan untuk nilai Net B/C Ratio sebesar 5,79 (> 1) berarti investasi layak dilakukan (Lampiran 6B).

4.2.3. Ecoprint

Analisis usaha bisnis ecoprint dilakukan untuk mengetahui kelayakan bisnis ini apabila dikembangkan, sehingga didapat hasil pada tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Analisis Kelayakan Usaha Ecoprint

No	Alat Analisis	Hasil Analisis	Keterangan
1	Payback Period	11 bulan 25 hari	
2	Net Present Value (NPV)	-7.938.420	Tidak Layak
3	Internal Rate of Return (IRR)	-40,59%	Tidak Layak
4	Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)	0,00	Tidak Layak

Berdasarkan tabel 12 hasil analisis kelayakan studi diatas menyatakan bahwa usaha lidi nipah hasil analisis payback period menunjukkan bahwa untuk mengembalikan investasi awal sebesar Rp. 4.000.000,00 memerlukan waktu 11 bulan 25 hari (Lampiran 3C).

Hasil analisis kelayakan bisnis diatas juga menyatakan bahwa usaha ini memiliki NPV sebesar Rp. -7.938.420,00 yang berarti bahwa usaha ini tidak layak dikembangkan dikarenakan $NPV < 0$ (Lampiran 4C). Nilai IRR adalah sebesar -40,59% yang berarti lebih kecil dari tingkat suku bunga Bank (5,75%), sehingga usaha ini tidak layak dilaksanakan dibandingkan apabila dananya disimpan di Bank, karena mempunyai kemampuan memperoleh tingkat return yang tinggi (Lampiran 5C). Sedangkan untuk nilai Net B/C Ratio sebesar 0,00 (< 1) berarti investasi tidak layak dilakukan (Lampiran 6C).

4.3. Analisis Strategi Pengembangan Usaha

4.3.1. Sabut Kelapa

4.3.1.1. Identifikasi Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan dengan mengidentifikasi serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari usaha sabut kelapa. dengan tujuan untuk menyusun strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internal dari usaha yang sedang berjalan. Teridentifikasi beberapa faktor strategis internal yang merupakan kekuatan

dan kelemahan usaha sabut kelapa yang didapat dari wawancara dengan 5 key informan. Berikut analisis kekuatan dan kelemahan usaha sabut kelapa.

A. Strengths (Kekuatan)

1. Keuntungan menjanjikan (tinggi) jika ditekuni

Usaha sabut kelapa yang diolah menjadi cicipeat dan cocobristel akan membuka peluang usaha yang menjanjikan jika ditekuni oleh masyarakat setempat mengingat bahan baku yang melimpah dan waktu pengerjaan yang tidak terlalu lama

2. Menggunakan teknologi semi-modern

Pengolahan sabut kelapa menjadi cocopeat dan coco bristel ini sudah cukup maju dikarenakan dalam pengolahannya masyarakat setempat sudah menggunakan alat teknologi semi modern berupa mesin berbahan bakar listrik dan juga solar. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Teknologi dalam Pengolahan Sabut Kelapa

3. Proses produksinya mudah

Proses produksi cocopeat dan cocobristel membutuhkan waktu yang relative lebih singkat dikarenakan sudah menggunakan teknologi semi-modern sehingga kuantitas produk yang dihasilkan cukup tinggi setiap harinya

4. Produk (cocopeat dan cocobristel) yang dihasilkan cukup banyak

Produk cocopeat dan cocobristel yang dihasilkan cukup banyak dikarenakan proses produksi berjalan lancar yang didukung oleh teknologi yang digunakan sehingga proses produksi menjadi relatif lebih mudah

B. Weakness (Kelemahan)

1. Minat masyarakat masih rendah karena belum mengetahui keuntungan bisnis

Usaha pengolahan sabut kelapa masih belum terlalu diminati masyarakat dikarenakan belum mengetahui keuntungan bisnis yang didapat jika menekuni usaha pengolahan sabut kelapa ini, sehingga sebagian masyarakat yang tertarik pun hanya menjadikan usaha pengolahan sabut kelapa ini menjadi pekerjaan sampingan selain sebagai petani kelapa

2. Peralatan belum memadai

Bahan baku yang melimpah tidak diiringi dengan peralatan untuk pengolahan belum memadai dari segi kuantitas, tercatat hanya ada empat alat yang ada untuk mengurai sabut kelapa menjadi cocopeat

dan cocobristel. Jumlah ini tentu tidak sepadan dengan melimpahnya bahan baku yang ada di Kecamatan Kuala Indragiri

3. Penyimpanan belum optimal (produk masih basah)

Cocopeat dan cocobristel yang telah diolah belum disimpan dengan baik, dikarenakan gudang penyimpanan yang belum memadai, sehingga jika hujan cocopeat dan cocobristel sangat berisiko terkena air hujan sehingga bertambah lembab, hal ini menyebabkan harga akan anjlok jika produk yang akan dijual memiliki kadar air yang tinggi

4. Pekerja belum terampil dalam mengolah sabut kelapa

Minat yang masih rendah sehingga masyarakat belum tertarik untuk belajar pengolahan sabut kelapa sehingga keterampilan masyarakat dalam mengolahnya masih sangat minim

4.3.1.2. Identifikasi Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar usaha, yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi merumuskan strategi untuk memanfaatkan peluang secara maksimal dan menghindari ancaman. Identifikasi faktor-faktor eksternal yang diselidiki untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman terhadap pengembangan usaha sabut kelapa. Berikut analisis peluang dan ancaman usaha sabut kelapa.

A. Opportunity (Peluang)

1. Kondisi ekonomi yang masih berkembang sehingga tidak menghambat usaha

Kondisi ekonomi yang ada di Kecamatan Kuala Indragiri masih dalam kategori berkembang sehingga tidak ada hambatan dalam mengembangkan usaha

2. Pesaing belum ada di Kabupaten Indragiri Hilir

Pesaing untuk pengolahan sabut kelapa belum ada di Kabupaten Indragiri Hilir, sehingga jika usaha ini berkembang maka profit yang didapat akan lebih tinggi

3. Dukungan dari berbagai pihak (pemerintah dan Yayasan Mitra Insani)

Keuntungan yang menjanjikan membuat usaha pengolahan sabut kelapa dilirik oleh berbagai pihak termasuk pemerintah dan Yayasan Mitra Insani, dalam hal ini dukungan dari pemerintah dan pihak Yayasan Mitra Insani dalam meningkatkan usaha industri sabut kelapa sangat membantu dalam pengembangan usaha tersebut

4. Kontinuitas bahan baku terjaga

Kabupaten Indragiri Hilir tercatat sebagai Kabupaten dengan luas dan jumlah produksi kelapa tertinggi di Kabupaten Indragiri Hilir sehingga bahan baku berupa sabut kelapa untuk usaha ini sangat mudah didapatkan, bahkan saat ini untuk pihak yang melakukan pengolahan sabut kelapa masih didapat secara gratis dari sampah kebun kelapa masyarakat

B. Threats (Ancaman)

1. Ketidakjelasan saluran pemasaran

Saluran pemasaran adalah salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha bisnis sabut kelapa ini, namun di Kabupaten

Indragiri Hilir sendiri pengusaha sabut kelapa ini belum mendapat saluran pemasaran yang jelas untuk menjual hasil dari pengolahan sabut berupa cocopeat dan cocobristel

2. Kenaikan harga BBM

Kenaikan harga BBM tentunya menjadi ancaman dalam pengembangan bisnis, dikarenakan BBM berkaitan dengan penggunaan mesin dalam pengolahan yang menggunakan solar, sehingga jika harga BBM naik harga produksi juga akan semakin tinggi

3. Belum ada kepastian pembiayaan

Pembiayaan bisnis pengolahan sabut kelapa ini belum mendapat kepastian subsidi yang jelas dari pemerintah terkait terutama untuk pengadaan alat-alat produksi yang lebih memadai

4.3.1.3. Matriks Internal Faktor Analisis Strategi (IFAS) Dan Eksternal Faktor Analisis Strategi (EFAS)

Berdasarkan hasil analisis identifikasi faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha sabut kelapa. Selanjutnya dapat dirincikan dalam Penentuan skor analisis lingkungan internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) diperoleh dari hasil perkalian antara persentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kemajuan usaha sabut kelapa. Berikut rincian faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan usaha sabut kelapa:

Tabel 13. Faktor Strategis Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Keuntungan Menjanjikan (Tinggi) Jika Ditekuni	0,18	2,8	0,49
Telah Menggunakan Teknologi Semi Modern	0,18	2,8	0,49
Proses Produksinya Mudah	0,19	3,0	0,56
Produk (Coco Peat Dan Cocobristel) Yang Dihasilkan Cukup Banyak	0,20	3,2	0,64
Total Skor Kekuatan	0,74		2,18
Kelemahan			
Minat Masyarakat Masih Rendah Karena Belum Mengetahui Keuntungan Bisnis	0,06	1,0	0,06
Peralatan Belum Memadai	0,06	1,0	0,06
Penyimpanan Belum Optimal (Produk Mudah Basah)	0,08	1,2	0,09
Pekerja Belum Terampil Dalam Mengolah Sabut Kelapa	0,06	1,0	0,06
Total Skor Kelemahan	0,26		0,28
Total Skor	1,00		2,46

Tabel 10 diatas terlihat bahwa hasil perhitungan matriks IFAS (Internal Analysis Summary) menunjukkan bahwa total skor faktor internal usaha sabut kelapa adalah 2,46 dengan skor kekuatan sebesar 2,18 dan skor kelemahan sebesar 0,28. Hal ini menunjukkan bahwa posisi internal usaha sabut kelapa memiliki kekuatan untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 14. Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Kondisi Ekonomi Yang Masih Berkembang Sehingga Tidak Menghambat Usaha	0,17	3,4	0,57
Pesaing Belum Ada Di Kabupaten	0,19	3,8	0,71
Dukungan Dari Berbagai Pihak (Pemerintah/Ngo)	0,16	3,2	0,50
Kontinuitas Bahan Baku Terjaga	0,18	3,6	0,64

Total Skor Peluang	0,69		2,41
Ancaman			
Ketidajelasan Saluran Pemasaran	0,12	2,4	0,28
Kenaikan Harga BBM (Mesin)	0,10	2,0	0,20
Belum Ada Kepastian Pembiayaan	0,10	2,0	0,20
Total Skor Ancaman	0,31		0,67
Total Skor	1,00		3,09

Tabel 14 diatas terlihat bahwa hasil perhitungan matriks EFAS (*Eksternal Analysis Summary*) menunjukkan bahwa total skor faktor eksternal usaha sabut kelapa adalah 3,09 dengan skor peluang sebesar 2,41 dan skor ancaman sebesar 0,67. Hal ini menunjukkan bahwa posisi eksternal usaha sabut kelapa memiliki peluang untuk mengatasi ancaman tersebut.

Tabel 15. Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS Usaha Sabut Kelapa

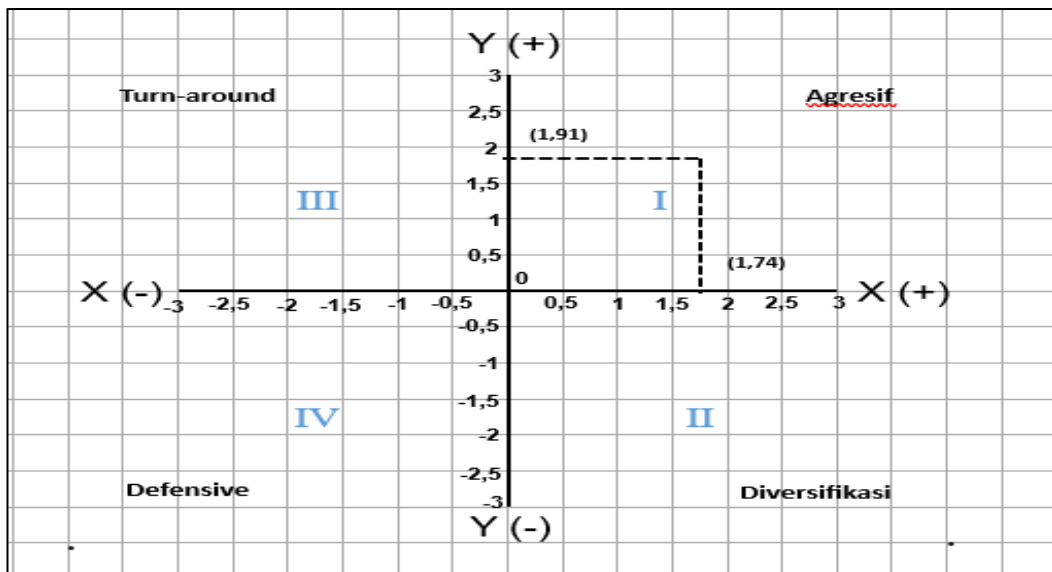
Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Keuntungan Menjanjikan (Tinggi) Jika Ditekuni	0,18	2,8	0,49
Telah Menggunakan Teknologi Semi Modern	0,18	2,8	0,49
Proses Produksinya Mudah	0,19	3,0	0,56
Produk (Coco Peat Dan Cocobristel) Yang Dihasilkan Cukup Banyak	0,20	3,2	0,64
Total Skor Kekuatan	0,74		2,18
Kelemahan			
Minat Masyarakat Masih Rendah Karena Belum Mengetahui Keuntungan Bisnis	0,06	1,0	0,06
Peralatan Belum Memadai	0,06	1,0	0,06
Penyimpanan Belum Optimal (Produk Mudah Basah)	0,08	1,2	0,09
Pekerja Belum Terampil Dalam Mengolah Sabut Kelapa	0,06	1,0	0,06
Total Skor Kelemahan	0,26		0,28
Selisih (Kekuatan-Kelemahan)	1		1,91
Faktor-Faktor Strategis Eksternal			
Peluang			

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kondisi Ekonomi Yang Masih Berkembang Sehingga Tidak Menghambat Usaha	0,17	3,4	0,57
Pesaing Belum Ada Di Kabupaten	0,19	3,8	0,71
Dukungan Dari Berbagai Pihak (Pemerintah/Ngo)	0,16	3,2	0,50
Kontinuitas Bahan Baku Terjaga	0,18	3,6	0,64
Total Skor Peluang	0,69		2,41
Ancaman			
Ketidakjelasan Saluran Pemasaran	0,12	2,4	0,28
Kenaikan Harga BBM (Mesin)	0,10	2,0	0,20
Belum Ada Kepastian Pembiayaan	0,10	2,0	0,20
Total Skor Ancaman	0,31		0,67
Selisih (Peluang-Ancaman)	1		1,74

Tabel 15 menjelaskan bahwa selisih faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) adalah 1,91 yang berarti bahwa pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap perkembangan usaha sabut kelapa. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman) sebesar 1,74 yang berarti pengaruh peluang lebih besar dari pada pengaruh ancaman terhadap perkembangan usaha sabut kelapa di Kecamatan Kuala Indragiri.

Setelah dihitung bobot masing-masing faktor internal dan eksternal, selanjutnya dianalisis menggunakan matriks posisi untuk menentukan posisi strategi pengembangan usaha sabut kelapa di wilayah penelitian. Berdasarkan penggabungan matriks faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan usaha sabut kelapa. Nilai X dihasilkan dari selisih faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan nilai Y diperoleh

dari selisih faktor eksternal (peluang dan ancaman). Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada gambar 3 koordinat cartesius sebagai berikut:



Gambar 3. Matriks Posisi SWOT Usaha Sabut Kelapa

Pada gambar 3 nilai $X > 0$ adalah 1,74 yang berarti nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dari kelemahan, dan nilai $Y > 0$ adalah 1,91 yang berarti bahwa nilai ini adalah selisih antara peluang dan ancaman ketika ancaman lebih kecil daripada peluang. Hal ini menunjukkan bahwa usaha sabut kelapa berada pada posisi strategi pengembangan kuadran I (Strategi *Agresif*).

Kondisi posisi kuadran I menunjukkan bahwa keadaannya menguntungkan. Usaha sabut kelapa memiliki kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang sebaik-baiknya. Untuk mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), menggunakan kekuatan (keuntungan menjanjikan jika ditekuni, telah menggunakan teknologi semi-modern, proses produksinya mudah, produk cocopeat dan cocobristel yang dihasilkan cukup banyak) untuk memanfaatkan peluang yang

dimiliki (kondisi ekonomi yang masih berkembang sehingga tidak menghambat usaha, pesaing belum ada di Kabupaten, dukungan dari berbagai pihak, dan kontinuitas bahan baku yang terjaga) dengan menggunakan strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam keadaan tersebut.

4.3.1.4. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang sistematis digunakan untuk merumuskan strategi alternatif untuk berbagai faktor. Identifikasi secara sistematis terhadap kondisi internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha serta lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu usaha. Tujuan dibuatnya matriks SWOT adalah untuk mengumpulkan beberapa kemungkinan strategi untuk digunakan oleh pelaku usaha sabut kelapa. Hasil identifikasi faktor eksternal – internal yang dilakukan pada usaha sabut kelapa dianalisis dengan menggunakan matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 16. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Sabut Kelapa

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keuntungan Menjanjikan (Tinggi) Jika Ditekuni 2. Telah Menggunakan Teknologi Semi Modern 3. Proses Produksinya Mudah 4. Produk (Coco Peat Dan Cocobristel) Yang Dihasilkan Cukup Banyak 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Masyarakat Masih Rendah Karena Belum Mengetahui Keuntungan Bisnis 2. Peralatan Belum Memadai 3. Penyimpanan Belum Optimal (Produk Mudah Basah) 4. Pekerja Belum Terampil Dalam Mengolah Sabut Kelapa
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi ekonomi yang masih berkembang sehingga tidak menghambat usaha 2. Pesaing belum ada di Kabupaten 3. Dukungan dari berbagai pihak (Pemerintah) 4. Kontinuitas bahan baku terjaga 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan bahan baku yang tersedia dengan menggunakan teknologi yang sudah ada untuk produksi skala besar 2. Memanfaatkan dukungan dari berbagai pihak termasuk pemerintah dan Yayasan Mitra Insani untuk meningkatkan kualitas produk 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan dukungan dari berbagai pihak untuk mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam pengolahan sabut kelapa 2. Bantuan untuk penyimpanan produk sehingga produk tidak mudah basah dan lembab
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidakjelasan saluran pemasaran 2. Kenaikan harga BBM (Mesin) 3. Belum ada kepastian pembiayaan 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga ketersediaan bahan bakar untuk proses produksi 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi terkait keuntungan bisnis yang didapat dari sabut kelapa jika terus dikembangkan

Tabel 16 diatas menjelaskan faktor strategis dalam matriks SWOT, matriks ini memberikan empat pilihan alternatif strategis yang memungkinkan: strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), strategi S-T (*Strengths-Threats*), strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), strategi W-T (*Weakness-Threats*). Dari matriks SWOT terdapat beberapa alternatif strategi yang cocok untuk pengembangan usaha sabut kelapa. Matriks SWOT ini didasarkan pada strategi internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman). Adapun mengenai alternatif strategi pengembangan usaha sabut kelapa yaitu:

1. Strategi S-O

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya:

- a. Memaksimalkan bahan baku yang tersedia dengan menggunakan teknologi yang sudah ada untuk produksi skala besar
- b. Memanfaatkan dukungan dari berbagai pihak termasuk pemerintah dan Yayasan Mitra Insani untuk meningkatkan kualitas produk

3. Strategi W-O

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman:

- a. Memanfaatkan dukungan dari berbagai pihak untuk mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam pengolahan sabut kelapa

- b. Bantuan untuk penyimpanan produk sehingga oproduk tidak mudah basah dan lembab

a. Strategi S-T

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada:

- a. Menjaga ketersediaan bahan bakar untuk pross produksi

b. Strategi W-T

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman:

- a. Melakukan sosialisasi terkait keuntungan bisnis yang didapat dari sabut kelapa jika terus dikembangkan

4.3.2. Lidi Nipah

4.3.2.1. Identifikasi Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan dengan mengidentifikasi serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari usaha lidi nipah dengan tujuan untuk menyusun strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internal dari usaha yang sedang berjalan. Teridentifikasi beberapa faktor strategis internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan usaha sabut kelapa yang didapat dari wawancara dengan 5 key informan. Berikut analisis kekuatan dan kelemahan usaha lidi nipah

A. Strengths (Kekuatan)

1. Proses produksinya mudah

Proses produksi lidi nipah tidak membutuhkan waktu lama, petani pencari lidi nipah hanya perlu meraut lidi dan memisahkan dari pucuk lalu dikeringkan untuk dijual

2. Tidak membutuhkan modal yang tinggi

Usaha bisnis lidi nipah hanya membutuhkan peralatan sederhana seperti pisau untuk meraut lidi, serta obat nyamuk yang digunakan dalam mengambil lidi, selain hal tersebut petani hanya mengeluarkan biaya untuk sewa pompong dan bahan bakarnya

3. Pembukuan dan pencatatan usaha sudah jelas

Usaha lidi nipah sudah dicatat secara sistematis setiap bulannya mengenai harga jual dan harga beli oleh tauke

4. Sudah ada kelanjutan pengembangan diversifikasi produk

Masyarakat pengusaha lidi nipah juga sudah melakukan diversifikasi produk seperti memproduksi lidi nipah menjadi piring dari lidi nipah, tempat buah, dan berbagai seni kriya lainnya yang dapat diperjualbelikan

5. Masyarakat antusias bekerja

Modal yang rendah dan proses produksi yang tidak membutuhkan modal tinggi membuat masyarakat antusias dalam bekerja mengusahakan lidi nipah

6. Kemudahan mendapatkan bahan baku

Nipah tumbuh secara liar disepanjang daerah pesisir sehingga dengan mudah didapat oleh petani pengusaha lidi nipah

B. Weakness (Kelemahan)

1. Harga tidak stabil

Harga lidi nipah cenderung tidak stabil setiap bulannya, dikarenakan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kenaikan BBM dan kualitas lidi yang diproduksi

2. Wilayah distribusi masih terbatas

Lidi nipah hanya dijual ke tauke dan tauke menjual ke pedagang pengumpul di Tembilahan.

3. Produk knowledge yang rendah

Masyarakat yang mengusahakan lidi nipah cenderung tidak mengetahui kegunaan lidi nipah yang mereka jual ketika dijual ke pedagang pengumpul

4.3.2.2. Identifikasi Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar usaha, yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi merumuskan strategi untuk memanfaatkan peluang secara maksimal dan menghindari ancaman. Identifikasi faktor-faktor eksternal yang diselidiki untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman terhadap pengembangan usaha lidi nipah. Berikut analisis peluang dan ancaman usaha lidi nipah:

A. Opportunity (Peluang)

1. Akses penjualan produk yang mudah

Petani lidi nipah bebas menjual hasil produknya kepada pedagang besar kapanpun mereka mau

2. Bahan baku bebas diambil oleh siapapun

Nipah yang tersebar disepanjang daerah pesisir tumbuh bebas dan tidak memiliki hak milik siapapun sehingga petani bebas mengambil lidi dan pucuk nipah

3. Kontinuitas bahan baku terjaga

Nipah yang tumbuh bebas dan liar disepanjang pesisir selalu tersedia dan sehingga bahan baku untuk usaha lidi nipah akan selalu ada

B. Threats (Ancaman)

1. Kendala cuaca

Jika cuaca hujan tentunya petani akan kesulitan dalam mencari lidi nipah begitu juga dengan menyimpan lidi yang sudah diraut karena cenderung akan lebih cepat lembab jika cuaca dingin

2. Saingan antar pengepul

Pengepul yang banyak di suatu daerah cenderung menjadi ancaman, perbedaan harga antar pengepul tentu menjadi faktor penting petani dalam menjual lidi nipahnya

3. Belum ada sosialisasi dinas terkait tentang manfaat lidi nipah

Usaha lidi nipah yang cukup berkembang di Kecamatan Kuala Indragiri dan Kecamatan Mandah belum mendapat perhatian khusus dari pemerintah setempat sehingga tidak ada sosialisasi tentang pemanfaatan lidi nipah lebih lanjut oleh dinas terkait

4. Pasar yang bersifat oligopoli

Penjualan lidi nipah kepada pedagang besar hanya terpusat pada satu orang pedagang pengumpul saja

5. Tingginya biaya transportasi

Biaya transportasi untuk menjual lidi nipah kepada pedagang besar di Tembilahan cukup tinggi, pedagang pengumpul harus membawa dengan menyewa pompong, dimana harga sewanya cukup tinggi

6. Resiko pengembalian produk

Pedagang besar tidak menerima lidi nipah yang lembab, jika ditemukan lidi nipah yang lembab maka akan dikembalikan. Dikarenakan teknologi masih sangat kurang dalam mengeringkan lidi dan kendala cuaca yang ekstrim makan resiko pengembalian produk karena kelembaban cukup tinggi

4.3.2.3. Matriks Internal Faktor Analysis Strategi (IFAS) Dan Eksternal Faktor Analysis Strategi (EFAS)

Berdasarkan hasil analisis identifikasi faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha lidi nipah . Selanjutnya dapat dirincikan dalam Penentuan

skor analisis lingkungan internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) diperoleh dari hasil perkalian antara persentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kemajuan usaha lidi nipah. Berikut rincian faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan usaha lidi nipah:

Tabel 17. Faktor- Faktor Strategis Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Proses Produksi Nya Mudah	0,14	3,4	0,47
Tidak Membutuhkan Modal Yang Tinggi	0,15	3,6	0,53
Pembukuan Dan Pencatatan Usaha Sudah Jelas	0,14	3,4	0,47
Sudah Ada Kelanjutan Pengembangan Diversifikasi Produk	0,15	3,6	0,53
Masyarakat Antusias Bekerja	0,14	3,4	0,47
Kemudahan Mendapatkan Bahan Baku	0,15	3,6	0,53
Total Skor Kekuatan	0,86		3,01
Kelemahan			
Harga Tidak Stabil	0,05	1,2	0,06
Wilayah Distribusi Masih Terbatas	0,05	1,2	0,06
Product Knowledge Yang Rendah	0,04		
Total Skor Kelemahan	0,14		0,12
Total Skor	1,00		3,13

Tabel 17 diatas terlihat bahwa hasil perhitungan matriks IFAS (Internal Analysis Summary) menunjukkan bahwa total skor faktor internal usaha lidi nipah adalah 3,13 dengan skor kekuatan sebesar 3,01 dan skor kelemahan

sebesar 0,12. Hal ini menunjukkan bahwa posisi internal usaha lidi nipah memiliki kekuatan untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 18. Faktor-Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Akses Penjualan Produk Yang Mudah	0,19	4,0	0,75
Bahan Baku Bebas Diambil Oleh Siapapun	0,18	3,8	0,68
Kontinuitas Bahan Baku Terjaga	0,17	3,6	0,61
Total Skor Peluang	0,54		2,05
Ancaman			
Kendala Cuaca	0,06	1,2	0,07
Saingan Antar Pengepul	0,06	1,2	0,07
Belum Ada Sosialisasi Dinas Terkait Tentang Manfaat Lidi Nipah	0,08	1,8	0,15
Pasar Yang Bersifat Oligopoli	0,07	1,4	0,09
Tingginya Biaya Transportasi	0,07	1,4	0,09
Resiko Pengembalian Produk (Barang Rejected)	0,08	1,6	0,12
Total Skor Ancaman	0,41		0,59
Total Skor	1,00		2,64

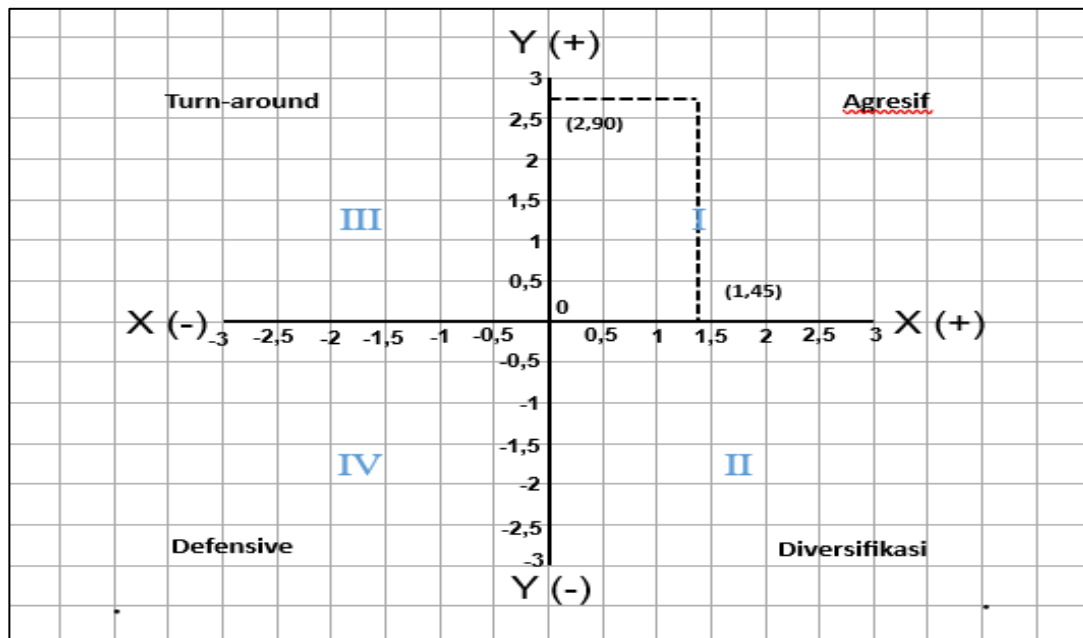
Tabel 18 diatas terlihat bahwa hasil perhitungan matriks EFAS (External Analysis Summary) menunjukkan bahwa total skor faktor eksternal usaha lidi nipah adalah 2,71 dengan skor peluang sebesar 2,05 dan skor ancaman sebesar 0,66. Hal ini menunjukkan bahwa posisi eksternal usaha lidi nipah memiliki peluang untuk mengatasi ancaman tersebut

Tabel 19. Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS Usaha Lidi Nipah

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Proses Produksi Nya Mudah	0,14	3,4	0,47
Tidak Membutuhkan Modal Yang Tinggi	0,15	3,6	0,53
Pembukuan Dan Pencatatan Usaha Sudah Jelas	0,14	3,4	0,47
Sudah Ada Kelanjutan Pengembangan Diversifikasi Produk	0,15	3,6	0,53
Masyarakat Antusias Bekerja	0,14	3,4	0,47
Kemudahan Mendapatkan Bahan Baku	0,15	3,6	0,53
Total Skor Kekuatan	0,86		3,01
Kelemahan			
Harga Tidak Stabil	0,05	1,2	0,06
Wilayah Distribusi Masih Terbatas	0,05	1,2	0,06
Product Knowledge Yang Rendah	0,04		
Total Skor Kelemahan	1,00		3,13
Selisih (Kekuatan-Kelemahan)	1		2,90
Faktor-Faktor Strategis Eksternal			
Peluang			
Akses Penjualan Produk Yang Mudah	0,19	4,0	0,75
Bahan Baku Bebas Diambil Oleh Siapapun	0,18	3,8	0,68
Kontinuitas Bahan Baku Terjaga	0,17	3,6	0,61
Total Skor Peluang	0,54		2,05
Ancaman			
Kendala Cuaca	0,06	1,2	0,07
Saingan Antar Pengepul	0,06	1,2	0,07
Belum Ada Sosialisasi Dinas Terkait Tentang Manfaat Lidi Nipah	0,08	1,8	0,15
Pasar Yang Bersifat Oligopoli	0,07	1,4	0,09
Tingginya Biaya Transportasi	0,07	1,4	0,09
Resiko Pengembalian Produk (Barang Rejected)	0,08	1,6	0,12
Total Skor Ancaman	0,41		0,59
Selisih (Peluang-Ancaman)	1		1,45

Tabel 19 menjelaskan bahwa selisih faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) adalah 2,90 yang berarti bahwa pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap perkembangan usaha lidi nipah. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman) sebesar 1,38 yang berarti pengaruh peluang lebih besar dari pada pengaruh ancaman terhadap perkembangan usaha lidi nipah di Kecamatan Kuala Indragiri.

Setelah dihitung bobot masing-masing faktor internal dan eksternal, selanjutnya dianalisis menggunakan matriks posisi untuk menentukan posisi strategi pengembangan usaha lidi nipah di wilayah penelitian. Berdasarkan penggabungan matriks faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan usaha lidi nipah. Nilai X dihasilkan dari selisih faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan nilai Y diperoleh dari selisih faktor eksternal (peluang dan ancaman). Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada koordinat cartesius gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4. Matriks Posisi SWOT Usaha Lidi Nipah

Pada gambar 4 nilai $X > 0$ adalah 1,45 yang berarti nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dari kelemahan, dan nilai $Y > 0$ adalah 2,90 yang berarti bahwa nilai ini adalah selisih antara peluang dan ancaman ketika ancaman lebih kecil daripada peluang. Hal ini menunjukkan bahwa usaha lidi nipah berada pada posisi strategi pengembangan kuadran I (Strategi *Agresif*).

Kondisi posisi kuadran I menunjukkan bahwa keadaannya menguntungkan. Usaha lidi nipah memiliki kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang sebaik-baiknya. Untuk mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), menggunakan kekuatan (proses produksinya mudah, tidak membutuhkan modal tinggi, pembukuan dan pencatatan sudah jelas, sudah ada kelanjutan pengembangan diversifikasi produk, dan masyarakat antusias bekerja, serta kemudahan mendapatkan bahan

baku) untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki (akses penjualan produk mudah, bahan baku bebas diambil oleh siapapun, dan kontinuitas bahan baku terjaga) dengan menggunakan strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam keadaan tersebut.

4.3.2.4.Matriks SWOT

Hasil identifikasi faktor eksternal – internal yang dilakukan pada usaha lidi nipah dianalisis dengan menggunakan matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 20. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Lidi Nipah

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksinya mudah 2. Tidak membutuhkan modal yang tinggi 3. Pembukuan dan pencatatan usaha sudah jelas 4. Sudah ada kelanjutan pengembangan diversifikasi produk 5. Masyarakat antusias bekerja 6. Kemudahan mendapatkan bahan baku 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga tidak stabil 2. Wilayah distribusi masih terbatas 3. Product knowledge yang rendah
<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses penjualan produk yang mudah 2. Bahan baku bebas diambil oleh siapapun 3. Kontinuitas bahan baku terjaga 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah diversifikasi produk lebih banyak lagi sehingga meningkatkan nilai jual lidi nipah 2. Memanfaatkan bahan baku dan pengalaman pengusaha guna meningkatkan kualitas produk 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bantuan dalam penguatan modal dan pelatihan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan pemasaran 2. Mengembangkan pemasaran dan promosi produk melalui saluran pemasaran digital (digital marketing) untuk memperluas peluang pasar
<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kendala cuaca 2. Saingan antar pengepul 3. Belum ada sosialisasi dinas terkait tentang manfaat lidi nipah 4. Pasar yang bersifat Oligopoli 5. Tingginya biaya transportasi 6. Resiko pengembalian produk (barang rejected) 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan ruang penyimpanan lidi dengan menggunakan teknologi modern agar resiko pengembalian product dapat diminimalisir 2. Memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait diversifikasi produk dari lidi nipah 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan media promosi yang efektif untuk meningkatkan permintaan pasar dan meraih peluang pasar yang lebih luas untuk diversifikasi produk 2. Melakukan promosi yang menarik dan melakukan inovasi guna menarik selera konsumen tentang produk turunan lidi nipah sehingga harga jual dan pendapatan masyarakat lebih tinggi

Tabel 20 diatas menganalisis faktor strategis dalam matriks SWOT, matriks ini memberikan empat pilihan alternatif strategis yang memungkinkan: strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), strategi S-T (*Strengths-Threats*), strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), strategi W-T (*Weakness-Threats*). Dari matriks SWOT terdapat beberapa alternatif strategi yang cocok untuk pengembangan usaha lidi nipah . Matriks SWOT ini didasarkan pada strategi internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman). Adapun mengenai alternatif strategi pengembangan usaha lidi nipah yaitu:

1. Strategi S-O

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya:

- a. Menambah diversifikasi produk lebih banyak lagi sehingga meningkatkan nilai jual lidi nipah
- b. Memanfaatkan bahan baku dan pengalaman pengusaha guna Meningkatkan kualitas produk

2. Strategi W-O

strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman:

- a. Bantuan dalam penguatan modal dan pelatihan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan pemasaran

- b. Mengembangkan pemasaran dan promosi produk melalui saluran pemasaran digital (digital marketing) untuk memperluas peluang pasar

3. Strategi S-T

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada:

- a. Memaksimalkan ruang penyimpanan lidi dengan menggunakan teknologi modern agar resiko pengembalian product dapat diminimalisir
- b. Memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait diversifikasi produk dari lidi nipah

4. Strategi W-T

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman:

- a. Menggunakan media promosi yang efektif untuk meningkatkan permintaan pasar dan meraih peluang pasar yang lebih luas untuk diversifikasi produk
- b. Melakukan promosi yang menarik dan melakukan inovasi guna menarik selera konsumen tentang produk turunan lidi nipah sehingga harga jual dan pendapatan masyarakat lebih tinggi

4.3.3. Ecoprint

4.3.3.1. Identifikasi Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan dengan mengidentifikasi serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari usaha ecoprint dengan tujuan untuk menyusun strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internal dari usaha yang sedang berjalan. Teridentifikasi beberapa faktor strategis internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan usaha ecoprint yang didapat dari wawancara dengan 5 key informan. Berikut analisis kekuatan dan kelemahan usaha ecoprint :

A. Strengths (Kekuatan)

1. Memiliki nilai seni tinggi

Produk ecoprint memiliki nilai seni yang tinggi karena merupakan bagian seni kriya dari bahan alam

2. Antusiasme masyarakat cukup tinggi

Masyarakat Kecamatan Mandah sangat antusias untuk pengembangan produk ecoprint terutama ibu rumah tangga, karena dapat menciptakan peluang usaha yang menjanjikan

B. Weakness (Kelemahan)

1. Proses produksi cukup sulit

Proses produksi produk ecoprint cukup sulit karena masih dikerjakan secara manual

2. Peralatan masih sederhana dan belum mencukupi

Peralatan yang tersedia untuk membuat produk ecoprint masih sangat sederhana dan belum mencukupi untuk produksi skal besar

3. Harga jual yang masih tinggi

Produk ecoprint yang dibuat berupa baju, tas, taplak meja, dan berbagai seni kriya ecoprint lainnya jika dijual harganya masih tinggi dikarenakan bahan baku seperti kaos yang masih dibeli dari luar dengan ahrga yang relatif juga tinggi

4.3.3.2. Identifikasi Faktor Eksternal

A. Opportunity (Peluang)

1. Belum adanya pesaing usaha

Belum ada yang menekuni usaha ecoprint di Kecamatan Mandah dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang usaha ini

2. Terdapat objek wisata sebagai tempat penjualan

Keberadaan Pantai Solop sebagai objek wisata tentu saja faktor yang menguntungkan, dikarenakan tempat wisata merupakan tempat yang strategi untuk menjual produk ecoprint

3. Dukungan dari program Yayasan Mitra Insani

Dukungan dari pihak Yayasan Mitra Insani untuk pengembangan produk berupa penyediaan alat dan pemberian pelatihan juga

menambah pengetahuan dan antusiasme masyarakat dalam pengembangan produk

C. Threats (Ancaman)

1. Belum ada campur tangan pemerintah

Dukungan pemerintah terhadap pengembangan usaha ecoprint di Kecamatan Mandah belum ada, baik berupa dukungan modal ataupun pemberian pelatihan

2. Tidak semua daun bisa dijadikan bahan baku

Kecamatan Mandah yang terdiri atas gugusan pulau-pulau kecil sehingga daun di daerah kepulauan ini tidak semua dapat dijadikan bahan baku ecoprint, dikarenakan tidak semua mengeluarkan warna jika diproses menjadi produk ecoprint

3. Pelatihannya masih kurang

Masyarakat masih satu kali mendapat pelatihan mengenai produk ecoprint sehingga pengetahuan dan keterampilan masyarakat masih sangat minim

4. Biaya transportasi mahal

Produk yang diproduksi terkendala dalam biaya transportasi dikarenakan jika membeli bahan dan menjual ke daerah Tembilahan membutuhkan waktu yang lama dan ongkos perjalanan yang tidak sedikit

5. Bahan kain masih didatangkan dari luar

Bahan dasar pembuatan produk ecoprint seperti baju kaos polos, tapla meja, tas kain masih didatangkan dari luar Kecamatan Mandah dengan harga relatif lebih mahal

4.3.3.3. Matriks Internal Faktor Analysis Strategi (IFAS) Dan Eksternal Faktor Analysis Strategi (EFAS)

Berdasarkan hasil analisis identifikasi faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha ecoprint. Selanjutnya dapat dirincikan dalam Penentuan skor analisis lingkungan internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) diperoleh dari hasil perkalian antara persentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kemajuan usaha ecoprint. Berikut rincian faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan usaha ecoprint:

Tabel 21. Faktor-Faktor Strategis Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Memiliki Nilai Seni Tinggi	0,30	3,2	0,97
Antusiasme Masyarakat Cukup Tinggi	0,30	3,2	0,97
Total Skor Kekuatan	0,60		1,93
Kelemahan			
Proses Produksi Cukup Sulit	0,13	1,4	0,18
Peralatan Masih Sederhana Dan Belum Mencukupi Untuk Melakukan Produksi	0,15	1,6	0,24
Harga Jual Yang Masih Tinggi	0,11	1,2	0,14
Total Skor Kelemahan	0,40		0,56
Total Skor	1,00		2,49

Tabel 18 diatas terlihat bahwa hasil perhitungan matriks IFAS (Internal Analysis Summary) menunjukkan bahwa total skor faktor internal usaha ecoprint adalah 2,49 dengan skor kekuatan sebesar 1,93 dan skor kelemahan sebesar 0,56. Hal ini menunjukkan bahwa posisi internal usaha ecoprint memiliki kekuatan untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 22. Faktor-Faktor Strategis Eksternal

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Belum Adanya Pesaing Usaha	0,19	3,2	0,61
Terdapat Objek Wisata Sebagai Tempat Penjualan	0,20	3,4	0,69
Dukungan Dari Program YMI	0,23	3,8	0,86
Total Skor Peluang	0,62		2,16
Ancaman			
Belum Ada Campur Tangan Pemerintah	0,08	1,4	0,12
Tidak Semua Daun Bisa Dijadikan Bahan Baku	0,07	1,2	0,09
Pelatihannya Masih Kurang	0,06	1,0	0,06
Biaya Transportasi Mahal	0,08	1,4	0,12
Bahan Kain Masih Didatangkan Dari Luar	0,08	1,4	0,12
Total Skor Ancaman	0,38		0,50
Total Skor	1,00		1,79

Tabel 22 diatas terlihat bahwa hasil perhitungan matriks EFAS (Eksternal Analysis Summary) menunjukkan bahwa total skor faktor eksternal usaha ecoprint adalah 1,79 dengan skor peluang sebesar 2,16 dan skor ancaman sebesar 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa posisi eksternal usaha lidi nipah memiliki peluang untuk mengatasi ancaman tersebut.

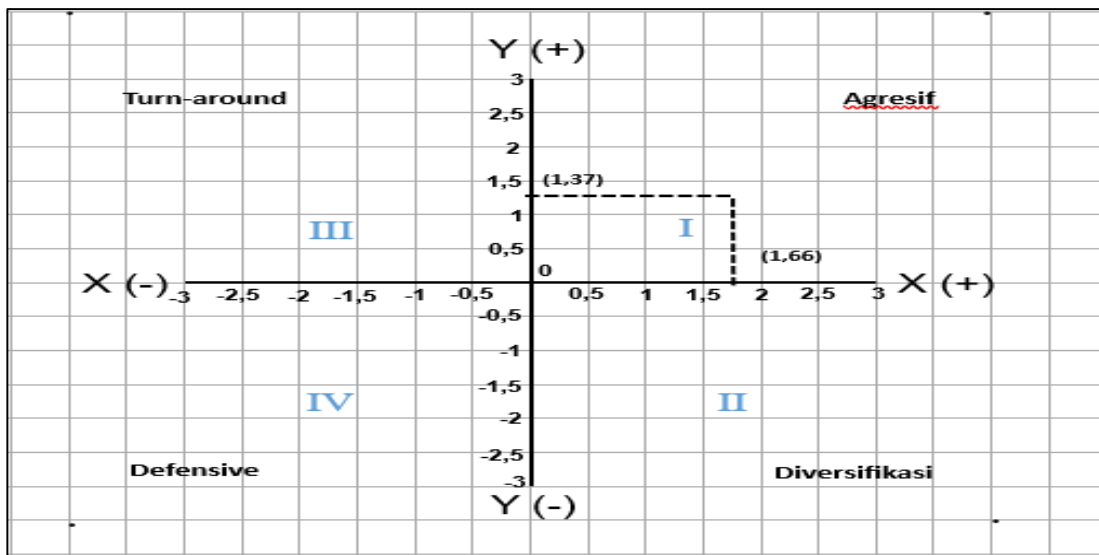
Tabel 23. Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS Usaha Ecoprint

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Memiliki Nilai Seni Tinggi	0,30	3,2	0,97
Antusiasme Masyarakat Cukup Tinggi	0,30	3,2	0,97
Total Skor Kekuatan	0,60		1,93
Kelemahan			
Proses Produksi Cukup Sulit	0,13	1,4	0,18
Peralatan Masih Sederhana Dan Belum Mencukupi Untuk Melakukan Produksi	0,15	1,6	0,24
Harga Jual Yang Masih Tinggi	0,11	1,2	0,14
Total Skor Kelemahan	0,40		0,56
Selisih (Kekuatan - Kelemahan)	1,00		1,37
Faktor-Faktor Strategis Eksternal			
Peluang			
Belum Adanya Pesaing Usaha	0,19	3,2	0,61
Terdapat Objek Wisata Sebagai Tempat Penjualan	0,20	3,4	0,69
Dukungan Dari Program YMI	0,23	3,8	0,86
Total Skor Peluang	0,62		2,16
Ancaman			
Belum Ada Campur Tangan Pemerintah	0,08	1,4	0,12
Tidak Semua Daun Bisa Dijadikan Bahan Baku	0,07	1,2	0,09
Pelatihannya Masih Kurang	0,06	1,0	0,06
Biaya Transportasi Mahal	0,08	1,4	0,12
Bahan Kain Masih Didatangkan Dari Luar	0,08	1,4	0,12
Total Skor Ancaman	0,38		0,50
Selisih (Peluang-Ancaman)	1,00		1,66

Tabel 23 menjelaskan bahwa selisih faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) adalah 1,37 yang berarti bahwa pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap perkembangan usaha ecoprint.

Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang dan ancaman) sebesar 1,66 yang berarti pengaruh peluang lebih besar dari pada pengaruh ancaman terhadap perkembangan usaha ecoprint di Kecamatan Mandah.

Setelah dihitung bobot masing-masing faktor internal dan eksternal, selanjutnya dianalisis menggunakan matriks posisi untuk menentukan posisi strategi pengembangan usaha ecoprint di wilayah penelitian. Berdasarkan penggabungan matriks faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan usaha ecoprint. Nilai X dihasilkan dari selisih faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan nilai Y diperoleh dari selisih faktor eksternal (peluang dan ancaman). Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada koordinat cartesius gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Matriks Posisi SWOT Usaha Ecoprint

Pada gambar 4 nilai $X > 0$ adalah 1,66 yang berarti nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dari kelemahan, dan nilai $Y > 0$ adalah 1,37 yang berarti bahwa nilai ini adalah selisih

antara peluang dan ancaman ketika ancaman lebih kecil daripada peluang. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ecoprint berada pada posisi strategi pengembangan kuadran I (Strategi *Agresif*).

Kondisi posisi kuadran I menunjukkan bahwa keadaannya menguntungkan. Usaha ecoprint memiliki kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang sebaik-baiknya. Untuk mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), menggunakan kekuatan (antusiasme masyarakat cukup tinggi, memiliki nilai seni tinggi) untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki (belum adanya pesaing usaha, adanya tempat wisata sebagai tempat penjualan, dan dukungan dari pihak Yayasan Mitra Insani) dengan menggunakan strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam keadaan tersebut.

4.3.3.4. Matriks SWOT

Hasil identifikasi faktor eksternal – internal yang dilakukan pada ecoprint dianalisis dengan menggunakan matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 24. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Ecoprint

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (<i>strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki nilai seni tinggi 2. Antusiasme masyarakat cukup tinggi 	<p>Kelemahan (<i>weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksi cukup sulit 2. Peralatan masih sederhana dan belum mencukupi untuk melakukan produksi 3. Harga jual yang masih tinggi
<p>Peluang (<i>opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum adanya pesaing usaha 2. Terdapat objek wisata sebagai tempat pe 3. Dukungan dari program YMI 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi produk ecoprint di berbagai platform sehingga dapat lebih dikenal masyarakat luas 2. Menciptakan nilai kekhasan product sehingga ecoprint dari Kecamatan Mandah memiliki nilai tersendiri 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan variasi produk ecoprint 2. Bantuan untuk modal awal memulai usaha ecoprint kepada masyarakat setempat
<p>Ancaman (<i>threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada campur tangan pemerintah 2. Tidak semua daun bisa dijadikan bahan baku 3. Pelatihannya masih kurang 4. Biaya transportasi mahal 5. Bahan kain masih didatangkan dari luar 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi lanjutan untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat ecoprint 2. Membeli bahan kain dalam skala besar sehingga mendapat harga relative lebih murah 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keterampilan dalam proses produksi produk ecoprint 2. Meningkatkan jumlah peralatan yang ada sehingga produksi lebih optimal

Tabel 24 diatas menganalisis faktor strategis dalam matriks SWOT, matriks ini memberikan empat pilihan alternatif strategis yang memungkinkan: strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), strategi S-T (*Strengths-Threats*), strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), strategi W-T (*Weakness-Threats*). Dari matriks SWOT terdapat beberapa alternatif strategi yang cocok untuk pengembangan usaha ecoprint . Matriks SWOT ini didasarkan pada strategi internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman). Adapun mengenai alternatif strategi pengembangan usaha ecoprint yaitu:

1. Strategi S-O

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya:

- a. Promosi produk ecoprint di berbagai platform sehingga dapat lebih dikenal masyarakat luas
- b. Menciptakan nilai kekhasan product sehingga ecoprint dari Kecamatan Mandah memiliki nilai tersendiri

2. Strategi W-O

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman:

- a. Meningkatkan kualitas dan variasi produk ecoprint
- b. Bantuan untuk modal awal memulai usaha ecoprint kepada masyarakat setempat

3. Strategi S-T

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada:

- a. Melakukan sosialisasi lanjutan untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat ecoprint
- b. Membeli bahan kain dalam skala besar sehingga mendapat harga relative lebih murah

5. Strategi W-T

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman:

- a. Meningkatkan keterampilan dalam proses produksi produk ecoprint
- b. Meningkatkan jumlah peralatan yang ada sehingga produksi lebih optimal

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat diartikan kesimpulan bahwa:

1. Analisis bisnis

- a. Usaha bisnis sabut kelapa jika ditinjau dari aspek analisis bisnis (*feasibility study*) didapatkan hasil bahwa sabut kelapa layak dikembangkan, dikarenakan memiliki NPV sebesar Rp. 2.088.039 yang berarti bahwa usaha ini akan memberikan keuntungan sebesar Rp. 2.088.039 ($NPV > 0$), Nilai IRR adalah sebesar 16,92 % yang berarti lebih besar dari tingkat suku bunga Bank (5,75%), dan nilai Net B/C Ratio sebesar 2,24 (> 1), serta hasil analisis payback period menunjukkan bahwa untuk mengembalikan investasi sebesar Rp. 6.500.000,00 memerlukan waktu 3 bulan 28 hari.
- b. Usaha lidi nipah dilihat dari aspek analisis bisnis (*feasibility study*) didapatkan hasil bahwa lidi nipah layak dikembangkan, hal ini disebabkan oleh NPV sebesar Rp. 6.172.534,00 yang berarti bahwa usaha ini akan memberikan keuntungan sebesar Rp. 6.172.534,00 ($NPV > 0$), Nilai IRR adalah sebesar 22,49 % yang berarti lebih besar dari tingkat suku bunga Bank (5,75%), dan nilai Net B/C Ratio sebesar 5,79 (> 1) berarti investasi layak dilakukan, serta hasil analisis payback period menunjukkan bahwa

untuk mengembalikan investasi sebesar Rp. 70.000.000,00 memerlukan waktu 2 bulan 1 hari.

- c. Ecoprint jika dilihat berdasarkan hasil analisis bisnis (*feasibility study*) dapat ditarik kesimpulan usaha ini layak dikembangkan. Hal ini disebabkan oleh usaha ini memiliki NPV sebesar Rp. -7.938.420,00 yang berarti bahwa usaha tidak layak dikembangkan ($NPV < 0$), Nilai IRR adalah sebesar -40,59 % yang berarti lebih kecil dari tingkat suku bunga Bank (5,75%), dan untuk nilai Net B/C Ratio sebesar 0,00 (< 1) yang berarti investasi tidak layak dilakukan, sedangkan untuk nilai hasil analisis payback period menunjukkan bahwa untuk mengembalikan investasi awal sebesar Rp. 4.000.000,00 memerlukan waktu 11 bulan 25 hari.

2. Analisis SWOT

- a. Implementasi alternatif strategi pengembangan usaha sabut kelapa berdasarkan diagram posisi analisis SWOT, menerapkan strategi agresif pada kondisi posisi di kuadran I (*Growth Oriented Strategy*) menunjukkan bahwa keadaannya menguntungkan jika dikembangkan. Berdasarkan hasil analisis didapatkan strategi SO (*Strength-Opportunities*) adalah memaksimalkan bahan baku yang tersedia dengan menggunakan teknologi yang sudah ada untuk produksi skala besar, dan memanfaatkan dukungan dari berbagai pihak termasuk pemerintah dan Yayasan Mitra Insani untuk meningkatkan kualitas produk.

- b. Strategi pengembangan usaha lidi nipah berdasarkan hasil analisis matriks SWOT juga berada pada kuadran I (*Growth Oriented Strategy*) yang berarti layak dikembangkan dengan memaksimalkan kekuatan dan kesempatan yang ada (*Strength-Opportunities*), adapun strategi SO (*Strength-Opportunities*) yang dapat dilakukan pada usaha lidi nipah yaitu menambah diversifikasi produk lebih banyak lagi sehingga meningkatkan nilai jual lidi nipah dan memanfaatkan bahan baku dan pengalaman pengusaha guna meningkatkan kualitas produk.
- c. Implementasi strategi pengembangan usaha ecoprint berdasarkan hasil analisis SWOT didapatkan hasil berada pada kuadran I (*Growth Oriented Strategy*) yang berarti menguntungkan jika dikembangkan. Adapun strategi SO (*Strength-Opportunities*) yang bisa dilakukan yaitu promosi produk ecoprint di berbagai platform sehingga dapat dikenal masyarakat luas dan menciptakan nilai kekhasan produk sehingga ecoprint dari Kecamatan Mandah memiliki nilai tersendiri.

5.2. Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kelanjutan usaha dari lidi nipah, sabut kelapa dan ecoprint adalah sebagai berikut:

1. Sabut Kelapa

Berdasarkan hasil analisis *feasibility study* yang disimpulkan bahwa usaha bisnis sabut kelapa layak dikembangkan dengan lama waktu pengembalian investasi senilai Rp. 6.500.000,00 adalah 3 bulan 28 hari, maka dapat

direkomendasikan hal-hal yang penting dilakukan bagi pihak terkait yaitu sebagai berikut :

a. Pengusaha/Petani

- Menambah pengetahuan tentang produk olahan yang bernilai ekonomi tinggi dari sabut kelapa
- Memanfaatkan secara maksimal sabut kelapa yang selama ini dibuang menjadi produk
- Membangun relasi dan komunikasi dengan berbagai pihak untuk memperluas jaringan pemasaran hasil produk olahan sabut kelapa

b. Pemerintah Daerah Tingkat Kabupaten dan Provinsi (Dinas terkait)

- Melakukan sosialisasi secara merata kepada masyarakat tentang potensi ekonomi sabut kelapa
- Memberikan bantuan berupa dana sebagai modal usaha mengolah sabut kelapa
- Menyediakan transportasi kapal angkutan barang untuk memudahkan membawa produk hasil olahan sabut kelapa
- Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak baik dalam negeri dan luar negeri untuk membuka jalur perdagangan dan pemasaran bagi produk hasil olahan sabut kelapa
- Menggaungkan nama dan produk dari sabut kelapa Indragiri Hilir dikancah nasional dan internasional

c. Pemerintah Desa

- Menjadikan pengelolaan sabut kelapa sebagai program kerja/kegiatan tiap tahun dari desa
- Mengalokasikan dana dari alokasi dana desa dan dari dana lainnya yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa untuk menyediakan mesin pemisah sabut kelapa dan peralatan lainnya
- Giat mengajak masyarakat untuk mengolah sabut kelapa untuk diolah menjadi produk yang bernilai ekonomi tinggi
- Membentuk kelompok kerja (pokja) petani yang bertanggung jawab khusus mengembangkan produk dari sabut kelapa, mulai dari proses produksi hingga pemasaran
- Menyediakan tempat khusus (sentra) untuk mengolah dan menyimpan hasil olahan dari sabut kelapa

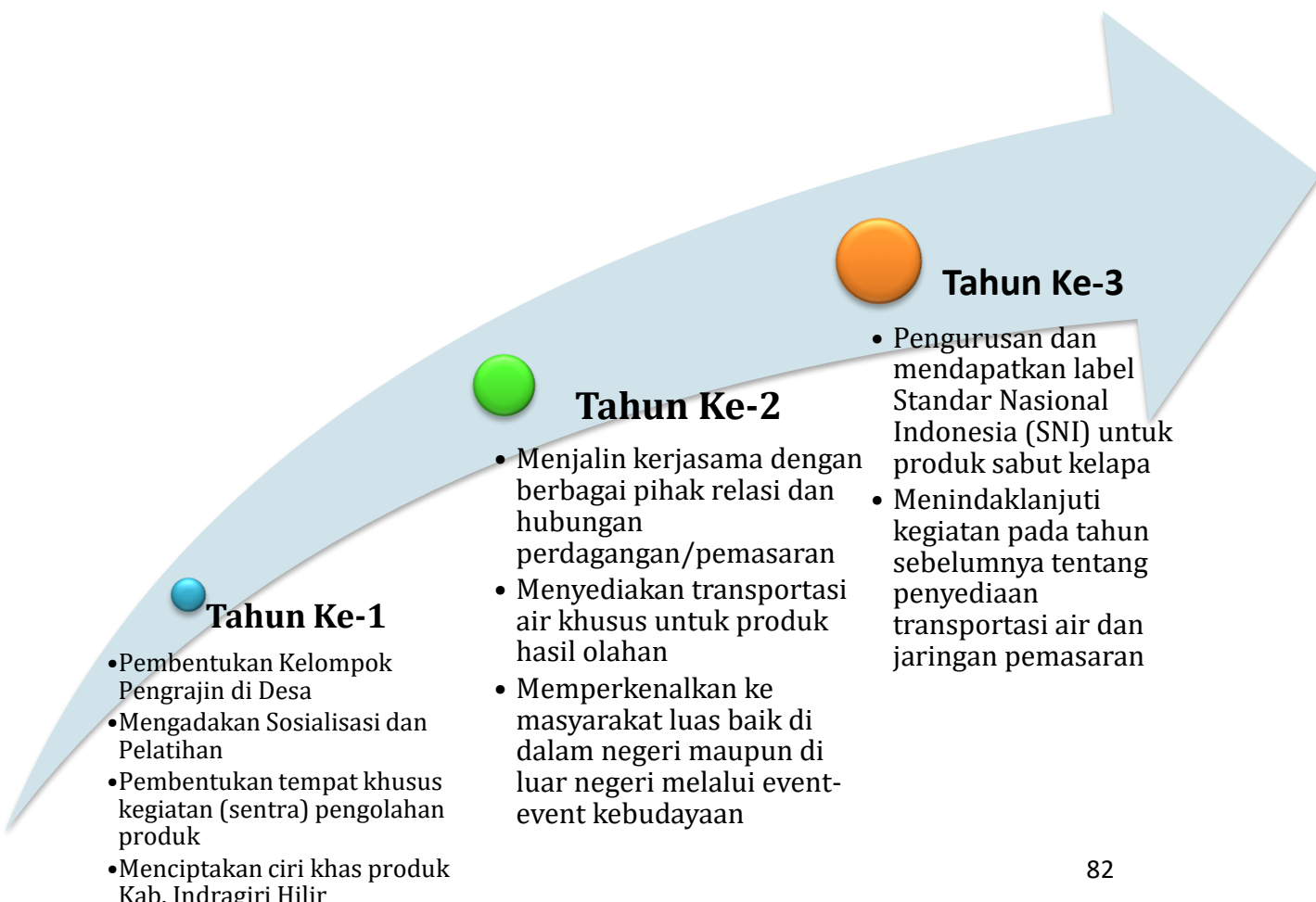
d. Yayasan Mitra Insani

- Tetap melakukan kerjasama dengan pihak desa untuk terus mengembangkan produk dari sabut kelapa
- Memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang mengolah sabut kelapa yang baik
- Bekerjasama dengan pihak desa untuk menyediakan tempat menyimpan hasil olahan dari sabut kelapa agar tetap kering
- Membuka link untuk jalur perdagangan dan pemasaran hasil produk olahan dari sabut kelapa

- Memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang produk olahan sabut kelapa dari Kabupaten Indragiri Hilir
- Membantu desa dan kelompok masyarakat untuk mendapatkan Standar Nasional Indonesia (SNI) dari produk dari sabut kelapa

Pengembangan usaha sabut kelapa untuk kedepannya memerlukan langkah-langkah yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha dan pihak terkait khususnya Yayasan Mitra Insani (YMI), untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada milestone berikut:

Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Sabut Kelapa di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah



Gambar 6. Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Sabut Kelapa di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah

2. Lidi Nipah

Berdasarkan hasil analisis *feasibility study* yang disimpulkan bahwa usaha bisnis lidi nipah layak dikembangkan dengan lama waktu pengembalian investasi senilai Rp. 70.000.000,00 adalah 2 bulan 1 hari, maka dapat direkomendasikan hal-hal yang penting dilakukan bagi pihak terkait yaitu sebagai berikut :

a. Pengusaha/Petani

- Tetap menjaga kelestarian dan keberlanjutan dari tanaman nipah agar tetap dapat diambil manfaatnya demi kesejahteraan masyarakat
- Mempergunakan alat-alat yang lebih efektif dan efisien dalam memproduksi lidi nipah
- Melakukan diversifikasi produk dari lidi nipah agar dapat menghasilkan keuntungan lebih jika dibandingkan dengan menjual lidi nipahnya saja

b. Pemerintah Daerah Tingkat Kabupaten dan Provinsi (Dinas terkait)

- Melakukan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat tentang diversifikasi produk dari lidi nipah
- Memperkenalkan keunggulan lidi nipah asal indragiri hilir kepada masyarakat luas secara nasional
- Menyediakan bantuan berupa alat pemisah lidi dan daun nipah

c. Pemerintah Desa

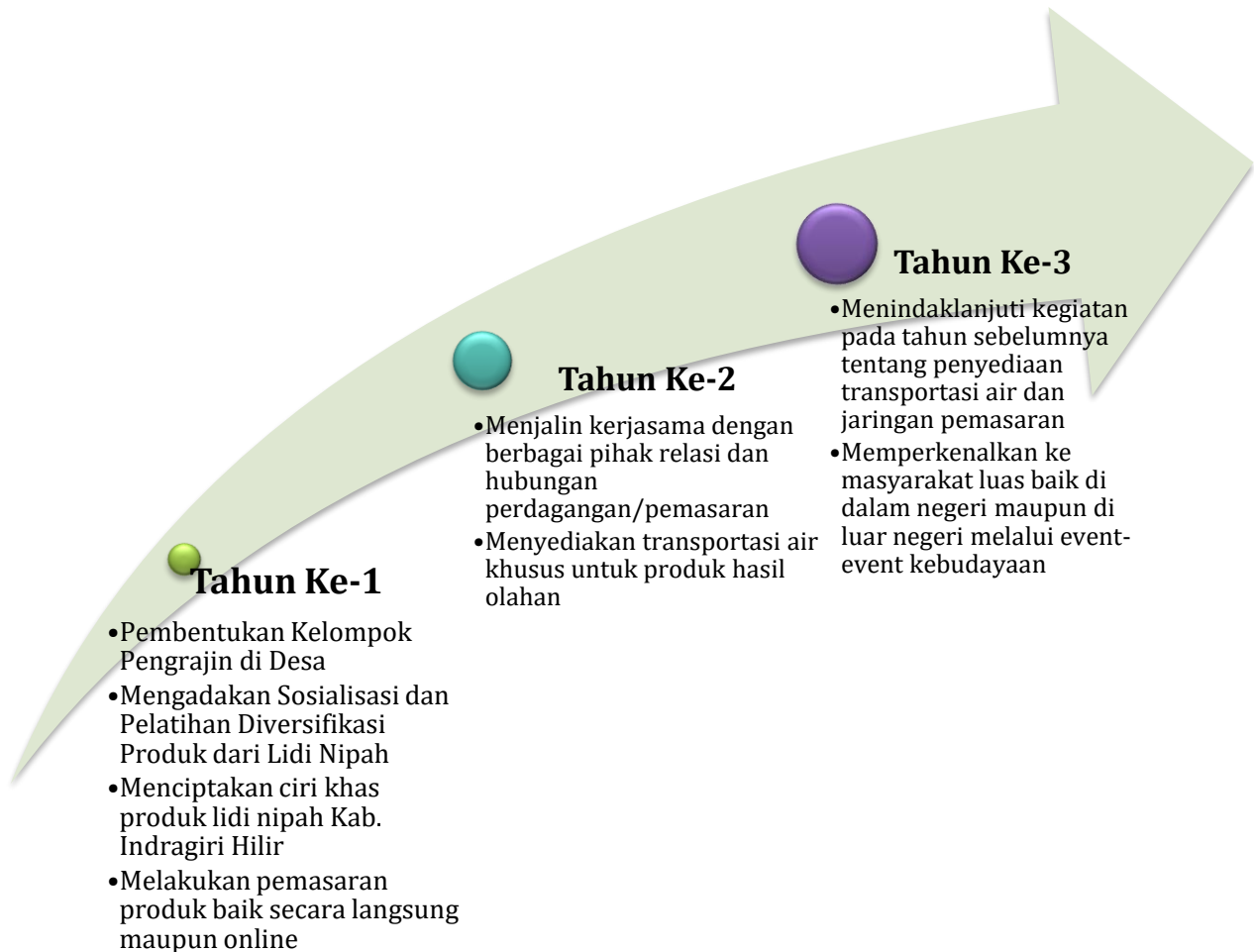
- Menjadikan produk dari lidi nipah sebagai produk yang berpotensi sebagai produk unggulan desa
- Mengalokasikan dana untuk menyediakan peralatan dan perlengkapan pengolahan lidi nipah
- Membentuk kelompok pengrajin lidi nipah yang fokus pada pengembangan dan pengolahan lidi nipah
- Menyediakan tempat khusus terpusat (sentra) sebagai tempat pengolahan dan menyimpan lidi nipah di desa, agar masyarakat desa mudah dalam melaksanakan kegiatan pengolahannya

d. Yayasan Mitra Insani

- Bersama-sama dengan pihak desa melakukan sosialisasi dan pelatihan pengolahan lidi nipah yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi
- Bersama-sama dengan pihak desa menyediakan tempat khusus (sentra) pengelolaan lidi nipah
- Memperkuat jaringan perdagangan dan pemasaran produk lidi nipah dengan berbagai pihak

Pengembangan usaha lidi nipah kedepannya memerlukan langkah-langkah yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha dan pihak terkait khususnya Yayasan Mitra Insani (YMI), untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada milestone berikut:

Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Lidi Nipah di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah



Gambar 7. Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Lidi Nipah di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah

3. Ecoprint

Berdasarkan hasil analisis *feasibility study* yang disimpulkan bahwa usaha bisnis ecoprint tidak layak dikembangkan dengan lama waktu pengembalian investasi senilai Rp. 4.000.000,00 adalah 11 bulan 25 hari, maka dapat

direkomendasikan hal-hal yang penting dilakukan bagi pihak terkait yaitu sebagai berikut :

- a. Pengusaha/Petani
 - Mengembangkan ilmu pengetahuan tentang produk ecoprint yang dapat diterima oleh masyarakat luas dan ekonomis dari sisi harga
 - Menciptakan produk dengan ciri khas daerah Indragiri Hilir pada produk ecoprint
- b. Pemerintah Daerah Tingkat Kabupaten dan Provinsi (Dinas terkait)
 - Melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang produk ecoprint
 - Menyediakan platform pemasaran baik secara langsung maupun online untuk produk-produk ecoprint dari masyarakat
 - Mengiatkan tempat-tempat wisata yang ada di Kab. Indragiri Hilir sebagai tempat untuk memasarkan hasil produk ecoprint
 - Menyediakan fasilitas transportasi untuk mengangkut produk
- c. Pemerintah Desa
 - Membentuk kelompok masyarakat pengrajin ecoprint
 - Mengalokasikan dana untuk pengembangan produk ecoprint
- d. Yayasan Mitra Insani
 - Memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang ecoprint khas dari Kab. Indragiri Hilir
 - Bersama-sama dengan pemerintah desa membentuk tempat kerja khusus (sentra) ecoprint

- Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak sebagai relasi dan jaringan perdagangan dan pemasaran produk hasil ecoprint

Pengembangan usaha ecoprint untuk kedepannya memerlukan langkah-langkah yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha dan pihak terkait khususnya Yayasan Mitra Insani (YMI), untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada milestone berikut:

Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Ecoprint di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah



Gambar 8. Milestone Rekomendasi Pengembangan Usaha Ecoprint di Kecamatan Kuala Indragiri dan Mandah

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. N. (2012). Studi kelayakan investasi properti proyek pembangunan perumahan citra alam mandiri Sukoharjo, Kota Surakarta.
- Agustian, A., Friyatno, S., Supadi, & skin, A. (2003). Analisis pengembangan agroindustri komoditas perkebunan rakyat (kopi dan kelapa) dalam mendukung peningkatan daya saing sektor pertanian. Makalah Seminar Hasil Penelitian Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial ekonomi Pertanian Bogor. T.A. 2003. 38 hal
- Alwidakdo, A., Azham, Z., & Kamarubayana, D. L. (2014). Studi Pertumbuhan Mangrove Pada Kegiatan Rehabilitasi Hutan Mangrove Di Desa Tanjung Limau Kecamatan Muara Badak Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal AGRIFOR*, 13(1), 11-18.
- Cheablam, O and Chanklap, B. (2020). Sustainable Nipa Palm (*Nypa fruticans* Wurmb.) Product Utilization in Thailand. *Scientifica*, Volume 2020, Article ID 3856203, 10 pages <https://doi.org/10.1155/2020/3856203>
- Dapenda, D. (2010). *Analisis Pendapatan dan Saluran Pemasaran Produksi Lidi Di Desa Dapenda Kecamatan Batang – Batang Kabupaten Sumenep.*
- Febriadi, I. and Saeni, F., (2018). Inventarisasi dan Pemanfaatan Nipah (*Nypa fruticans* Wurmb) oleh Masyarakat Pada Hutan Mangrove Kampung Mariat Pantai Distrik Aimas Kabupaten Sorong. *Median: Jurnal Ilmu Ilmu Eksakta*, 10(3), pp.23-30.
- Hasaruddin, H. (2022). Potensi Pohon Nipah dan Pemanfaatan terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal. *Keizai*, 2(2), 119-129. <https://doi.org/10.56589/keizai.v2i2.230>
- Heriyanto, NM, Subiandono, E, dan Karlina, E. (2011). Potensi Dan Sebaran Nipah (*Nypa Fruticans* (Thunb.) Wurmb) Sebagai Sumberdaya Pangan. *Jurnal Penelitian Hutan dan Konservasi Alam* (JPHKA) Vol. 8 No. 4 : 327- 335
- Herman, H., Rusli, R., Ilimu, E., Hamid, R., & Haeruddin, H. (2011). Analisis Kadar Mineral dalam Abu Buah Nipa (*Nypa fruticans*) Kaliwanggu Teluk Kendari Sulawesi Tenggara. *Journal of Tropical PHarmacy and Chemistry*. 1(2). 104-110.

- Indahyani, T. (2011). Pemanfaatan limbah sabut kelapa pada perencanaan interior dan furniture yang berdampak pada pemberdayaan masyarakat miskin. *Humaniora*, 2(1), 15-23.
- K Elshaidaet al (2019). Sustainability of the use of natural dyes in the textile industry. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.* 399012065
- Kartika, Y. D., Rifin, A., & Saptono, I. T. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus PT Golden Malabar). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 4(2), 212-212.
- Khairunnisa, C, Thamrin, E, dan Prayogo, H. (2020). Keanekaragaman Jenis Vegetasi Mangrove Di Desa Dusun Besar Kecamatan Pulau Maya Kabupaten Kayong Utara. *Jurnal Hutan Lestari* (2020) Vol. 8, No. 2: 325 – 336
- Kodong, F. R., Juwairiah, J., Permadi, V. A., & Agusdin, R. P. (2020, December). Ecoprint dan Pengelolaan Media Sosial Pemasaran pada Kelompok Ibu-ibu PKK RW 03/RT 01, Demangan Yogyakarta. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)* (Vol. 1, No. 1, pp. 308-314).
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. 2020. Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo Melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *Al Tijarah*, 2(2), 165-176.
- M. Giatman. 2017. *Ekonomi Teknik*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Mayasari, T. (2019). *Pengembangan Potensi Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BumDes) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Mukti, R. C., & Pangawikan, A. D. (2020). *Pemanfaatan Buah Nipah Di Desa Teluk Betung, Kecamatan Pulau Rimau, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan* *Pkm Utilization of Nipah Fruit in Teluk Betung Village, Pulau Rimau Sub-District, Banyuasin District, South Sumatera*. 6(1), 8–15.
- Nurchayanti, D., & Septiana, U. (2018). Handmade Eco Print as a Strategy to Preserve the Originality of Ria Miranda's Designs in the Digital Age. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(3), 395–400.
- Pramuniati, I. 2017. Kerajinan Menganyam Lidi Nipah Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Paluh Kurau. *BAHAS*, 28(4).
- Rangkuti, Freddy, 2019. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rindengan, B., Lay, A., Novarianto, H., Kembuan, H., & Mahmud, Z. (1995). Karakterisasi daging buah kelapa hibrida untuk bahan baku industri

makanan. Laporan Hasil Penelitian. Kerjasama Proyek Pembinaan
Kembagaan Penelitian Pertanian Nasional. Badan Litbang 49p.

Sribianti. (2016). Nilai Manfaat Ekonomi Tanaman Nipah (*Nypa fruticans*) Desa Lakkang Kecamatan Tallo Kota Makassar (The Community Revenue Improvement Efforts by The Cultivation Technology and Utilization of Processed Bamboo In Tanralilli Districts Of Maros In South Sulawesi. *Jurnal Hutan Tropis*, 4(2), 140-144.

Tsuji, K., Ghazali, M.N.F., Arifin, Z., Nordin, M.S., Khaidizar, M.I., Dullo, M.E., Sebastian, L.S. (2011). Biological and Ethnobotanical Characteristics of Nipa Palm (*Nypa fruticans* Wurm.) : A Review. *Sains Malaysiana* 40(12): 1407- 1412

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Kuesioner Usaha

**ANALISIS BISNIS UNTUK KEGIATAN ECOPRINT, SABUT KELAPA DAN LIDI NIPAH
DI KECAMATAN KUALA INDRAGIRI DAN MANDAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

Kerjasama Yayasan Mitra Insani dan Universitas Riau
2023

A. Identitas Responden

Nama : _____
Jenis Kelamin : _____
Usia : _____
Pendidikan Terakhir : _____
Alamat : _____
Kelurahan/Desa : _____
No. Hp : _____
Produk/Usaha yang sedang dijalankan : _____
Nama Kelompok Usaha : _____
Lama Usaha : _____

B. Pertanyaan

1. Biaya investasi awal (pada bulan awal memulai usaha) :

2. Biaya operasional (per bulan) :

Kegiatan Tenaga	Tenaga Kerja Dalam Keluarga				Tenaga Kerja Luar Keluarga			
	Laki-laki		Perempuan		Laki-laki		Perempuan	
	Jumla	Wakt	Jumla	Wakt	Jumla	Wakt	Jumla	Wakt

Kerja	h	u	h	u	h	u	h	u

No	Uraian Kebutuhan Operasional	Harga (Rupiah/bulan)
1		
2		
3		
4		
5		

3. Biaya produksi (per bulan) :

i. ALAT

No	Nama Alat	Umur Ekonomis	Harga Beli	Jumlah Alat
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

ii. BAHAN

No	Jenis Bahan Baku	Jumlah	Satuan	Harga (Rp/satuan)	Jumlah Biaya
1	Bahan Baku Utama				
	Jumlah				
2	Bahan Baku Pendukung :				
	Jumlah				
3	Bahan lain-lain				
	Jumlah				
	TOTAL				

4. Penerimaan (hasil penjualan) (per bulan):

No	Nama Produk	Jumlah	Harga Jual
1			
2			
3			
4			
5			
	TOTAL		

Kuesioner Analisis SWOT Usaha

ANALISIS BISNIS UNTUK KEGIATAN ECOPRINT, SABUT KELAPA DAN LIDI NIPAH DI KECAMATAN KUALA INDRAGIRI DAN MANDAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Kerjasama Yayasan Mitra Insani dan Universitas Riau
2023

A. Identitas Responden

Nama : _____
Jenis Kelamin : _____
Usia : _____
Pendidikan Terakhir : _____
Alamat : _____
No. Hp : _____
Pekerjaan : _____

B. Pertanyaan

1. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari usaha (tuliskan 5 – 10 jawaban) dan pembobotan :

*) : pilih salah satu

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
1. _____			
2. _____			
3. _____			
4. _____			
5. _____			
6. _____			
7. _____			
8. _____			
Kelemahan			
1. _____			
2. _____			
3. _____			

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
4. _____			
5. _____			
6. _____			
7. _____			
8. _____			
Total			

2. Faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman dari usaha (tuliskan 5 - 10 jawaban) dan pembobotan:

*) : pilih salah satu

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
1. _____			
2. _____			
3. _____			
4. _____			
5. _____			
6. _____			
7. _____			
8. _____			
Ancaman			
1. _____			
2. _____			
3. _____			
4. _____			
5. _____			
6. _____			
7. _____			
8. _____			
Total			

Lampiran 2. Luas Areal Perkebunan (Ha) dan Jumlah Produksi (Ton) Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir

No.	Kecamatan	Luas Perkebunan (Ha)	Jumlah Produksi (Ton)
1	Keritang	23.389	21.296
2	Kemuning	19	19
3	Reteh	24.830	30.667
4	Sungai Batang	15.447	19.481
5	Enok	31.376	23.439
6	Tanah Merah	12.208	16.998
7	Kuala Indragiri	14.179	7.385
8	Concong	9.711	11.468
9	Tembilahan	7.947	9.379
10	Tembilahan Hulu	6.034	5.911
11	Tempuling	13.644	13.937
12	Kempas	6.244	61.73
13	Batang Tuaka	14.530	12.841
14	Gaung Anak Serka	17.209	7.718
15	Gaung	27.284	19.356
16	Mandah	34.555	31.876
17	Kateman	31.621	12.649
18	Pelangiran	23.279	24.901
19	Teluk Belengkong	12.773	19.989
20	Pulau Burung	15.374	17.946
	TOTAL	341.653	307.256

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Payback Period

a. Sabut Kelapa

Sabut Kelapa	Bulan ke													
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Net Cashflow	-6.500.000	2.100.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	
Cumulative Net Cashflow		-4.400.000	-2.900.000	-1.400.000	100.000	1.600.000	3.100.000	4.600.000	6.100.000	7.600.000	9.100.000	10.600.000	12.100.000	
Index Cashflow Positiv		-	-	-	0,93	0,07	1,07	2,07	3,07	4,07	5,07	6,07	7,07	
Positif Cashflow	3													
Payback Period	3,93		jadi Payback Period untuk Sabut Kelapa adalah 3 bulan 28 hari											

- Asumsi:
- a. biaya investasi adalah biaya pembelian mesin
 - b. harga jual cocobristel adalah Rp. 12.000/kg
 - c. tiap harinya menghasilkan 7 kg cocobristell
 - d. hari kerja dalam 1 bulan adalah 25 hari

b. Lidi Nipah

Lidi Nipah	Bulan ke													
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Net Cashflow	-70.000.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	34.500.000	
Cumulative Net Cashflow		-35.500.000	-1.000.000	33.500.000	68.000.000	102.500.000	137.000.000	171.500.000	206.000.000	240.500.000	275.000.000	309.500.000	344.000.000	
Index Cashflow Positiv		-	-	0,03	0,97	1,97	2,97	3,97	4,97	5,97	6,97	7,97	8,97	
Positif Cashflow	2													
Payback Period	2,03		jadi Payback Period untuk Lidi Nipah adalah 2 bulan 1 hari											

- Asumsi:
- a. menggunakan harga lidi nipah terakhir
 - b. biaya yang dihitung merupakan biaya yang diperlukan oleh pengepul (bukan petani biasa)
 - c. menggunakan kapal sendiri
 - d. rata-rata penjualan 6 ton perbulan

c. Ecoprint

Ecoprint	Bulan ke												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Net Cashflow	-4.000.000	210.000	210.000	350.000	350.000	350.000	350.000	490.000	560.000	560.000	560.000	700.000	700.000
Cumulative Net Cashflow		-3.790.000	-3.580.000	-3.230.000	-2.880.000	-2.530.000	-2.180.000	-1.690.000	-1.130.000	-570.000	-10.000	690.000	1.390.000
Index Cashflow Positiv		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,01	0,99
Positif Cashflow	11												
Payback Period	11,85	Jadi Payback Period untuk Ecoprint adalah 11 bulan 25 hari											

Asumsi: a. biaya investasi berdasarkan peralatan dan perlengkapan yang tersedia di daerah

b. produk yang dihasilkan perhari rata-rata 10 pcs

c. rata-rata harga per pcs adalah Rp. 70.000,00

Lampiran 4. Perhitungan *Net Present Value* (NPV)

A. Sabut Kelapa

Bulan	Total Cost	Total Benefit	DF 5,75%	PVTC	PVTB
0	1.500.000	0	1,00000	1.500.000	0
1	800.000	600.000	0,94563	756.501	567.376
2	800.000	1.300.000	0,89421	715.368	1.162.472
3	800.000	1.300.000	0,84559	676.470	1.099.265
4	800.000	1.300.000	0,79961	639.688	1.039.494
5	800.000	1.300.000	0,75613	604.906	982.973
6	800.000	1.300.000	0,71502	572.015	929.525
7	800.000	1.300.000	0,67614	540.913	878.983
8	800.000	1.300.000	0,63938	511.502	831.190
9	800.000	1.300.000	0,60461	483.689	785.995
10	800.000	1.300.000	0,57174	457.390	743.258
11	800.000	1.300.000	0,54065	432.520	702.844
12	800.000	1.300.000	0,51125	409.002	664.628
Total				8.299.965	10.388.004
				NPV	2.088.039

Asumsi Sabut Kelapa

1. Total biaya adalah yang biaya yang diperkirakan dikeluarkan tiap bulannya diluar biaya investasi
2. Total benefit adalah perkiraan benefit yang didapatkan tiap bulan

B. Lidi Nipah

Bulan	Total Cost	Total Benefit	DF 5,75%	PVTC	PVTB
0	1.287.500	0	1,00000	1.287.500	0
1	412.500	512.500	0,94563	390.071	484.634
2	412.500	1.387.500	0,89421	368.861	1.240.716
3	412.500	1.387.500	0,84559	348.805	1.173.254
4	412.500	1.387.500	0,79961	329.839	1.109.460
5	412.500	1.387.500	0,75613	311.905	1.049.134
6	412.500	1.387.500	0,71502	294.945	992.089
7	412.500	1.387.500	0,67614	278.908	938.146
8	412.500	1.387.500	0,63938	263.743	887.136
9	412.500	1.387.500	0,60461	249.402	838.899
10	412.500	1.387.500	0,57174	235.841	793.285
11	412.500	1.387.500	0,54065	223.018	750.151
12	412.500	1.387.500	0,51125	210.892	709.363
Total				4.793.732	10.966.265

Bulan	Total Cost	Total Benefit	DF 5,75%	PVTC	PVTB
				NPV	6.172.534

Asumsi Lidi Nipah:

1. Biaya yang digunakan adalah biaya ditingkat petani per bulan
2. Total cost dan total benefit diambil dari data kuesioner dan YMI
3. Nilai DF diambil dari tingkat bunga BI7DRR yaitu 5,75%

C. Ecoprint

Bulan	Total Cost	Total Benefit	DF 5,75%	PVTC	PVTB
0	3.000.000	0	1,00000	3.000.000	0
1	1.000.000	210.000	0,94563	945.626	198.582
2	1.000.000	210.000	0,89421	894.209	187.784
3	1.000.000	350.000	0,84559	845.588	295.956
4	1.000.000	350.000	0,79961	799.611	279.864
5	1.000.000	350.000	0,75613	756.133	264.647
6	1.000.000	350.000	0,71502	715.019	250.257
7	1.000.000	490.000	0,67614	676.141	331.309
8	1.000.000	560.000	0,63938	639.377	358.051
9	1.000.000	560.000	0,60461	604.612	338.583
10	1.000.000	560.000	0,57174	571.737	320.173
11	1.000.000	700.000	0,54065	540.650	378.455
12	1.000.000	700.000	0,51125	511.253	357.877
Total				11.499.956	3.561.535
				NPV	-7.938.420

Asumsi Ecoprint

1. Total biaya adalah yang biaya yang diperkirakan dikeluarkan tiap bulannya diluar biaya investasi
2. Total benefit adalah perkiraan benefit yang didapatkan tiap bulan

Lampiran 5. Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR)

A. Sabut Kelapa

Bulan	Net Benefit	DF 5,75%	PVNB 5,75%	DF 10,75%	PVNB 10,75%
0	-1.500.000	1,00000	-1.500.000	1,00000	-1.500.000
1	-200.000	0,94563	-189.125	0,90293	-180.587
2	500.000	0,89421	447.105	0,81529	407.645
3	500.000	0,84559	422.794	0,73615	368.077
4	500.000	0,79961	399.805	0,66470	332.350
5	500.000	0,75613	378.066	0,60018	300.090
6	500.000	0,71502	357.510	0,54192	270.962
7	500.000	0,67614	338.071	0,48932	244.661
8	500.000	0,63938	319.688	0,44182	220.912
9	500.000	0,60461	302.306	0,39894	199.469
10	500.000	0,57174	285.868	0,36022	180.108
11	500.000	0,54065	270.325	0,32525	162.626
12	500.000	0,51125	255.626	0,29368	146.840
Total			2.088.039		1.153.153
				IRR	16,92%

B. Lidi Nipah

Bulan	Net Benefit	DF 5,75%	PVNB 5,75%	DF 10,75%	PVNB 10,75%
0	-1.287.500	1,00000	-1.287.500	1,00000	-1.287.500
1	100.000	0,94563	94.563	0,90293	90.293
2	975.000	0,89421	871.854	0,81529	794.909
3	975.000	0,84559	824.448	0,73615	717.750
4	975.000	0,79961	779.620	0,66470	648.082
5	975.000	0,75613	737.230	0,60018	585.175
6	975.000	0,71502	697.144	0,54192	528.375
7	975.000	0,67614	659.238	0,48932	477.088
8	975.000	0,63938	623.393	0,44182	430.779
9	975.000	0,60461	589.497	0,39894	388.965
10	975.000	0,57174	557.443	0,36022	351.210
11	975.000	0,54065	527.133	0,32525	317.120
12	975.000	0,51125	498.471	0,29368	286.339
Total			6.172.534		4.328.585
				IRR	22,49%

C. Ecoprint

Bulan	Net Benefit	DF 5,75%	PVNB 5,75%	DF 10,75%	PVNB 10,75%
0	-3.000.000	1,00000	-3.000.000	1,00000	-3.000.000
1	-790.000	0,94563	-747.045	0,90293	-713.318
2	-790.000	0,89421	-706.425	0,81529	-644.080
3	-650.000	0,84559	-549.632	0,73615	-478.500
4	-650.000	0,79961	-519.747	0,66470	-432.054
5	-650.000	0,75613	-491.486	0,60018	-390.117
6	-650.000	0,71502	-464.763	0,54192	-352.250
7	-510.000	0,67614	-344.832	0,48932	-249.554
8	-440.000	0,63938	-281.326	0,44182	-194.403
9	-440.000	0,60461	-266.029	0,39894	-175.533
10	-440.000	0,57174	-251.564	0,36022	-158.495
11	-300.000	0,54065	-162.195	0,32525	-97.575
12	-300.000	0,51125	-153.376	0,29368	-88.104
Total			-7.938.420		-6.973.984
				IRR	-40,59%

Lampiran 6. Perhitungan Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

A. Sabut Kelapa

Bulan	Net Benefit	DF 5,75%	PVNB
0	-1.500.000	1,00000	-1.500.000
1	-200.000	0,94563	-189.125
2	500.000	0,89421	447.105
3	500.000	0,84559	422.794
4	500.000	0,79961	399.805
5	500.000	0,75613	378.066
6	500.000	0,71502	357.510
7	500.000	0,67614	338.071
8	500.000	0,63938	319.688
9	500.000	0,60461	302.306
10	500.000	0,57174	285.868
11	500.000	0,54065	270.325
12	500.000	0,51125	255.626
Net B/C Ratio			2,24

B. Lidi Nipah

Bulan	Net Benefit	DF 5,75%	PVNB
0	-1.287.500	1,00000	-1.287.500
1	100.000	0,94563	94.563
2	975.000	0,89421	871.854
3	975.000	0,84559	824.448
4	975.000	0,79961	779.620
5	975.000	0,75613	737.230
6	975.000	0,71502	697.144
7	975.000	0,67614	659.238
8	975.000	0,63938	623.393
9	975.000	0,60461	589.497
10	975.000	0,57174	557.443
11	975.000	0,54065	527.133
12	975.000	0,51125	498.471
Net B/C Ratio			5,79

C. Ecoprint

Bulan	Net Benefit	DF 5,75%	PVNB
0	-3.000.000	1,00000	-3.000.000
1	-790.000	0,94563	-747.045
2	-790.000	0,89421	-706.425
3	-650.000	0,84559	-549.632
4	-650.000	0,79961	-519.747
5	-650.000	0,75613	-491.486
6	-650.000	0,71502	-464.763
7	-510.000	0,67614	-344.832
8	-440.000	0,63938	-281.326
9	-440.000	0,60461	-266.029
10	-440.000	0,57174	-251.564
11	-300.000	0,54065	-162.195
12	-300.000	0,51125	-153.376
Net B/C Ratio			0,00

Lampiran 7. Perhitungan Nilai Bobot Strategi Internal

A. Sabut Kelapa

Faktor-Faktor Strategis Internal	Kelompok Usaha	Dinas	YMI	Akademisi 1	Akademisi 2	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan									
Keuntungan menjanjikan (tinggi) jika ditekuni	3	2	3	3	3	14	0,18	2,8	0,49
Telah menggunakan teknologi semi modern	3	2	3	3	3	14	0,18	2,8	0,49
Proses produksinya mudah	2	3	4	3	3	15	0,19	3,0	0,56
Produk (coco peat dan cocobristel) yang dihasilkan cukup banyak	3	3	3	3	4	16	0,20	3,2	0,64
Total skor kekuatan			0,74			59			
Kelemahan									
Minat masyarakat masih rendah karena belum mengetahui keuntungan bisnis	1	1	1	1	1	5	0,06	1,0	0,06
Peralatan belum memadai	1	1	1	1	1	5	0,06	1,0	0,06
Penyimpanan belum optimal (produk mudah basah)	1	2	1	1	1	6	0,08	1,2	0,09
Pekerja belum terampil dalam mengolah sabut kelapa	1	1	1	1	1	5	0,06	1,0	0,06
Total skor kelemahan			0,26			21			
Total skor						80	1,00		2,46

B. Lidi Nipah

Faktor-Faktor Strategis Internal	Kelompok Usaha	Dinas	Ymi	Akademisi 1	Akademisi 2	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan									
Proses produksinya mudah	3	4	4	3	3	17	0,14	3,4	0,47
Tidak membutuhkan modal yang tinggi	3	4	3	4	4	18	0,15	3,6	0,53
Pembukuan dan pencatatan usaha sudah jelas	4	3	4	3	3	17	0,14	3,4	0,47
Sudah ada kelanjutan pengembangan diversifikasi produk	3	4	3	4	4	18	0,15	3,6	0,53
Masyarakat antusias bekerja	3	4	4	3	3	17	0,14	3,4	0,47
Kemudahan mendapatkan bahan baku	3	4	3	4	4	18	0,15	3,6	0,53
Total skor kekuatan			0,86			105			
Kelemahan									
Harga tidak stabil	1	1	2	1	1	6	0,05	1,2	0,06
Wilayah distribusi masih terbatas	1	1	2	1	1	6	0,05	1,2	0,06
Product Knowledge yang rendah	1	1	1	1	1	5	0,04		
Total skor kelemahan			0,14			17			
Total skor						122	1,00		3,13

C. Ecoprint

Faktor-Faktor Strategis Internal	Kelompok Usaha	Dinas	YMI	Akademisi 1	Akademi si 2	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan									
Memiliki nilai seni tinggi	3	3	4	3	3	16	0,30	3,2	0,97
Antusiasme masyarakat cukup tinggi	3	4	3	3	3	16	0,30	3,2	0,97
Total skor kekuatan			0,60			32			
Kelemahan									
Proses produksi cukup sulit	2	1	2	1	1	7	0,13	1,4	0,18
Peralatan masih sederhana dan belum mencukupi untuk melakukan produksi	2	2	1	1	2	8	0,15	1,6	0,24
Harga jual yang masih tinggi	1	2	1	1	1	6	0,11	1,2	0,14
Total skor kelemahan			0,40			21			
Total skor						53	1,00		2,49

Lampiran 8. Perhitungan Nilai Bobot Strategi Eksternal

A. Sabut Kelapa

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Kelompok Usaha	Dinas	YMI	Akademisi 1	Akademisi 2	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Peluang									
Kondisi ekonomi yang masih berkembang sehingga tidak menghambat usaha	3	3	4	4	3	17	0,17	3,4	0,57
Pesaing belum ada di Kabupaten	4	4	3	4	4	19	0,19	3,8	0,71
Dukungan dari berbagai pihak (Pemerintah/NGO)	3	3	4	3	3	16	0,16	3,2	0,50
Kontinuitas bahan baku terjaga	3	3	4	4	4	18	0,18	3,6	0,64
Total skor peluang			0,69			70			
Ancaman									
Ketidakjelasan saluran pemasaran	3	3	3	1	2	12	0,12	2,4	0,28
Kenaikan harga BBM (Mesin)	2	2	2	2	2	10	0,10	2,0	0,20
Belum ada kepastian pembiayaan	2	3	2	2	1	10	0,10	2,0	0,20
Total skor ancaman			0,31			32			
Total skor						102	1,00		3,09

B. Lidi Nipah

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Kelompok Usaha	Dinas	YMI	Akademisi 1	Akademisi 2	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Peluang									
Akses penjualan produk yang mudah	4	4	4	4	4	20	0,19	4,0	0,75
Bahan baku bebas diambil oleh siapapun	4	3	4	4	4	19	0,18	3,8	0,68
Kontinuitas bahan baku terjaga	4	4	3	3	4	18	0,17	3,6	0,61
Total skor peluang			0,54			57			
Ancaman									
Kendala cuaca	2	1	1	1	1	6	0,06	1,2	0,07
Saingan antar pengepul	1	1	2	1	1	6	0,06	1,2	0,07
Belum ada sosialisasi dinas terkait tentang manfaat lidi nipah	2	1	4	1	1	9	0,08	1,8	0,15
Pasar yang bersifat Oligopoli	1	1	2	2	1	7	0,07	1,4	0,09
Tingginya biaya transportasi	2	1	2	1	1	7	0,07	1,4	0,09
Resiko pengembalian produk (barang rejected)	2	2	1	1	2	8	0,08	1,6	0,12
Total skor ancaman			0,41			43			
Total skor						100	0,94		2,64

C. Ecoprint

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Kelompok Usaha	Dinas	YMI	Akademisi 1	Akademisi 2	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Peluang									
Belum adanya pesaing usaha	3	3	4	3	3	16	0,19	3,2	0,61
Terdapat objek wisata sebagai tempat penjualan	3	3	4	4	3	17	0,20	3,4	0,69
Dukungan dari program YMI	3	4	4	4	4	19	0,23		
Total skor peluang			0,62			52			
Ancaman									
Belum ada campur tangan pemerintah	1	2	1	1	2	7	0,08	1,4	0,12
Tidak semua daun bisa dijadikan bahan baku	1	1	1	2	1	6	0,07	1,2	0,09
Pelatihannya masih kurang	1	1	1	1	1	5	0,06	1,0	0,06
Biaya transportasi mahal	1	1	2	1	2	7	0,08	1,4	0,12
Bahan kain masih didatangkan dari luar	1	2	1	1	2	7	0,08	1,4	0,12
Total skor ancaman			0,38			32			
Total skor						84	1,00		1,79

Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan

A. Sabut Kelapa



Wawancara Dengan Petani Kelapa di Desa Sungai Piyai



Proses Pengolahan Sabut Kelapa



Hasil Produksi Sabut Kelapa



Sosialisasi di Kantor Desa Sungai Piyai Mengenai Strategi Pengembangan Usaha Sabut Kelapa

B. Lidi Nipah



Proses Produksi Lidi Nipah



Foto Bersama Petani Lidi Nipah



Hasil Produksi Lidi Nipah



Produk Kerajinan Dari Lidi Nipah

C. ECOPRINT



**Wawancara Dengan Masyarakat
Terkait Ecoprint**



Hasil Produk Ecoprint



**Foto Bersama Setelah Melakukan Pengenalan Usaha
Ecoprint Oleh Kepala Desa Pulau Cawan**