



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelapa

Tanaman kelapa adalah tumbuhan jenis palma-palmaan yang paling banyak tersebar di daerah tropis, tumbuhan ini dapat tumbuh pada ketinggian diatas permukaan laut. Tanaman kelapa berbuah setelah 3-4 tahun. Buah kelapa yang normal terdiri dari beberapa bagian : yaitu sabut (eksoparp dan mesokarp), tempurung (endocarp), daging buah (endosperm) dan air kelapa. Minyak kelapa dihasilkan dari daging buah kelapa yang bewarna putih dan lunak (Ketaren,1986)/

Kelapa merupakan salah satu keluarga Palmae. Tanaman ini memiliki batang yang lurus dan umumnya tidak bercabang. Tanaman kelapa merupakan tanaman monokotil dengan bentuk akar serabut dan daun yang menyirip. Sedangkan bunga tanaman ini terletak diantara ketiak daunnya yang disebut mayang (Palungkun, 2001). Menurut Harjono (1997) klasifikasi tata nama (sistematika) dari tanaman kelapa sebagi berikut :

Kingdom : Plantae

Divisi : Spermathopyta

Kelas : Monocotyledoneae

Ordo : Arecales

Famili : Arecaceae

Genus : Cocos

Spesies : Cocos Nucifera Linn

Kelapa, merupakan tanaman asli yang berasal dari daerah pesisir Asia Tenggara, termasuk Malaysia, Indonesia, dan Filipina. Penyebarannya telah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

meluas hingga mencakup wilayah Amerika Latin, Karibia, dan Afrika Tropis. Di Indonesia, tanaman kelapa dapat ditemukan hampir di seluruh provinsi.

Pohon kelapa, sebagai tanaman monokotil, memiliki akar adventif atau serabut yang tumbuh dari pangkal batang. Secara rata, terdapat sekitar 2000-4000 akar adventif dengan diameter sekitar 1 cm per pohon kelapa. Kedalaman perakaran dipengaruhi oleh karakteristik tanah dan kedalaman air di sekitarnya. Buah kelapa memiliki bentuk bulat dengan komposisi 35% sabut, 12% tempurung, 28% daging buah, dan 25% air (Kurniati, 2010).

2.2 Arang Tempurung Kelapa

Arang merupakan produk hasil proses karbonisasi bahan yang mengandung karbon, terutama biomassa kayu. Produk ini umumnya digunakan sebagai sumber energi, dengan berbagai kegunaan. Proses pembuatan arang dapat menghasilkan berbagai jenis arang, di antaranya arang biasa yang hasilnya dari pembakaran dan digunakan sebagai sumber energi panas. Sementara itu, arang yang melalui proses pengaktifan dapat memiliki fungsi yang beragam, termasuk untuk kesehatan, pertanian, dan kecantikan (Pari et al, 2012).

Arang tempurung kelapa, merupakan produk yang dihasilkan dari pembakaran tidak sempurna terhadap tempurung kelapa. Sebagai bahan bakar, arang memiliki keunggulan dibandingkan kayu bakar, karena memberikan kalor pembakaran yang lebih tinggi dan menghasilkan asap yang lebih sedikit. Arang dapat diubah menjadi briket dalam berbagai bentuk setelah ditumbuk dan dikempa, yang membuatnya lebih praktis digunakan daripada kayu bakar. Arang juga dapat diolah lebih lanjut menjadi arang aktif, serta digunakan sebagai bahan pengisi dan pewarna dalam industri karet dan plastik (Hendra, 2007).



2.3 Strategi

Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. proses penyusunan strategi lebih banyak menggunakan proses analisis (Rangkuti, 2001).

Strategi merupakan tindakan awal yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan yang banyak untuk merealisasikan. Di samping itu strategi juga mempengaruhi kehidupan usaha Tempurung Arang Kelapa dalam jangka panjang paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional dan multidivisional dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal (David, 2004).

Strategi merupakan sarana mencapai tujuan, manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumberdaya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Dalam konsep manajemen cara terbaik untuk mencapai tujuan, sasaran dan kinerja adalah dengan strategi memberdayakan sumber daya secara efektif dan efisien. Sebuah usaha dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada melalui suatu perencanaan. Proses analisis, perumusan dan evaluasi disebut perencanaan strategis (Rangkuti, 2001).

Strategi yang mantap dapat dicapai dengan memadukan dan memperhatikan peluang (opportunities) serta ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan, baik sekarang maupun ramalan masa depan dengan berbagai kekuatan (strength) dan

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

kelemahan (weakness). Dalam literatur bisnis, kegiatan ini dianggap sebagai pengenalan situasi yang disebut dengan analisis SWOT.

2.3.1 Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Sedangkan perencanaan strategis merupakan bagian dari manajemen strategis. Strategi pengembangan usahatani merupakan suatu strategi pembangunan pertanian yang berusaha meningkatkan pendapatan petani dan daya saing komoditas pertanian. Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal usahatani gula merah, menetapkan tujuan jangka panjang usahatani gula merah, membuat strategi alternatif untuk usahatani gula merah dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

2.3.2 Analisis Strategi

Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pembuatan keputusan tiga tahap. Tahap 1 dari kerangka perumusan terdiri dari matriks EFE, matriks EFI, matriks profil kompetitif (Competitive Profil Matriks-CPM) disebut Tahap Masukan (input stage). Tahap meringkas informasi 31 masukan dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi. Tahap 2 disebut Tahap pencocokan (Matching Stage), fokus pada upaya menghasilkan strategi alternatif yang dapat dijalankan (fleksibel) dengan memadukan faktor-faktor eksternal dan internal. Teknik-teknik tahap 2 terdiri dari



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

matriks Threats Oppotunities Weaknesses Streghts (TOWS) atau Ancaman Peluang Kelemahan Kekuatan, Matriks BCG (Boston Consulting Group), Matriks Internal Eksternal (IE), dan Matriks Grand Strategy (Strategi Induk). Tahap 3 disebut Tahap Keputusan (Decision Stage), menggunakan satu macam teknik, yaitu Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). QSPM menggunakan informasi masukan dari tahap 1 untuk secara objektif megevaluasi strategi alternatif dapat dijalankan yang di identifikasi dalam tahap 2 QSPM mengungkap daya tarik relatif dari strategi alternatif dan karena itu menjadi dasar objek untuk memilih strategi spesifik (David, 2004).

2.4 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah lingkungan usaha Tempurung Arang Kelapayang berada di dalam usaha tempurung arang kelapatersebut dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada perusahaan. Di dalam suatu usaha tempurung arang kelapaterdapat kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis, melalui analisis ligkungan internal kekuatan dan kelemahan tersebut dapat diindentifikasi dan dievaluasi sehingga perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan dengan cara efektif dan dapat mengatasi kelemahan yang dimilikinya.

Analisis lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji pemasaran dan distribusi perusahaan, serta faktor keuangan dan akuntansi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahan perushaan . Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan dan kekurangan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

dalam sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan (Pearce dan Robinson,1991)

2.5 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada mengenali dan mengevaluasi kecenderungan dan peristiwa yang diluar kendali sebuah perusahaan. Tujuan dari analisis lingkungan eksternal ialah untuk mengembangkan daftar terbatas peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan Ancaman yang dihindari. Peluang adalah lingkungan perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna meningkatkan posisi bersaing perusahaan dalam industri. Sedangkan ancaman adalah lingkungan perusahaan yang tidak menguntungkan perusahaan.

Analisis eksternal didefinisikan sebagai suatu proses yang dilakukan oleh perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang dan ancaman bagi perusahaan. Lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan umum, lingkungan industri dan lingkungan internasional. Lingkungan umum terdiri dari sosio ekonomis, teknologi dan pemerintah sedangkan lingkungan industri terdiri dari konsumen, pemasok dan persaingan.

2.6 Matriks IE

Matriks Internal-External (IE) bermanfaat untuk memposisikan suatu *Strategic BusinessUnit (SBU)* perusahaan ke dalam matriks yang terdiri atas sembilan sel. Matriks Internal-External (IE) dimana ukuran dan lingkaran memperlihatkan persentase kontribusi pendapatan (*sales*). Matriks IE dikembangkan dari model *Grand Strategy* parameter digunakan meliputi kekuatan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

internal perusahaan dan kekuatan eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah memperoleh strategi bisnis ditingkat korporasi yang lebih detail.

- 1) Grow and Build (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).
- 2) Hold and Maintain (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.
- 3) Harvest and Divest (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi (Setyorini et al., 2016).

2,7 Analisis Swot

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

faktor- faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

Faktor- Faktor dalam Analisis SWOT

Berikut beberapa faktor-faktor dalam analisis SWOT, Yaitu:

1. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor-faktor lain.

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/ regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Sawitri et al (2019) “Strategi Pengembangan Arang Tempurung Kelapa Sebagai Produk Alternatif Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir”. Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan arang tempurung kelapa untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir. Analisis data menggunakan matrik IE, matrik SWOT dan matrik QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi usaha pengolahan arang tempurung kelapa berdasarkan matriks IE berada pada sel II yaitu tumbuh dan bina yang berarti posisi usaha pengolahan arang tempurung kelapa berada pada posisi rata-rata dan daya tarik yang tinggi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha pengolahan arang tempurung kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir adalah : (1) Menjalinkan kemitraan dengan lembaga permodalan. (2) Menjalinkan kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku untuk menjaga ketersediaan bahan baku. (3) Peningkatan kapasitas produksi. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha pengolahan arang tempurung kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir berdasarkan analisis QSPM adalah menjalin kemitraan dengan lembaga permodalan.

untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir.

Pramudya et al (2007) ”Prospek Usaha Pembuatan Arang Tempurung Kelapa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi prospek bisnis produksi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

arang kelapa dan mengidentifikasi informasi yang diperlukan untuk pengembangan bisnis tersebut. Semua informasi tentang data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Pendekatan Kelebihan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT) serta aspek kelayakan dengan menggunakan Nilai Presentasi Bersih (NPV), Tingkat Pengembalian Internal (IRR), Titik Impas (BEP), Periode Pengembalian (PBP) selama satu tahun, dan Rasio Manfaat Biaya (B/C). Hasil penelitian menunjukkan bahwa operasi 3-6 unit pengolahan untuk menghasilkan arang kelapa dianggap prospektif dan layak, yang ditunjukkan oleh NPV sebesar IDR 259,675,377, IRR sebesar 99,3%-105,0%, BEP sebesar 461,01 kg – 651,42, PBP satu tahun, dan B/C Ratio sebesar 3,14 – 3,42. Aspek lain adalah bahwa ketersediaan unit produksi arang kelapa seperti Beringin Jaya, yang berbisnis di bidang ini, meskipun berlokasi di daerah terpencil, dapat memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat setempat.

2.9 Kerangka Pemikiran

Dalam rangka menyusun strategi pengembangan usaha tempurung arang kelapa yang tepat, maka dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal terhadap usaha Tempurung Arang Kelapa di Cv. Bara Charcoal yang ada di Kecamatan Tempuling, Kabupaten Indragiri Hilir. Lingkungan eksternal pengembangan usaha Tempurung Arang Kelapa di Tempuling terdiri atas lingkungan mikro, (pemasaran, pasar pelanggan, pesaing dan masyarakat) dan lingkungan makro (demografis, alam, ekonomi, politik, sosial dan budaya).

Matriks internal factor evaluation (IFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan dan kelemahan, sedangkan matriks eksternal factor evaluation (EFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor peluang dan ancaman, dan



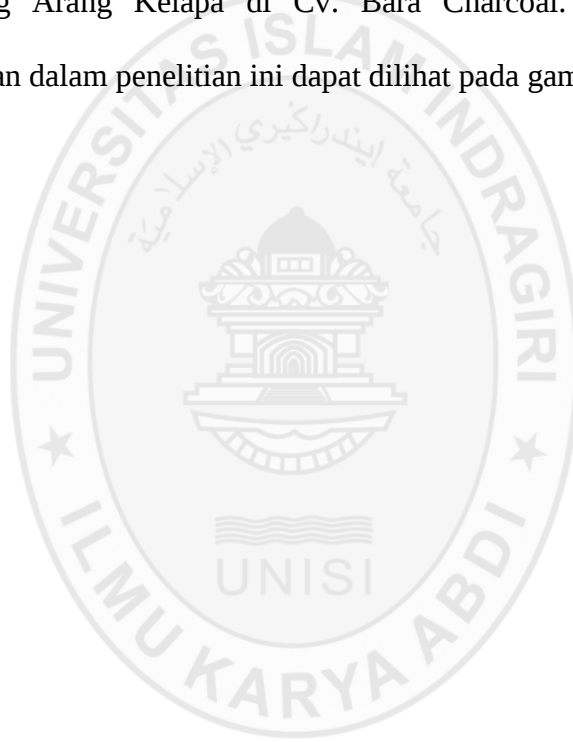
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

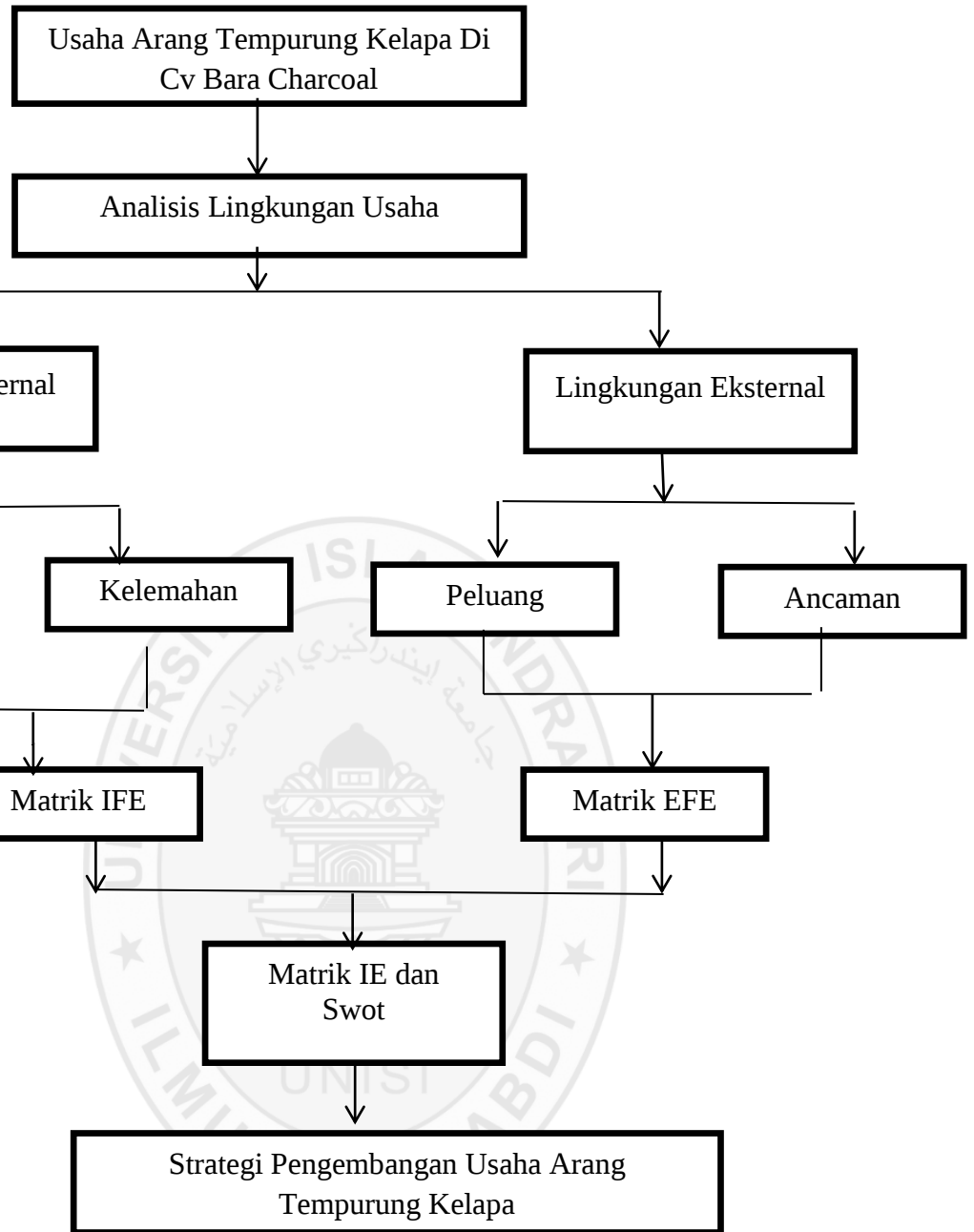
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

matriks internal eksternal (IE) merupakan tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan matrik EFE dan IFE kedalam matrik IE bagi pengembangan usaha Tempurung Arang Kelapa Di Cv. Bara Charcoal. Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis usaha. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Dari matriks SWOT dapat menghasilkan strategi pengembangan usaha Tempurung Arang Kelapa di Cv. Bara Charcoal. Secara sistematis kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.





Hak Cipta
Undang-Undang
1. Dilarang
Penggunaan
2. Penggunaan tanpa izin untuk
Plagiarisme juga dilarang dan
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan
peraturan yang berlaku di Indonesia.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran