

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UKM AGRIBISNIS BERBASIS KEDELAI DI KOTA BATURAJA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU

Ginangjar Eko Santoso⁽¹⁾ Suryanawati⁽²⁾

⁽¹⁾ Mahasiswa (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Baturaja Universitas

⁽²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Baturaja Universitas

Jl. Ratu Penghulu Karang sari No. 02301, OKU, Sumatera Selatan, telp/fax (0735) 326122

E-mail : Ginangjarfp.ubr@gmail.com

ABSTRACT

This research is for analysis of development strategy on soybean based SME in Baturaja City, This research was conducted in February until april 2017 in Baturaja City OKU Regency The method used in this research is survey method, sampling in this research using saturated sampling method, the samples taken are the perpetrators of soybean based SMEs such as tempe, tofu, and soy milk in Kota Baturaja The type of data used in this study includes primary data, and secondary, which is analyzed by using SWOT matrix. The results of the field study obtained an average of 3.21 internal factors And external factor 3,65 this means soybean based small and medium enterprises in Baturaja City OKU Regency is in position 1 With a concentration strategy through vertical integration, from analysis SWOT Can be drawn that conclusion small and medium enterprises Soybean-based agribusiness in Baturaja City has weaknesses and threats that must be minimized In order to develop more advanced in the future is in several ways. Small and medium enterprises Soy based should, improve marketing, Produce quality products, Increase production volume, Modern and appropriate technology update, guidance on UKM, innovation and product modification.

Keywords: *Analysis of development strategy, Agribusiness SME analysis, Baturaja City,*

PENDAHULUAN

Berbagai jenis hasil alam tumbuh dengan subur di Indonesia, salah satunya adalah tanaman pangan, Berbagai tanaman pangan tumbuh di Indonesia sebagai bahan makanan pokok masyarakat Indonesia. Tanaman pangan merupakan tanaman penting dan strategis menyangkut fungsi utama sebagai bahan makanan masyarakat Indonesia sebagaimana tertuang dalam UU No.7 Tahun 1996. Salah satu tanaman pangan bagi masyarakat Indonesia adalah kedelai (DITJENTAN, 2004).

Kedelai merupakan tanaman asli daratan Cina dan telah dibudidayakan oleh manusia sejak 2500 SM. Sejalan dengan semakin berkembangnya perdagangan antar negara yang terjadi pada awal abad ke-19, menyebabkan tanaman kedelai juga ikut tersebar ke berbagai negara tujuan perdagangan

tersebut, yaitu Jepang, Korea, Indonesia, India, Australia, dan Amerika. Menurut laporan, kedelai mulai dikenal di Indonesia sejak abad ke-16. Awal mula penyebaran dan pembudidayaan kedelai yaitu di Pulau Jawa, kemudian berkembang ke Bali, Nusa Tenggara, dan pulau-pulau lainnya. Masuknya kedelai ke Indonesia diduga dibawa oleh para imigran Cina yang mengenalkan beberapa jenis masakan yang berbahan baku biji kedelai (Adisarwanto, 2005).

Konsumsi kedelai oleh masyarakat Indonesia dipastikan akan terus meningkat setiap tahunnya mengingat beberapa pertimbangan seperti bertambahnya populasi penduduk, peningkatan pendapatan perkapita, kesadaran masyarakat akan gizi makanan. Peningkatan kebutuhan akan kedelai, dapat dikaitkan dengan meningkatnya konsumsi

masyarakat terhadap tahu dan tempe, serta untuk pasokan industri lainnya (Mursidah, 2005).

Data kantor Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumsel menyebutkan, tahun 2014 Sumsel mampu memproduksi kedelai sebanyak 147.000 ton yang sebagiannya dihasilkan dari Lahat, atau naik 31,25% dari realisasi produksi tahun sebelumnya 112.000 ton. Disebutkan pula, luas lahan kedelai saat ini mencapai sekitar 11.000 ha, naik hampir dua kali lipat dari luas lahan kedelai pada 2013 sebesar 5.800 ha. Dari 11.000 ha tersebut, sebanyak 45,45% atau 5.000 ha diklaim merupakan lahan tetap untuk budidaya kedelai, di Provinsi Sumatera Selatan, jumlah pelaku usaha mikro kecil menengah pada tahun 2014 jumlah UKM sebanyak 2.022.868 unit, naik menjadi 2.071.416 unit pada tahun 2015. UKM (Usaha Kecil dan Menengah) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, khususnya di Sumatera selatan, (BPS Provinsi Sumatera Selatan, 2014).

Komoditas pertanian pada umumnya mempunyai sifat mudah rusak sehingga perlu langsung dikonsumsi atau diolah terlebih dahulu. Proses pengolahan yang disebut agroindustri, dapat meningkatkan guna bentuk komoditas pertanian. Kegiatan agroindustri merupakan bagian integral dari pembangunan sektor pertanian. Efek agroindustri mampu mentransformasikan produk primer ke produk olahan, sekaligus budaya kerja bernilai tambah rendah menjadi budaya kerja industrial modern yang menciptakan nilai tambah tinggi (Suryana, 1990).

Jumlah UKM di Kabupaten OKU pada tahun 2016 sebanyak 75.622. data Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Ogan Komering Ulu, Provinsi Sumatera Selatan. Di antara sekian banyak UKM di Kab OKU terdapat

beberapa di antaranya UKM berbasis kedelai

Di kota Baturaja sendiri memiliki 3 jenis usaha kecil dan menengah yang berbasis kedelai terdiri dari 16 pelaku usaha kecil dan menengah yang telah bersifat formal yang telah memiliki surat izin keberadaan usahanya (Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koprasi UKM 2015).

Tabel 1. Data jumlah dan Jenis Industri Rumah Tangga di Kota Baturaja 2015

No	Jenis Usaha	Jumlah pelaku Industri
1	Tempe	10
2	Tahu	5
3	Susu kedelai	1
Jumlah		16

Sumber : Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Koprasi UKM 2015.

Tabel 1 Menunjukkan sebaran jumlah pelaku UKM berbasis kedelai yang terdapat di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu yaitu 16 jenis UKM yang terdiri dari usaha Tempe, Tahu, dan Susu kedelai menurut (Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Koprasi UKM 2015).

Menurut (Darmawan, 2010.) secara umum kebanyakan UKM di Indonesia mempunyai banyak permasalahan dan UKM berbasis kedelai di Kota baturaja juga menghadapi permasalahan yang sama, seperti permodalan, teknologi, pemasaran, akses informasi pasar dan sebagainya. Dengan berbagai permasalahan dan kelemahan itu industri kecil tempe di Kota Baturaja dapat mengalami resiko kegagalan. Kegagalan perencanaan, kesalahan dalam penaksiran pasar, kesalahan dalam memperkirakan ketersediaan bahan baku, dan sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas maka diperlukan strategi pengembangan yang

tepat untuk dapat meningkatkan kemajuan UKM Berbasis kedelai di Kota Baturaja Kabupaten OKU. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berjudul, “Analisis Strategi Pengembangan UKM Berbasis Kedelai Di Kota Baturaja Kabupaten OKU.”

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). mengingat di Kota Baturaja terdapat banyak UKM agribisnis berbasis kedelai yang sedang berkembang Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Februari 2017 hingga April 2017.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memperoleh data-data atau fakta yang ada dan mencari keterangan secara faktual, Data diperoleh dengan cara wawancara dengan para pelaku UKM agribisnis berbasis kedelai yang ada dalam daftar Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi, dengan menggunakan alat kuisioner sebagai pengumpul data.

Untuk menjawab masalah dalam penelitian di gunakan analisis SWOT dalam Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treaths*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor

eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treaths*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), untuk menghasilkan analisis yang tepat. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor industri Berbasis kedelai. Di kota Baturaja adalah dengan Matrik Internal Eksternal.

Matriks SWOT adalah faktor IFAS dan faktor EFAS sehingga membentuk suatu strategi. Adapun faktor IFAS dan EFAS yang terkait dengan pengembangan UKM yaitu sebagai berikut:

Faktor IFAS (*Internal Faktor Analysis Strategy*)

Tabel 2. Faktor IFAS

NO	Kekuatan (Strenghts)	elemahan (Weakness)

Faktor EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Strategy*)

Tabel 3. Faktor EFAS

NO	Peluang (oportunity)	Ancaman (streats)

Menghitung pembobotan Faktor IFAS dan EFAS

Tabel 4. Bobot Faktor IFAS

IFAS	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan		
	1.		
	2.		
	Kelemahan		
	1.		
	2.		
	Jumlah		

Tabel 5. Bobot Faktor EFAS

EFAS	Bobot	Rating	Skor
	Peluang		
	1.		
	2.		
	Ancaman		
	1.		
	2.		
	Jumlah		

Keterangan:

Rating : diisi oleh responden dengan menggunakan kuisioner.

Bobot : $\frac{\text{Faktor rating.}}{\text{Jumlah rating.}}$

Skor : Rating x Bobot.

Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu dijalankan dengan cara mengelompokkan masing-masing masalah. Variabel yang digunakan dalam analisis

strategi pengembangan adalah analisis SWOT. Memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi.

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki.	WEAKNESS (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki.
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Gambar 1. Matriks Analisis SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui Strategi Pengembangan pada UKM agribisnis berbasis kedelai di lakukan Dengan teknis analisis SWOT, secara efektif dapat membantu untuk menstruktur masalah dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang

berkembang serta dihadapi oleh UKM berbasis kedelai di kota baturaja maka dapat beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang benar benar dialami dan dihadapi oleh UKM agribisnis berbasis kedelai. Faktor IFAS (*Internal Faktor Analysis Strategy*).

Tabel 6. Analisis faktor IFAS (Internal Faktor Analisis Strategi)

No	IFAS	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan				
1	Pengalaman usaha pembuatan tempe,tahu dan susu kedelai	3	0,21	0,63
2	Produksi yang selau terus menerus.	4	0,28	1,12
3	Tersedia tenaga kerja yang murah	3	0,21	0,63
4	Bebas dari bahan berbahaya	4	0,28	1,12
Jumlah		14	0,96	3,50
Kelemahan				
1	Kurang kreatif dalam hal inovasi produk.	2	0,2	0,4
2	Teknologi produksi sederhana.	2	0,2	0,4
3	Tidak adanya pembinaan	4	0,4	1,6
4	Modal terbatas	2	0,2	0,4
Jumlah		10	1,00	2,80
Total			1,96	6,30
Rata-rata				3,21

Dari Tabel di atas dapat di ketahui bahwa berdasarkan nilai rating bahwa faktor kekuatan IFAS pada Pengalaman usaha pembuatan tempe,tahu dan susu kedelai skor yaitu 0,63 sedangkan skor yang paling kuat adalah 1,12 terdapat pada faktor Produksi yang selau terus menerus, dan proses pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet. Sedangkan untuk

kelemahan utama yang di miliki UKM Agribisnis Berbasis kedelai adalah tidak adanya pembinaan pemerintah, sektor yang paling kuat yaitu 0,16 sedangkan faktor kurang kreatif dalam hal inovasi produk, teknologi sederhana dan modal terbatas memiliki skor 0,02 dari penjumlahan faktor IFAS yaitu kekuatan dan kelemahan diketahui skor rata-rata 3,21.

Faktor EFAS (Eksternal Analysis Faktor Strategy)

UKM Agribisnis Berbasis Kedelai dapat dilihat pada tabel faktor EFAS berikut.

Matriks EFAS digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada

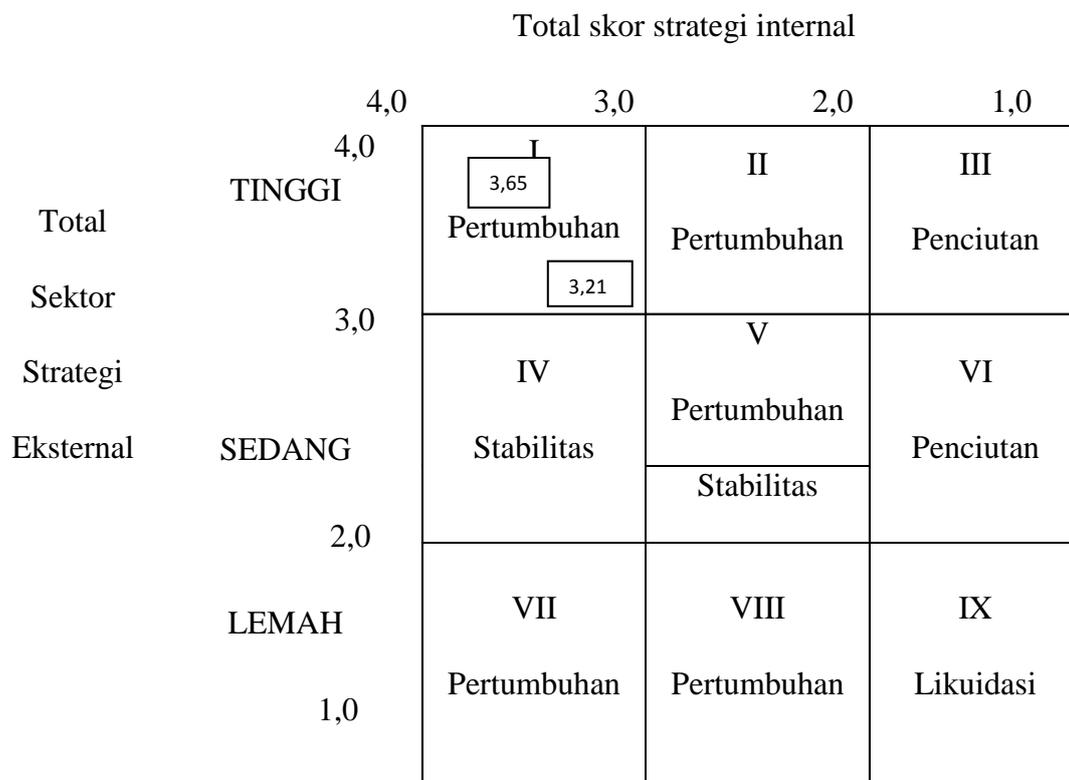
Tabel 7. Analisis faktor EFAS (External Faktor Analisis Strategi)

No	EFAS	Rating	Bobot	Skor
Peluang				
1	Bahan baku yang selalu ada	3	0,21	0,63
2	Permintaan produk selalu ada	3	0,21	0,63
3	Pertumbuhan penduduk meningkat.	4	0,28	1,12
4	Sentra industri dekat dengan pasar	4	0,28	1,12
Jumlah		12	0,96	3,50
Ancaman				
1	Harga bahan baku kedelai selalu naik	4	0,30	1,20
2	Kualitas kedelai kurang baik	4	0,30	1,20
3	kejenuhan konsumen akan produk yang sama	1	0,07	0,07
4	Saingan produk dari tempat atau wilayah lain .	4	0,30	1,20
Jumlah		13	0,97	3,67
Total			1,96	7,17
Rata-rata				3,65

Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa peluang utama pada EFAS bahan baku selalu ada, permintan produk selalu ada memiliki skor 0,68 sedangkan nilai yang paling kuat dengan skor 1,12 yaitu faktor pertumbuhan penduduk, dan sentra industri dekat dengan pasar. Sedangkan untuk ancaman terhadap UKM agribisnis berbasis kedelai kejenuhan konsumen akan produk yang sama memperoleh skor 0,07 sedangkan yang lainnya memperoleh skor 1,20 dari pengabungan kedua faktor EFAS menghasilkan dengan skor rata-rata 3,65

Diagram Matriks (Grand Strategi)

Pemetaan posisi UKM Agribisnis Berbasis Kedelai agar dapat memudahkan UKM dalam menentukan alternatif strategi pengembangan UKM agribisnis berbasis kedelai di kota baturaja untuk menghadapi persaingan dan pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang sedaangkan hasil dari matriks EFAS dan IFAS digunakan untuk menyusun strategi. Total nilai rata-rata pada IFAS sebesar 3,21 dan nilai rata-rata pada EFAS adalah 3,65.



Gambar 2. Diagram Matriks (Grand Strategi)

Analisis matrik internal eksternal diatas adalah strategi pengembangan UKM agribisnis berbasis kedelai di Kota Baturaja berada pada kuadran 1 pada pertumbuhan vertikal dengan total 3,21 menuju 3,65 dimana artinya pengembangan UKM agribisnis berbasis kedelai masih sangat baik untuk di kembangkan dengan memanfaatkan faktor kekuatan (pengalaman usaha pembuatan tempe tahu dan susu kedelai, pangsa pasar terdapat pada semua lapisan masyarakat, tenaga kerja yang memadai dan bahan baku selalu ada) dan peluang (permintaan produk selalu ada , pertumbuhan penduduk meningkat, dan sentra industri dekat dengan pasar) dan berhadapan dengan ancaman (harga bahan baku kedelai selalu

naik, kualitas kedelai kurang baik, kejenuhan konsumen akan poduk yang sama, Saingan produk dari tempat atau wilayah lain .) dan kelemahan (kurang kreatif dalam hal inovasi produk, teknologi sederhana, tidak adanya pembinaan, modal terbatas).

Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan dari grafik mtriaks maka di rumuskan analisis strategi untuk menentukan langkah-langkah kongkrit yang sebaiknya di lakukan oleh UKM agribisnis berbasis kedelai di kota baturaja adalah sebagai berikut:

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman usaha pembuatan tempe, tahu dan susu kedelai 2. Proses produksi yang selalu terus menerus. 3. Tersedia tenaga kerja yang murah di ruang lingkup keluarga 4. Proses pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang kreatif dalam hal inovasi produk. 2. Teknologi produksi sederhana. 3. Pengrajin memiliki ketergantungan pada kedelai impor 4. Modal terbatas.
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang selalu ada. 2. Permintaan produk selalu ada. 3. Pertumbuhan penduduk meningkat. 4. Sentra industri dekat dengan pasar. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah cabang (S1,S2,O2,O3) 2. meningkatkan pemasaran (S2,S4 ,O3,O4) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. meningkatkan volume produksi untuk meningkatkan pendapatan UKM (W4,O1,O2).
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga bahan baku selalu naik 2. Kualitas kedelai kadang kurang baik 3. kejenuhan konsumen akan produk yang sama 4. Saingan produk dari tempat atau wilayah lain. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat di minati dan lebih mampu bersaing (S1,T2,) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembinaan pada UKM. (W1,W2,T2) 2. Melakukan inovasi dan modifikasi produk seperti susu kedelai siap minum, keripik tempe atau tahu. (W1, T3.)

Gambar 3. Analisis Strategi Matriks SWOT

Dari strategi matriks SWOT dihasilkan beberapa strategi antarlain strategi yang di lakukan saat kekuatan berhadapan dengan kesempatan (strategi S-O) pada UKM agribisnis berbasis kedelai yaitu menentukan kekuatan untuk menghasilkan peluang

1. Dari strategi hasil gabungan antara kekuatan dan peluang agar UKM berbasis kedelai untuk menambah

cabang , strategi tersebut dapat di ambil dari beberapa faktor kekuatan yaitu pengalaman pembuatan usaha berbasis kedelai dan proses produksi yang selalu terus menerus, yaitu semakin lamanya seorang atau suatu UKM melakukan kegiatan usaha maka mereka akan semakin baik dan lebih berpengalaman dalam hal melakukan kegiatan secara tidak langsung mereka

telah layak dan siap untuk mengembangkan atau membuka cabang bagi usahanya. Juga faktor peluang (*oportunity*) permintaan produksi selalu ada dan pertumbuhan penduduk meningkat juga salah satu yang memperkuat ataaupun menjadi landasan UKM berbasis kedelai agar membuka cabang. (S1,S2,O2,O4)

2. Untuk meningkatkan pemasaran perlu produksi yang berlangsung secara terus menerus, karena pemmasaran yang luas tidak dapat dilakukan apabila dalam hal produksi masih dilakukan secara terputus juga kekuatan pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet, hal tersebut yang memberikan peluang yang tinggi untuk lebih meningkatkan pemasaran dikarenakan masyarakat lebih berminat dengan makanan yang sehat, sedangkan (*oportunity*) peluang adalah pertumbuhan penduduk meningkat dan industri yang dekat dengan pasar hal tersebut yang mendasari strategi untuk meningkatkan pemasaran pada UKM berbasis kedelai. (S2,S4,O3,O4)

Strategi yang di lakukan saat UKM agribisnis berbasis kedelai berada dalam kelemahan bertemu dengan peluang (strategi W-O) yaitu Meningkatkan volume produksi untuk meningkatkan pendapatan UKM, Semua faktor W-O atau kelemahan dan peluang yang ada dapat memberikan solusi bagi UKM untuk meningkatkan produksinya seperti pada kelemahan modal terbatas sedangkan dapat di lengkapi dengan faktor peluang yang ada. (W4, O1, O2)

Straategi yang di lakukan saat kekuatan yang ada pada UKM agribisnis berbasis kedelai bertemu dengan ancaman (Strategi S-T) yaitu : Kualitas yang baik dapat menarik minat konsumen untuk

membeli produk, konsumen akan merasa puas dengan produk yang telah di beli sehingga mampu bersaing dengan produk dari tempat atau wilayah lain. (S1,T2)

Strategi W-T adalah strategi yang di susun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman strategi yang sesuai di antaranya :

1. Dengan menganalisa kelemahan (*weakness*) yang ada yaitu kurang kreatif dalam hal inovasi produk dan penggrajin memiliki modal yang terbatas lalu ancaman (*thereats*) berupa saingan produk dari tempat atau wilayah lain diperlukan sebuah langkah solusi khususnya dari pemerintah untuk memberikan pembinaan berupa dalam hal inovasi, tatacara peminjaman modal, dan pembinaan agar lebih mampu bersaing dengan UKM dari wilayah lain (W1,W3,T4)
2. Faktor kelemahan kurang kreatif dalam hal inovasi produk dan ancaman yaitu kejenuhan konsumen terhadap produk yang sama, Untuk meningkatkan minat konsumen membeli perlu halnya pembaharuan dari beberapa fator di atas, dapat di ambil suatu strategi yaitu melakukan inovasi dan modivikasi produk yang baru, agar konsumen lebih tertarik dan dapat lebih banyak pilihan tentang olahan kedelai (W1,T3).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah di lakukan, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa profile UKM berbasis kedelai di Kota Baturaja terdapat 10 UKM tempe, 5 tahu dan 1 UKM susu kedelai Strategi Pengembangan pada UKM agribisnis berbasis kedelai di lakukan

dengan Analisis SWOT (*Strenght, Weaknees, Opportunity, Treats*). Dengan teknis analisis SWOT ini secara efektif dapat membantu untuk menstruktur masalah dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang berkembang serta dihadapi oleh UKM berbasis kedelai di Kota Baturaja Faktor IFAS kekuatan (*strength*) pada ukm berbasis kedelai di kota baturaja adalah, pengalaman usaha pembuatan tempe, tahu, dan susu kedelai, proses produksi yang selalu terus menerus, tersedianya tenaga kerja dalam keluarga, pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet. Kelemahahan (*weaknes*) kurangkreatif dalam hal inofasi produk, teknologi produksi sederhana, pengrajin memiliki ketergantungan pada kedelai impor, dan modal terbatas sedangkan faktor EFAS pada faktor peluang (*oportunity*) bahan baku selalu ada, permintaan produk selalu ada pertumbuhan penduduk meningkat, sentra industri dekat dengan pasar, lalu ancaman (*threats*) harga bahan baku selalu naik, kualitas kedelai kadang kurang baik, kejenuhan konsumen akan produk yang sama, saingan produk dari tempat atau wilayah lain.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari analisis SWOT, maka dapat di ambil *grend strategy* yang tepat dalam mengembangkan UKM agribisnis berbasis kedelai di Kota Baturaja yaitu. meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk, meningkatkan pemasaran, Menghasilkan produk yang berkualitas, Meningkatkan volume produksi, Perbaharuan teknologi yang moderen dan tepat guna, Pembinaan

pada UKM, dan melakukan inovasi modivikasi produk.

B. SARAN

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil saran sebagai berikut.

1. Pemerintah hendaknya melakukan pembinaan tentang bagai mana meningkatkan kemampuan atau pelatihan, tentang bagaimana teknik, teknologi dan manajemen agar ukm berbasis kedelai dapat lebih berkembang.
2. Bagi pengusaha UKM berbasis kedelai untuk dapat bisa menanggulangi mengatasi semua kelemahan dan ancaman yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang di miliki seperti memperhatikan mutu produk, melakukan modifikasi produk, meningkatkan pemasaran, menambah cabang dan meningkatkan volume produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto 2005. Budi daya dengan pemupukan yang efektif dan pengoptimalan peran bintil akar kedelai. Surabaya. Jakarta,107 hal.
- (BPS) Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2014. Data Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura. BPS Provinsi Sumatera Selatan. Palembang.
- Darmawan 2010. Metode penelitian kuantitatif, bandung remaja rosakarya.
- Ditjenta. 2004. Analisis daya saing Indonesia, Skripsi, Semarang, Fakultas Ekonomi , Universitas

Nagri Semarang,(Tidak di Publikasikan)

Dinas perindustrian Perdagangan dan koperasi UKM Kabupaten Ogan Komering Ulu. 2015.

Mursidah. 2005. Perkembangan Produksi Kedelai Nasional dan Upaya Pengembangannya di Provinsi Kalimantan Timur. Kalimantan, LIPI.

Suryana. 1990. Diversifikasi Pertanian dalam Proses Mempercepat Laju Pembangunan Nasional Pustaka Sinar Harapan, Jakarta