

STRATEGI PRODUK OLAHAN BUAH ANGGUR SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN BULELENG PROVINSI BALI

STRATEGY OF FRUIT GRAPE PRODUCTS AS A SUPERIOR PRODUCT IN BULELENG REGENCY, BALI PROVINCE

I Gusti Bagus Udayana¹⁾, Luluk Sulistiyo Budi^{2)*}, dan Ma'ruf Pambudi Nurwantara²⁾

¹⁾Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Warmadewa
Jl. Terompong, Sumerta Kelod, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali, Indonesia
²⁾J Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Merdeka Madiun
Jl. Serayu No. 79, Pandean, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur, Indonesia
Email: luluksb@unmer-madiun.ac.id

Makalah: Diterima 18 April 2021; Diperbaiki 30 Oktober 2021; Disetujui 12 November 2021

ABSTRACT

Grapes are a commodity that has high added value. The wide variety of products shows that wine has a high demand. This study aimed to provide recommendations for alternative priority products for processed Balinese grapes and optimization strategies in the development of processed grape products in Buleleng Regency. The research method was a survey, observation, focus group discussion, mapping of industrial trees, and Analytic Hierarchy Process (AHP). The results showed that there were 10 existing processed products, and there were 19 processed products as alternatives. The priority processed products were wine, jam, and syrup. Matrix internal external showed a hold and maintains strategy with an alternative strategy of diversifying wine products by looking at consumer preferences, producing fine quality and high yield wine, entering the international market, installing pipes to drain water throughout the vineyards, making grape derivative products as unique as possible, training the labour about wine good production methods, reducing the number of sales of fresh grapes, increasing the production of processed grapes for sale, maximizing the promotion of processed wine, forming a market for processed wine products through cooperation with companies, governments, and universities, providing labour about marketing, and forming the institutional structure of the grapes. The priorities of the proposed strategies were training the labour about marketing, entering the international market, and reducing the number of sales of fresh grapes.

Keywords: alternative strategies, grapes, industry, processed products

ABSTRAK

Buah Anggur merupakan salah satu komoditi yang memiliki nilai tambah yang tinggi. Diversifikasi produk yang beragam menunjukkan bahwa anggur diminati oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi prioritas alternatif produk olahan anggur bali dan strategi optimasi dalam pengembangan produk olahan buah anggur di Kabupaten Buleleng. Metode penelitian yang dilakukan adalah survey, observasi, focus grup discussion, pemetaan pohon industry dan *Analytic Hierarchy Process (AHP)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 10 produk olahan yang telah ada, dan terdapat 19 produk olahan sebagai alternatif. Rekomendasi produk olahan prioritas dengan mengolah anggur menjadi produk olahan wine, selai dan sirup. Matriks internal eksternal menunjukkan pada strategi *hold and maintain* dengan alternatif strategi diversifikasi produk olahan anggur dengan melihat preferensi konsumen, menghasilkan olahan anggur dengan kualitas baik dan rendemen yang tinggi, memasuki pasar internasional, pemasangan pipa untuk mengalirkan air ke seluruh perkebunan anggur, membuat produk turunan buah anggur seunik mungkin, pelatihan sdm terkait cara produksi yang baik, mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar, memperbanyak produksi olahan anggur untuk dijual, promosi hasil olahan anggur secara maksimal, membentuk pasar untuk produk olahan anggur melalui kerjasama dengan perusahaan, pemerintah, maupun perguruan tinggi, memberikan pelatihan SDM terkait pemasaran, membentuk struktur kelembagaan buah anggur. Prioritas strategi yang diusulkan adalah memberikan pelatihan SDM terkait pemasaran, memasuki pasar internasional, dan mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar.

Kata kunci: alternatif strategi, buah anggur, industry, produk olahan

PENDAHULUAN

Tanaman anggur merupakan tanaman asli Eropa dan Asia Tengah yang kini sudah ditanam di berbagai belahan dunia termasuk di Provinsi Bali. Anggur merupakan salah satu komoditi yang memiliki nilai tambah yang tinggi. Selain bisa

dikonsumsi sebagai buah segar, juga bisa diolah menjadi berbagai produk seperti jus anggur, kismis, minuman anggur, dan sebagainya. Buah anggur segar dalam bentuk jus mengandung air sebanyak 70–80%, karbohidrat 15–25%, dan sisanya berupa asam organik, tanin, protein, amino, amoniak dan mineral. Kandungan vitamin C yang terdapat di dalamnya juga

cukup tinggi, yaitu sebanyak ± 100 mL per 100 gr buah. Selain itu, dalam buah segar dan kering terkandung pula vitamin B sebesar ± 100 mL per 100 gr buah segar/kering (Zamzani dan Budiayati, 2012).

Produksi buah anggur di Provinsi Bali mencapai 13.088 ton pada tahun 2019, dengan menunjukkan konsistensi dan cenderung naik berkisar 2% pada tiga tahun terakhir (BPS, 2019). Salah satu sentra produksi anggur di Provinsi Bali adalah Kabupaten Buleleng dengan Kecamatan Banjar yang memiliki jumlah paling banyak tanaman anggurnya. Kecamatan Banjar terdiri atas 17 desa yang memiliki luas areal perkebunan anggur $\pm 505,5$ hektar dengan kondisi tanah yang subur. Kondisi tersebut dilatarbelakangi oleh mayoritas mata pencaharian masyarakat sebagai petani perkebunan, dengan anggur sebagai hasil perkebunan utama.

Saat ini anggur di Kabupaten Buleleng diolah menjadi wine, brem, jus, kripik, selai, kopi biji anggur, teh kulit anggur, jajan matahari, dodol, dan iwel. Diversifikasi produk yang beragam menunjukkan bahwa prospek pengembangan pengolahan buah anggur di Kabupaten Buleleng tumbuh dengan baik. Kondisi ini menjadi peluang untuk terus mengembangkan diversifikasi produk olahan buah anggur (Pawignya, 2010).

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi prioritas alternatif produk olahan anggur bali dan strategi optimasi dalam pengembangan produk olahan buah anggur di Kabupaten Buleleng.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali pada bulan Juni - Desember 2020. Penelitian dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan, yaitu memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Kegiatan penelitian dilakukan dengan cara pengumpulan data primer melalui kuesioner, observasi, dan *forum grup discussion* (FGD) pada stakeholder terpilih. Stakeholder terdiri atas Dinas Tanaman Pangan, Dinas Perindustrian & Perdagangan, Perguruan Tinggi, dan praktisi setempat. Data sekunder didapatkan dengan mengumpulkan data statistik yang dimiliki pihak stakeholder dan pengumpulan referensi dari penelitian terdahulu.

Pengolahan data dengan menggunakan AHP untuk menentukan produk unggulan. AHP digunakan dalam pengolahan data kuesioner yang mendukung dalam pemilihan prioritas komoditas. Penggunaan metode ini membantu peneliti dalam merumuskan alternatif-alternatif olahan produk dari setiap komoditas. Bobot prioritas menunjukkan tingginya prioritas yang diberikan oleh responden stakeholder terkait terhadap olahan produk tersebut berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dimiliki. Metode

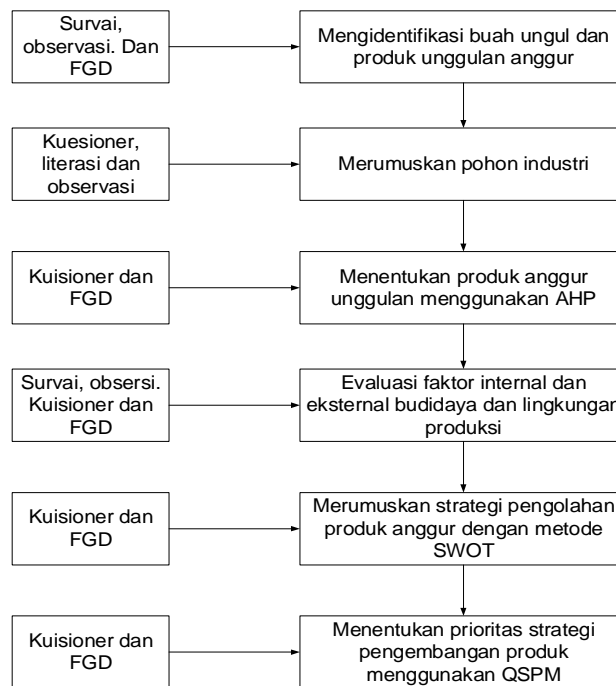
AHP memiliki prinsip kerja penyederhanaan suatu masalah kompleks tidak terstruktur, strategis, dan dinamis menjadi bagian yang tertata dalam suatu hierarki (Marimin, 2017).

Metode selanjutnya adalah melakukan perencanaan strategi dalam pelaksanaan diversifikasi produk olahan buah anggur dengan mengevaluasi evaluasi faktor internal (IFE) dan evaluasi faktor eksternal (EFE) pada lingkungan budidaya maupun produksi. Hasil analisis IFE dan EFE disajikan dalam matriks IE, matriks ini bermanfaat untuk memposisikan perusahaan ke dalam matriks yang terdiri atas 9 sel. Matriks IE terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor matriks IFE pada sumbu X dan Matriks EFE pada sumbu Y. Matriks ini dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu (1) *Grow and Build* (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II atau IV. (2) *Hold and Maintain* (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. (3) *Harvest and Divest* (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX (Setyorini *et al.*, 2016).

Hasil evaluasi faktor kemudian disusun menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang sesuai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki. Analisis SWOT berguna dalam merumuskan strategi perusahaan dengan mengidentifikasi faktor yang didasarkan dengan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Nourlette dan Hati, 2017). Hasil analisis SWOT kemudian disusun pada matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting guna dalam membantu para manager menyusun dan mengembangkan empat jenis strategi yang akan dilaksanakan (Nurwantara *et al.*, 2018).

Strategi yang telah disusun dan dikembangkan kemudian dianalisis menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Tahapan ini bertujuan menentukan prioritas strategi yang harus dilakukan dalam pengembangan produk olahan. Analisis QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi secara obyektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya (Setyorini *et al.*, 2016).

Kegiatan penelitian yang akan dilakukan meliputi identifikasi dan pemilihan prioritas buah unggulan dan produk unggulan; menyusun pohon industri buah anggur; dan menentukan prioritas produk hasil olahan industri anggur; analisis faktor internal dan eksternal, analisis kondisi dengan matriks IE, penyusunan alternatif strategi pengembangan dengan matriks SWOT, penentuan prioritas strategi pengembangan olahan anggur dengan QSPM. Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi dan Pemilihan Prioritas Buah Unggulan dan Produk Unggulan

Hasil identifikasi penelitian buah anggur di Provinsi Bali didapatkan bahwa:

- a. Buah Anggur dikembangkan di Dusun Ambengan, Desa Banjar, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali yang berlokasi pada LS 08°11.335¹ dan Bujur Timur 115° 58. 158¹. Gambar kebun anggur dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kebun anggur

- b. Pengembangan anggur pada daerah ini berpotensi cukup bagus namun masih memiliki beberapa kendala. Kendala yang dihadapi, yaitu masalah air dan harga.
- c. Buah anggur yang dikelola oleh petani di Kabupaten Buleleng dipasarkan dalam bentuk segar.

- d. Anggur segar yang dihasilkan oleh Kabupaten Buleleng ada yang diolah menjadi wine, brem, jus, kripik, selai, kopi biji anggur, teh kulit anggur, jajan matahari, dodol, dan iwel. Kelompok yang mengolah anggur segar menjadi anggur olahan, yaitu Amerta Nadi. Adapun produksi olahan anggur dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Produksi anggur di Kabupaten Buleleng

- e. Pengembangan olahan anggur pada Kabupaten Buleleng masih menghadapi masalah, yaitu pasar yang belum jelas, masyarakat yang belum memahami tata cara produksi dengan baik sehingga yang dihasilkan hanya jus anggur.

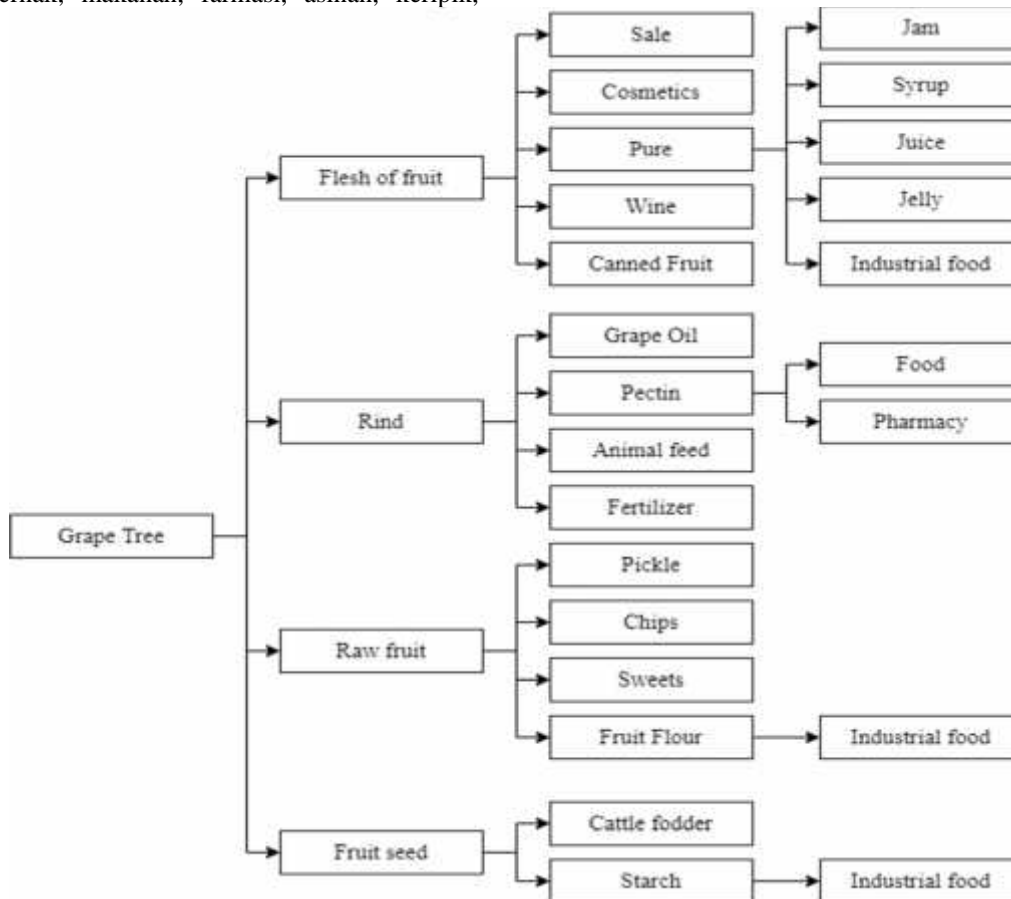
Pohon Industri Buah Anggur

Pohon industri merupakan diagram yang menggambarkan produk turunan dari suatu komoditas, atau komponen pembentuk suatu produk yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk melihat gambaran umum tentang kemungkinan yang dapat dihasilkan dari pengolahan suatu komoditas. Pohon industri merupakan kemasan informasi yang memiliki fungsi dan manfaat suatu komoditas yang bernilai ekonomis (Fathiyatul, 2017). Hasil penelitian didapatkan bahwa pohon industri anggur dapat diolah menjadi 19 produk olahan, yaitu sale, kosmetik, selai, sirup, juice, jeli, wine, buah kaleng, minyak anggur, pektin, pakan ternak, makanan, farmasi, asinan, keripik, manisan, makanan bayi, makanan ternak, pati (industri makanan). Adapun pohon industri anggur dapat dilihat pada Gambar 4.

Prioritas Produk Hasil Olahan Industri Anggur

Hasil pemetaan pohon industri anggur didapatkan produk olahan sale, kosmetik, selai, sirup, juice, jeli, wine, buah kaleng, minyak anggur, pektin, pakan ternak, makanan, farmasi, asinan, keripik,

manisan, makanan bayi, makanan ternak, pati (makanan), kemudian dilakukan pemilihan prioritas produk olahan dengan menggunakan AHP yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil analisis data didapatkan bahwa wine sebagai produk olahan prioritas pertama. Wine adalah minuman beralkohol yang dibuat dari buah grapesor yang difermentasi. Keseimbangan kimiawi alami dari buah anggur membuatnya berfermentasi tanpa penambahan gula, asam, enzim, air, atau nutrisi lainnya. Ragi mengkonsumsi gula dalam buah anggur dan mengubahnya menjadi alkohol dan karbon dioksida. Varietas yang berbeda dari buah anggur dan galur ragi menghasilkan jenis anggur yang berbeda (Mishra, 2020), dimana masa fermentasi dan penuaan menyebabkan kandungan alkohol berkisar antara 5% - 13% (Swami *et al.*, 2014). Prioritas kedua adalah selai. Selai merupakan produk makanan dengan konsistensi gel atau semi padat yang dibuat dari bubur buah.



Gambar 4. Pohon industri anggur

Kekerasan selai bergantung pada konsentrasi gula, pektin, dan asam pada bubur buah (Mutia dan Yunus, 2016). Prioritas ketiga adalah sirup. Sirup merupakan produk minuman yang dibuat dari campuran air dan gula dengan kadar larutan gula minimal 65% dengan atau tanpa bahan pangan lain dan atau bahan tambahan pangan yang diijinkan sesuai ketentuan yang berlaku (SNI 3544:2013).

Tabel 1. Prioritas olahan anggur

Produk Olahan Anggur	Nilai Prioritas Olahan
Sale	0,078
Wine	0,171
Selai	0,163
Sirup	0,136
Jus	0,065
Jeli	0,035
Kosmetik	0,046
Buah Kaleng	0,032
Minyak Anggur	0,054
Pektin	0,024
Farmasi	0,020
Asinan	0,044
Keripik	0,023
Makanan Bayi	0,037
Pati	0,072

Hasil kuesioner dan olahan AHP, prioritas hasil olahan anggur didapatkan wine, selai dan sirup merupakan nilai prioritas tertinggi dari alternatif pengolahan produk yang ada. Buah anggur di Dusun Ambengan, Desa Banjar, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng saat ini hanya diolah menjadi jus anggur, sehingga wine, selai dan sirup menjadi alternatif pengolahan produk. Potensi alternatif pengolahan produk wine, selai dan sirup telah tumbuh baik di provinsi, sehingga perlu diterapkan di dusun Ambengan sebagai peningkatan nilai tambah komoditas anggur. Pengembangan produk wine di propinsi bali merupakan produk potensial sebagai pendamping pariwisata mengingat bali merupakan propinsi yang memiliki potensi wisata yang tak diragukan lagi (Tarigan *et al.*, 2018)

Pemilihan Strategi Menggunakan SWOT dan QSPM

Strategi merupakan rencana jangka panjang yang dirumuskan oleh perusahaan dengan tujuan tertentu dengan melakukan tindakan tertentu untuk kemajuan perusahaan (Sedarmayanti, 2014). Strategi harus dirumuskan secara tepat agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Perumusan strategi pada penelitian ini menggunakan metode SWOT dan QSPM. Pada mulanya diperlukan analisis terhadap faktor internal perusahaan yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal perusahaan yang terdiri atas peluang dan ancaman.

Faktor internal pada Tabel 2 terdiri atas faktor kekuatan dan faktor kelemahan penyusun agroindustri buah anggur di Kabupaten Buleleng.

Faktor kekuatan yang pertama adalah potensi untuk pengembangan olahan buah anggur. Pengolahan buah anggur segar menjadi produk olahan akan meningkatkan harga dari buah anggur itu. Faktor kekuatan kedua, yaitu mampu menghasilkan buah anggur dalam jumlah besar. Cuaca dan iklim di Kabupaten Buleleng sangat cocok untuk pengembangan buah anggur, sehingga buah anggur dapat tumbuh dengan baik. Anggur tumbuh maksimal apabila tumbuh di daerah beriklim tropis maupun subtropis, namun paling maksimal tumbuh di daerah tropis. Tanaman anggur sangat membutuhkan sinar matahari agar tumbuhnya maksimal dan dapat di tingkatkan kualitasnya dengan penerapan teknologi budidaya yang tepat (Isnaini *et al.*, 2018; Tajuddin *et al.*, 2012). Faktor kekuatan ketiga, yaitu SDM yang melimpah. Indonesia menempati posisi ke-4 penduduk terbesar sedunia, hal ini menunjukkan bahwa banyaknya sumber daya manusia yang tersedia di Indonesia, sedangkan faktor kelemahan, yaitu air yang tidak lancar untuk budidaya anggur, kesulitan memasarkan produk olahan anggur, dan SDM belum mengetahui tata cara produksi yang baik.

Faktor eksternal pada Tabel 3 merupakan faktor-faktor yang terdiri atas faktor peluang dan faktor ancaman. Hasil identifikasi terdapat tiga faktor peluang dan tiga faktor ancaman yang dihadapi pengembangan buah anggur Kabupaten Buleleng. Faktor peluang yang pertama, yaitu banyaknya olahan turunan buah anggur di pasaran. Hal ini menunjukkan bahwa pasar dapat menerima olahan dari buah anggur. Faktor peluang kedua, yaitu pasar ekspor yang terbuka lebar. Sejak tahun 2015 MEA telah berlaku dan hal ini membuat pasar ekspor ke negara-negara tetangga terbuka lebar. Faktor peluang ketiga adanya kunjungan turis asing ke Bali. Bali merupakan destinasi wisata terbaik peringkat empat sedunia, hal ini membuat turis asing banyak mengunjungi Bali. Turis asing tentunya sudah terbiasa mengonsumsi olahan anggur jenis wine, sehingga peluang pasar pengembangan wine cukup berpotensi.

Selanjutnya tiga faktor ancaman penyusun buah anggur di Kabupaten Buleleng adalah harga buah anggur segar tidak bersaing. Buah anggur segar milik petani tidak bersaing dikarenakan petani terlalu bergantung pada tengkulak. Tengkulak adalah pihak ketiga yang bisa mempermainkan harga dari anggur, sehingga petani hanya memperoleh keuntungan kecil atau bahkan tidak mendapat keuntungan sama sekali. Faktor ancaman kedua adalah pasar olahan anggur lokal belum terbentuk dan faktor ancaman ketiga adalah kelompok masyarakat yang tidak setuju pembuatan olahan anggur (wine). Mayoritas penduduk Indonesia tidak mengonsumsi olahan anggur jenis wine, sehingga pasar belum terbentuk dengan baik.

Tabel 3. Faktor-faktor eksternal kunci buah anggur

No	Faktor-faktor eksternal kunci buah anggur	Skor
Peluang (Opportunities):		
1	Banyaknya olahan turunan buah anggur di pasaran	3
2	Pasar ekspor yang terbuka lebar	4
3	Adanya kunjungan turis asing ke Bali	3
Ancaman (Threats)		
1	Harga buah anggur yang tidak bersaing	1
2	Pasar olahan anggur lokal yang belum terbentuk	1
3	Kelompok masyarakat yang tidak setuju pembuatan olahan anggur (wine)	2

Tabel 4. Matriks IFE

No	Faktor-faktor internal kunci buah anggur	Bobot	Peringkat	Rata-rata tertimbang
Kekuatan (Strength)				
1	Potensi untuk pengembangan olahan buah anggur	0,25	4	1
2	Mampu menghasilkan buah anggur dalam jumlah besar	0,15	3	0,45
3	SDM yang melimpah	0,11	3	0,33
Kelemahan (Weakness)				
1	Air yang tidak lancar untuk budidaya anggur	0,16	2	0,32
2	Kesulitan memasarkan produk olahan anggur	0,18	2	0,36
3	SDM belum mengetahui tata cara produksi yang baik	0,15	1	0,15
		1		2,61

Tabel 5. Matriks EFE

No	Faktor-faktor eksternal kunci buah anggur	Bobot	Peringkat	Rata-rata tertimbang
Peluang (Opportunities)				
1	Banyaknya olahan turunan buah anggur di pasaran	0,11	3	0,33
2	Pasar ekspor yang terbuka lebar	0,17	4	0,68
3	Adanya kunjungan turis asing ke Bali	0,2	3	0,6
Ancaman (Threats)				
1	Harga buah anggur yang tidak bersaing	0,22	1	0,74
2	Pasar olahan anggur lokal yang belum terbentuk	0,19	1	0,43
3	Kelompok masyarakat yang tidak setuju pembuatan olahan anggur (wine)	0,11	2	0,22
		1		2,24

Hasil analisis faktor internal pada Tabel 4 menunjukkan bahwa buah anggur di Kabupaten Buleleng didapatkan total nilai 2,61. Faktor kunci mampu menghasilkan buah anggur dalam jumlah besar menjadi nilai tertinggi dari faktor kekuatan dengan nilai 0,92 sedangkan pada faktor kelemahan terdapat faktor kesulitan memasarkan produk olahan anggur menjadi nilai tertinggi dengan nilai 0,36. Pemasaran juga merupakan faktor terpenting suatu usaha kecil menengah dalam meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup, pemasaran juga mempunyai peran penting karena pemasaran merupakan nyawa untuk meningkatkan penjualan dan menambah nilai jual suatu produk (Nizar, 2018). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Usman, 2012).

Hasil analisis faktor eksternal buah manggis pada Tabel 5 didapatkan bahwa total nilai 2,24. Faktor pasar ekspor yang terbuka lebar untuk olahan anggur memiliki poin tertinggi pada faktor peluang dengan nilai 0,68. Pada faktor ancaman didapatkan bahwa faktor harga buah anggur yang tidak bersaing menjadi nilai tertinggi dengan nilai 0,74.

Hasil analisis faktor internal dan eksternal kemudian dimasukkan ke dalam matriks IE untuk melihat posisi agroindustri anggur di Kabupaten Buleleng. Matriks internal eksternal berguna dalam menentukan strategi yang sesuai dalam strategi pengembangan. Gambar 5. Matriks IE didapatkan bahwa saat ini berada pada sel V dengan strategi *hold and maintain*. Strategi yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Adapun alternatif strategi yang disusun berdasarkan analisis IFE dan EFE buah anggur Kabupaten Buleleng dalam matriks SWOT yang dapat dilihat pada Gambar 6.

		Total Rata-Rata Tertimbang IFE		
		Kuat 3,00-4,00	Rata-rata 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99
Total Rata-Rata Tertimbang EFE	Tinggi 3,00-4,00			
	Rata-rata 2,00-2,99		X	
	Lemah 1,00-1,99			

Gambar 5. Matriks internal eksternal

		Strength-S	Weakness-W
			<ol style="list-style-type: none"> Potensi untuk pengembangan olahan buah anggur Mampu menghasilkan buah anggur dalam jumlah besar SDM yang melimpah
Matriks SWOT	Opportunities-O	Strategi SO	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> Banyaknya olahan turunan buah anggur di pasaran Pasar ekspor yang terbuka lebar Adanya kunjungan turis asing ke Bali 	<ol style="list-style-type: none"> Diversifikasi produk olahan anggur dengan melihat preferensi konsumen Menghasilkan olahan anggur dengan kualitas baik dan rendemen yang tinggi Memasuki pasar internasional 	<ol style="list-style-type: none"> Pemasangan pipa untuk mengalirkan air ke seluruh perkebunan anggur Membuat produk turunan buah anggur seunik mungkin Pelatihan SDM terkait cara produksi yang baik
Matriks SWOT	Threats-T	Strategi ST	Strategi WT
	<ol style="list-style-type: none"> Harga buah anggur yang tidak bersaing Pasar olahan anggur yang belum terbentuk Kelompok masyarakat yang tidak setuju pembuatan olahan anggur (wine) 	<ol style="list-style-type: none"> Mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar Memperbanyak produksi olahan anggur untuk dijual Promosi hasil olahan anggur secara maksimal 	<ol style="list-style-type: none"> Membentuk pasar untuk produk olahan anggur melalui kerjasama dengan perusahaan, pemerintah, maupun perguruan tinggi Memberikan pelatihan SDM terkait pemasaran Membentuk struktur kelembagaan buah anggur

Gambar 6. Matriks SWOT

Tabel 6. Pemilihan strategi menggunakan QSPM

No	Alternatif Strategi	Total TAS	Peringkat
1	Diversifikasi produk olahan anggur dengan melihat preferensi konsumen	5,31	IV
2	Menghasilkan olahan anggur dengan kualitas baik dan rendemen yang tinggi	4,89	VI
3	Memasuki pasar internasional	5,56	II
4	Pemasangan pipa untuk mengalirkan air ke seluruh perkebunan anggur	4,45	VIII
5	Membuat produk turunan buah anggur seunik mungkin	4,76	VII
6	Pelatihan SDM terkait cara produksi yang baik	4,27	X
7	Mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar	5,32	III
8	Memperbanyak produksi olahan anggur untuk dijual	5,18	V
9	Promosi hasil olahan anggur secara maksimal	3,58	XII
10	Membentuk pasar untuk produk olahan anggur melalui kerjasama dengan perusahaan, pemerintah, maupun perguruan tinggi	4,3	IX
11	Memberikan pelatihan SDM terkait pemasaran	6,02	I
12	Membentuk struktur kelembagaan buah anggur	4,04	XI

Tabel 6. Merupakan hasil olahan metode QSPM alternatif strategi yang telah disusun dalam matriks SWOT. Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi yang paling utama dilakukan, yaitu memberikan pelatihan SDM terkait pemasaran, memasuki pasar internasional, dan mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar. Menurut Praptono (2012) program pengembangan SDM harus dilakukan karena tuntutan akan kualitas dan kuantitas kinerja karyawan. Tuntutan tersebut terjadi karena perkembangan masyarakat yang sangat dengan harapan kinerja dan prestasi mereka menjadi semakin baik dan pengembangan yang butuh dilakukan dapat dilakukan secara utuh dan menyeluruh. Dalam program pengembangan harus dituangkan sasaran, kebijaksanaan prosedur, anggaran, peserta, kurikulum, dan waktu pelaksanaannya. Program pengembangan harus berprinsipkan pada peningkatan efektivitas dan efisiensi kerja masing-masing karyawan pada jabatannya (Bariqi, 2018).

Strategi kedua adalah memasuki pasar internasional. Menurut Charity *et al.* (2018) strategi untuk memasuki pasar internasional, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Ada beberapa pilihan strategi untuk memasuki pasar internasional antara lain ekspor dan aliansi strategis (Siyamtinah, 2009). Aliansi strategis dibagi menjadi lima, yaitu: (1) Lisensi, (2) Waralaba: variasi lain dari strategi perusahaan lisensi dan sebuah kontrak antara sebuah perusahaan induk dan pihak lain yang memperbolehkan pihak terwalaba mengoperasikan sebuah bisnis yang dikembangkan oleh pihak pewartalaba, (3) Usaha Patungan: usaha patungan atau *joint venture* adalah sebuah strategi untuk memasuki sebuah pasar *host country* dimana pihak mitra (lokal) memiliki kepemilikan bersama dalam sebuah perusahaan yang baru dibentuk, (4) Kontrak produksi: perusahaan berkonsentrasi pada desain produk dan pemasaran, dan mentransfer tanggung jawab untuk kepemilikan fasilitas-fasilitas produksi, (5) Investasi langsung: investasi langsung dilakukan untuk menghindari hambatan tarif dan kuota, pengalaman untuk mentransfer teknologi, dan menyediakan teknik manufaktur baru (Budi *et al.*, 2009)

Strategi ketiga adalah mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar. Kelemahan penjualan buah anggur segar adalah selama proses penyimpanan buah anggur mengalami beberapa perubahan, antara lain: perubahan fisik dan kimia. Hal ini sesuai dengan sifat produk lepas panen, yaitu sebagai struktur jaringan hidup sehingga buah masih mengalami proses metabolisme yang berakibat kerusakan (Purwantiningsih *et al.*, 2012). Penjualan buah segar dalam kegiatan pemasaran petani seringkali menjadi pihak yang paling dirugikan karena harga jual biasanya dimainkan oleh para pelaku pemasaran, sehingga petani dihadapkan pada pilihan harus menjual hasil produksinya dengan harga yang rendah

atau produknya akan rusak (Sumarni dan Arwati, 2018). Selain itu, tidak ada kepastian harga ditingkat petani dalam menjual buah segar (Alham *et al.*, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis dapat di tarik kesimpulan bahwa prioritas produk olahan anggur secara berurutan adalah wine, selai dan sirup. Pemilihan dan optimasi produk olahan terhadap alternatif produk terpilih mempertimbangkan kekuatan sumberdaya, kelemahan teknologi, peluang pertumbuhan pemasaran. Strategi yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Prioritas utama berturut-turut produk olahan anggur adalah wine, selai dan sirup harus di optimasikan adalah menjaga mutu dan produktifitas olahan melalui alternatif strategi yaitu : pelatihan SDM terkait pemasaran baik, memasuki pasar internasional, mengurangi jumlah penjualan buah anggur segar juga diversifikasi produk olahan anggur dengan melihat preferensi konsumen, menghasilkan olahan anggur dengan kualitas baik dan rendemen yang tinggi. Disamping itu pengembangan bahan baku yang berkualitas dengan peningkatan teknologi budidaya yaitu Pemasangan pipa untuk mengalirkan air ke seluruh perkebunan anggur, pelatihan SDM tentang cara produksi yang baik, membentuk jejaring dan membentuk struktur kelembagaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alham F, Anzitha S, dan Muslimah. 2020. Analisis pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*. 7 (1):57 - 63.
- Badan Pusat Statistik, 2019. Provinsi Bali Dalam Angka
- Budi LS, Ma'arif MS, Sailah I, Raharja S. 2009. The strategy for selecting institutional model and financial analysis of sesame agroindustry. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 19 (1): 56 – 63.
- Budi LS. 2013. Development of agro-horticultural commodity approach and institutional models in the district of Madiun, Indonesia. *Journal International Advanced Science, Engineering and Information Technology*. 3 (6): 363 – 367.
- Badan Standardisasi Nasional, SNI 3544:2013 SNI Sirup
- Bariqi MD. 2018. Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 5(2): 64-69.
- Charity DS, Yulianto E, dan Wilopo. 2018. Analisis strategi dalam memasuki pasar internasional (Studi kasus pada PT. Telekomunikasi Indonesia dalam ekspansi

- di Myanmar). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 32(1): 18-26.
- Fathiyatul R. 2017. Produk pohon industri: analisis kemas ulang informasi di PDII – LIPI. [Skripsi]. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Isnaini, Mayadewi NA, dan Artha IN. 2018. Upaya perbaikan kualitas buah anggur bali (*Vitis vinifera* L. Var. Alphonso Lavallee) melalui aplikasi GA dari ekstrak rebung bambu pada stadia bunga mekar. *Electron Jurnal Agroekoteknologi Tropika*. 7 (1): 130 – 140.
- Marimin. 2017. *Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan dan Sistem Pakar*. Bogor (ID): IPB Pr.
- Mishra R. 2016. Article on wine production from different fruits. *Journal Engineering Sciences & Researchtechnology*. 5(6): 383 – 388.
- Mutia AK dan Yunus R. 2016. Pengaruh penambahan sukrosa pada pembuatan selai langsung. *Jurnal Teknologi*. 4(2): 80-84.
- Nourlette RR dan Hati SH. 2017. Penentuan strategi dengan pendekatan analisis SWOT pada hotel nongsa point marina & resort dalam menghadapi persaingan bisnis. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 5(1): 83 – 102.
- Nizar M. 2018. Pengaruh sumber daya manusia, permodalan dan pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah sari apel di Kecamatan Tuter. *Jurnal Iqtishoduna*. 7 (1): 51 – 69.
- Nurwantar MP, Deoranto, dan Effend M. 2018. Productivity analysis of coffee production process with objective matrix (OMAX) method (the case study at PT. Perkebunan Kandangan, Pulosari Panggungsari, Madiun). *Journal Sustainable Environment Agricultural Science*. 2 (1): 18 – 26.
- Pawignya H. 2010. *Minuman Beralkohol*. Jakarta (ID): Gramedia Pustaka Utama.
- Praptono S. 2012. Pengembangan sumber daya manusia untuk birokrasi yang berdaya. *Jurnal Universitas Pandanaran*. 10 (23): 1 – 12.
- Purwantiningsih B, Leksono AS, dan Yuniwiadi B. 2012. Pengaruh umur petik dan lama penyimpanan terhadap kandungan vitamin c pada buah anggur (*Vitis Vinifera* L.). *Jurnal El-Hayah*. 2 (2): 64 – 69.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung (ID): PT. Refika Aditama.
- Setyorini H, Effendi M, dan Santoso I. 2016. Marketing strategy analysis using SWOT Matrix and QSPM (case study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 5 (1): 46 – 53.
- Siyamtinah, 2009. Aliansi strategik: faktor pendorong dan hambatannya. *Jurnal Sultan Agung*. 15 (119): 1 – 20.
- Sumarni B dan Arwati S. 2018. Keragaan pemasaran buah naga (*Hylocereus costaricensis*) dengan pendekatan structure, conduct and performance (Scp). *Jurnal Galung Tropika*. 7 (3): 184 – 197.
- Swami SB, Thakor NJ, dan Divate AD. 2014. Fruit wine production: a review. *Journal Food Research and Technology*. 2 (3): 93-100.
- Usman R. 2012. Manajemen sumber daya manusia strategik, kinerja karyawan dan kinerja pemasaran (pada industri pengolahan buah markisa di Makasar). *Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*. 5(2): 54-60.
- Tarigan AF, Sudiarta IY, dan Mahadewi PE. 2018. Strategi bauran pemasaran wine sebagai produk penunjang pariwisata (Studi Kasus PT. Sababay Winery Bali). *Jurnal IPTA* 6 (1): 20 – 31.
- Tajuddin R, Suwastika IN, dan Muslimin. 2012. Organogenesis tanaman anggur hijau (*Vitis vinifera* L.) pada medium MS dengan penambahan IAA (Indole Acetid Acid) dan berbagai konsentrasi BAP (Benzil Amino Purin). *Journal Natural Science*. 1 (1): 63 – 73.
- Zamzani L dan Budiyati E. 2012. Karakteristik Ekonomi Produksi Anggur di Bali. Prosiding dalam Penerapan Inovasi Teknologi dalam Mendukung Pembangunan Hortikultura yang Berdaya Saing dan Berbasis Keragaman Sumber Daya Lokal – Pekan Inovasi Teknologi Hortikultura Nasional. Lembang, Indonesia. 5 Juli 2012.