

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Daerah Penelitian

1. Kondisi Geografis Daerah Penelitian

a. Letak, Luas dan Batas Wilayah

Desa Majasari merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. Tepatnya terletak pada posisi $7^{\circ}25'22'' - 7^{\circ}26'46''$ LS dan $109^{\circ}25'00'' - 109^{\circ}25'57''$ BT. Jarak dari Kantor Desa ke Kecamatan adalah 1 km, jarak dengan Ibukota Kabupaten adalah 10 km dan 100 km dari Ibukota Propinsi. Desa Majasari mempunyai luas sebesar 206 ha atau $2,06 \text{ km}^2$, dengan batas wilayah:

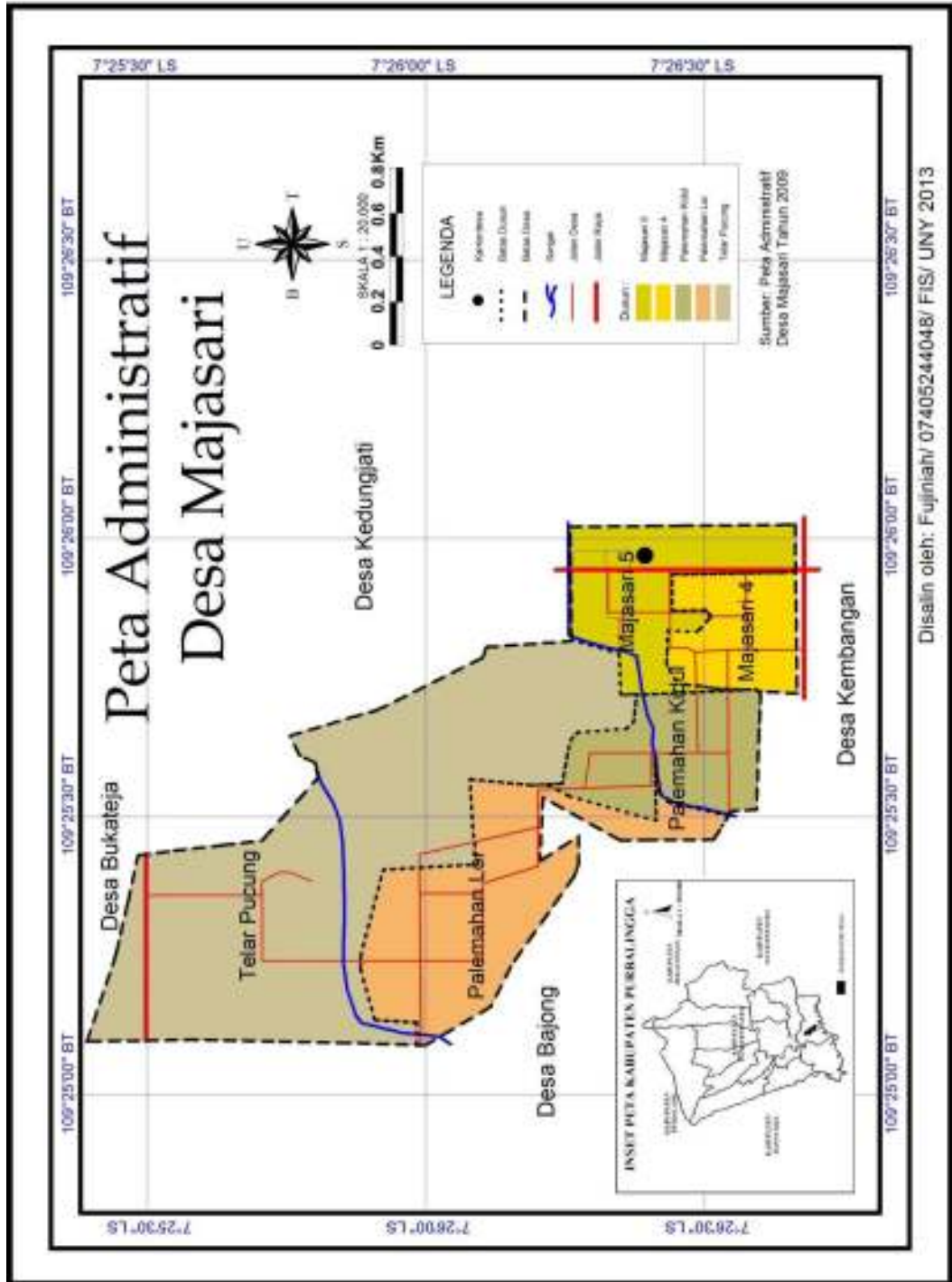
Sebelah Utara : Desa Bukateja

Sebelah Timur : Desa Kedungjati

Sebelah Selatan : Desa Kembangan

Sebelah Barat : Desa Bajong

Desa Majasari terbagi menjadi lima dusun, yaitu Dusun Telar Pucung (Dusun I), Dusun Palemahan Lor (Dusun II), Dusun Palemahan Kidul (Dusun III), Dusun Majasari 4 (Dusun IV), dan Dusun Majasari 5 (Dusun V).



Disalin oleh: Fujiniyah/ 07405244048/ FIS/ UNY 2013

b. Topografi

Topografi merupakan gambaran kenampakan muka bumi atau sebagian permukaan bumi. Unsur yang perlu dikemukakan dalam membahas topografi adalah ketinggian tempat. Desa Majasari merupakan daerah yang datar, dengan ketinggian tempat 142 meter di atas permukaan air laut (mdpal). Desa Majasari merupakan daerah yang subur, karena dilalui sungai Cekrek (Dusun Telar Pucung dan Palemahan Lor) dan saluran irigasi krenceng yang melewati Dusun Palemahan Kidul, Majasari 4 dan Majasari 5. Sehingga sungai Cekrek dan Saluran Irigasi Krenceng banyak dimanfaatkan untuk pengairan lahan pertanian.

c. Tata Guna Lahan

Penggunaan lahan di Desa Majasari secara umum digunakan sebagai lahan pertanian dan non pertanian. Penggunaan lahan di Desa Majasari mayoritas berupa sawah. Penggunaan lahan di Desa Majasari untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Penggunaan Lahan di Desa Majasari

No.	Jenis Penggunaan	Luas (ha)	Persentase
1.	Tanah kering	15,8	7,67
2.	Sawah irigasi teknis	132	64,08
3.	Permukiman	52	25,24
4.	Bangunan umum	6,2	3,01
Jumlah		206	100,00

Sumber: Monografi Desa Majasari 2012

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa luas lahan yang ada di Desa Majasari yaitu 206 Ha. Penggunaan lahan paling luas adalah untuk pertanian yaitu untuk sawah seluas 132 Ha (64,08 %) dan yang kedua

adalah tanah kering seluas 15,8 Ha (7,67 %). Tanah kering tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menanam tanaman ganyong, sehingga pengusaha dapat membuat pati ganyong sendiri.

d. Iklim

Iklim adalah rata-rata keadaan curah hujan dalam jangka waktu yang cukup lama, minimal 30 tahun dan sifatnya tetap (Ance G. Kartapoetra, 2006: 1). Ada beberapa unsur yang digunakan untuk menentukan kondisi iklim yaitu suhu/temperatur, curah hujan, kelembaban, tekanan udara dan sebagainya.

Temperatur udara di daerah penelitian berkisar 25° - 36° C , sedangkan curah hujan pada tahun 2012 di Kecamatan Bukateja sebesar 2500 mm/tahun dengan jumlah bulan hujan adalah 4 bulan dan 8 bulan tidak hujan dalam satu tahun. Jumlah bulan tidak hujan tersebut berdampak positif bagi pengusaha mie ganyong karena dapat melakukan proses pengeringan mie ganyong secara optimal.

e. Perairan

Perairan di Desa Majasari tergolong baik karena kebutuhan air masyarakat sangat terpenuhi dan belum pernah mengalami kekeringan. Sungai Cekrek yang melewati Desa Majasari sangat membantu penghidupan masyarakat desa untuk mengairi sawah-sawah mereka. Selain itu, didukung dengan saluran irigasi untuk mengairi lahan pertanian masyarakat yang jauh dari sungai Cekrek. Saluran irigasi ini berasal dari

bendungan atau waduk Jendral Sudirman yang mengalir sampai Kabupaten Purbalingga salah satunya adalah Desa Majasari. Selain untuk pertanian, masyarakat membutuhkan air untuk aktivitas sehari-hari, seperti memasak, mencuci dan sebagainya. Sebagian besar masyarakat membuat sumur galian untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari termasuk di dalamnya proses produksi industri rumah tangga mie ganyong.

2. Kondisi Demografis

a. Jumlah Penduduk

Berdasarkan data monografi Desa Majajasari, jumlah penduduk pada tahun 2012 tercatat 3.950 jiwa, dengan jumlah Kepala Rumah Tangga sebanyak 1.254 Kepala Rumah Tangga. Jumlah penduduk Desa Majasari untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Desa Majasari Tahun 2012

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	2.038	51,59
2.	Perempuan	1.912	48,41
Jumlah		3.950	100,00

Sumber: Monografi Desa Majasari Tahun 2012

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah Laki-laki di Desa Majasari lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan.

b. Komposisi Penduduk

1) Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin

Umur dan jenis kelamin penting untuk diketahui karena dapat digunakan untuk perancangan pembangunan suatu wilayah, dengan

umur dan jenis kelamin juga dapat digunakan untuk mengetahui rasio jenis kelamin (*Sex ratio*) dan angka ketergantungan (*Dependency ratio*).

Berikut disajikan tabel komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin di Desa Majasari tahun 2012.

Tabel 4. Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2012

Umur (th)	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah (jiwa)
0-4	115	104	219
5-9	159	190	349
10-14	149	127	276
15-19	148	149	297
20-24	151	144	295
25-29	161	150	311
30-34	158	136	294
35-39	136	136	272
40-44	147	136	283
45-49	134	131	265
50-54	129	107	236
55-59	118	98	216
60-64	111	104	215
65+	222	200	422
Total	2038	1912	3950

Sumber: Monografi Desa Majasari, 2012

Setelah diketahui jumlah penduduk laki-laki dan perempuan, maka dapat diketahui *sex ratio* (SR). Rasio jenis kelamin (*Sex ratio*) merupakan perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan pada suatu daerah yaitu dengan perhitungan sebagai berikut:

$$SR = \frac{\sum \text{Penduduk Laki - laki}}{\sum \text{Penduduk Perempuan}} \times k$$

Keterangan:

K = konstanta besarnya sama dengan 100

(Ida Bagoes Mantra, 2008: 66)

$$SR = \frac{2038}{1912} \times 100$$

$$SR = 1,0658 \times 100$$

$$= 106,58 = 106$$

Perhitungan di atas nilai ratio jenis kelamin (*Sex ratio*) sebesar 106, artinya setiap 100 jiwa penduduk perempuan terdapat 106 jiwa penduduk laki-laki. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk laki-laki dan perempuan tidak seimbang karena jumlah penduduk laki-laki lebih besar dibanding jumlah penduduk perempuan.

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa:

Jumlah penduduk usia 0-14 tahun = 844 jiwa

Jumlah penduduk usia 15-64 tahun = 2.684 jiwa

Jumlah penduduk usia 65 ke atas = 422 jiwa

Dari data tersebut dapat dicari *dependency ratio*, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$DR = \frac{\text{Penduduk Umur (0 – 14th)} + \text{Penduduk Umur 65 th} +}{\text{Penduduk Umur (15 – 64th)}} \times k$$

(Ida Bagoes Mantra, 2008: 73)

$$DR = \frac{844+422}{2.684} \times 100$$

$$DR = \frac{1266}{2.684} \times 100$$

$$DR = 0,47 \times 100$$

$$DR = 47$$

Perhitungan diatas dapat diketahui bahwa angka ketergantungan atau angka beban tanggungan penduduk Desa Majasari adalah sebesar 47.

Angka ketergantungan sebesar 47 tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap 100 orang penduduk Desa Majasari yang berusia produktif mempunyai beban tanggungan 47 orang usia belum produktif dan usia tidak produktif.

2) Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk merupakan gambaran kegiatan ekonomi suatu daerah sehingga maju mundurnya suatu daerah dapat dilihat dari sektor ekonominya. Variasi mata pencaharian di Desa Majasari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase
1.	Petani	547	32,4
2.	Buruh Tani	775	45,9
3.	Pegawai Negeri Sipil	51	3,0
4.	Peternak	4	0,3
5.	Montir	3	0,8
6.	Pengolah mie ganyong	21	1,2
7.	TNI/POLRI	29	1,7
8.	Pensiunan	8	0,5
9.	Pembantu rumah tangga	36	2,1
10.	Karyawan perusahaan pemerintah dan swasta	154	9,1
11.	Sopir	21	1,2
12.	Tukang Kayu	7	0,4
13.	Tukang Bata	10	0,6
14.	Penjahit	14	0,8
Jumlah		1690	100

Sumber: Monografi Desa Majasari 2012

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk di Desa Majasari bermata pencaharian di sektor pertanian, sebagai buruh tani sebanyak 775 jiwa (45,9 %). Jumlah terbesar kedua adalah petani yaitu sebesar 547 jiwa (32,4 %) kemudian terbesar

ketiga adalah karyawan pemerintah dan swasta sebesar 154 jiwa (9,1 %). Jumlah pengusaha mie ganyong sendiri hanya berjumlah 21 jiwa (1,2 %), hal tersebut menunjukkan sedikitnya minat masyarakat yang tertarik untuk membuat mie ganyong.

3) Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang ada disuatu wilayah berpengaruh terhadap perkembangan wilayah itu sendiri. Semakin tinggi tingkat pendidikan di suatu daerah, semakin maju dan berkembang pula suatu daerah tersebut, karena penduduk semakin terbuka untuk menerima informasi yang bersifat membangun. Dibawah ini disajikan tabel komposisi penduduk menurut tingkat pendidikan Desa Majasari mulai dari yang belum sekolah sampai akademi/perguruan tinggi. Untuk lebih jelasnya komposisi penduduk menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase
1.	Belum Sekolah	425	10,76
2.	Tidak Sekolah	283	7,17
3.	Tidak Tamat SD	456	11,54
4.	Belum Tamat SD	617	15,62
5.	SD	1061	26,86
6.	SMP	615	15,57
7.	SMA	453	11,47
8.	Perguruan Tinggi	40	1,01
Jumlah		3950	100,00

Sumber: Monografi Desa Majasari, 2012

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk di Desa Majasari memiliki latar belakang pendidikan tingkat

Sekolah Dasar (SD). Jumlah penduduk yang pendidikannya tamat SD adalah sebesar 1.061 jiwa. Sementara jumlah penduduk dengan jumlah terkecil adalah mereka yang tidak menyenjam bangku sekolah (tidak sekolah) yaitu sebesar 283 jiwa. Meskipun mayoritas penduduk di Desa Majasari adalah tamat SD, namun ternyata masih ada juga penduduk yang memiliki kesadaran akan pentingnya pendidikan. Hal ini dikarenakan masih terdapat beberapa penduduk yang berhasil menamatkan hingga jenjang Perguruan Tinggi.

c. Sarana Prasarana

1) Pendidikan

Pendidikan sangat penting dalam menentukan kualitas sumber daya manusia suatu daerah. Pendidikan tersebut harus didukung adanya sarana dan prasarana agar dapat berkembang dengan baik. Di daerah penelitian terdapat lima Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), lima Taman Kanak-kanak (TK), tiga Sekolah Dasar (SD), satu Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama/Madrasah Tsanawiyah (SLTP/MTs) dan satu Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA).

2) Kesehatan

Kesehatan merupakan hal penting bagi masyarakat setempat karena kondisi tubuh yang sehat akan berpengaruh terhadap aktivitas dan kualitas hidup manusia. Prasarana yang tersedia di Desa Majasari

terdapat satu balai pengobatan/poliklinik dan lima posyandu, sedangkan sarana kesehatan yang ada yaitu satu orang bidan desa.

3) Tempat Ibadah

Ibadah merupakan hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa. Sehingga keberadaan tempat ibadah sangat penting untuk memperlancar aktivitas ibadah. Sebagian besar masyarakat Desa Majasari memeluk agama Islam oleh karena itu disana terdapat 5 Masjid, 17 mushola yang digunakan masyarakat untuk melakukan ibadah.

4) Transportasi dan Komunikasi

Sarana transportasi dan komunikasi suatu wilayah erat kaitannya dengan perkembangan wilayah tersebut. Kelancaran transportasi akan mempermudah aksesibilitas penduduk setempat dan mempermudah untuk berkembangnya daerah tersebut. Prasarana transportasi yang ada di Desa Majasari adalah transportasi darat dan dapat dikatakan sudah baik. Hampir semua jalan sudah beraspal, karena jalan raya di Desa Majasari merupakan jalan utama yang menghubungkan Kabupaten Banjarnegara dengan Purwokerto.

Sarana transportasi darat yang tersedia di Desa Majasari berupa truk umum, ojek, becak, angkutan perdesaan, dan Bus dan Mikro (Bus kecil). Sebagian besar penduduk sudah memiliki alat transportasi pribadi seperti sepeda, motor, mobil, dan truk. Sarana komunikasi

yang ada seperti telepon umum belum ada, oleh karena itu sebagian besar masyarakat hanya menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi dengan baik.

5) Perdagangan

Perdagangan dan kegiatan ekonomi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Melalui kegiatan perdagangan kebutuhan hidup manusia dapat terpenuhi. Salah satu sarana perdagangan umum adalah pasar. Pasar merupakan salah satu sarana perdagangan yang dipilih pengelola mie ganyong dalam membeli bahan baku maupun memasarkan mie ganyong.

B. Karakteristik Pengusaha Industri Rumah Tangga Mie Ganyong

1. Umur dan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha industri rumah tangga mie ganyong di Desa Majasari Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga. Dari hasil penelitian diketahui bahwa seluruh responden berjenis kelamin perempuan dan umur responden berkisar antara 43 tahun sampai 74 tahun. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Umur Responden.

No.	Umur/Tahun	Frekuensi	Persentase
1.	45 - 49 tahun	1	4,76
2.	50 - 54 tahun	5	23,81
3.	55 - 59 tahun	6	28,57
4.	60 - 64 tahun	2	9,53
5.	65+ tahun	7	33,33
Jumlah		21	100

Sumber: Data primer, 2012.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar pengusaha industri rumah tangga mie ganyong berusia 65+ tahun yaitu sebanyak 7 responden (33,33 %) yang tergolong ke dalam usia tidak produktif, dan paling sedikit adalah responden dengan rentang umur 45-49 tahun yaitu sebanyak 1 responden (4,76 %) yang tergolong ke dalam usia produktif. Responden yang berumur 65+ tahun masih dapat bekerja karena proses pembuatan mie ganyong mudah, namun dibutuhkan kesabaran dan ketekunan dalam pembuatannya.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dalam penelitian ini adalah jenjang pendidikan formal terakhir yang pernah ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan responden dari hasil penelitian dilapangan bervariasi, dari tidak sekolah, tidak tamat SD, lulusan SD, sampai lulusan SMP. Berikut tabel tingkat pendidikan responden:

Tabel 8. Tingkat Pendidikan Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Sekolah	4	19,05
2.	Tidak Tamat SD	6	28,57
3.	Tamat SD	10	47,62
4.	Tamat SMP	1	4,76
Jumlah		21	100,00

Sumber : Data Primer, 2012.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan pengusaha industri rumah tangga mie ganyong di Desa Majasari tergolong rendah. Pengusaha yang memiliki tingkat pendidikan SMP merupakan responden yang memproduksi dan memasarkan mie ganyong paling banyak diantara pengusaha yang lainnya.

3. Sebaran Pengusaha Industri Rumah Tangga Mie Ganyong.

Jumlah pengusaha industri rumah tangga mie ganyong di Desa Majasari sebanyak 21 orang yang tersebar di 5 dusun yaitu Dusun Telar Pucung, Dusun Palemahan Lor, Dusun Palemahan Kidul, Dusun Majasari 4 dan Dusun Majasari 5. Berikut disajikan tabel sebaran pengusaha industri rumah tangga mie ganyong di Desa Majasari.

Tabel 9. Sebaran Pengusaha Industri Rumah Tangga Mie Ganyong

No.	Nama Dusun	Frekuensi	Persentase
1.	Telar Pucung	2	9,53
2.	Palemahan Lor	8	38,09
3.	Palemahan Kidul	5	23,81
4.	Majasari 4	2	9,53
5.	Majasari 5	4	19,05
Jumlah		21	100,00

Sumber : Data Primer, 2012.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebaran pengusaha industri rumah tangga mie ganyong paling banyak berada di Dusun Palemahan Lor yaitu sebanyak delapan orang (38,09 %). Hal tersebut dikarenakan dusun palemahan lor merupakan salah satu dusun pertama kali mengembangkan mie ganyong sejak tahun 2008.

4. Proses Produksi Mie Ganyong

a. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi industri rumah tangga mie ganyong antara lain adalah:

- | | |
|---------------------------------|----------------------|
| – Tungku | – Tampah |
| – Panci | – Pisau |
| – Ember | – Papan iris |
| – Baskom | – Alat penjemur dari |
| – Centong kayu(sendok pengaduk) | anyaman bambu |

b. Proses Produksi

1) Pengolahan bahan baku

Campurkan 1 Kg bahan baku dengan air secukupnya tapi jangan terlalu encer. Panaskan 5-6 liter air hingga mendidih. Masukkan bahan baku tadi kedalam air panas tersebut sambir terus diaduk. Tambahkan 75 gram minyak goreng (agar mie tidak terlalu lengket). Didihkan sambil diaduk selama 10-15 menit hingga adonan mengental dan tanak (seperti bubur).



Gambar 3. Pati Gelang



Gambar 4. Pati Ganyong

2) Proses pembuatan mie ganyong

Setelah adonan tanak (seperti bubur) lalu diangkat dan lapiskan tipis-tipis (3 mm) pada daun pisang yang sudah disiapkan (berbentuk lembaran-lembaran tipis). Dinginkan dahulu lembaran tersebut sebelum dijemur langsung pada tempat yang langsung kena matahari agar tidak pecah-pecah. Setelah dingin, jemur dibawah sinar matahari kurang lebih 2-6 jam tergantung cuaca dan tebal tipisnya lempengan yang dikeringkan.

Setelah kering, pisahkan lembaran mie mie ganyong dari daun pisang. Diamkan lembaran mie ganyong tersebut selama satu malam didalam plastik yang sebelumnya sudah dicelupkan kedalam air terlebih dahulu agar lembaran tersebut menjadi kenyal dan mudah dipotong. Iris lembaran mie ganyong tersebut hingga membentuk mie, kemudian jemur dibawah sinar matahari hingga kering.



Gambar 5. Bahan baku yang sudah diolah



Gambar 6. Pelapisan pada daun pisang.



Gambar 7. Proses pendinginan



Gambar 8. Penjemuran bubuk



Gambar 9. Pengelupasan



Gambar 10. Lempengan yang sudah didiamkan.



Gambar 11. Pemotongan mie ganyong.



Gambar 12. Penjemuran mie ganyong

3) Cara memasak mie ganyong.

Pada dasarnya cara memasak mie ganyong sama dengan memasak mie lainnya yaitu:

- a. Cuci mie ganyong dengan air dingin, kemudian tiriskan.
- b. Siapkan bumbu dan sayuran yang diperlukan.
- c. Untuk membuat soup, masukkan mie yang telah dicuci ketika masakan hendak diangkat.
- d. Untuk membuat tumis atau mie goreng, masukkan mie ganyong setelah bahan masuk, aduk-aduk sebentar lalu diangkat.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Faktor-faktor Produksi Industri Rumah Tangga Mie Ganyong Di Desa Majasari.

a. Modal

Modal adalah barang atau uang yang bersama-sama dengan faktor produksi yang lain yang disiapkan dan digunakan dalam proses produksi. Modal sangat menentukan bagi kelangsungan industri dan berperan penting dalam pengembangan suatu industri. Modal yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi uang yang habis dipakai untuk pembelian bahan baku (pati gelang/pati ganyong), pembelian bahan penunjang lainnya (minyak goreng, daun pisang, plastik, merek), pembelian bahan bakar, biaya transportasi, dan upah tenaga kerja.

1) Jumlah modal awal

Besarnya modal yang dimiliki responden (dalam rupiah) disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 10. Modal Awal Responden

Jumlah modal	Frekuensi	Persentase
≤ Rp. 1.000.000	15	71,43
Rp. 1.000.000 – Rp 1.500.000	5	23,81
≥ Rp. 1.500.000	1	4,76
Jumlah	21	100,00

Sumber : Data Primer, 2012

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa modal awal yang dikeluarkan oleh pengusaha di daerah penelitian cukup rendah. Hal

tersebut ditunjukkan dengan banyaknya pengusaha yang membutuhkan modal usaha kurang dari Rp. 1.000.000,- untuk memulai usahanya. Ada satu pengusaha yang membutuhkan modal lebih dari Rp. 1.000.000,- untuk memulai usahanya. Pengusaha tersebut merupakan pengusaha yang menghasilkan mie ganyong paling banyak dan mampu memasarkan mie ganyong lebih banyak dibandingkan pengusaha yang lainnya.

2) Asal modal

Responden dalam memperoleh modal untuk pertama kali dengan beberapa macam cara, untuk lebih jelasnya lihat tabel 10 berikut :

Tabel 11. Asal Modal Responden

No.	Asal Modal	Frekuensi	Persentase
1.	Milik sendiri	20	95,24
2.	Meminjam pada Bank	1	4,76
Jumlah		21	100,00

Sumber : Data Primer 2012

Sebagian besar responden dalam mendapatkan modal untuk pertama kali saat memulai usahanya menggunakan modal sendiri yaitu sebanyak 20 responden (95,24 %) dan ada satu responden (4,76 %) memperoleh modal dengan menggunakan modal pinjaman dari Bank. Responden yang menggunakan modal pinjaman dari Bank merupakan responden yang mengolah bahan baku lebih banyak dari pada yang lainnya.

b. Bahan Baku

1) Jenis bahan baku

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, seluruh responden tidak hanya menggunakan pati ganyong melainkan menggunakan pati gelang sebagai bahan baku utama dalam pembuatan mie ganyong. Pati gelang merupakan pati yang berasal dari pohon aren (*Arenga Pinnata*). Hal tersebut dikarenakan mahalnnya harga pati ganyong yaitu sebesar Rp. 12.000,-/kg sehingga responden menambahkan pati gelang yang harganya lebih terjangkau yaitu Rp. 7.500,-/kg. Penggunaan pati ganyong dan pati gelang dalam pembuatan mie ganyong dengan perbandingan 1 : 10 yaitu 1 Kg pati ganyong dicampur dengan 10 Kg pati gelang.

2) Cara Memperoleh Bahan Baku

Responden dalam memperoleh bahan baku melalui tiga cara. Berikut adalah tabel cara responden memperoleh bahan baku:

Tabel 12. Cara Memperoleh Bahan Baku

No.	Cara mendapatkan Bahan Baku	Frekuensi	Persentase
1.	Membeli dari pasar	10	47,62
2.	Membeli dari pedagang pengepul	9	42,86
3.	Membeli dari pasar dan menanam sendiri	2	9,52
Jumlah		21	100,00

Sumber : Data Primer 2012

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa responden yang membeli bahan baku dari pedagang pengepul adalah responden yang sudah berumur lansia sehingga mereka lebih

memilih untuk membeli bahan baku dari pedagang pengepul. Pedagang pengepul tersebut akan mengantarkan bahan baku sekaligus mengambil hasil produksi (mie ganyong) selama satu minggu sekali.

3) Jumlah Bahan Baku

Jumlah bahan baku pati yang dibutuhkan oleh responden disesuaikan pada jumlah produk yang ingin dihasilkan. Berikut adalah jumlah bahan baku (pati ganyong dan pati gelang) yang digunakan responden dalam satu bulan:

Tabel 13. Jumlah Pati (ganyong+gelang) yang digunakan responden dalam satu bulan.

No.	Jumlah Bahan Baku (Kg)	Frekuensi	Persentase
1.	49 – 113 Kg	19	90,48
2.	114 – 178 Kg	1	4,76
3.	179 – 243 Kg	1	4,76
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data Primer, 2012.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui sebagian besar pengusaha menggunakan bahan baku 49-113 kg dalam satu bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahan baku yang diolah pengusaha masih sedikit, sehingga hasil produksinya terbatas.

Selain bahan baku pati ganyong dan pati gelang, pengusaha juga membutuhkan beberapa bahan tambahan seperti minyak goreng dan bahan penunjang seperti daun pisang.

a) Minyak Goreng

Minyak goreng berfungsi agar mie ganyong tidak lengket dan hasilnya mengkilap. Berikut adalah jumlah minyak goreng yang digunakan pengusaha dalam waktu satu bulan:

Tabel 14. Jumlah Minyak Goreng yang digunakan responden dalam satu bulan.

No.	Jumlah Minyak Goreng (Kg)	Frekuensi	Persentase
1.	3 – 6 Kg	9	42,86
2.	7 – 13 Kg	9	42,86
3.	14 – 20 Kg	3	14,28
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data Primer, 2012.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pengusaha yang membutuhkan minyak goreng 14-20 kg dalam satu bulan. Hal tersebut dikarenakan bahan baku yang diolah lebih banyak untuk 1 kg bahan baku membutuhkan minyak goreng sebanyak 75 gram. Semakin banyak bahan baku yang diolah maka semakin banyak pula minyak goreng yang dibutuhkan oleh pengusaha untuk membuat mie ganyong.

b) Daun pisang

Daun pisang merupakan salah satu sumber daya alam yang penting dalam usaha pembuatan mie ganyong. Daun pisang digunakan sebagai alas untuk melapiskan bubur ganyong. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, responden memperoleh daun pisang dengan cara membeli. Jumlah daun pisang yang dibutuhkan responden berbeda-beda sesuai

dengan bahan baku yang diolah. Untuk setiap 10 Kg bahan baku akan membutuhkan daun pisang seharga Rp. 10.000,-.

c. Pemasaran

1) Produk (*Product*)

Mie ganyong merupakan salah satu produk barang konsumsi yang dapat dibeli oleh masyarakat atau dikonsumsi sendiri guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan penelitian di lapangan, mie ganyong yang telah kering selanjutnya dikemas terlebih dahulu sebelum dipasarkan. Pengemasan yang dilakukan oleh pengusaha mie ganyong berbeda-beda. Ada dua cara pengemasan yang dilakukan pengusaha yaitu dikemas dengan plastik dan hanya diikat dengan tali yang terbuat dari bambu. Berikut adalah cara pengemasan mie ganyong yang dilakukan oleh pengusaha:

Tabel 15. Cara Pengemasan Mie Ganyong

No.	Cara Pengemasan	Jumlah (jiwa)	Persentase
1.	Menggunakan plastik	13	61,90
2.	Diikat dengan tali bamboo	8	38,10
Jumlah		21	100,00

Sumber: Data primer, 2012.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa Cara pengemasan yang berbeda tersebut mempengaruhi hasil produksi mie ganyong. Pengemasan dengan menggunakan plastik akan menghasilkan 130 bungkus plastik/10 Kg bahan baku, sedangkan mie ganyong yang

hanya diikat dengan tali bambu akan menghasilkan 100 ikat/ 10 Kg bahan baku



Gambar 13. Mie ganyong yang diikat.



Gambar 14. Mie ganyong yang dikemas plastik.

2) Harga (*Price*)

Pengemasan mie ganyong yang berbeda-beda berpengaruh terhadap harga jual mie ganyong. Berdasarkan penelitian, ada sebanyak 13 pengusaha yang menjual mie ganyong sebesar Rp. 800,- per bungkus. Pengusaha lainnya menjual mie ganyong dengan harga Rp. 700,- per bungkus. Hal tersebut dikarenakan pengelola hanya menggunakan tali bambu untuk mengikat mie ganyong, sehingga pengemasan mie ganyong kurang menarik.

3) Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan penelitian di lapangan, sebagian besar pengusaha tidak melakukan promosi apapun untuk mempromosikan mie ganyong. Akan tetapi, ada empat pengusaha yang pernah mengikuti pameran-pameran.

4) Distribusi (*Placement*)

Berdasarkan penelitian, pemasaran mie ganyong yang dihasilkan oleh pengelola mie ganyong di Desa Majasari dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung kepada pembeli dan dijual melalui pedagang perantara. Berikut adalah tabel cara pemasaran mie ganyong:

Tabel 16. Cara Pemasaran Mie Ganyong

No.	Cara Pemasaran	Frekuensi	Persentase
1.	Dijual langsung ke konsumen	6	28,57
2.	Dijual melalui pedagang perantara	7	33,33
3.	Dijual langsung ke konsumen dan melalui pedagang perantara	8	38,10
Jumlah		21	100,00

Sumber : Data Primer 2012

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden memasarkan hasil mie ganyong dengan dua cara yaitu dijual langsung ke konsumen dan dijual melalui perantara sebanyak 8 responden (38,10 %). Hal ini disebabkan, responden sudah memiliki langganan tetap yaitu pedagang perantara yang memasarkan mie ganyong. Biasanya pembeli (konsumen) langsung datang sendiri ke rumah pengelola mie ganyong. Selain itu konsumen biasanya memesan dulu kepada pengelola. Pemasaran mie ganyong hanya di daerah-daerah terdekat saja seperti Bukateja dan Klampok (Banjarnegara). Hal ini disebabkan karena belum banyak daerah luar yang mengenal mie ganyong sehingga hasil produksinya masih terbatas.

d. Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil penelitian, aktifitas pembuatan mie ganyong dilakukan oleh pengusaha itu sendiri. Pengusaha tidak memiliki tenaga kerja karena tidak ada tenaga kerja yang tertarik untuk membuat mie. Mereka lebih tertarik untuk bekerja di pabrik rambut yang ada di Purbalingga yang gajinya jauh lebih besar. Akan tetapi, ada satu pengusaha yang memiliki satu tenaga kerja. Tenaga kerja tersebut dibayar secara harian dengan upah Rp 10.000,-. Pengusaha yang memiliki tenaga kerja adalah pengusaha yang mampu mengolah dan memasarkan mie ganyong dalam jumlah yang besar.

e. Transportasi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa daerah tempat tinggal responden terutama jalan yang dilewati seluruhnya sudah beraspal/cor blok. Hal tersebut dapat memudahkan responden untuk melakukan kegiatan pemasaran maupun pembelian bahan baku. Responden menggunakan alat transportasi berupa sepeda motor, angkutan desa dan ada juga yang tidak menggunakan transportasi. Berikut adalah alat transportasi yang digunakan oleh pengusaha:

Tabel 17. Alat Transportasi yang digunakan

No.	Alat Transportasi	Frekuensi	Persentase
1.	Sepeda Motor	9	42,86
2.	Angkutan Pedesaan	4	19,05
3.	Becak	1	4,76
4.	Tidak menggunakan transportasi	7	33,33
Jumlah		21	100,00

Sumber : Data Primer 2012

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar pengelola menggunakan alat transportasi sepeda motor dalam pembelian bahan baku maupun pemasaran mie ganyong. Ada juga pengusaha yang tidak menggunakan alat transportasi. Hal tersebut dikarenakan pengusaha sudah berumur 65 tahun keatas, sehingga kegiatan pemasarannya dijual oleh pedagang perantara yang sekaligus menjual bahan baku kepada pengusaha.

f. Sumber Energi

Proses produksi industri rumah tangga mie ganyong masih sederhana yaitu dengan menggunakan peralatan rumah tangga seadanya dan lebih mengandalkan tenaga manusia dalam pengolahannya. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi adalah alat-alat rumah tangga seadanya seperti tungku, panci, baskom, tampah, pisau, centong (sendok pengaduk dari kayu), papan iris dan anyaman bambu untuk menjemur. menggunakan tenaga manusia dalam proses produksi industri rumah tangga mie ganyong juga memerlukan sumber energi.

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh pengelola industri rumah tangga mie ganyong menggunakan tungku dan kayu bakar sebagai sumber energinya. Proses produksi mie ganyong juga mengandalkan faktor alam yaitu panas matahari dalam proses pengeringannya, sehingga ketika musim penghujan hasil produksi mie ganyong terbatas dan pengusaha tidak memiliki alat pengering untuk mengeringkan mie ganyong.

2. Hambatan dalam Industri Rumah Tangga Mie Ganyong.

Berikut disajikan tabel mengenai hambatan- hambatan yang terjadi dalam industri rumah tangga mie ganyong di daerah penelitian.

Tabel 19. Hambatan dalam Industri Rumah Tangga Mie Ganyong.

No.	Hambatan	Frekuensi	Persentase
1.	Semakin mahal nya harga pati ganyong	21	100,00 %
2.	Pemasaran	15	71,43 %
3.	Kekurangan modal	15	71,43 %
4.	Sulitnya mencari tenaga kerja	1	4,76 %

Sumber : Data Primer, 2012

Berdasarkan tabel 18, dapat dijelaskan untuk masing-masing hambatan dalam usaha industri rumah tangga mie ganyong yaitu sebagai berikut:

a. Semakin mahal nya harga pati ganyong

Bahan baku merupakan hambatan terbesar yang dihadapi oleh seluruh pengelola industri rumah tangga mie ganyong. hambatan tersebut terkait dengan semakin mahal nya harga pati ganyong yaitu Rp. 12.000,00 per kg. Para pengelola kesulitan untuk membeli pati ganyong, sehingga para pengelola mencampurkan pati gelang sebagai bahan dasar pembuatan mie ganyong karena harganya lebih terjangkau yaitu Rp. 7.500,00 per kg.

b. Pemasaran

Pemasaran dalam industri rumah tangga mie ganyong juga menjadi kendala yang kedua, hal ini dikarenakan jangkauan pemasaran yang masih terlalu sempit. Daerah utama pemasaran saat ini hanya

daerah-daerah terdekat saja yaitu Bukateja dan Klampok. Model pemasaran yang digunakan saat ini kebanyakan mengandalkan pedagang perantara dan pemesanan sehingga penjualan hasil produksi terbatas dan jangkauan pemasarannya pun sempit.

c. Kekurangan modal

Kekurangan modal termasuk salah satu kendala dalam industri rumah tangga mie ganyong. 71,43 persen pengelola mengeluhkan modal untuk saat ini sering terjadi kekurangan, kekurangan modal disebabkan oleh beberapa hal antara lain:

- 1) Harga bahan baku dan bahan tambahan lainnya yang semakin mahal.
- 2) Modal yang mereka gunakan juga digunakan untuk kebutuhan yang lain seperti kebutuhan rumah tangga, sekolah anaknya dan lain-lain.

d. Tenaga kerja

Tenaga kerja menjadi hambatan oleh pengelola yaitu sulitnya mencari tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena banyaknya penduduk sekitar yang lebih memilih bekerja di kawasan industri rambut di Purbalingga dengan pendapatan yang jauh lebih tinggi.

3. Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Mie ganyong di Desa Majasari.

a. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor produksi yang terkait dengan industri rumah tangga mie ganyong di daerah penelitian, maka dapat dirumuskan faktor-faktor yang menghambat maupun yang mendukung industri rumah tangga mie ganyong dan mengklasifikasikan faktor-faktor yang berperan sebagai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi industri rumah tangga mie ganyong Desa Majasari. Berikut adalah tabel identifikasi aspek SWOT dan matrik SWOT di daerah penelitian.

Tabel 20. Identifikasi Aspek SWOT

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mie ganyong merupakan makanan lokal asli Purbalingga 2. Mie ganyong tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna buatan 3. Dekat dengan bahan baku 4. Sarana jalan dan transportasi yang memadai 5. Aman dikonsumsi karena memiliki izin dari dinas kesehatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya penggunaan merek 2. Kemasan mie ganyong yang kurang menarik 3. Belum mencantumkan label (produsen, waktu produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi pembuatan, cara penyajian) 4. Promosi produk masih sangat terbatas 5. Tidak ada variasi rasa mie ganyong 6. Mahalnya harga pati ganyong 7. Jangkauan pasar yang terbatas 8. Sulitnya mencari tenaga kerja
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih sedikit daerah lain yang mengembangkan mie ganyong 2. Adanya bantuan dari pemerintah 3. Banyak masyarakat yang suka dengan mie 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pati ganyong semakin langka 2. Persaingan antar produk mie lainnya 3. Rasa mie ganyong yang kurang menarik.

Tabel 21. Matrik SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS (Faktor Internal)</p> <p>EFAS (Faktor Eksternal)</p>	<p>Strength (Kekuatan) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mie ganyong merupakan makanan lokal asli Purbalingga 2. Mie ganyong tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna buatan 3. Dekat dengan bahan baku 4. Proses produksi mie ganyong yang mudah 5. Sarana jalan dan transportasi yang memadai 6. Aman dikonsumsi karena memiliki izin dari dinas kesehatan 	<p>Weaknesses (Kelemahan) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya penggunaan merek 2. Kemasan mie ganyong yang kurang menarik 3. Belum mencantumkan label (produsen, waktu produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi pembuatan, cara penyajian) 4. Promosi produk masih sangat terbatas 5. Tidak ada variasi rasa mie ganyong 6. Kekurangan modal 7. Mahalnya harga pati ganyong 8. Jangkauan pasar yang terbatas
<p>Oppourtunity (Peluang) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih sedikit daerah lain yang mengembangkan mie ganyong 2. Adanya dukungan dari pemerintah 3. Pemanfaatan teknologi modern 	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan usaha industri rumah tangga mie ganyong 2. Meningkatkan kualitas SDM 	<p>Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi penggunaan merek, label dan menciptakan kemasan mie ganyong semenarik mungkin sehingga tidak mudah rusak, lebih tahan lama dan menarik minat konsumen 2. Peningkatan Promosi produk melalui media cetak, elektronik dan pameran 3. Bekerjasama dengan pemerintah dalam pengadaan permodalan 4. Memperluas daerah pemasaran
<p>Threats (Ancaman) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pati ganyong semakin langka 2. Berubahnya selera konsumen 	<p>Strategi ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan penyuluhan tentang budidaya tanaman ganyong 2. Menjaga dan meningkatkan kualitas serta mutu barang maupun pelayanan 	<p>Strategi WT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan pelatihan inovasi produk, warna dan rasa mie ganyong 2. Menanam tanaman ganyong untuk membuat pati ganyong sendiri

b. Identifikasi Strategi Berdasarkan Matriks SWOT

Berdasarkan matrik SWOT, dapat diketahui pula beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk memasarkan mie ganyong di daerah penelitian. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 22. Strategi yang dapat Dilakukan Pengusaha dalam Memasarkan Mie Ganyong di Desa Majasari.

Strategi	Rating *	Bobot **	Bobot x Rating
a) Bekerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan usaha industri rumah tangga mie ganyong.	0,13	3	0,39
b) Optimalisasi penggunaan merek, label (produsen, waktu produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi pembuatan, cara penyajian) dan menciptakan kemasan mie ganyong menarik.	0,12	3	0,36
c) Peningkatan Promosi produk melalui media cetak, elektronik dan pameran.	0,13	3	0,39
d) Bekerjasama dengan pemerintah dalam pengadaan permodalan.	0,1	2	0,2
e) Memperluas daerah pemasaran.	0,1	2	0,2
f) Mengadakan penyuluhan tentang budidaya tanaman ganyong.	0,1	2	0,2
g) Menjaga dan meningkatkan kualitas serta mutu barang maupun pelayanan.	0,12	3	0,36
h) Mengadakan pelatihan inovasi produk, warna dan rasa mie ganyong	0,1	2	0,2
i) Menanam tanaman ganyong untuk membuat pati ganyong sendiri.	0,1	3	0,3
Jumlah	1,00		2,60

Keterangan:

* : Nilainya antara 0.0 – 1.0

** : Nilainya antara 1-4

Strategi yang dilakukan untuk memasarkan industri mie ganyong di Desa Majasari yaitu:

- 1) Bekerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan usaha industri rumah tangga mie ganyong.

Mie ganyong merupakan makanan khas lokal asli Kabupaten Purbalingga yang memiliki potensi sehingga kerjasama antara pengusaha dengan pemerintah berpengaruh terhadap kelangsungan industri rumah tangga mie ganyong agar mampu berkembang dengan baik sehingga berdampak positif terhadap pendapatan pengelola maupun pendapatan daerah.

- 2) Peningkatan Promosi produk melalui media cetak, elektronik dan pameran.

Promosi produk adalah hal penting yang perlu dilakukan oleh pengelola agar hasil produksi dapat dikenal luas oleh masyarakat. Promosi dapat dilakukan melalui media cetak, elektronik ataupun melalui pameran di berbagai wilayah. Kegiatan promosi produk melalui penggunaan media ini memerlukan dukungan dan bantuan dari pemerintah mengingat masih banyak pengelola yang minim dalam penguasaan dan penggunaan media sebagai sarana promosi. Perkembangan teknologi yang semakin maju, memberikam peluang

besar untuk melakukan promosi melalui internet. Melalui media internet mie ganyong dapat dikenal oleh masyarakat luas.

- 3) Optimalisasi penggunaan merek, label (produsen, waktu produksi, tanggal kadaluasa, komposisi pembuatan, cara penyajian) dan menciptakan kemasan mie ganyong menarik.

Hal tersebut merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh pengelola sebelum memasarkan hasil produksinya. Penggunaan merek memiliki fungsi yang bermacam-macam yaitu:

- a. memudahkan penjual untuk mengolah pesanan.
- b. menghindari pemalsuan ciri-ciri produk
- c. memberi peluang terhadap kesetiaan konsumen pada produk mie ganyong
- d. Dapat membedakan produk tanpa harus memeriksa secara teliti, dan konsumen akan mendapat informasi tentang produk mie ganyong.
- e. Penggunaan label berfungsi untuk memberikan keterangan-keterangan tentang produk seperti produsen, waktu produksi, tanggal kadaluasa, komposisi pembuatan, cara penyajian dan sebagainya.

- 4) Menjaga dan meningkatkan kualitas serta mutu barang maupun pelayanan.

Industri rumah tangga mie ganyong juga harus memperhatikan dari segi kualitas dan mutu produk yang dihasilkan. Menjaga mutu suatu produk dan peningkatan kualitas produk adalah hal yang sangat penting dilakukan demi kepuasan dan menjaga kepercayaan dari para konsumen atau pelanggan terhadap produk mie ganyong.

- 5) Bekerjasama dengan pemerintah dalam pengadaan permodalan

Mie ganyong merupakan makanan lokal asli Purbalingga yang memiliki potensi untuk dikembangkan, maka dibutuhkan dana untuk menguatkan permodalan pengelola dalam mengembangkan industri rumah tangga mie ganyong. Bantuan permodalan yang ada seperti dana PNPM (Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat), pengelola mendapat bantuan modal yang berasal pinjaman PNPM. Selain itu pengelola juga mendapatkan bantuan peralatan rumah tangga yang digunakan untuk proses produksi.

- 6) Memperluas daerah pemasaran

Memperluas daerah pemasaran perlu dilakukan agar pemasaran mie ganyong menjangkau wilayah yang lebih luas lagi. Selama ini daerah-daerah terdekat saja seperti Bukateja dan Klampok adalah wilayah yang mendominasi penjualan mie ganyong. Pengelola harus mencari pasar baru yang potensial bagi produk mie ganyong,

sehingga wilayah pemasaran dapat menjangkau pada wilayah yang lebih luas terutama di luar daerah yang belum banyak dijangkau oleh para pengelola.

7) Mengadakan penyuluhan tentang budidaya tanaman ganyong.

Penyuluhan tentang budidaya tanaman ganyong khususnya di daerah penelitian perlu dilakukan agar pengelola dapat membuat pati ganyong sendiri sehingga ketika harga pati ganyong terus melambung pengelola masih dapat berproduksi. Usaha membudidayakan tanaman ganyong juga dapat bermanfaat dalam melestarikan tanaman ganyong.

8) Mengadakan pelatihan inovasi produk, warna dan rasa mie ganyong

Pelatihan inovasi produk baik warna dan rasa mie ganyong perlu dilakukan agar pembeli atau konsumen tidak merasa bosan sehingga selera konsumen tidak menurun karena ada variasi rasa dan warna yang dapat menarik konsumen.

9) Menanam tanaman ganyong untuk membuat pati ganyong sendiri.

Pengelola diharapkan dapat memanfaatkan lahannya untuk menanam tanaman ganyong, agar pengelola dapat membuat pati ganyong sendiri. Ketika harga pati ganyong terus meningkat atau bahkan semakin langka pengelola memiliki stok pati ganyong sendiri.

c. Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan analisis di atas maka dapat diketahui kondisi di lapangan yang berupa :

- 1) Kekuatan
 - a) Mie ganyong merupakan makanan lokal asli Purbalingga
 - b) Mie ganyong tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna buatan
 - c) Dekat dengan bahan baku
 - d) Proses produksi mie ganyong yang mudah
 - e) Sarana jalan dan transportasi yang memadai
 - f) Aman dikonsumsi karena memiliki izin dari dinas kesehatan
- 2) Kelemahan
 - a) Terbatasnya penggunaan merek
 - b) Kemasan mie ganyong yang kurang menarik
 - c) Belum mencantumkan label (produsen, waktu produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi pembuatan, cara penyajian)
 - d) Promosi produk masih sangat terbatas
 - e) Tidak ada variasi rasa mie ganyong
 - f) Kekurangan modal
 - g) Mahalnya harga pati ganyong
 - h) Jangkauan pasar yang terbatas

- 3) Peluang
 - a) Masih sedikit daerah lain yang mengembangkan mie ganyong
 - b) Adanya dukungan dari pemerintah
 - c) Pemanfaatan teknologi modern
- 4) Ancaman
 - a) Pati ganyong semakin langka
 - b) Persaingan antar produk mie lainnya
 - c) Rasa dan warna mie ganyong kurang menarik

Dari identifikasi tersebut, kemudian dirumuskan strategi dengan melakukan *crossing* antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada.

- 1) Strategi SO (*Strength and Opportunities*)
 - a) Bekerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan usaha industri rumah tangga mie ganyong
- 2) Strategi ST (*Strength and Treaths*)
 - a) Mengadakan penyuluhan tentang budidaya tanaman ganyong
 - b) Menjaga dan meningkatkan kualitas serta mutu barang maupun pelayanan

3) Strategi WO (*Weakness and Opportunities*)

- a) Optimalisasi penggunaan merek, label (produsen, waktu produksi, tanggal kadaluarsa, komposisi pembuatan, cara penyajian) dan menciptakan kemasan mie ganyong menarik.
- b) Peningkatan Promosi produk melalui media cetak, elektronik dan pameran.
- c) Bekerjasama dengan pemerintah dalam pengadaan permodalan.
- d) Memperluas daerah pemasaran.

4) Strategi WT (*Weakness and Treaths*)

- a) Mengadakan pelatihan inovasi produk, warna dan rasa mie ganyong
- b) Mempertahankan pangsa pasar
- c) Menanam tanaman ganyong untuk membuat pati ganyong sendiri

