

PERSEPSI IBU RUMAHTANGGA TERHADAP PRODUK TEMPE SORGUM DAN STRATEGI PENGEMBANGANNYA DI KABUPATEN MUSI RAWAS

May Shiska Puspitasari¹, dan Sutejo²

¹ Program Studi Agribisnis

² Program Studi Agroteknologi

Fakultas Pertanian Universitas Musi Rawas

Jl. Pembangunan Komp. Perkantoran Pemkab Musi Rawas Kel Air Kuti

Kec. Lubuklinggau Timur I Kota Lubuklinggau Sumatera Selatan

E-mail: may270584@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the perception of housewives about processed sorghum tempe product and its development strategies. This research was conducted in Tugumulyo Subdistrict, Musi Rawas District that is a migrant population area, the majority of which originated from tempe (Java). Data collection was carried out from June to July 2017. The method used was survey method, sampling by simple random sampling which total of 50 housewives. The data analyzed through a Likert scale and SWOT analysis. The results showed that the perception of housewives on the sorghum tempe product variable with an index value of 42.4%, a social class variable with an index value of 36.4%, a psychological variable with an index value of 40.2% and a variable purchase decision with an index value of 38, 6%. The S-O strategy, showed the, triggering coordination between the Industry and Trade Agency and the producer group of tempe sorghum, promoting tempe sorghum through electronic mass media, ensuring precise input techniques and in accordance with the type of land. The W-O strategy, showed utilizing the District Government's support to integrate producer and respondent relationships, fostering the total production capacity of sorghum tempe according to the number of respondents growing, looking for sources of sorghum that are ready for processing from other regions. The S-T strategy, showed spurring the several multi-year action research on wet and dry land Musi Rawas district, prioritizes local equipment without chemicals, ensures the use of high-productivity and high-land production techniques and W-T strategies include selecting areas and farmers who are ready to grow sorghum as needed, providing specialized training on hygienic and quality sorghum tempe production, providing a good Sorghum warehouses near the manufacturers.

Keywords: perception, sorghum, SWOT analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi ibu rumahtangga mengenai produk olahan tempe sorgum dan strategi pengembangannya. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. Penentuan lokasi dengan pertimbangan bahwa di daerah tersebut merupakan daerah penduduk pendatang yang mayoritas dari suku asal tempe (Jawa). Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli 2017. Metode yang digunakan metode survey, pengambilan sampel secara *simple random sampling* Sebanyak 50 orang ibu rumahtangga. Metode pengolahan data menggunakan skala likert dan analisis SWOT. Hasil penelitian bahwa dilihat dari persepsi ibu rumahtangga terhadap variabel produk tempe sorgum dengan nilai indeks 42,4%, variabel kelas sosial dengan nilai indeks 36,4%, variabel psikologi dengan nilai indeks 40,2% dan variabel keputusan pembelian dengan nilai indeks 38,6%. Strategi S-O antara lain memicu koordinasi Disperindag dengan kelompok produsen tempe sorgum, mempromosikan tempe sorgum melalui media massa elektronik, memastikan teknik produksi tepat input & sesuai jenis lahan. Strategi W-O antara lain memanfaatkan dukungan Pemerintah Kabupaten untuk memadukan hubungan produsen dan responden, membina kapasitas total produksi tempe sorgum sesuai jumlah pertumbuhan responden, mencari sumber sorgum yang siap olah dari daerah lain. Strategi S-T antara lain memacu

beberapa riset aksi multi-tahun pada lahan basah dan kering di Kab. Musi Rawas, mengutamakan peralatan lokal tanpa bahan kimia, memastikan pakai teknik produksi unggul berproduktivitas tinggi dan hemat lahan dan strategi W-T antara lain memilih daerah dan petani yang siap dibina menanam sorgum sesuai kebutuhan, menyediakan diklat khusus tentang produksi tempe sorgum higienis dan berkualitas, menyediakan gudang sorgum yang baik di dekat produsen.

Kata kunci: analisis SWOT, persepsi, sorgum

PENDAHULUAN

Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Strategi pembangunan pertanian dapat dikatakan berhasil apabila mampu berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, sehingga tidak semata berorientasi pada peningkatan produksi fisik sekian macam komoditas pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Kriteria keberhasilan itu seharusnya dapat diukur dari perbaikan tingkat pendapatan usahatani (dan pelaku di sektor lain), peningkatan produktivitas tenaga kerja, serta perbaikan indikator makro seperti pengurangan angka kemiskinan dan pengangguran (Arifin, 2010).

Pengembangan sektor industri pengolahan (termasuk di dalamnya agroindustri) merupakan salah satu opsi yang perlu dipertimbangkan. Pengembangan sektor agroindustri memiliki beberapa sasaran, yaitu : (1) sebagai penggerak pembangunan sektor pertanian dengan menciptakan pasar permintaan input untuk produk olahannya, (2) menciptakan lapangan kerja, (3) meningkatkan nilai tambah, (4) meningkatkan penerimaan devisa, dan (5) meningkatkan pemerataan pembagian pendapatan. Agroindustri pangan skala UKM berperan pula dalam

peningkatan pendapatan rumah tangga petani dan pedesaan. Pendapatan petani terkait dengan keberlanjutan perannya sebagai pemasok bahan baku industri. Peningkatan pendapatan pengusaha agroindustri skala UKM terkait dengan keberlanjutan produksi dan jaringan pemasaran. Peningkatan pendapatan baik individu maupun terkait kelompok usaha tersebut akan mengurangi kemiskinan (Affandi, 2010).

Sorgum merupakan sumber pangan potensial bagi bangsa Indonesia karena memiliki berbagai keunggulan. Sorgum termasuk *low-input crop* yang dapat di budidayakan pada lahan kering dan dapat beradaptasi luas di lahan marginal. Biji sorgum dapat dimanfaatkan sebagai pangan, pakan, maupun bahan baku industri, sedangkan daunnya digunakan untuk pakan ternak. Sorgum dan produk-produk yang dihasilkannya memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan makanan-makanan pokok yang lain seperti beras dan gandum (Arvi, 2006). Biji sorgum mengandung karbohidrat sebesar 80.42%, protein 10.11%, lemak 3.65%, serat 2.74%, dan abu 2.24% (Suarni, 2004), sementara rata-rata produksi kedelai nasional mencapai 800.000 ton-1.000.000 ton pertahun, kekurangan pasokan kedelai dalam negeri selama ini dipenuhi impor dari amerika serikat. Ditambah lagi harga kedelai yang semakin lama semakin mahal yaitu Rp. 10.000 perkilo gram yang dari harga sebelumnya adalah Rp. 7.000 perkilo gram hal ini menyebabkan pengrajin tempe bisa gulung tikar karena harga tempe di pasaran belum naik sementara harga bahan baku kedelai sudah naik, sebagai salah satu alternatif untuk mengatasi permasalahan ini, produk tempe sorgum bisa menjadi salah satu solusi untuk mengatasinya karena disamping harganya yang murah

dibanding dengan harga kedelai, kandungan protein yang tinggi pada sorgum dapat menjadikan produk tempe dari sorgum ini menjadi alternatif pengganti tempe kedelai.

Peranan ibu rumah tangga dalam pengambilan keputusan konsumsi pangan dalam keluarga sangat penting. Peran ini sangat beragam dalam kelas sosial yang berbeda, namun secara umum ibu menjadi orang yang berwenang dan/atau memiliki kekuasaan untuk memilih produk pangan apa yang akan dipilih bagi seluruh anggota keluarga. Oleh karena itu ibu rumah tangga memiliki fungsi strategis sebagai *agent of change* dari perubahan pola konsumsi pangan keluarga. Ibu rumah tangga berada pada posisi sebagai agen pembelian produk pangan dalam keluarga (Sucihatiningsih, *et al* 2009) sehingga adanya persepsi yang baik ibu rumahtangga terhadap produk tempe sorgum akan menjadi keputusan ibu rumahtangga untuk memilih tempe sorgum tersebut untuk dikonsumsi keluarganya. Tetapi yang menjadi masalah adalah belum banyaknya pengrajin tempe yang membuat produk tempe dari sorgum dan belum banyak di kenalnya sorgum ini dikalangan masyarakat serta belum tersedianya sorgum secara kontinu sehingga perlu disusun alternatif strategi untuk pengembangan produk tempe sorgum ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Persepsi Ibu Rumahtangga terhadap Produk Tempe Sorgum dan strategi pengembangannya di Kabupaten Musi Rawas.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. Penentuan lokasi dilakukan dengan pertimbangan bahwa di daerah tersebut adalah daerah yang merupakan penduduk pendatang yang mayoritas dari suku asal tempe (Jawa) yang secara turun temurun mengkonsumsi tempe sebagai bahan makanan pendamping pangan pokok. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Pengambilan sampel 50 orang

ibu rumahtangga dilakukan dengan *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak sederhana.

Data dari lapangan diolah secara tabulasi kemudian dilakukan analisis deskriptif. Untuk menjawab Persepsi responden mengenai produk olahan tempe sorgum dan analisis deskriptif variabel penelitian digunakan skala Likert. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibagikan menggunakan skala Likert. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima tingkat jawaban seperti penjelasan dibawah :

- | | |
|------------------------|----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | : Skor 1 |
| 2. Tidak Setuju | : Skor 2 |
| 3. Netral | : Skor 3 |
| 4. Setuju | : Skor 4 |
| 5. Sangat Setuju | : Skor 5 |

Selanjutnya dihitung nilai indeks preferensi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks Preferensi : } NIP = \frac{\sum_{i=1}^n (f_i).i}{n}$$

Pendekatan statistik deskriptif digunakan untuk membantu menggambarkan persepsi ibu rumah tangga terhadap produk pangan olahan tempe sorgum. Setelah diketahui persepsi ibu rumahtangga terhadap produk olahan pangan tempe sorgum dilakukan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan produk olahan tempe sorgum. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dari pengembangan produk olahan tempe sorgum serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang harus dihadapi produk tersebut dibandingkan dengan kondisi eksternalnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Sugiyono (2011) menyatakan variabel adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut,

kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari variabel produk tempe sorgum, variabel kelas sosial variabel psikologi dan variabel keputusan pembelian dimana masing-masing variabel ini terdiri dari 3 indikator yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengetahui persepsi responden (ibu rumahtangga) terhadap produk tempe sorgum. Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil analisis kualitatif bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Persepsi responden (ibu rumahtangga) mengenai produk tempe sorgum

1. Persepsi responden terhadap produk tempe sorgum
Persepsi responden terhadap produk tempe sorgum dapat di jelaskan pada 3 indikator yaitu dari hasil perhitungan didapat:
 1. Mayoritas responden sebanyak 35 orang setuju bahwa responden tertarik untuk mendapatkan informasi mengenai tempe sorgum dan hanya 1 orang responden yang menjawab ragu-ragu atau netral.
 2. Mayoritas responden sebanyak 28 orang setuju bahwa responden tertarik membeli tempe sorgum karena harga yang terjangkau dan

- sebanyak 10 orang responden yang menjawab ragu-ragu atau netral.
3. Mayoritas responden sebanyak 29 orang setuju bahwa tempe sorgum memiliki kandungan protein yang tinggi, aroma yang khas serta rasa yang enak, dan hanya ada 1 orang responden yang tidak setuju.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden setuju pada indikator nomor 1 dan dapat di jelaskan pada Tabel 1. Dari Tabel 1 didapat nilai indeks 42,6 % orang responden yang menjawab bahwa responden tertarik untuk mendapatkan informasi mengenai tempe sorgum.

2. Persepsi responden berdasarkan variabel kelas sosial
Persepsi responden berdasarkan variabel kelas sosial dapat dilihat dari 3 indikator di bawah ini dari hasil perhitungan didapat:
 1. Mayoritas responden sebanyak 29 orang setuju bahwa tingkat pendidikan seseorang berpengaruh dalam pembelian tempe dan ada 4 orang responden yang menjawab sangat setuju.
 2. Mayoritas responden sebanyak 32 orang yang setuju dalam menjawab bahwa gaya hidup dan pergaulan berpengaruh pada keputusan pembelian tempe dan ada 4 orang responden yang sangat setuju.
 3. Mayoritas responden sebanyak 27 orang setuju bahwa responden akan beralih mengkonsumsi produk dari tempe kedelai ke produk tempe sorgum dan ada 2 orang responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 1. Kategori & Frekuensi Ungkapan persepsi Ibu Rumahtangga terhadap informasi mengenai tempe sorgum

No	Kategori	Frekuensi (f ₁)	Persepsi
1.	Sangat tidak setuju	0	Responden tertarik untuk mendapatkan informasi mengenai tempe sorgum
2.	Tidak setuju	0	
3.	Netral	1	
4.	Setuju	35	
5.	Sangat Setuju	14	
Jumlah		50	
Nilai Indeks Frekuensi		42,6	

Tabel 2. Kategori & Frekuensi persepsi Ibu Rumahtangga terhadap informasi mengenai keputusan membeli tempe

No	Kategori	Frekuensi (f ₁)	Persepsi
1.	Sangat tidak setuju	0	Gaya hidup dan pergaulan berpengaruh pada keputusan pembelian tempe
2.	Tidak setuju	8	
3.	Netral	6	
4.	Setuju	32	
5.	Sangat Setuju	4	
Jumlah		50	
Nilai Indeks Frekuensi		36,4	

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden setuju pada indikator nomor 2 dan dapat di jelaskan pada Tabel 2. Dari Tabel diatas

3. Persepsi responden berdasarkan variabel psikologi

Persepsi responden berdasarkan variabel kelas sosial dapat dilihat dari 3 indikator di bawah ini dari hasil perhitungan didapat :

1. Mayoritas responden sebanyak 33 orang setuju bahwa tempe sorgum belum banyak dijumpai di pasar dan sebanyak 1 orang responden yang menjawab tidak setuju.
2. Mayoritas responden sebanyak 32 orang setuju bahwa kurangnya informasi dan promosi membuat tempe sorgum tidak populer di masyarakat dan hanya ada 2 orang responden yang menjawab tidak setuju.
3. Mayoritas responden sebanyak 30 orang yang setuju dalam menjawab bahwa harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal dan ada 2 orang responden yang tidak setuju.

di dapat nilai indeks 36,4 % orang responden yang menjawab bahwa Gaya hidup dan pergaulan berpengaruh pada keputusan pembelian tempe.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden setuju pada indikator nomor 1 dan dapat di jelaskan pada Tabel 3. Dari Tabel 3 didapat nilai indeks 40,2 % orang responden yang menjawab bahwa Tempe sorgum belum banyak dijumpai di pasar.

4. Persepsi responden berdasarkan variabel terhadap keputusan membeli

Persepsi responden berdasarkan variabel kelas sosial dapat dilihat dari 3 indikator di bawah ini dari hasil perhitungan didapat :

1. Mayoritas responden sebanyak 27 orang setuju bahwa responden akan membeli tempe sorgum untuk kesehatan jangka panjang dan 10 orang responden yang menjawab sangat setuju.
2. Mayoritas responden sebanyak 25 orang setuju bahwa responden akan mencari informasi tentang manfaat tempe sorgum sebelum membelinya, dan ada 1 orang responden yang menjawab tidak setuju.

Tabel 3. Kategori & Frekuensi persepsi Ibu Rumahtangga terhadap tempe sorgum yang belum banyak dijumpai di pasar

No	Kategori	Frekuensi (f ₁)	Persepsi
1.	Sangat tidak setuju	0	Tempe sorgum belum banyak dijumpai di pasar
2.	Tidak setuju	1	
3.	Netral	9	
4.	Setuju	33	
5.	Sangat Setuju	8	
Jumlah		50	
Nilai Indeks Frekuensi		40,2	

Tabel 4. Kategori & Frekuensi persepsi Ibu Rumahtangga yang akan membeli tempe sorgum karena ingin mencoba rasanya

No	Kategori	Frekuensi (f ₁)	Persepsi
1.	Sangat tidak setuju	0	Responden akan membeli tempe sorgum karena ingin mencoba rasanya
2.	Tidak setuju	1	
3.	Netral	8	
4.	Setuju	38	
5.	Sangat Setuju	3	
Total		50	
Nilai Indeks Frekuensi		38,6	

3. Mayoritas responden sebanyak 38 orang setuju bahwa akan membeli tempe sorgum karena ingin mencoba rasanya dan sebanyak 1 orang responden yang menjawab tidak setuju.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden setuju pada indikator nomor 3 dan dapat di jelaskan pada Tabel 4. Dari Tabel 4 didapat nilai indeks 38,6 % orang responden yang menjawab Responden akan membeli tempe sorgum karena ingin mencoba rasanya.

Strategi pengembangan produk tempe sorgum

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dari pengembangan produk tempe sorgum serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang harus dihadapi produk tersebut dibandingkan dengan kondisi eksternalnya.

Berikut ini adalah hasil yang diperoleh pada masing-masing komponen SWOT dengan menentukan Faktor Internal dan Faktor Eksternal

(1) Faktor Internal

Kekuatan / Strength (S)

- Kebutuhan teknis pembuatan tempe sorgum tak berbeda dari tempe kedele dan bisa langsung diaktifkan
- Keunggulan aroma & tekstur tempe sorgum layak dipromosikan kepada warga calon responden.
- Ketersediaan bahan baku sorgum bisa dipacu lewat lahan irigasi dan lahan perbukitan

Kelemahan Weakneses (W)

- Kebanyakan warga terbiasa dengan tempe kedele karena tradisi, sehingga calon produsen tempe sorgum tak otomatis terpacu
- Kapasitas produsen tempe masih berskala usaha mikro dan berpola industri rumahan
- Kebutuhan bahan baku sorgum dalam jangka pendek ke depan masih akan dari luar

(2) Faktor Eksternal

Peluang /Opportunity (O)

- Kemungkinan besar akan ada dukungan pembinaan dari Pemerintah Kabupaten setempat
- Responden Kab. Musi Rawas dengan ekonomi tumbuh kuat bisa digugah dengan iklan media massa
- Kerjasama dengan Badan Tenaga nuklir Nasional (BATAN) akan memudahkan mendapat benih sorgum teruji unggul.

Ancaman / Threat (T)

- Keberlanjutan produksi tempe sorgum dan sorgum di Kab. Musi Rawas masih butuh banyak riset teknis & sosial ekonomi.
- Kesiapan alat dan metode higienis akan jadi syarat bagi produsen tempe umumnya.
- Kebutuhan pakan ternak dari jagung & ubikayu bersaing lahan untuk produksi sorgum

Dari komponen faktor internal dan faktor eksternal di atas maka dapat disusun matrik SWOT

dimana matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi tempat usaha dengan memadukan atau menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

tempat usaha tersebut dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu strategi SO (Strengths-Opportunities), strategi WO (Weaknesses-Opportunities), strategi ST (Strength-Threats) dan strategi WT (Weaknesses-Threats). Adapun matriks SWOT ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan matrik SWOT maka secara detail dapat disusun beberapa strategi alternatif Pengembangan produk tempe sorgum sebagai berikut;

(1) Melihat S-O

Strategi alternative yang dapat diterapkan dalam rangka pengembangan tempe sorgum dengan melihat aspek antara kekuatan (S) dan peluang (O) adalah:

- Memicu koordinasi Disperindag dengan kelompok produsen tempe sorgum.
- Mempromosikan tempe sorgum melalui media massa elektronik.
- Memastikan teknik produksi tepat input & sesuai jenis lahan.

(2) Melihat W-O

Strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam rangka pengembangan tempe sorgum dengan melihat aspek antara kelemahan (W) dan peluang (O) adalah:

- Memanfaatkan dukungan Pemerintah Kabupaten untuk memadukan hubungan produsen dan responden
- Membina kapasitas total produksi tempe sorgum sesuai jumlah pertumbuhan responden.
- Mencari sumber sorgum yang siap olah dari daerah lain

(3) Melihat S-T

Strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam rangka pengembangan tempe sorgum

dengan melihat aspek antara kekuatan (S) dan Ancaman (T) adalah:

- Memacu beberapa riset aksi multi-tahun pada lahan basah dan kering di Kab. Musi Rawas
- Mengutamakan peralatan lokal tanpa bahan kimia
- Memastikan pakai teknik produksi unggul berproduktivitas tinggi dan hemat lahan

(4) Melihat W-T

Strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam rangka pengembangan tempe sorgum dengan melihat aspek antara kelemahan (W) dan Ancaman (T) adalah:

- Memilih daerah dan petani yang siap dibina menanam sorgum sesuai kebutuhan.
- Menyediakan diklat khusus tentang produksi tempe sorgum higienis dan berkualitas.
- Menyediakan gudang sorgum yang baik di dekat produsen.

KESIMPULAN

1. Persepsi ibu rumah tangga terhadap variabel produk tempe sorgum dengan nilai indeks 42,4%, variabel kelas sosial dengan nilai indeks 36,4%, variabel psikologi dengan nilai indeks 40,2% dan variabel keputusan pembelian dengan nilai indeks 38,6%, berdasarkan masing-masing dari nilai indeks frekuensi didapat bahwa variabel produk tempe sorgum memiliki nilai indeks frekuensi tertinggi.
2. Strategi yang dapat di lakukan dengan mempromosikan tempe sorgum melalui media massa elektronik dengan memanfaatkan dukungan Pemerintah Kabupaten untuk memadukan hubungan produsen dan responden, serta menyediakan diklat khusus tentang produksi tempe sorgum higienis dan berkualitas.

Tabel 5. Matriks Analisis SWOT : Strategi Pengembangan Tempe Sorgum di Kabupaten Musi Rawas

<p>Peluang dan Ancaman</p> <p>Kekuatan dan Kelemahan</p>	<p>Peluang /Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kemungkinan besar akan ada dukungan pembinaan dari Pemerintah Kabupaten setempat 2) Responden Kab. Musi Rawas dengan ekonomi tumbuh kuat bisa digugah dengan iklan media massa 3) Kerjasama dengan Badan Tenaga nuklir Nasional (BATAN) akan memudahkan mendapat benih sorgum teruji unggul. 	<p>Ancaman / Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Keberlanjutan produksi tempe sorgum dan sorgum di Kab. Musi Rawas masih butuh banyak riset teknis & sosial ekonomi. 2) Kesiapan alat dan metode higienis akan jadi syarat bagi produsen tempe umumnya. 3) Kebutuhan pakan ternak dari jagung & ubikayu bersaing lahan untuk produksi sorgum
<p>Kekuatan / Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kebutuhan teknis pembuatan tempe sorgum tak berbeda dari tempe kedele dan bisa langsung diaktifkan 2) Keunggulan aroma & tekstur tempe sorgum layak dipromosikan kepada warga calon responden. 3) Ketersediaan bahan baku sorgum bisa dipacu lewat lahan irigasi dan lahan perbukitan 	<p>Strategi (S-O):</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Memicu koordinasi Disperindag dengan kelompok produsen tempe sorgum (2) Mempromsikan tempe sorgum melalui media massa elektronik (3) Memastikan teknik produksi tepat input & sesuai jenis lahan 	<p>Strategi (S-T):</p> <ol style="list-style-type: none"> (1)Memacu beberapa riset aksi multi-tahun pada lahan basah dan kering di Kab. Musi Rawas (2) Mengutamakan peralatan lokal tanpa bahan kimia (3) Memastikan pakai teknik produksi unggul berproduktivitas tinggi dan hemat lahan
<p>Kelemahan Weakneses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kebanyakan warga terbiasa dengan tempe kedele karena tradisi, sehingga calon produsen tempe sorgum tak otomatis terpacu 2) Kapasitas produsen tempe masih berskala usaha mikro dan berpola industri rumahan 3) Kebutuhan bahan baku sorgum dalam jangka pendek ke depan masih akan dari luar 	<p>Strategi (W-O):</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Memanfaatkan dukungan Pemerintah Kabupaten untuk memadukan hubungan produsen dan responden (2) Membina kapasitas total produksi tempe sorgum sesuai jumlah pertumbuhan responden (3) Mencari sumber sorgum yang siap olah dari daerah lain 	<p>Strategi (W-T):</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Memilih daerah dan petani yang siap dibina menanam sorgum sesuai kebutuhan (2) Menyediakan diklat khusus tentang produksi tempe sorgum higienis dan berkualitas (3) Menyediakan gudang sorgum yang baik di dekat produsen

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi MI. 2010. *Konsentrasi Spasial, Kekuatan Aglomerasi, dan Klaster Sektor Agroindustri di Provinsi Lampung. Prosiding Seminar Sehari Hasil - Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.* Universitas Lampung. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Augusty, Ferdinand. 2011. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.* Universitas Diponegoro. Semarang.
- Bustanul Arifin. 2010. *Strategi Pembangunan Pertanian Indonesia.* Majalah Inspirasi. Lampung.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri.* Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suarni. 2016. *Peranan Sifat Fisikokimia Sorgum Dalam Diversifikasi Pangan dan Industri serta Prospek Pengembangannya.* Jurnal Litbang Pertanian Vol. 35 No.3. hlm 99-110.
- Sucihatningsih Dwp, Endang Sutrasrawati, Indah Fajarini Sw. 2009. *Analisis Persepsi Dan Preferensi Ibu Rumah Tangga Terhadap Produk Pangan Olahan Berbasis Tepung Ubi Jalar Dalam Meningkatkan Keanekaragaman Pangan.* Jurnal JEJAK Vol 2 No 1 Maret 2009. Universitas Negeri Semarang. Semarang. (diakses 21 Mei 2018).