



# RENCANA BISNIS PERDAGANGAN PADI ORGANIK KOPERASI TANI ORGANIK SAWANGAN

**RENCANA BISNIS  
PERDAGANGAN PADI ORGANIK  
KOPERSAI TANI ORGANIK SAWANGAN**

**Jakarta, 30 September 2015**

**Disusun oleh  
Yayasan Penabulu**

**Dusun Gadingsari Rt. 14 Rw.05, Desa Mangunsari  
Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelan**



# DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
RINGKASAN .....	3
BAB 1. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	4
1.1 Nama Perusahaan .....	4
1.2 Jenis Usaha .....	4
1.3 Bentuk Badan Hukum.....	4
1.4 Jenis Produk.....	4
1.5 Lokasi Usaha .....	4
1.6 Resgritasi Usaha.....	4
1.7 Struktru Organisasi .....	4
1.4 Susunan Pemilik/pemegang Saham .....	4
1.4 Konsultan Pendamping .....	4
BAB 2. VISI dan Misi .....	6
BAB 3. GAOL.....	7
BAB 4. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN.....	7
4.1 Konsultan Pendamping .....	7
4.2 Keunggulan Produk .....	7
4.3 Posisi Pasar .....	7
4.4 Gambaran Pasar .....	7
4.5 Target dan Sgmen Pasar yang Dituju.....	8
4.6 Trend Perkembangan Pasar .....	8
4.7 Proyeksi Penjualan .....	8
4.8 Strategi Pemasaran .....	9
4.8.1 Pengembangan Produk .....	9
4.8.2 Pengembangan Wilayah Pemasaran.....	10
4.8.3 Kegiatan Promosi.....	10
4.8.4 Startegi Penetapan harga.....	10
4.9 Analisis Pesain .....	10
4.10 Saluran Distribusi.....	11
4.10.1 Wilayah Pemasaran dan Jalur Distribusi Saat ini.....	11
4.10.2 Wilayah Pemasaran dan Jalur Distribusi direncanakan .....	11
4.10.3 Saluran Komunikasi .....	11
4.10.4 Sistem pembayaran.....	11
BAB 5. ANALISIS PRODUKSI.....	12
5.1 Proses Produksi .....	13
5.2 Bahan baku dan Penggunaan .....	13
5.3 Fasilitas Produksi .....	14
5.4 Teknologi .....	14
5.5 Supplier Bahan Produksi.....	14
5.6 Rencana Pengembangan Produk.....	14
5.7 Kegiatan Pengembangan Produk .....	15
BAB 6. ANALISIS SUMBERDAYA MANUSIA (SDM).....	16
6.1 Analisis Kompetensi SDM .....	16
6.2 Keunggulan dan Kompetensi SDM .....	16
6.3 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan SDM .....	16
6.4 Rencana Kebutuhan Pengembangan SDM.....	16
6.5 Gaji Pegawai .....	17
BAB 7. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA.....	18

7.1	Starategi Pemasaran .....	18
7.2	Strategi Produksi .....	18
7.3	AStarategi Organisasi dan SDM.....	18
7.4	Strategi Keuangan .....	18
7.5	Tahapan-Tahapan Pengembangan Usaha.....	19
BAB 8.	ANALIIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA.....	20
8.1	Dampak terhadap Masyarakat sekitar .....	20
8.2	Dampak Terhadap Lingkungan.....	20
8.3	Analisis dan Manajemen resiko Usaha.....	20
BAB 9.	ANALIIS LINGKUNGAN DAN IDUSTRI .....	22
BAB 10.	ANALISIS SWOT.....	25
BAB 11.	ANALIIS KEUANGAN USAHA .....	26



## RINGKASAN

Koperasi Petani Organik Sawangan (TOS) adalah koperasi yang dibentuk oleh para petani yang telah membudidayakan tanaman secara organik terutama padi varietas lokal yaitu mentik wangi susu, beras merah, beras hitam, dan C4. Kantor koperasi petani organik sawangan beralamatkan di dusun Gading desa Mangunsari kecamatan Sawangan kabupaten Magelang, lahan budidaya padi yang dilakukan tersebar di berbagai desa pada kecamatan Sawangan sesuai dengan domisili anggota koperasi. Sementara prosesing pasca panen dipusatkan di desa sawangan kecamatan Sawangan (pengeringnya) dan di desa Mangunsari kecamatan Sawangan (rice milling unit/RMU dan packing).

Anggota koperasi yang sekaligus sebagai pemilik adalah para petani kecil berlahan sempit yang telah membudidayakan tanaman padi secara organik. Mereka juga tergabung dalam Asosiasi Petani Organic Sawangan. Asosiasi petani organik sawangan (TOS) telah mendapat pengakuan sampai tingkat nasional terutama kementerian pertanian dalam budidaya padi organik, dimana pada bulan oktober 2014 bertepatan dengan peringatan hari pangan sedunia TOS mendapatkan sertifikat organik oleh lembaga sertifikasi nasional yang diserahkan secara langsung oleh Menteri Pertanian Suswono.

Produk utama yang dijalankan oleh koperasi adalah melakukan perdagangan beras organik yang dihasilkan oleh para anggota, dimana koperasi akan membeli gabah hasil penen para anggota dan memproses mulai dari pengeringan sampai packing.

## BAB I. LATAR BELAKANG PEPERUSAHAAN

- 1.1 Nama Perusahaan** : Koperasi Tani Organik Sawangan (TOS)  
**1.2 Jenis Usaha** : Koperasi  
**1.3 Bentuk Badan Hukum** : Koperasi, badan hukum yang menjalankan usaha untuk kesejahteraan anggota

### 1.4 Jenis Produk

Produk yang dihasilkan oleh Koperasi TOS saat ini, tahun 2015 adalah beras dengan merk dagang Tuton (atau Beras Tuton). Dengan spesifikasi sebagai berikut:

- Beras hitam, dalam bentuk kemasan 1 kg dan karung
- Beras merah, dalam bentuk kemasan 1 kg dan karung
- Beras mentik wangi susu, dalam bentuk kemasan 1 kg dan karung
- Beras lainnya (Ciherang, IR64, C4), dalam bentuk kemasan 1 kg dan karung



Gambar 1 Produk beras organik kemasan yang sudah di produksi oleh Koperasi TOS

### 1.5 Lokasi Usaha

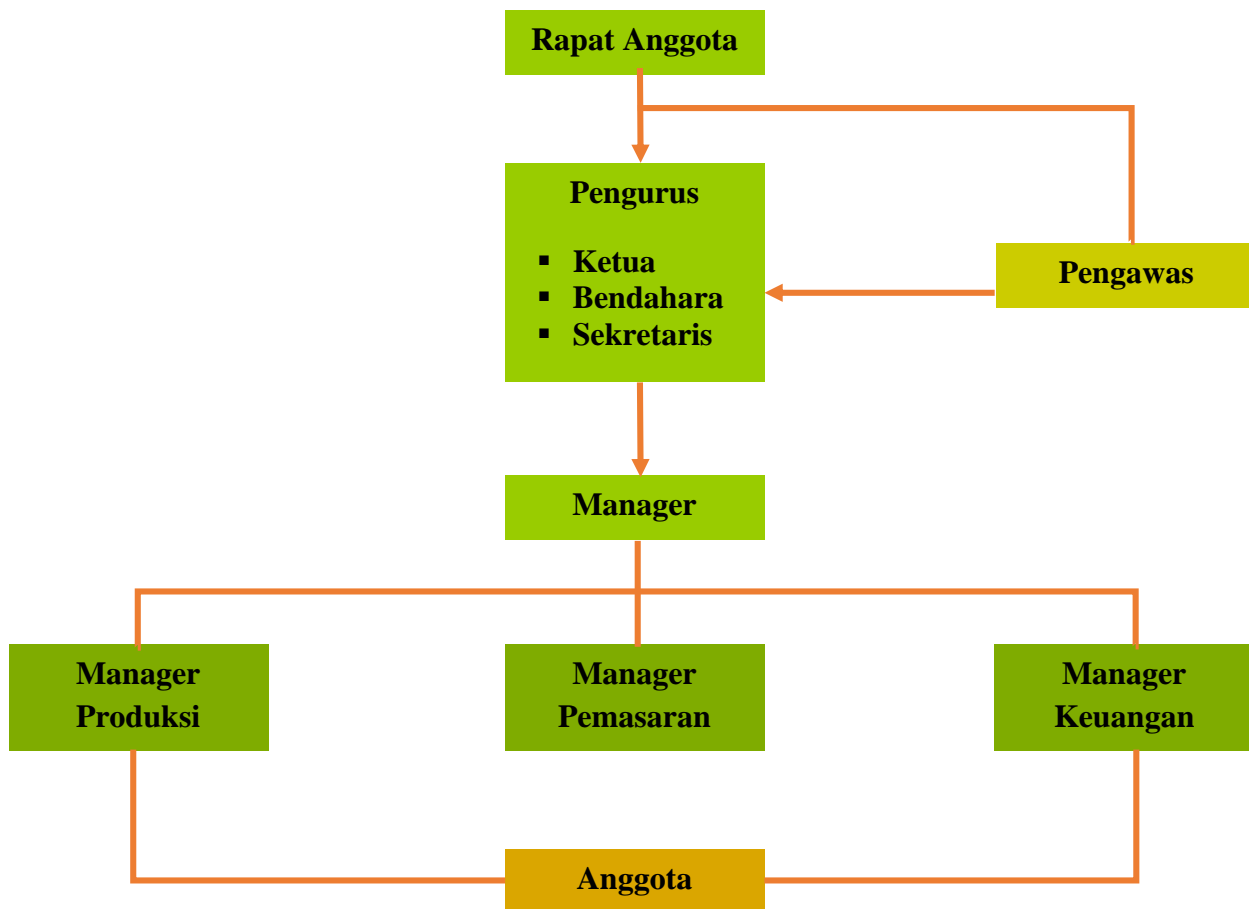
Kantor koperasi TOS menyatu dengan Asosiasi TOS, yaitu Dusun Gadingsari Rt. 14 Rw.05, Desa Mangunsari, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang.

### 1.6 Regristasi Usaha

- Akte Asosiasi TOS, tanggal 22 oktober 2012.
- Sertifikasi Organik dari LeSOS, No 077-LSPO-005-IDN-12-13, tanggal 13 Desember 2013
- Ijin SIUP Asosiasi TOS, Nomor 503/685/59/2014, tanggal 30 Desember 2014
- Tanda Daftar Perusahaan Perorangan, Nomor TDP 113054756574, tanggal 30 Desember 2014



## 1.7 Struktur Organisasi



## 1.8 Susunan Pemilik/Pemegang Saham

### Manajemen Usaha :

Menurut UU no. 25 tahun 1992, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

### Kepemilikan Usaha :

Koperasi petani organi sawangan merupakan lembaga ekonomi yang berprinsipkan pada member base, yaitu merupakan kumpulan orang, jadi dalam pengambilan keputusan setiap orang mempunyai hak yang sama atau dengan kata lain satu orang/anggota satu suara.

- Pembagian keuntungan didasarkan pada besarnya simpanan masing-masing orang yang berasal dari simpanan pokok Rp. 100.000,- per anggota pada saat masuk menjadi anggota
- Simpanan wajib dilakukan tiap musim panen yaitu 10 kg Gabah Kering Panen (GKP) menthik susu setara dengan Rp 65.000
- Simpanan sukarela.

- Serta untuk menambah jumlah permodalan juga akan dilakukan dengan jalan mengajak baik individu maupun kelembagaan untuk melakukan penyertaan modal di koperasi

## 1.9 Konsultan Pendamping

Koalisi Rakyat dan Kedaulatan Pangan (KRKP), Bogor.  
Yayasan Penabulu, Jakarta.

## BAB 2. VISI DAN MISI

### Visi:

- menjadikan sawangan sebagai basis produksi padi organik dan menthik susu sebagai varietas lokal unggulan magelang

### Misi

- Mewujudkan kelembagaan ekonomi bagi para petani organik
- Membudidayakan tanaman (Padi) secara sehat/organik
- memanfaatkan potensi lokal dalam berproduksi, terutama varietas lokal menthik susu
- Mengakumulasi surplus kedalam lembaga ekonomi.

## BAB 3. GOAL

Goal yang akan dicapai Koperasi TOS di tahun 2018, sebagai berikut:

- Meningkatkan kemampuan koperasi TOS dalam menyerap hasil panen pertanian organik (gabah) anggota Asosiasi TOS sebesar 80% dari jumlah panen.
- Meningkatkan kemampuan Koperasi TOS dalam pengembangan produk berbasis gabah
- Meningkatkan keuntungan Koperasi TOS melalui perluasan pangsa pasar



## BAB 4. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

### 4.1 Produk Yang Dihasilkan

Tabel berikut merupakan produk yang di produksi oleh PT Produsen Oragnik

Process	Product/Service	Description	Price/pack
Sudah Produksi	Beras Hitam	Produk dikemas kedalam plastik berukuran 1 kg dengan diberi label "TUTON" dan dalam bentuk karung	17.000
	Beras Merah	Produk dikemas kedalam plastik berukuran 1 kg dengan diberi label "TUTON" dan dalam bentuk karung	11.000
	Beras Mentik Susu	Produk dikemas kedalam plastik berukuran 1 kg dengan diberi label "TUTON" dan dalam bentuk karung	11.600
	Beras Putih (Ciherang, IR64, C4)	Produk dikemas kedalam plastik berukuran 1 kg dengan diberi label "TUTON" dan dalam bentuk karung	11.600

### 4.2 Keunggulan Produk

Beras organik Tuton memiliki kualitas baik yang telah tersertifikasi organik dengan penjualan yang lebih murah dari produk organik pesaing, disertai dengan beberapa varian produk seperti beras hitam dan beras merah.

### 4.3 Posisi Pasar

Beras Tuton merupakan produk bahan makanan organik dari jenis padi varietas lokal dan hibrida yang ditanam secara organik. Sebagai produk organik, beras Tuton merupakan produk yang sesuai bagi kalangan konsumen yang peduli dengan bahan makanan yang bebas bahan kimia. Dalam pemasaran beras Tuton menysasar kepada para distributor atau produsen beras organik, sementara untuk pemakai akhir menysasar kepada hotel.

### 4.4 Gambaran Pasar

Indonesia punya potensi besar dalam pengembangan pertanian organik. Walaupun secara ekonomi, kontribusi nilai komoditas pertanian organik relatif kecil dibanding nilai komoditas non organik, namun trend perkembangan pasarnya meningkat signifikan. Khusus mengenai ekspor beras organik, pengalaman selama ini beras organik yang diminati pasar internasional adalah jenis aromatik.

Dalam rangka mendorong pengembangan pertanian organik serta meningkatkan daya saing produk organik Indonesia di pasar ASEAN, Indonesia yang diwakili oleh Ditjen PPHP c.q Direktorat Mutu dan Standardisasi, selaku Focal Point untuk TFASHP dan Otoritas Kompeten Pangan Organik (OKPO) berperan aktif dalam harmonisasi SNI 6729:2013 tentang Sistem Pertanian Organik pada perumusan ASEAN Standard on Organic Agriculture (ASOA). Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (PPHP) telah melakukan upaya pembinaan kepada pelaku pertanian organik di Indonesia. Gambar berikut memberikan potret hasil binaan yang dilakukan Ditjen PPHP pada tahun 2010 s/d 2013:

	2010	2011	2012	2013
Jumlah Petani Organik Yang Dibina	30	78	136	179
Jumlah Petani Yang Mendapat Sertifikat	9	27	61	99
Jumlah Eksportir	5	6	7	7
Jumlah Importir	4	4	6	12
Jumlah Outlet Organik	17	22	26	28

Roadmap program pengembangan industri beras di Indonesia baik dalam program jangka pendek (2005- 2010), jangka menengah (2011-2015) maupun jangka panjang (2016-2025), pengembangan industri beras masih tetap dikonsentrasikan pada peningkatan produksi beras untuk kebutuhan konsumsi langsung, baik melalui program intensifikasi maupun ekstensifikasi. Data ekspor beras organik Indonesia yang telah disertifikasi dalam satuan ton, sebagai berikut:

No	Komoditi	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Beras Organik	37,00		28,95	66,63	214,15	73,55

\*Angka sementara di tahun 2014

#### 4.5 Target Atau Segmen Pasar Yang Dituju

Target produk beras organik TOS menasar kepada jaringan pertanian organik, hotel, dan retailer, berikut adalah target pasar beras organik TOS:

- Jaringan Pertanian Organik (Rumah bio, lumbung pangan dunia semarang)
- Hotel (Hotel amaris, Hotel Sahati)
- Produsen Beras Organik (beras Hotel tegal)
- Instansi Pemerintah dan Swasta
- Restoran
- Retailer dan agen

#### 4.6 Trend Perkembangan Pasar

Dengan meningkatnya kebutuhan pasar Indonesia yang naik rata-rata 20% setiap tahunnya, komoditi beras organik menjadi peluang bisnis yang sangat menjanjikan.

Tabel data perkembangan pasar beras organik (dalam kwintal)

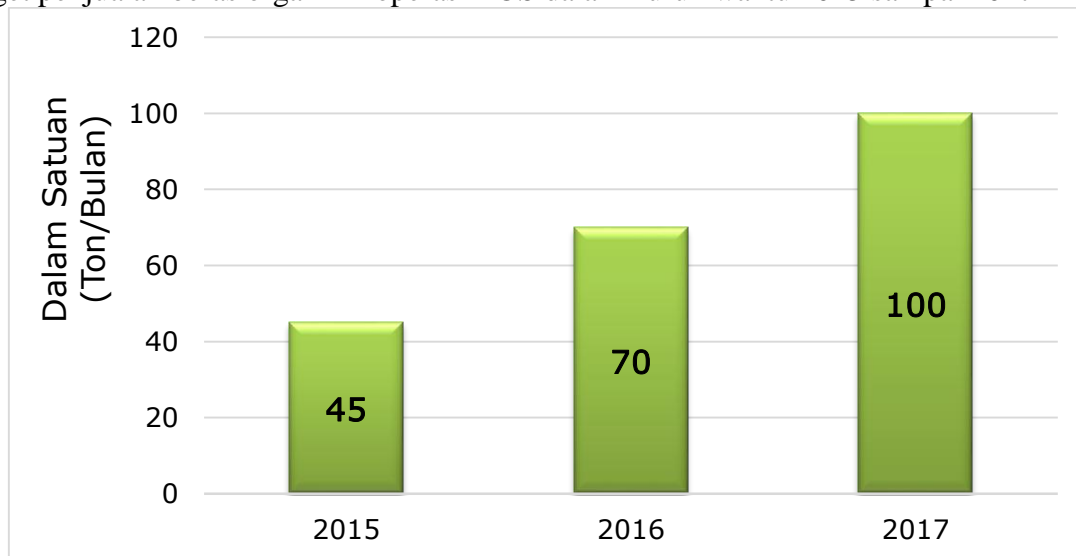
TAHUN	PRODUKSI	KEBUTUHAN PASAR
2005	550.300	550.300
2006	557.179	660.360
2007	563.865	792.432
2008	570.519	950.918
2009	577.080	1.141.102

Sumber : www.pertaniansehat.com

Trend perkembangan pasar lebih disebabkan oleh kesadaran masyarakat akan bahaya zat kimia sintetis dan penyediaan produk pangan yang aman dan sehat menjadi prioritas. Trend ini akan terus berkembang dan menarik lebih banyak masyarakat untuk menggunakan beras organik sebagai pengganti beras anorganik.

## 4.7 Proyeksi Penjual

Target penjualan beras organik Koperasi TOS dalam kurun waktu 2015 sampai 2017



Keterangan/alasan pemikiran target penjualan:

- Trend perkembangan pasar indonesia meningkat 20% setiap tahunnya
- Banyaknya masyarakat yang mulai sadar dengan mengkonsumsi beras sehat
- Banyaknya outlate-outlate yang mulai berkembang dikota-kota
- Banyak Hotel yang sudah menggunakan beras organik untuk menu makanan
- Supply dari anggota yang banyak
- Perluasan pangsa pasar

## 4.8 Strategi Pemasaran

- Meningkatkan penjualan dan masa kerjasama di jaringan hotel yang sudah bekerjasama (Hotel amaris dan Hotel Sahati untuk menthik susu) .
- Membuka pasar baru pada jaringan hotel terutama di kota-kota besar (Semarang, Jogja, Solo, Surabaya, Jakarta)
- Membangun skema bisnis jaringan agen di luar kecamatan
- Skema sharing keuntungan petani dan TOS
- Menciptakan pasar khusus untuk beras merah dan hitam (rumah sakit, jaringan kesehatan, di kota besar)
- Memperkuat brand image (Tuton) di kota-kota besar (Semarang, Jogja, Solo, Surabaya, Jakarta) dengan menempatkan produk di retailer besar

### 4.8.1 Pengembangan Produk

Untuk strategi pengembangan produk Koperasi TOS akan memproduksi produk baru yaitu:

1. Produksi beras dengan ukuran 2 Kg dan 5 Kg untuk semua jenis produk
2. Produk olahan sekam
3. Produk olahan bekatul
4. Produk olahan dedak untuk pakan ternak

#### 4.8.2 Pengembangan Wilayah Pemasaran

Untuk strategi pengembangan wilayah pemasaran Koperasi TOS akan menggunakan strategi-strategi:

1. Menjalin kerjasama sebagai supplier beras organik untuk jaringan hotel di Semarang, Jogja, Solo, Surabaya dan Jakarta
2. Menjalin kerjasama sebagai supplier beras organik khusus beras merah dan beras hitam kepada jaringan Rumah Sakit swasta di kota-kota besar
3. Optimalisasi website dan media sosial untuk membangun jaringan reseller/agen beras organik TUTON

#### 4.8.3 Kegiatan Promosi

Kegiatan promosi yang akan dilakukan untuk menguatkan branding image, diantaranya :

1. Mengikuti pameran-pameran UKM di berbagai kota dan event-event organik baik regional dan nasional
2. Optimalisasi media sosial (Update artikel-artikel terkait makanan sehat, seputar pernaian, pupuk organik dll)
3. Optimalisasi toko Online dan market place (Bukalapak.com, Olx, Tokopedia.com dll)

#### 4.8.4 Strategi Penetapan Harga

Harga jual beras organik Rp 11.600 ditetapkan supaya beras Tuton memiliki harga jual yang lebih rendah dari pada harga jual pesaing. Hal ini diharapkan mampu menarik konsumen level menengah yang selama ini mengkonsumsi beras non-organik beralih ke beras organik sebab harga jual beras organik Tuton tidak terpaut jauh dengan harga beras non-organik.

### 4.9 Analisis Pesaing

Berikut merupakan tabel beberapa analisa pesaing berdasarkan produk yang dihasilkan dan sasaran produk:

PRODUSEN	NAMA PRODUK	HARGA/ Kg	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Hotel Beras	Beras Hitam Organik	Rp. 51.250	- Kemasan eksklusif - Pemasaran online	- Tidak produksi sendiri - Harga tinggi
	Beras Merah Organik	Rp. 28.500		
Javara	Organic Rice Pandan Wangi	Rp. 29.900	- Kemasan eksklusif - Pemasaran online	- Tidak produksi sendiri - Harga tinggi
	Organic Rice Menthik Susu	Rp. 32.900		
	Organic Rice Hitam Pecah Kulit	Rp. 44.900		
MD	Beras Hitam Organik	Rp. 55.500	- Kemasan eksklusif - Pemasaran online	- Harga tinggi
	Beras Putih Organik	Rp. 26.350		
	Beras Organik Menthik susu	Rp. 26.100		



R1	Beras Organik Putih	Rp. 16.380	- Kemasan eksklusif - Pemasaran online - Harga lebih murah	
Organic Life	Beras Organik Pandan Wangi	Rp. 61.800	- Kemasan eksklusif - Pemasaran online	- Harga tinggi
Organic Land	Beras Organik Pandan Wangi	Rp. 31.900	- Kemasan eksklusif - Pemasaran online	- Harga tinggi

## 4.10 Saluran Distribusi

### 4.10.1 Wilayah Pemasaran dan Jalur Distribusi “Saat Ini”

▪ Wilayah Pemasaran

• Lokal .....	60 %
• Regional .....	40 %
• Nasional .....	0 %

▪ Jalur Distribusi

• Distributor	• Individu
• Hotel	• Lain-lain
• Retailer	

### 4.10.2 Wilayah Pemasaran dan Jalur Distribusi “Yang Direncanakan”

▪ Wilayah Pemasaran

• Lokal .....	60 %
• Regional .....	20 %
• Nasional .....	20 %

▪ Jalur Distribusi

• Jaringan Hotel	• Retailer
• Jaringan Resto/Waralaba	• Lain – Lain
• Distributor	• Instansi Pemerintah dan Swasta
• Jaringan Komunitas/LSM	

### 4.10.3 Saluran Komunikasi Pembelian:

Untuk komunikasi pemesanan dan pengiriman beras organik sawangan dengan mengoptimalkan media sosial: telepon (rumah / mobile), email, web, dan media social.

### 4.10.4 Sstem pembayaran:

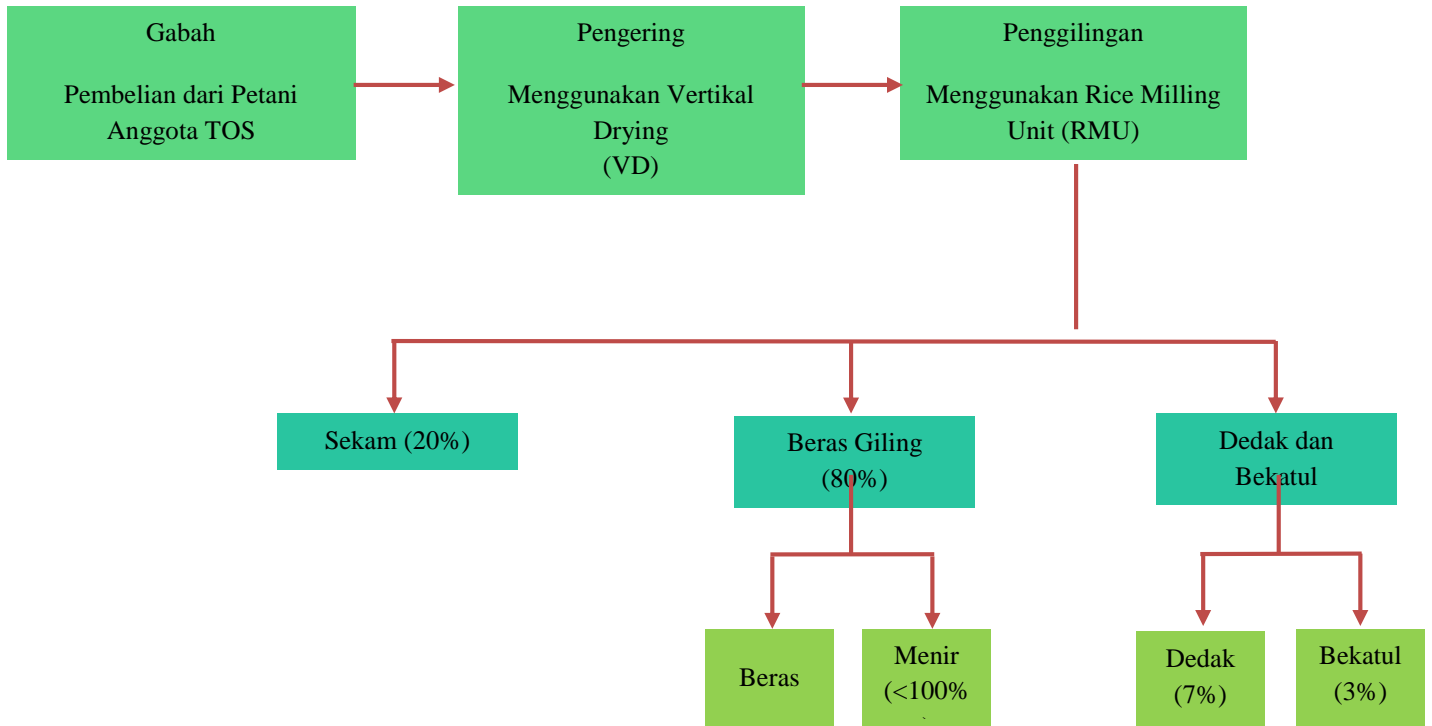
Sistem pembayaran dengan

1. Cara langsung (bayar saat pengambilan barang)
2. Skema Pembayaran kontra bon (sesuai kesepakatan kerjasama)

## BAB 5. ANALISIS PRODUKSI

### 5.1 Proses Produksi

Proses produksi beras organik yang dilakukan oleh Koprasi TOS:





## 5.2 Bahan Baku Dan Penggunaannya

Bahan Baku	Kebutuhan Rata-Rata Per Bulan	Harga	Sumber
Gabah	54.4 Ton Gabah		Petani Anggota Asosiasi TOS
	- Beras Hitam : 6,8 Ton - Beras Merah : 20.4 Ton - Beras Putih : 27,2 Ton	- Beras Hitam : 7.500/kg - Beras Merah : 6.500/kg - Beras Putih : 6.500/kg	Petani Anggota Asosiasi TOS
Plastik Packing	50.000 pack	500/buah	Produsen
Sticker/Label	50.000 label	500/buah	Produsen
Karung	800 buah	1.000/buah	Produsen
Solar	150 liter	6.900/liter	
Operasional Pengiriman (transportasi)		2.500.000/bulan	

Update Kondisi Desember 2015:

Bahan Baku	Kebutuhan Rata-Rata Per Bulan	Harga	Sumber
Gabah	90 Ton Gabah		Petani Anggota Asosiasi TOS
	- Beras Hitam : 7 ton - Beras Merah : 64 ton  - Beras Putih: - Beras Menthik: 8 ton - C4: 12 ton - Pandan Wangi : 8 ton	- Beras Hitam : 7.500/kg - Beras Merah : 5.500/kg - Beras Menthik : 6.000/kg - C4 : 5.500/kg - Pandan Wangi : 5.500/kg	Petani Anggota Asosiasi TOS

## 5.3 Fasilitas Produksi

Fasilitas dan Mesin Produksi	Jumlah	Total Nilai (harga)	Keterangan
<b>Alat Sudah Ada Saat Ini</b>			
Tanah dan Kantor	1	800.000.000	Kantor bergabung dengan Asosiasi TOS
Meja dan Kursi	3 set	7.000.000	Aset TOS
Listrik			
Printer	1 unit	500.000	
Komputer	1 unit	3.000.000	

Rice Milling Unit (RMU)	1 unit	1.900.000.000	Aset TOS bantuan dari Pemerintah, Keluaran 2015
Vertikal Drying	1 unit		
Motor pemanen padi ( <i>Mini Combine Harvester</i> )	1 unit	900.000.000	Aset TOS bantuan dari Pemerintah, Keluaran 2015
Mesin Pengolah Limbah	1 unit		
Vacum Sealer	4 unit	5.000.000	Aset TOS
Timbangan Manual	2 unit	3.000.000	Aset TOS
Timbangan Digital	3 unit	5.000.000	Aset TOS
Sekop	10 unit	1.500.000	Aset TOS
Matras	10 unit	3.000.000	Aset TOS
Siller karung	2 unit	400.000	Aset TOS
Pengayak beras	10 unit	500.000	Aset TOS
<b>Rencana Penambahan Alat</b>			
Mobil pick up	1	80.000.000	
Komputer	1	3.000.000	

**Kapasitas Produksi Rata-Rata Per Bulan**

40 Ton beras

#### 5.4 Technology (Software):

- Memiliki Rice Milling Unit (RMU), merupakan mesin penggiling padi yang berfungsi untuk memecah kulit dan pemutihnya dengan satu kesatuan, pemindahan bahan baku dari satu mesin ke mesin lain tanpa menggunakan tenaga manusia, tetapi elevator (produksi rill 0.3 ton beras per jam).
- Vertical drying, alat yang digunakan untuk menurunkan kadar air gabah dengan cara menghembuskan udara panas ke dalam wadah pengering.
- Motor panen padi (*mini combine harvester*), Dengan menggunakan Combine Harvester ini, petani hanya butuh waktu 1-2 jam untuk memanen 1 ha padinya. Petani tidak lagi mengeluarkan tenaga dan waktu ekstra untuk merontokkan bulir-bulir padi dari tangkainya. Sekali jalan, padi yang masih berdiri di hamparan sawah langsung terpisah dari tangkai, dan langsung bisa dikemas.

#### 5.5 Suppliers Bahan Produksi

Bahan produksi beras organik disupply oleh para anggota koperasi, yang terdiri dari 33 kelompok tani dengan total 883 anggota kelompok dengan luas lahan 288 Ha yang sudah sertifikasi organik dan 220 Ha dalam proses sertifikasi organik dan diusahakan akan selesai di tahun 2015.

#### 5.6 Rencana Pengembangan Produk

Melakukan riset untuk melakukan pengembangan produk dari pemanfaatan hasil samping penggilingan padi. Berikut merupakan contoh kajian pengembangan hasil samping produksi beras:



▪ **Sekam**

Sekam merupakan salah satu limbah dari hasil produksi beras yang masih jarang dimanfaatkan. Sekam pada dasarnya juga mampu dijadikan sebuah produk, antara lain:

- produk sekam bakar untuk media tanam
- Pupuk Organik
- Bahan bakar priket arang (sumber energi alternatif)

▪ **Dedak (pakan ternak)**

Pakan olahan ternak (pelet)

▪ **Bekatul (produk minuman sehat)**

Bekatul tidak sekedar mengandung serat terlarut, namun bekatul juga kaya akan protein, lemak, dan karbohidrat. Bekatul jugakaya akan antioksidan tokoferol dan terutama dalam  $\gamma$ -oryzanol. Senyawa ini adalah asam ferulic, sterol dan alkohol triterpenic yang bermanfaat untuk kesehatan. Berikut merupakan produk-produk yang dapat dikembangkan dari hasil samping pengolahan beras yaitu bekatul:

- Tepung Bekatul rendah lemak
- Minuman bekatul
- Aneka makanan menjadi : rice bran meals, brownies bekatul kukus, bekatul tiwul ayu dan bekatul kelapa cookies.

## 5.7 Kegiatan Pengembangan Produk



## BAB 6. ANALISIS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

### 6.1 Analisis Kopetensi SDM

TINGKAT PENDIDIKAN	Jumlah
Tidak Lulus SD	0
SD	0
SMP	0
SMU	6
D1	0
D3/ Sarjana Muda	0
Sarjana	2
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

BAGIAN / DEPT.	Jumlah
Manajemen	2
Bagian Produksi	4
Bagian Pemasaran	1
Bagian Administrasi	1
Tenaga lapangan	0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

### 6.2 Keunggulan Dan Kompetensi SDM

1. Ketua: Memiliki kemampuan dan berpengalaman dalam perencanaan dan pengorganisasian anggota serta akses ke pemerintahan kabupaten dan akses pemasaran
2. Bagian administrasi dan keuangan mempunyai pengalaman dibidangnya lebih dari 2 tahun
3. Bagian produksi memiliki pengetahuan terhadap proses pascapanen

### 6.3 Analisis Kebutuhan dan Pengembangan SDM

Jabatan	Tingkat Pendidikan	Keterampilan Khusus
Menejer Produksi	Minimal SMA	Memiliki keterampilan dalam proses pasca panen padi
Tenaga Operasional alat produksi	Minimal SMK	Paham dalam perawatan mesin produksi
Quality Control	Minimal SMA	Sistem QC dan sortasi

### 6.4 Rencana Kebutuhan Pengembangan SDM

Jabatan	Jumlah Kebutuhan	Tenaga yang Tersedia	Tenaga yang Harus Direkrut
Menejer Produksi	1 orang	Tidak ada	1 orang
Tenaga Operasional alat produksi	3 orang	Tidak ada	3 orang
Quality Control	1 orang	Tidak ada	1 orang



## 6.5 Gaji Pegawai

Jabatan	Jumlah Orang	Gaji/bulan	Total
<b>Yang sudah ada</b>			
Ketua	1	3.000.000	3.000.000
Wakil Ketua	1	2.500.000	2.500.000
Bendahara/administrasi	1	2.000.000	2.000.000
Menejer pemasaran	1	2.000.000	2.000.000
Produksi	4	1.500.000	6.000.000
<b>Rencana penambahan</b>			
Quality Control	1	2.000.000	2.000.000
Menejer produksi	1	2.000.000	2.000.000
Tenaga operasional mesin	3	1.500.000	4.500.000

## **BAB 7. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA**

### **7.1 Strategi Pemasaran**

- Meningkatkan penjualan dan masa kerjasama sebagai supplier dengan produsen Hotel Beras
- Perluasan pasar dengan jaringan hotel di kota-kota besar
- Membuka akses pasar baru untuk beras organic merah dan hitam untuk jaringan RS swasta
- Membangun jaringan agen/reseller di luar daerah untuk beras organic ukuran 1-5 Kg
- Konsinyasi dengan Ritel besar (Carefour, Giant dll)
- Koperasi sebagai agen pemasaran produk bekatul, sekam dan dedak

### **7.2 Strategi Produksi**

- Meningkatkan kualitas beras dengan optimalisasi proses produksi paska panen dan quality control
- Meningkatkan program pendampingan teknik budidaya di kelompok tani
- Melaksanakan program pelatihan untuk produksi produk turunan gabah untuk kelompok tani
- Pendampingan produksi produk turunan gabah di kelompok tani

### **7.3 Strategi Organisasi Dan SDM**

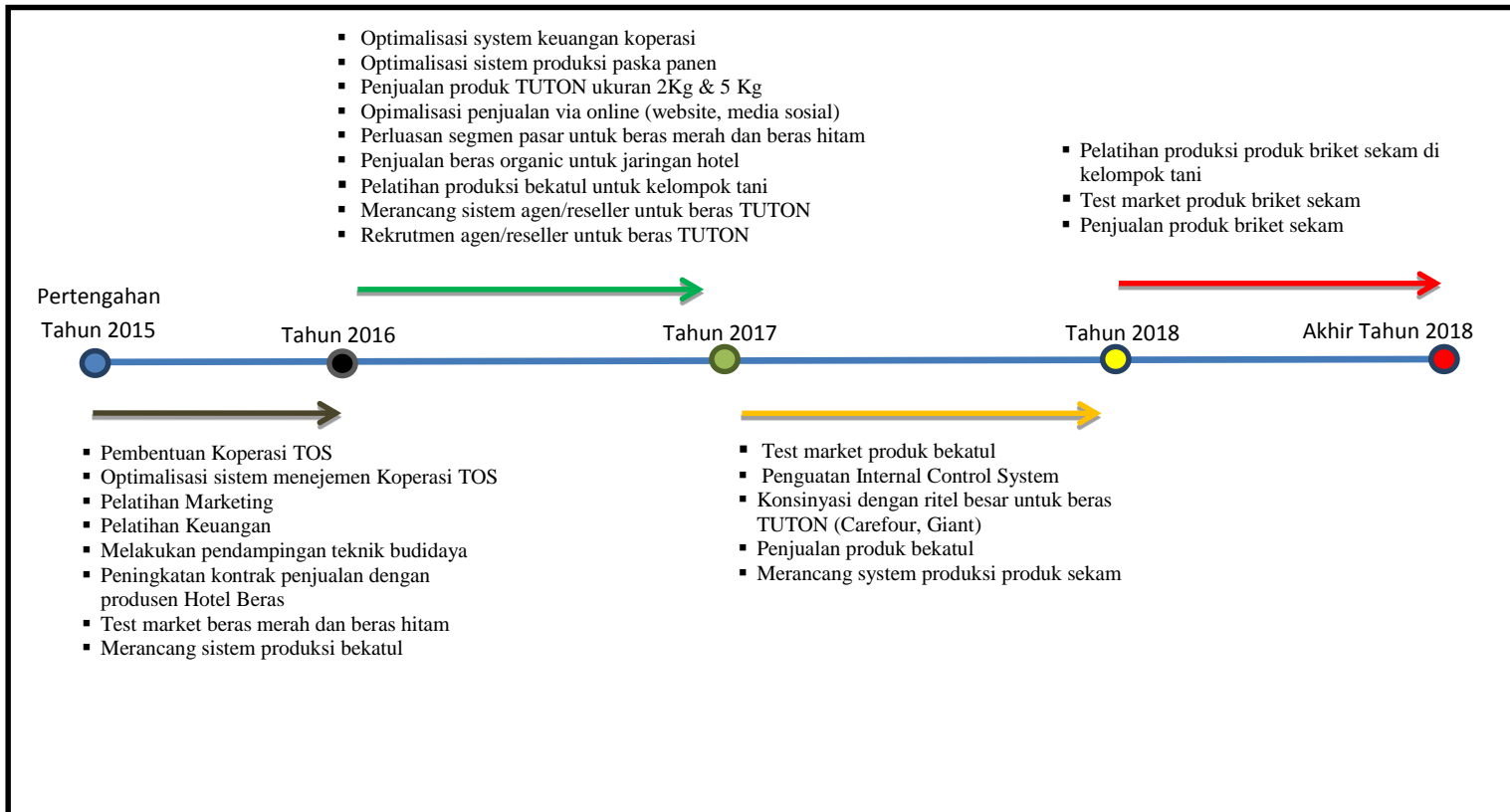
- Penguatan kapasitas managerial dan operasional koperasi
- Training strategi marketing
- Penguatan Internal Control System (ICS)
- Pelatihan SDM pendamping lapangan
- Training pengembangan kapasitas SDM

### **7.4 Strategi Keuangan**

- Penguatan manajemen keuangan
- Pelatihan pencatatan transaksi penjualan
- Pelatihan penggunaan software catatan keuangan koperasi



## 7.5 Tahapan-Tahapan Pengembangan Usaha



## BAB 8. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

### 8.1 Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar

- Kemandirian petani dalam pertanian ramah lingkungan
- Muncul keinginan masyarakat untuk beratan dan berbisnis dibidang pertanian organik
- Masyarakat akan lebih peka terhadap makanan sehat.
- Mampu meningkatkan pendapatan petani, karena organik memiliki harga yang lebih mahal dari pada non-organik.

### 8.2 Dampak Terhadap Lingkungan

- Meningkatnya kesuburan tanah
- Terjaganya keanekaragaman hayati, sehingga mampu terciptanya keseimbangan alam yang membantu dalam proses pengendalian hama dan penyakit tanaman padi.

### 8.3 Analisis dan Manajemen Resiko Usaha

Resiko	Peluang	Dampak	Strategi Antisipasi Resiko
Kurangnya pengetahuan teknik budidaya, pengendalian hama-penyakit dan pasca panen ditingkat petani sehingga berdampak kepada menurunnya kualitas dan suplai padi	Sangat mungkin	Tinggi	Pelatihan teknik budidaya padi dan monitoring kepada petani anggota TOS terkait budidaya dan pasca panen
Penurunan suplai karena Alih tanam dari tanaman padi menjadi tanaman sayuran maupun tahunan	Mungkin	Tinggi	- Sosialisasi potensi ekonomi komoditi beras - Meningkatkan daya serap beras dari anggota
Tidak berjalan dengan baik manajemen di Koperasi TOS berdampak penurunan kepercayaan di anggota	Sangat mungkin	Tinggi	Pelatihan penguatan manajemen Koperasi TOS
Kerusakan produk dalam penyimpanan karena sistem pergudangan yang lemah	Sangat mungkin	Tinggi	- Standarisasi kualitas produksi - Sistem pergudangan
Munculnya potensi konflik internal berdampak kepada stabilitas koperasi	Sangat Mungkin	Tinggi	- Mediasi penyelesaian konflik sesuai dengan aturan yang berlaku didalam koperasi - Komunikasi yang terbuka secara periodic dalam forum-forum yang telah diatur dalam peraturan koperasi



<b>Resiko</b>	<b>Peluang</b>	<b>Dampak</b>	<b>Strategi Antisipasi Resiko</b>
Penjualan tidak memenuhi target karena kelemahan pemasaran	Mungkin	Tinggi	Penentuan target pasar yang tepat sesuai produk beras organik yang diproduksi

Catatan:

Peluang : Sangat mungkin, mungkin, dan tidak mungkin

Dampak : Tinggi, sedang, dan rendah

## BAB 9. ANALISIS LINGKUNGAN DAN INDUSTRI

### Analisis Lingkungan Internal

#### Strength (Kekuatan)

Asosiasi TOS telah membina dan menghimpun kelompok-kelompok petani di desa Sawangan, saat ini jumlah anggota sudah mencapai lima ribu orang anggota yang seluruhnya adalah petani. Selain itu Asosiasi TOS juga sudah mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah, baik itu bantuan peralatan sampai bantuan mendapatkan bantuan calon pembeli baik dari perorangan ataupun perusahaan yang ingin membeli beras organik, dan sampai saat ini petani-petani di desa Sawangan dijadikan petani percontohan Nasional.

Kekuatan untuk mendapatkan suplai komoditi menjadi kekuatan utama dalam bisnis ini dan itu menjadikan kekuatan utama untuk Asosiasi TOS karena potensi suplai didapatkan dari petani anggota kelompok yang dinaungi oleh asosiasi.

#### Weakness (Kelemahan)

Salah satu bagian dari pengembangan usaha analisa internal menjadikan titik temu untuk mengetahui kekuatan dan juga kelemahan lembaga dari berbagai aspek. Maka hasil analisa dapat dijadikan acuan untuk program-program prioritas agar organisasi mampu mengimbangi tuntutan persaingan dan mampu bertahan dalam waktu yang lama.

Asosiasi TOS memiliki beberapa kelemahan yang akan menjadi prioritas untuk diperbaiki agar unit usaha mampu bersaing dimasa depan. Kelemahan-kelemahan tersebut adalah :

- Lemahnya manajemen pengelolaan unit usaha yang masih menggunakan cara-cara yang konvensional baik dari aspek pengelolaan keuangan dan juga evaluasi kinerja SDM yang terlibat dalam unit usaha
- Belum memiliki standar produksi yang memungkinkan proses produksi bisa dilakukan oleh lebih dari satu orang secara efektif dan efisien. Hal ini berdampak kepada kesulitan jika unit usaha mendapatkan order produk dari banyak konsumen dan dalam jumlah besar
- Dalam segi pemasaran unit usaha masih menggunakan pola-pola konvensional, yaitu mengharapkan bantuan pemasaran dan promosi dari pihak pemerintah daerah dan juga relasi yang ada. Sehingga perluasan wilayah pemasaran tidak mengalami perkembangan yang signifikan, selain itu proyeksi penjualan yang sudah ditargetkan sulit untuk dicapai
- Keterbatasan SDM spesialis untuk beberapa bidang di organisasi membuat beberapa hal dalam aspek administrasi masih mengalami kendala

Kelemahan-kelemahan tersebut diatas membuat Asosiasi TOS untuk fokus kepada penguatan internal dan perluasan wilayah pemasaran agar rencana pengembangan usaha dapat direalisasikan dalam waktu yang sudah ditentukan

### Analisis Lingkungan Eksternal

Potensi pasar beras organik semakin meningkat di beberapa kota di Indonesia, hal ini bisa dilihat dari tingkat kepedulian masyarakat akan gaya hidup sehat sudah menjadi trend disebagian masyarakat.

Akan tetapi, image beras organik dikalangan masyarakat masih tergolong mahal jika dibandingkan dengan beras non-organik, hal ini membuat jenis produk beras organik hanya bisa diterima dan dinikmati oleh kalangan masyarakat menengah keatas.



Tantangan lain dari potensi beras organik adalah, jaminan kualitas organik dari produk-produk yang ada dipasaran belum seluruhnya memenuhi standar yang berlaku, hal ini lebih disebabkan karena proses untuk sertifikasi organik dinilai masih memberatkan masyarakat

### **Opportunity (Peluang)**

Trend makanan organik semakin berkembang dikarenakan pengetahuan masyarakat akan kesehatan dan pola hidup sehat semakin meningkat. Selain itu, bermunculannya penyakit-penyakit yang banyak diidap masyarakat membuat masyarakat jauh lebih peduli akan makanan yang aman dan sehat untuk mereka konsumsi.

Dilihat dari kandungan gizi dan manfaatnya untuk kesehatan, maka beras organik ini menjadi potensi bisnis yang sangat menjanjikan untuk lebih dikembangkan dan mampu menyesuaikan dengan potensi pasar yang jauh lebih besar.

Khususnya untuk Kabupaten Magelang, Desa Sawangan menjadi perhatian khusus bagi pemerintah daerah untuk turut serta mengangkat komoditi beras organik agar bisa didistribusikan tidak hanya di Magelang, salahsatu peranan yang sudah dilakukan oleh pemerintah daerah adalah menghubungkan calon konsumen dengan asosiasi, baik itu produsen ataupun instansi swasta seperti PT. KAI, sebagian besar dari mereka menyerap lebih dari 30 ton per bulan.

### **Threats (Ancaman)**

Selain potensi pasar yang terbuka lebar, tantangan yang dihadapi juga tidak sedikit, salah satunya adalah ketersediaan suplai yang masih dinilai belum stabil. Hal ini dilihat dari beberapa aspek :

- Tidak semua petani di desa Sawangan yang memiliki lahan sawah pribadi untuk mereka tanami, sebagian besar mereka menggarap lahan orang lain dengan system bagi hasil. Hal ini bisa menjadi ancaman jika lahan yang mereka tanami tiba-tiba beralih fungsi ke tanaman lain atau dijual oleh pemiliknya, kondisi tersebut membuat petani kehilangan mata pencaharian utama mereka dan asosiasi kehilangan suplai.
- Terjadinya konflik internal dikarenakan kapasitas SDM dan organisasi yang masih lemah
- Persaingan antar petani menjadi tidak sehat ketikan beras organik sudah banyak diminati oleh para produsen
- Praktek tengkulak yang intervensi secara langsung kepada petani membuat asosiasi berpotensi kekurangan suplai

### **Analisis Pelanggan**

Konsumen beras organik ini adalah masyarakat kalangan menengah atas yang berada dikota-kota besar yang peduli akan pentingnya hidup sehat. Selain itu, hal yang memicu masyarakat untuk lebih mengutamakan makanan sehat adalah ancaman penyakit, sehingga mereka lebih memilih untuk merogoh budget lebih mahal untuk memenuhi kebutuhan pangannya secara sehat dan aman dari segala bentuk residu kimia. Akan tetapi pada segmentasi menengah kebawah masyarakat lebih mengutamakan aspek harga, hal ini menjadi peluang baru untuk pengembangan produk beras organik Tuton yang mampu disesuaikan dengan kemampuan beli masyarakat kalangan menengah kebawah. Dengan tetap menjaga kualitas dari produk serta memberikan jaminan bahwa beras organik yang diproduksi terjamin keasliannya.

### **Analisis Pesaing**

Selain pelanggan Asosiasi TOS juga memiliki cukup banyak pesaing yaitu para produsen beras organik lokal ataupun nasional. Untuk hal ini Asosiasi TOS telah mengidentifikasi dua kekuatan yang menentukan daya tarik pasar atau segmen pasar tertentu:

1. **Trend baru makanan organik.** Sebagian masyarakat lebih terbiasa dengan beras non-organik, selain harganya yang lebih murah juga keberadaan produknya yang lebih banyak dipasarkan dibanding beras organik yang masih dijual di pangsa pasar tertentu. Hal ini juga disebabkan oleh masih kurang pemahaman masyarakat mengenai makanan sehat bebas kimia dan manfaatnya untuk kesehatan, hal ini yang membuat harga beras organik lebih mahal dibanding beras non-organik. Secara tidak langsung pangsa pasar untuk konsumen beras organik menjadi pasar tertarget dimana kompetitor belum terlalu banyak, dan peluang untuk bisa masuk di pasar ini masih cukup terbuka lebar.  
Selama ini Asosiasi TOS telah mengidentifikasi beberapa pesaing yang sama-sama menyerap suplai dari Desa Sawangan dengan harga beli yang sama, sedangkan harga yang ditetapkan oleh produsen bisa mencapai 100% - 120% dari harga beli dari petani. Kondisi ini dijadikan kekuatan untuk Asosiasi TOS agar mampu bersaing di pasar dengan penetapan harga yang lebih murah dari pesaing.
2. **Ancaman pendatang baru.** Daya tarik segmen berbeda-beda menurut tingginya hambatan untuk masuk dan keluarnya. Terlebih segmen yang dimasuki oleh para produsen cenderung sama, hal ini membuat celah yang cukup besar untuk pendatang baru masuk kedalam segmen ini. Hal ini membuat persaingan lebih fokus kepada aspek permodalan yang dibutuhkan untuk bisa mengamankan suplai yang ada. Selain itu, akses kepada suplai menjadi bagian yang harus dimiliki oleh para pesaing untuk bisa mengamankan suplai yang masih terbatas tersebut. Hal ini akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan Asosiasi TOS jika fokus tentang pendampingan para petani, kualitas, penambahan permodalan dan akses pasar tidak ditingkatkan.

### **Peningkatan kekuatan posisi tawar konsumen**

Bargaining power konsumen akan berkembang jika mereka mendapati pilihan produk beras organik yang banyak dipasarkan, faktor kualitas berpengaruh kepada harga, hal ini merupakan dasar pertimbangan konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kesukaan mereka. Hal ini berpotensi menjadi ancaman jikaantisipasi kondisi tersebut tidak didorong dengan strategi peningkatan kualitas barang dengan menjalankan quality control paska panen, maka konsumen akan beralih kepada produk yang sesuai dengan kesukaan mereka.

### **Peningkatan kekuatan posisi tawar pemasok**

Posisi tawar pemasok cenderung menjadi kuat jika trend beras organik ini sudah memacu tumbuhnya produsen-produsen kopi beras organik lainnya, sehingga mereka akan menetapkan harga jual produk menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Hal ini akan mengganggu proses produksi jika tidak diantisipasi dengan strategi menjalin kedekatan dan pendampingan secara intensif terkait budidaya dan bantuan permodalan untuk budidaya dan perawatan tanaman padi organik mereka.



## BAB 10. ANALISIS S.W.O.T

Kekuatan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk sehat dan ramah lingkungan</li> <li>- Kualitas Premium (butiran besar, rasa pulen dan aroma yang khas wangi).</li> <li>- Varietas lokal (mentik wangi susu)</li> <li>- Bersertifikasi Organik (LeSOS, nasional)</li> <li>- Jaringan petani yang terorganisir (anggota asosiasi TOS)</li> <li>- Menjadi model pertanian padi organik (Nasional)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen produksi (masih terpisah dan belum terstruktur, kontinuitas kualitas produksi)</li> <li>- Daya serap hasil panen anggota Asosiasi TOS sedikit</li> <li>- Belum terkelolanya hasil samping penggilingan padi (sekam, bekatul, dan dedak)</li> <li>- Manajemen bisnis dan SDM</li> <li>- Belum bisa melayani konsumen menengah ke bawah</li> </ul>

Peluang	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trend gaya hidup sehat</li> <li>- Tumbuhnya kelas tengah baru di perkotaan</li> <li>- Pengembangan pasar berbasis inovasi produk</li> <li>- Peningkatan permintaan dari pasar yang sudah ada (Beras Hotel dan Lumbung Pangan Dunia)</li> <li>- Tawaran kerjasama dengan resto organik (O'chicken)</li> <li>- Tawaran permodalan dengan suku bunga rendah (BRI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terjadinya konflik internal dikarenakan kapasitas SDM dan organisasi yang masih lemah</li> <li>- Potensi perluasan lahan terhambat karena status kepemilikan lahan bukan pada petani penggarap</li> <li>- Persaingan antar petani menjadi tidak sehat ketikan beras organic sudah banyak diminati oleh para produsen</li> <li>- Praktek tengkulak yang intervensi secara langsung kepada petani membuat asosiasi berpotensi kekurangan suplai</li> </ul>

## BAB 11. ANALISA KEUANGAN USAHA

No	Uraian	Tahun			
		0	1	2	3
<b>A</b>	<b>Arus Masuk</b>				
	1. Total Penjualan		5,669,568,000	6,803,481,600	8,164,177,920
	<b>Total Arus Masuk</b>	<b>0</b>	<b>5,669,568,000</b>	<b>6,803,481,600</b>	<b>8,164,177,920</b>
	<b>Pendapatan</b>	<b>0</b>	<b>5,669,568,000</b>	<b>12,473,049,600</b>	<b>20,637,227,520</b>
	<b>Arus Keluar</b>				
<b>B</b>	1. Biaya Investasi	3,718,900,001			
	2. Biaya Variabel	609,600,000	609,600,000	731,520,000	877,824,000
	3. Biaya Tetap	331,500,000	331,500,000	331,500,000	331,500,000
	4. Pajak		1,015,055,333	1,268,053,733	1,571,651,813
	<b>Total Arus Keluar</b>	<b>4,660,000,001</b>	<b>1,956,155,333</b>	<b>2,331,073,733</b>	<b>2,780,975,813</b>
	<b>Pengeluaran</b>	<b>4,660,000,001</b>	<b>6,616,155,334</b>	<b>8,947,229,068</b>	<b>11,728,204,881</b>
<b>C</b>	<b>Arus Bersih (NCF)</b>	<b>-4,660,000,001</b>	<b>3,713,412,667</b>	<b>4,472,407,867</b>	<b>5,383,202,107</b>
<b>D</b>	<b>CASH FLOW UNTUK MENGHITUNG IRR</b>	<b>-4,660,000,001</b>	<b>-946,587,334</b>	<b>3,525,820,533</b>	<b>8,909,022,639</b>
	Discount Factor (5.5%)	1.00	0.95	0.90	0.85
	Present Value	-4,660,000,001	3,519,822,433	4,018,245,652	4,584,408,471
<b>E</b>	<b>Cummulative Present Value</b>	<b>-4,660,000,001</b>	<b>-1,140,177,568</b>	<b>2,878,068,084</b>	<b>7,462,476,555</b>
<b>F</b>	<b>ANALISIS KELAYAKAN USAHA</b>				
	NPV	7,462,476,555			
	IRR	73.43%			
	Net B/C	2.91			
	PBP	2.00			

\*Analisa keuangan lengkap terlampir