

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara yang penyumbang nilai ekspor terbesarnya berada di sektor Perkebunan. Perkebunan-perkebunan di Indonesia beberapa diantaranya yakni kopi, karet, kakao, dan kelapa sawit. Kelapa sawit Indonesia adalah salah satu Perkebunan yang merupakan penyumbang terbesar ekspor pada sektor Perkebunan di tahun 2023. Produksi kelapa sawit juga mengalami peningkatan pada tahun 2023 dibanding tahun 2022 sebanyak 0,57%. Lima provinsi penghasil kelapa sawit terbesar di Indonesia yakni Riau, Kalimantan Tengah, Kalimantan Barat, Sumatera Utara, dan Sumatera Selatan (BPS, 2024).

Menurut BPS (2024), dikatakan bahwa luas perkebunan kelapa sawit di Indonesia mencapai 15,93 juta hektar dengan produksi sebesar 47,08 juta ton pada tahun 2023. Ekspor minyak sawit Indonesia mengalami peningkatan sebesar 7,15% meskipun ekspor ke Uni Eropa mengalami penurunan (Info Sawit, 2024). lima provinsi penghasil kelapa sawit terbesar adalah Riau, Kalimantan Tengah, Kalimantan Barat, Sumatera Utara, dan Sumatera Selatan Perkebunan kelapa sawit di Indonesia dibagi menjadi tiga yakni PR (Perkebunan rakyat), PBS (Perkebunan swasta), dan PBN (Perkebunan negara). PBS dan PBN merupakan Perkebunan dengan status Perkebunan besar, Perkebunan ini dikelola secara komersial oleh perusahaan dan merupakan perusahaan yang berbadan hukum. Sedangkan Perkebunan rakyat

(PR) merupakan Perkebunan dengan skala yang lebih kecil dan biasanya dikelola oleh rakyat.

Perkebunan rakyat memiliki luas serta hasil produksi yang relatif kecil. Besarnya modal yang dibutuhkan untuk produksi serta memasarkan hasil kebun tidak memungkinkan perkebunan rakyat untuk melakukannya secara mandiri, maka dibutuhkan tempat untuk menjual TBS (tandan buah segar). Perkebunan besar baik swasta maupun negara adalah sebagai perusahaan besar yang mengolah serta menjual hasil perkebunannya sendiri membutuhkan lebih banyak TBS untuk diolah. Perkebunan besar melakukan kerja sama dengan perkebunan rakyat untuk membeli TBSnya melalui perantara yang disebut proses kemitraan. Kemitraan dalam PP No. 44 Tahun 1997 yakni, “Kemitraan adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan atau dengan Usaha Besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan atau Usaha Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan”.

Proses kemitraan dalam kelapa sawit perkebunan rakyat dengan perkebunan besar dimulai dari system rantai pasok yang ideal. Dalam proses rantai pasok terdapat perantara yang sering disebut pengepul seperti koperasi atau kelompok tani, agen kecil, dan agen besar yang menjadi perantara dari petani ke pabrik kelapa sawit (PKS). Menurut BPDPKS dan P2EB UGM (2020) dalam sebuah artikel milik PASPI (2023), dijelaskan bahwa terdapat runtutan yang Panjang dalam rantai pasok TBS. Rantai pasok TBS terdiri dari petani swadaya, kelompok tani, koperasi, agen kecil, agen besar, dan pabrik

kelapa sawit (PKS). Proses rantai pasok ini, pengepul berperan untuk memudahkan petani dalam mendistribusikan TBS agar mempercepat waktu angkut ke PKS serta memangkas biaya transport yang tinggi dikarenakan jarak perkebunan rakyat yang cukup jauh dari PKS. Harga TBS sangat dipengaruhi oleh harga minyak sawit mentah (CPO) global, kebijakan ekspor, serta biaya logistik. Ketidakstabilan harga TBS sering menjadi tantangan bagi pengepul, terutama bagi perusahaan kecil seperti CV. Tandan Es Sega yang memiliki keterbatasan modal.

CV. Tandan Es Sega (CV. TES) adalah perusahaan bisnis yang bergerak di bidang pertanian khususnya di perkebunan Kelapa Sawit. CV. TES membeli tandan buah segar (TBS) kelapa sawit rakyat dan menjual TBS ke perusahaan. Tak hanya TBS CV. TES juga menjual pupuk, dan kecambah kelapa sawit. Kemitraan antara petani rakyat dan perusahaan besar (PBS/PBN) menjadi faktor penting dalam keberlanjutan industri sawit. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, kemitraan usaha kecil dengan usaha besar bertujuan untuk menciptakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Oleh karena itu peran pengepul seperti CV. TES sangat penting dalam proses kemitraan ini. Maka dari itu dibutuhkan sebuah strategi pengembangan bisnis agar CV. TES dapat bertahan di era sekarang ini. Penentuan strategi pengembangan bisnis dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT.

Penentuan strategi menggunakan analisis SWOT sering dilakukan oleh perusahaan perusahaan atau organisasi bisnis lainnya. Analisis SWOT sendiri

merupakan sebuah alat perencanaan strategis untuk mengevaluasi Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman) suatu organisasi. Melalui analisis SWOT ini perusahaan dapat terbantu untuk memahami posisi strategis di pasar, Mengidentifikasi target market, Mengevaluasi bisnis, Merancang strategi yang efektif, Mengantisipasi persaingan. Dari permasalahan tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “Strategi Pengembangan Bisni Pada CV. Tandan Es Sega Melalui Analisis SWOT”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apa saja faktor internal strengths dan weaknesses serta faktor eksternal opportunities dan threats yang ada di CV. Tandan Es Seg?
2. Strategi apa yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis di CV. Tandan Es Seg?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui faktor internal strengths dan weaknesses serta faktor eksternal opportunities dan threats di CV. Tandan Es Seg.
2. Mengetahui strategi yang bisa digunakan untuk mengembangkan bisnis di CV. Tandan Es Seg.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya. Penelitian ini memberikan Langkah-langkah dalam menuntukan strategi pengembangan bisnis yang tepat.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai penambah literatur ilmiah mengenai penentuan strategi pengembangan bisnis serta memberikan data empiris yang dapat digunakan dalam studi-studi selanjutnya.

E. KEASLIAN PENELITIAN

Penelitian untuk menentukan strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini membahas mengenai faktor internal serta faktor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan sebagai strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis SWOT. Sejauh yang penulis ketahui hingga saat ini belum terdapat penelitian dengan lakus danfokus yang serupa.