

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BERAS PALAS DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

Dian Puspitorini

Beras Palas adalah merek yang dipakai untuk merepresentasikan salah satu wilayah kecamatan di kabupaten Lampung Selatan, dan juga merupakan akronim dari “Produksi Asli Lampung Selatan”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor – faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk menentukan strategi pengembangan beras palas. Metode penelitian yang dilakukan yaitu: Uji mutu produk dan proses produksi, dan analisis survey pendapat pakar untuk merumuskan strategi pengembangan Beras Palas yang dilakukan dalam tiga tahap formulasi pengolahan data yang terdiri dari: tahap input (IFE dan EFE), tahap pencocokan (analisis IE dan SWOT) dan tahap keputusan (QSPM).

Dari analisis SWOT dapat dilihat bahwa variable kekuatan utama pengembangan beras Palas adalah produk gabah yang melimpah dengan nilai bobot score 0,5555, sedangkan variable kelemahan utama adalah belum adanya uji mutu SNI dengan nilai bobot skor 0,1042. Variabel peluang utama adalah kerjasama dengan penggilingan padi (RMU) dan Badan Usaha Milik desa (BUMDes) dengan bobot skor 0,5852 dan variable ancaman utama yakni persaingan kualitas beras kemasan yang lebih baik dengan bobot skor 0,6085. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beras dari aspek kelas mutu belum memenuhi standar kelas mutu beras premium, namun memenuhi kelas mutu beras medium 1 menurut SNI 6128:2015 dan memenuhi mutu kelas medium menurut Permentan RI 31/PERMENTAN/PP.130/0/2017. Dari proses produksi beras Palas belum memenuhi standar HACCP. Dan dari hasil QSPM maka diperoleh prioritas strategi pengembangan beras Palas berstandar SNI dengan skor nilai 6,8235.

Kata kunci: beras Palas, uji mutu, proses produksi, strategi pengembangan

ABTRACT

**STRATEGY ANALYSIS OF *BERAS PALAS* EXPANSION IN SOUTH
LAMPUNG DISTRICT**

By

Dian Puspitorini

Beras Palas is a brand representing one of the subdistrict in South Lampung, and also an acronym of “*Produksi Asli Lampung Selatan*” means origin product from South Lampung. The aim of this research is to identify the factors that can be strengths , weaknesss, opportunities and threats to define the strategy of beras palas expansion The research methodology used analysis of product and production process quality assessment, and analysis of experts to formulate the strategy of *Beras Palas* expansion which is done in three stages of data processing formulation: input stage (IFE and EFE),matching stage (IE and SWOT analysis) and decision stage (QSPM analysis).

The results showed, the strong variable on the *Beras Palas* expansion is the huge availability rice product with a score value 0.5555, while the weak variable is there is no yet SNI standar quality assessment with a score value 0.1042. The main opportunity variable on *beras Palas* expansion is to collaborate with the rice milling unit (RMU) and *Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)* with a score value 0.5852, while the threat variable is better packed-rice quality competition with a score value 0.6085. Based on the product quality, the research shows that *Beras Palas* has not fulfilled premium class quality standard, but already fulfilled medium 1 class quality refer to SNI 6128:2015 and medium class quality refer to Permentan RI 31/PERMENTAN/PP.130/0/2017. From the production process *Beras Palas* has not fulfilled HACCP standard. And from the QSPM analysis, the research conclude that the priority strategy to expand *Beras Palas* is collaborating with private sector to produce *Beras Palas* with SNI standard and score value 6.8235.

Keywords: *Beras Palas*, quality assessment, production process, expansion strategy