

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG DI KECAMATAN KOTAPINANG KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN

Nurintan Asyiah Siregar^{1*}, Lenni Gusnina², Nur'ainun Gulo³

^{1,2,3}Universitas Labuhanbatu

E-mail: nurintanasyiah@siregar@gmail.com^{1*}, lennigusnina@gmail.com², nurainungulo@gmail.com³

Info Artikel	Abstrak
<p>Article History: Received: 09 Jan 2023 Revised: 17 Jan 2023 Accepted: 25 Jan 2023</p> <p>Keywords: <i>Keripik Pisang, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha, Keripik pisang di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah.</p>

PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian cukup besar, saat Indonesia menghadapi tantangan krisis ekonomi yang berkepanjangan. UMKM dapat dikatakan salah satu solusi masyarakat untuk bertahan dalam menghadapi krisis yakni dapat melibatkan diri dalam aktivitas usaha. Sektor UMKM juga memiliki peranan yang strategis dalam menopang perekonomian di Kabupaten Labuhanbatu Selatan sebab dapat memberikan peningkatan nilai pendapatan dari hasil pertanian terutama buah pisang yang diolah menjadi makanan ringan seperti keripik pisang.

Pengembangan produk makanan ringan yang cenderung meningkat, sehingga permintaan makanan ringan mulai diminati hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk-produk makanan instan yang bervariasi dan beragam kandungan suplemennya banyak dibutuhkan konsumen. Selain itu, pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Usaha keripik pisang di Kabupaten Labuhanbatu Selatan tidak lepas dari usaha yang keras di bidang pemasaran. Usaha keripik pisang di Kabupaten Labuhanbatu Selatan telah menjalankan proses pemasaran dalam menjual barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen atau pembeli. Namun kadang-kadang proses pemasaran

tersebut dilakukan hanya berdasarkan kebiasaan saja, Sehingga sering terjadi keadaan dimana seorang penjual kalah bersaing dengan penjual yang lain dengan barang dagangan yang sama. Salah satu penyebabnya, mereka yang menang dalam merebut hati pembeli adalah mereka yang merencanakan proses menjual barangnya dengan matang, dengan menggunakan dasar-dasar pemasaran yang baik.

Usaha Keripik pisang merupakan usaha rumahan yang menjual keripik dari bahan pokok pisang mentah hasil produksi. Usaha Keripik pisang ini merupakan industri mikro yang sudah berjalan lebih kurang selama 8 tahun. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sistem agribisnis dalam pengelolaan usaha ini mulai dari produksi sampai dengan pemasaran. Sekarang Usaha Keripik pisang telah banyak dikenal orang karena keripiknya yang enak dan harganya yang terjangkau oleh kalangan menengah. Usaha Keripik pisang awal mulanya hanya memasarkan produknya ke warung-warung kecil yang ada disekitar Kecamatan Kotapinang. Untuk mengenalkan produk ke masyarakat pengusaha melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar. Usaha Keripik pisang adalah keripik yang proses pembuatannya tanpa menggunakan zat pengawet, sehingga produk yang dijual tidak dapat bertahan lama. Usaha Keripik pisang ini tepatnya berada di Kecamatan Kotapinang adalah sebuah kecamatan yang terletak di sebelah timur Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Wilayah ini sangat mungkin menjadi pusat perekonomian di sebelah timur Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Hal ini terbukti dengan sudah tersedianya fasilitas rumah sakit (Puskesmas), sekolah, pasar dan toko-toko kecil. Sehingga wilayah ini juga merupakan lahan yang baik buat berkembangnya industri-industri menengah dan terlebih lagi usaha rumahan berskala mikro. Usaha Keripik pisang adalah usaha yang dijalankan oleh Bang Ahmad dengan karyawannya sebanyak 3 orang. Karyawannya merupakan keluarganya sendiri dan usaha ini mampu melakukan produksi sebanyak 30-40 kg keripik per hari atau sesuai permintaan. Masalah yang dihadapi oleh Usaha Keripik pisang adalah persaingan pasar, selera konsumen yang berpengaruh terhadap permintaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Keripik pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan".

Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Keripik Pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
2. Bagaimana kekuatan, kelamahan, peluang dan ancaman pada Usaha Keripik Pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Keripik Pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
2. Untuk menganalisa kekuatan, kelamahan, peluang dan ancaman pada Usaha Keripik Pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

LANDASAN TEORI

Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bagian dari keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Hal ini juga termasuk dalam peningkatan pendapatan, pertumbuhan dalam hal ekspansi bisnis, peningkatan profitabilitas dengan membangun kemitraan strategis, dan membuat keputusan bisnis strategis (Seth, 2019).

Fadillah (2012) mengatakan bahwa pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan potensial, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

Menurut Arif (2016), ada 2 unsur penting dalam mengembangkan usaha yaitu:

1. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal):
 - a. Adanya niat dari pengusaha atau wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar
 - b. Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk, dan lain-lain.
 - c. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa pemasukan dan pengeluaran produk.
2. Unsur dari pihak luar (Pihak eksternal):
 - a. Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha
 - b. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
 - c. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha
 - d. Harga dan kualitas merupakan unsur utama yang sering ditemukan.
 - e. Jangkauan sasaran produk
 - f. Kreativitas dalam mengelola bisnis.

Menurut Hendro (2011), terdapat beberapa strategi yang biasa digunakan dalam pengembangan usaha, yaitu:

1. Mengembangkan pasar dari sisi produknya
2. Mengembangkan pasar dari sisi sistem penjualannya

Analisis SWOT

Untuk mengembangkan sebuah strategi, terlebih dahulu diperlukan analisis. Jurnal Entrepreneur (2020) mengemukakan bahwa *Strength, weakness, Opportunity, Threat* atau yang biasa dikenal dengan analisis SWOT adalah analisis yang penting dilakukan pada perusahaan untuk menentukan penyusunan strategi, penjualan produk, maupun ide bisnis baru.

Analisis SWOT dapat dibagikan dalam lima langkah :

1. Menyiapkan sesi SWOT
2. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan
3. Mengidentifikasi kesempatan danancaman
4. Melakukan ranking terhadap kekuatan dan kelemahan
5. Menganalisis kekuatan dan kelemahan.

Menurut Pahlevi (2018), tujuan melakukan analisis SWOT adalah membantu untuk memahami bisnis yang dimiliki dengan menghadirkan sudut pandang operasi perusahaan

dari sudut yang berbeda.

Analisis Strategi

Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pembuatan keputusan tiga tahap. Tahap 1 dari kerangka perumusan terdiri dari Matriks EFE, Matriks EFI, dan Matriks Profil Kompetitif (Competitive Profil Matrix-CPM) disebut Tahap Masukan (Input Stage).

1. Tahap 1 meringkas informasi masukan dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi.
2. Tahap 2 disebut Tahap Pencocokan (Matching Stage), fokus pada upaya menghasilkan strategi alternatif yang dapat dijalankan (feasible) dengan memadukan faktor-faktor eksternal dan internal. Teknik-teknik tahap 2 terdiri dari Matriks Strengths

Weaknesses Opportunities Threats (SWOT) atau Ancaman Peluang Kelemahan Kekuatan, Matriks BCG (Boston Consulting Group), Matriks Internal Eksternal (IE), dan Matriks Grand Strategy (Strategi Induk).

3. Tahap 3 disebut Tahap Keputusan (DecisionStage), menggunakan satu macam teknik, yaitu Quantitative Strategic PlanningMatrix (QSPM). QSPM menggunakan informasi masukan dari Tahap 1 untuk secara objektif mengevaluasi strategialternatif dapat dijalankan yangdiidentifikasi dalam Tahap 2. QSPM mengungkap daya tarik relatif dari strategi alternatif dan karena itu menjadi dasar objektif untuk memilih strategi spesifik (David, 2004)

Matriks SWOT

Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini menggambarkan dengan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi diselesaikan dengan kekuatan dan kelemahan. Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi. Strategi S-O menuntut perusahaan mampu memanfaatkan peluang melalui kekuatan internalnya. Strategi W-O menuntut perusahaan untuk meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang. Strategi S-T merupakan pengoptimalan kekuatan dalam menghindari ancaman dan W-T merupakan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (Rangkuti, 2006). Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO atau strategi kelemahan peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT atau strategi kelemahan-ancaman merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal(David, 2004).

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan pada tanggal 10 Nopember 2022 pada Usaha Keripik pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan lokasi penelitian ini merupakan salah satu tempat yang memproduksi keripik pisang di Kecamatan Kotapinang.

Jenis dan Sumber Data**1. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden dalam penelitian ini melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti. Data dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data**• Analisis Faktor Internal & Eksternal**

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan Tabel 1. Matriks SWOT setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri.

• Analisis SWOT

Tabel 1. Alat yang dipakai untuk menyusun strategi adalah matrik SWOT.

	Strength (S) Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Menentukan 1-10 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi S-O Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Menentukan 1-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2001

Matrik ini menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternatif yaitu :

- Strategi Strength Opportunities (Kekuatan-Peluang)
- Strategi Strength Threats (Kekuatan-Ancaman)
- Strategi Weakness Opportunities (Kelemahan-Peluang)
- Strategi Weakness Threats (Kelemahan-Ancaman)

HASIL DAN PEMBAHASAN**Gambaran Umum Usaha Keripik Pisang**

Usaha Keripik Pisang merupakan usaha rumahan yang menjual keripik pisang yang

renyah dan rapuh. Usaha Keripik pisang ini merupakan industri mikro yang sudah berjalan lebih kurang selama 8 tahun berlokasi di Kecamatan Kotapinang dan dijalankan oleh seorang Bapak yang biasa disebut Bang Ahmad. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sekarang Usaha Keripik pisang telah banyak dikenal orang karena keripiknya yang enak dan harganya yang terjangkau oleh masyarakat. Usaha Keripik pisang awal mulanya hanya memasarkan produknya ke warung-warung kecil yang ada disekitar Kecamatan Kotapinang. Untuk mengenalkan produk ke masyarakat pengusaha melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar.

Usaha Keripik pisang adalah keripik yang proses pembuatannya tanpa menggunakan zat pengawet, hanya menggunakan garam sehingga produk yang dijual tidak dapat bertahan lama. Usaha Keripik pisang adalah usaha yang dijalankan oleh Bang Ahmad dengan karyawannya sebanyak 3 orang. Karyawannya merupakan keluarganya sendirid dan usaha ini mampu melakukan produksi sebanyak 30-40 kg keripik pisang per hari sesuai permintaan dan kebutuhan. Pemasaran roti ini dimulai dari Kotapinang sampai dengan Rantauprapat sekitarnya. Masalah yang dihadapi oleh Usaha Keripik pisang adalah persaingan pasar, selera konsumen yang berpengaruh terhadap jumlah produksi yang menurun serta pengelolaan modal usaha tidak akan maksimal. Selain itu, usaha keripik pisang tidak memiliki jaringan dan bantuan dari lembaga penunjang.

Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Keripik pisang Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal maka dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut :

Tabel 2. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dalam pengembangan Usaha Keripik pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Kondisi keuangan	-	<ul style="list-style-type: none"> • Modal kecil
SDM	Ketersediaan tenaga kerja	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan pengusaha keripik pisang terbatas dalam penggunaan teknologi
Pemasaran	Keripik pisang berkualitas Hasil produksi sesuai permintaan	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi transportasi yang kurang mendukung
Produksi	Proses produksi mudah Diversifikasi produk keripik pisang	Tidak Ada Kelemahan
Manajemen	Tidak Ada Kekuatan	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya manajemen pada Pengelolaan Usaha • Belum mampu mengelola keuangan

Faktor Ekternal	Peluang	dengan baik
		Ancaman
Kondisi perekonomian	Bahan baku mudah didapat	<ul style="list-style-type: none"> • Kenaikan harga bahan baku
Sosial dan Budaya	Hubungan yang dekat dengan stakeholder (Pedagang) Kondisi lingkungan yang aman	<ul style="list-style-type: none"> • Kecemburuan sosial • Limbah keripik pisang merusak lingkungan
Politik dan Hukum	Sudah ada Perhatian Pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya bimbingan teknis dan pengawasan dari dinas terkait
Teknologi	Perkembangan teknologi pengelolaan pangan	Tidak Ada Ancaman
Persaingan	Tidak Ada Peluang	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pesaing

Sumber : Lampiran 3

1. Identifikasi Faktor Kekuatan

a. Keripik pisang Berkualitas

Kualitas keripik pisang dari pengusaha keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan cukup baik. Bahan baku 100 persen dari bahan yang halal dan sehat, karena ada pengusaha dari daerah lain yang menggunakan bahan baku yang tidak baik untuk kesehatan seperti menggunakan bahan pengawet.

b. Hasil Produksi Sesuai Permintaan Pengusaha

Keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan setiap hari melakukan proses produksi, sehingga pengusaha selalu ada stok untuk hari berikutnya. Bahan baku berupa pisang mentah setiap hari tersedia penjual pisang di pasar. Proses produksi keripik pisang dari bahan baku sampai jadi keripik siap dipasarkan adalah satu hari. Hal ini dilakukan agar setiap hari pengusaha mampu mencukupi kebutuhan konsumen dan kepercayaan dari pelanggan tetap terjaga sehingga tidak berpindah ke tempat lain.

c. Proses Produksi Mudah

Usaha pembuatan keripik pisang secara umum tergolong mudah, yaitu mulai dari mengupas pisang, di parut tipis, kemudian digoreng, tambahkan garam dan penyedap dan siap untuk dijual ke pasar. Resiko yang terjadi saat pembuatan keripik pisang yaitu pisang yang masih muda, hal ini diakibatkan dari usia pisang diambil kemudian atau kurang usia panen. Namun, hal ini jarang terjadi sebab pengusaha jarang kehabisan stok pisang.

d. Diversifikasi Produk Keripik pisang

Adanya diversifikasi produk keripik pisang dapat meningkatkan volume penjualan dari keripik pisang. Diversifikasi produk keripik pisang misalnya keripik pisang, minyak goreng, garam. Hal ini dapat meningkatkan jumlah produksi keripik pisang. Diversifikasi adalah penambahan keripik pisang sehingga diversifikasi sangat diperlukan dalam pengembangan usaha keripik pisang.

e. Ketersediaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang mendukung dalam pemasaran keripik pisang, dalam hal ini ketersediaan tenaga kerja sangat berpengaruh terhadap berkembangnya usaha keripik pisang. Selain itu, tenaga kerja yang bertugas membuat keripik dengan yang memasarkan keripik adalah keterikatan yang harus selalu terjaga. Adanya tenaga kerja bagian pemasaran sangat mempengaruhi kelancaran dalam pengembangan usaha keripik pisang. Usaha Keripik pisang adalah usaha yang dijalankan oleh Bang Ahmad dengan karyawannya sebanyak 3 orang. Bang Ahmad dan Istrinya yang membuat Keripik pisang mulai dari proses pengolahan bahan baku sampai menjadi keripik. Selanjutnya akan dipasarkan oleh anaknya juga keponakannya.

2. Identifikasi Faktor Kelemahan

a. Modal Kecil

Modal pengusaha keripik pisang yaitu dari modal sendiri. Pengusaha keripik pisang merupakan masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah sehingga modal yang ada sangat kecil. Pengusaha dalam melakukan usahanya tidak mau meminjam ke lembaga keuangan, hal ini dikarenakan pengusaha merasa prosesnya sangat rumit. Permodalan yang belum kuat sehingga mengakibatkan usaha keripik pisang ini sulit berkembang.

b. Kemampuan Pengusaha Keripik pisang Terbatas Dalam Penggunaan Teknologi

Pengusaha keripik pisang dalam melakukan usahanya masih terbatas, hal ini dapat dilihat dari proses produksi yang dilakukan, yaitu dari sarana dan prasarana produksi yang belum menggunakan teknologi yang lebih canggih atau maju. Pengusaha masih menggunakan tenaga manual seperti dalam pencampuran bahan baku pembuatan keripik masih diaduk-aduk dengan menggunakan tangan, hal tersebut dikarenakan belum maksimalnya pendampingan dari pemerintah dalam memberikan arahan pada pengusaha keripik pisang tentang penggunaan teknologi dan peningkatan mutu sumber daya manusia.

c. Kondisi Transportasi Kurang Mendukung

Pemasaran keripik pisang ke kedai-kedai kopi masih terganjal dengan masalah transportasi. Misalnya pengusaha keripik pisang dalam memasarkan keripiknya banyak yang masih menggunakan sepeda motor padahal jarak yang ditempuh jauh. Kemudian pengusaha yang tidak bisa menjual sendiri harus mencari orang yang mau menjualnya ke pasar tujuan tetapi dengan syarat pengusaha harus menyediakan alat transportasi dan pasar tujuan terlebih dahulu, sehingga hal ini cukup berat bagi pengusaha.

d. Kurangnya Manajemen Pada Pengelolaan Usaha

Pengusaha keripik pisang merupakan pengusaha yang masih berusia muda, jika ada anak-anaknya hanya membantu dalam pemasaran tidak dalam proses produksi, selain itu mereka masih banyak yang sekolah dan mereka yang masih muda enggan untuk melakukan usaha ini, mereka lebih senang pergi bermain, sehingga pengelolaan dalam proses produksi sampai dengan pemasaran produksi keripik pisang terdapat kendala berupa ketersediaan sumber daya manusia yang terbatas. Selain hal tersebut juga proses produksinya kurang terjaga kebersihannya dan juga masih bergabung dengan tempat tinggal mereka (multiuse).

e. Belum Mampu Mengelola Keuangan dengan Baik

Karakteristik pengusaha yang selalu berupaya menjaga kualitas dan kuantitas keripik pisang tetap stabil, menjadikan struktur permodalan usahanya masih terbatas pada sumber modal sendiri. Namun pengusaha keripik pisang tersebut belum bisa mengendalikan keuangan mereka untuk usaha keripik pisang bahkan sering tercampur untuk kebutuhan rumah tangga sehingga saat untuk memenuhi kebutuhan produksi keripik pisang terkadang menjadi kesulitan sendiri.

3. Identifikasi Faktor Peluang

- a. Hubungan yang Dekat dengan *Stakeholder* (Pedagang)
- b. Kondisi Lingkungan yang Aman
- c. Sudah ada Perhatian Pemerintah Terhadap Pengembangan Usaha
- d. Bahan Baku Mudah Didapat
- e. Perkembangan Teknologi PengolahanPangan

4. Identifikasi Faktor Ancaman

- a. Kenaikan Harga Bahan Baku
- b. Kecemburuan Sosial
- c. Limbah keripik pisang merusak Lingkungan
- d. Kurangnya Bimbingan Teknis dan Pengawasan dari Dinas Terkait
- e. Adanya Pesaing

Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam mengembangkan usaha keripik pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan digunakan analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S O, strategi W O, strategi W T, dan strategi S T. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan, antara lain:

1. Strategi S O

Strategi S O (Strength Opportunity) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S O yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Mempertahankan kualitas, kontinuitas, potensi SDA, stabilitas ekonomi dan meningkatkan jumlah produksi.
- b. Meningkatkan kualitas, kuantitas, jaringan distribusi, kemitraan dan peningkatan nilai ekonomis dari keripik pisang.

2. Strategi W O

Strategi W O (Weakness Opportunity) atau strategi kelemahan peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W O yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah.
- b. Peningkatan pemasaran produksi keripik pisang melalui promosi dengan koordinasi

antara instansi yang terkait di dalam pengembangan pasar produk keripik pisang.

3. Strategi S T

Strategi S T (Strength Threat) atau strategi kekuatan ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S T yang dapat dirumuskan adalah :

- Meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas keripik pisang serta efisiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi.
- Pengelolaan sumber daya alam dan limbah secara maksimal oleh pemerintah dan masyarakat.

4. Strategi W T

Strategi W T (Weakness Threat) atau strategi kelemahan ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W T yang dapat dirumuskan adalah :

- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing roti tanjung.
- Menjalankan kerja sama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga keharmonisan dan menambah kesempatan kerja.

Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang

Strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan berdasarkan analisis Matriks QSP adalah strategi I yaitu perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah dengan nilai TAS (*Total Attractive Score*) sebesar 6,55. Pelaksanaan alternatif strategi berdasarkan nilai TAS pada matriks QSP dapat dilakukan dari nilai TAS strategi yang tertinggi, kemudian tertinggi kedua, dan diikuti strategi urutan berikutnya sampai nilai TAS strategi yang terkecil. Untuk lebih jelasnya tentang arti dari nilai strategi I, II dan III dapat dilihat berikut ini :

- Strategi I apabila perolehan nilai TAS pada alternatif strategi pertama yaitu 0,0 maka semua faktor internal dan eksternal tidak penting, yang menunjukkan bahwa daya tarik masing-masing faktor tidak relatif. Apabila nilai TAS lebih dari satu maka semua faktor internal dan eksternal sangat penting, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi nilainya berarti strategi tersebut semakin menarik.
- Strategi II, apabila perolehan nilai TAS pada alternatif strategi kedua yaitu sedikit lebih kecil dari alternatif strategi pertama dan strategi pertama tidak berjalan maksimal maka usaha ini masih bisa dikembangkan dengan alternatif strategi kedua.
- Strategi III, apabila perolehan nilai TAS pada alternatif strategi ketiga yaitu sedikit lebih kecil dari alternatif strategi kedua maka usaha ini masih bisa dikembangkan dengan alternatif strategi ketiga.

Secara rinci perhitungan QSPM dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 3. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pengembangan Usaha Keripik pisang Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Faktor-Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi					
		I		II		III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS

Faktor Kunci Internal							
Keripik pisang berkualitas	0,15	4	0,60	4	0,60	4	0,60
Hasil produksi sesuai permintaan	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Proses produksi mudah	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Diversifikasi produk keripik pisang	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Ketersediaan tenaga kerja	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Modal kecil	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
Kemampuan pengusaha keripik pisang terbatas dalam penggunaan teknologi	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
Kondisi transportasi yang kurang mendukung	0,05	3	0,15	3	0,15	1	0,05
Kurangnya manajemen pada pengelolaan usaha	0,15	3	0,45	2	0,30	2	0,30
Pengelolaan keuangan kurang baik	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20
Total Bobot	1,000						
Faktor Kunci Eksternal							
Hubungan yang dekat dengan stakeholder (Pedagang)	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30
Kondisi lingkungan yang aman	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Sudah ada perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha	0,05	2	0,10	1	0,05	1	0,05
Bahan baku mudah didapat	0,15	2	0,30	2	0,30	2	0,30
Perkembangan teknologi pengolahan pangan	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Kenaikan harga bahan baku	0,15	4	0,60	4	0,60	4	0,60
Kecemburuan sosial	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
Limbah keripik pisang merusak lingkungan	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Kurangnya bimbingan teknis dan pengawasan dari Dinas terkait	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Adanya pesaing	0,05	4	0,20	4	0,20	4	0,20
Total Bobot	1,000						
Jumlah Nilai Daya Tarik			6,55		6,25		6,02

Sumber : Lampiran 4,5,6,7

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil analisis data primer dengan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) terhadap pengembangan usaha keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan antara lain :

1. Perolehan nilai TAS pada alternatif strategi I adalah 6,55 yang berarti alternatif strategi yang harus dijalankan adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah. Perbaikan

sarana dan prasarana produksi, sumber daya manusia serta penanaman modal swasta yang didukung oleh pemerintah ditujukan untuk meningkatkan kuantitas serta kualitas dari produksi keripik pisang dan kualitas sumber daya manusia, yang keduanya merupakan hal terpenting dalam pengembangan usaha keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Pengembangan ini juga perlu adanya dukungan permodalan yang cukup kuat baik dengan adanya subsidi pemerintah maupun adanya perbankan yang membantu dalam permodalan serta partisipasi dari pemerintah sehingga pengembangan yang dilakukan dapat menyeluruh pada semua aspek (dari pengusaha kecil sampai pengusaha besar, sumberdaya alam, sumberdaya manusia). Perbaikan sarana dan prasarana produksi dapat dilakukan dengan penggunaan teknologi baru sehingga dapat mempermudah proses produksi. Sumber daya manusia perlu adanya berbagai pelatihan dan penyuluhan dalam melakukan proses produksi sehingga tercapai sumber daya manusia yang berkualitas yang akan berpengaruh terhadap cara kerja mereka dalam melakukan proses produksi misalnya kebersihan dapat lebih diperhatikan, dengandemikian produk keripik pisang merupakan produk yang dapat diunggulkan.

2. Perolehan nilai TAS pada alternatif strategi II adalah 6,25 yang berarti alternatif strategi yang harus dijalankan adalah meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas keripik pisang serta efisiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi. Kualitas dan kuantitas produksi keripik pisang merupakan hal yang sangat penting bagi pengusaha keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan karena sangat berkaitan dengan kepercayaan pelanggan, jika pelanggan merasa tidak puas maka dengan mudah pelanggan tersebut berpindah ke produsen lain. Dengan demikian, perlu adanya strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produksi keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi keripik pisang tidak terlepas dari adanya efisiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi, hal ini antara lain sarana transportasi, pemasaran, produksi yang mendukung dalam produksi keripik pisang. Sarana dan prasarana produksi yang efisien adalah yang tepat guna sehingga dapat menekan biaya dan akan meningkatkan pendapatan pengusaha keripik pisang.
3. Perolehan nilai TAS pada alternatif strategi III adalah 6,02 yang berarti alternatif strategi yang harus dijalankan adalah meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing keripik pisang. Pengembangan usaha keripik pisang diperlukan perbaikan di dalam pelaku usaha tersebut yaitu pengusaha meliputi aspek teknis usaha maupun juga aspek moral dan spiritual yang menyangkut pada masalah kepribadian dan mental dari pengusaha yang merupakan masyarakat desa supaya lebih berkembang secara modern mengenai bisnis tetapi masih dalam batas aturan dan norma yang ada, untuk meningkatkan sumber daya pengusaha diperlukan media yang praktis dan efektif dari pengusaha, baik melalui interaksi langsung seperti pertemuan rutin juga tidak langsung seperti pemberian buletin atau media komunikasi lain yang menarik yang mencakup pengetahuan teknis, moral dan spiritual agar pengusaha lebih kebal, tanggap dan kritis terhadap masalah perkembangan teknis usaha, sosial dan ekonomi yang terjadi di masyarakat melalui training motivation dan peningkatan kajian pustaka. Serta mengadakan lomba pengusaha keripik supaya bisa menjadi contoh pengusaha keripik

lain dan tertantang untuk menjadi pengusaha keripik yang lebih berkualitas. Dengan demikian, diharapkan pengusaha lebih kreatif dan inovatif terhadap permasalahan dan peluang keripik pisang untuk meningkatkan hasil produksinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Keripik pisang Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan industri rumah tangga keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah kualitas dari keripik pisang, kontinuitas, usaha mudah dan resiko kecil, saprodi mudah didapat, potensi sumber daya alam yang dimiliki, modal kecil, kemampuan pengusaha terbatas, kondisi transportasi yang kurang mendukung, pengelolaan usaha kurang optimal, pengelolaan keuangan kurangbaik.
2. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan industri rumah tangga keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah hubungan yang dekat dengan stakeholder, kondisi lingkungan yang aman, perhatian pemerintah terhadap pengembangan keripik pisang, diversifikasi produk keripik pisang, perkembangan teknologi pengolahan pangan, kenaikan harga bahan baku, kesenjangan sosial, pembuangan limbah, kurangnya bimbingan teknis dan pengawasan dari Dinas terkait, dan adanyaroti dari daerah lain.
3. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah, meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas keripik pisang serta efisiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi, meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing keripik. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga keripik pisang di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan berdasarkan analisis matriks QSP adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hendro, 2011. Dasar-Dasar Kewirausahaan. Jakarta: Erlangga.
- [2] David, F R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep Konsep*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- [3] Pahlevi. 2018. Pengertian SWOT : Apa Itu SWOT ? dan Tujuan analisis SWOT. (online)(<https://www.pahlevi.net/pengertian-swot/>). Diakses 12 juni 2020)
- [4] Rachman, Arif. 2016. Pengembangan Usaha. (online). (<http://4rifrachman.blogspot.com/2016/11/>). Diakses 23 mei 2020)
- [5] Rangkuti, F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- [6] Seth, Shobhit. 2019. Business Development: The Basics. (online) (<https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/090815/basicsbusiness-development.asp> Diakses 13 juni 2020.)