

Strategi Pengembangan Usaha Keripik Kelompok Usaha Bersama I Di Desa Ogomatanang, Kabupaten Tolitoli

Mahdar^{1*}, Nurmalia¹, Yanti Sasmita¹, Fatmah¹

Program Studi Agrobisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Mujahidin Tolitoli, Indonesia
Jl. Dr. Samratulangi No. 51 Kel. Tuweley, Kab. Tolitoli, Sulawesi Tengah

*Email : darsilasa@gmail.com

ABSTRAK

Penentuan lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*). Dalam hal ini dipilih dan dilaksanakan pada Kelompok Usaha Bersama I dengan pertimbangan bahwa sejak tahun 2007 telah menjalankan usahanya secara berkelanjutan hingga saat ini, tempat dan informasinya mudah diakses, serta telah memiliki sertifikat halal. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2019 sampai dengan Januari 2020 dengan menggunakan metode analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Keripik Di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Bersama I). Data primer di kumpul dengan menggunakan metode survei dengan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai instansi terkait. Berdasarkan hasil penelitian bahwa untuk mengembangkan Kelompok Usaha Bersama I menerapkan strategi SO (*strength – opportunity*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yaitu: 1. Menjaga kualitas produk rasa yang beragam 2. Mempertahankan dan mengembangkan jaringan pemasaran.

Kata Kunci : Strategi , Kelompok Usaha Bersama I, Analisis SWOT

ABSTRACT

The research location was determined purposively. In this case, the Joint Business Group I was selected and carried out with the consideration that since 2007 it has been running its business in a sustainable manner to date, the place and information are easily accessible, and it has a halal certificate. The research was carried out from November 2019 to January 2020 using the SWOT analysis method. This study aims to determine the Chips Business Development Strategy in Ogomatanang Village, Lampasio District, Tolitoli Regency (Case Study in Joint Business Group I). Primary data was collected using a survey method with interviews, while secondary data was obtained from various related agencies. Based on the results of the research that to develop the Joint Business Group I apply the SO (*strength – opportunity*) strategy, namely by using strength to take advantage of opportunities, namely: 1. Maintaining the quality of various flavored products 2. Maintaining and developing marketing networks.

Keywords : Strategy, Joint Business Group I, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Mayoritas penduduk Indonesia adalah petani, yang menjadikannya negara agraris. Hal ini tentunya akan memberikan peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan sektor pertanian untuk memenuhi kebutuhan pangan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan keadaan gizi melalui penganekaragaman jenis makanan. Menurut Soekartawi (2005), industri pertanian berfungsi sebagai penyedia bahan baku dan industri pertanian sebagai penyedia nilai tambah dari hasil pertanian untuk menghasilkan produk yang kompetitif.

Pengembangan industri adalah usaha yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi bisnis yang tangguh dan mandiri. Upaya ini dilakukan dengan memberikan bantuan dan bimbingan (Hafsah, 2015).

Istilah "UMKM" sering disebutkan di media. Namun, tidak banyak orang yang tahu apakah peluang usaha UMKM adalah jenisnya. Istilah "usaha menengah", juga disebut "UM", mengacu pada usaha kecil dengan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 500.000.000,00 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. dan upaya yang dilakukan secara mandiri oleh individu atau individu. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. (Salmiah dan Siregar, 2015).

Dalam Perekonomian Nasional, Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran penting dan strategis. Besarnya jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terlibat dalam usaha ini dilihat dari jumlah UMKM nasional yang mencapai 62.922.617 unit sekitar 99,99% terdiri dari usaha mikro (UMI), usaha kecil (UK), dan usaha menengah (UM) (BPS Nasional 2018). Sementara itu di Sulawesi Tengah, jumlah UMKM telah mencapai 50.000 unit (BPS Sulawesi Tengah, 2018).

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli tahun 2018 industri makanan, minuman dan tembakau 34 unit. Salah satunya yaitu Usaha Bersama I merupakan industri rumah tangga yang ada di Kabupaten Tolitoli yang bergerak dalam bidang produksi makanan yaitu aneka keripik. Dengan perkembangan saat ini, banyak keripik dengan berbagai merek didistribusikan dari berbagai industri rumah tangga, yang menghasilkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, untuk mempengaruhi keberlangsungan bisnis aneka keripik dalam jangka panjang, perlu dibuat rencana untuk Usaha Bersama I. Agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, mereka harus memahami faktor internal dan eksternal dalam usahanya. Kualitas, harga, pengendalian biaya, strategi promosi dan pemasaran, kemampuan untuk mengatasi perubahan pasar, penggunaan teknologi terbaru, dan, yang paling penting, kemampuan untuk mengungguli pesaing. Usaha kecil dan menengah (UKM) juga sangat penting karena memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi sebuah negara (Rahmana dan Oktariana, 2012).

Jika diolah dengan benar dan dipasarkan dengan benar, berbagai olahan keripik aneka rasa memiliki peluang bisnis yang sangat besar. Selain itu, mereka akan menjadi pilihan makanan bagi masyarakat yang sering membeli keripik ini. Potensi pasar yang luas dan ketersediaan bahan baku yang melimpah menawarkan peluang bisnis untuk menghasilkan produk seperti pisang, nangka, sukun, dan ubi ungu dengan nilai tambah sekaligus meningkatkan pendapatan bagi petani dan pengelola industri.

Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli memiliki beberapa usaha yang memproduksi keripik, dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nama Usaha, Jenis Keripik dan Jumlah Produksi di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli pada tahun 2018

No	Nama Usaha	Jenis Keripik	Jumlah produksi
1.	Hidayat	9	6.115
2.	Usaha Bersama I	10	7.010

3.	Budidaya	3	2.400
	Jumlah		15.525
	Rata-Rata		5.175

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2018.

Dari tabel di atas dapat dilihat jenis usaha yang bergerak di bidang pertanian pengolahan hasil yaitu membuat aneka keripik salah satunya adalah kelompok Usaha Bersama I yang di kelolah oleh ibu Endang Sumiyati sejak tahun 2007 telah menjalankan usahanya secara berkelanjutan hingga saat ini dan menghasilkan sepuluh jenis olahan keripik. Selain itu, tempat dan informasinya mudah diakses, serta telah memiliki sertifikat halal. Usaha ini terletak di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli.

Tabel 2. Jenis Keripik, dan Jumlah Produksi Keripik pada Kelompok Usaha Bersama I di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli pada tahun 2018

No	Jenis Keripik	Jumlah Produksi / Kg
1.	Pisang Manis	1.800
2.	Pisang Gula Aren	360
3.	Pisang Balado	360
4.	Stik Pisang Balado	600
5.	Emping Biasa	900
6.	Emping Gula Aren	950
7.	Pisang Sale	600
8.	Nangka	600
9.	Sukun	540
10.	Ubi Ungu	300
	Jumlah	7.010
	Ratna-Rata	701

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2018.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa ada beberapa keripik yang produksinya masih kurang hal ini terjadi karena beberapa faktor yang mempengaruhi seperti permintaan terhadap produk yang masih kurang. Hal ini menyebabkan kelompok Usaha Bersama I ini tidak memproduksi keripik setiap hari sedangkan sumber bahan baku yang tersedia masih cukup banyak, sehingga memerlukan strategi pengembangan untuk usahanya. Dalam menganalisis strategi pengembangan usaha membutuhkan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk dapat meningkatkan produksi dan menetapkan strategi bersaing yang tepat. Bisnis dapat mengidentifikasi kekuatan dan peluang dalam strategi persaingan serta menghindari dan mengatasi ancaman dan kelemahan melalui analisis lingkungan. Akibatnya, strategi alternatif diperlukan untuk meningkatkan produksi dan permintaan produk yang menguntungkan.

METODE

Menurut Sugiyono (2004), responden termasuk dalam populasi dalam hal jumlah dan karakteristiknya. Secara sengaja (purposive), responden yang dipilih adalah ibu Endang Sumiyati, pengelola dan pimpinan

Kelompok Usaha Bersama I. 1. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari lapangan melalui observasi, koesioner, dan wawancara dengan pihak terkait mengenai faktor-faktor internal dan eksternal usaha keripik Kelompok Usaha Bersama I. 2. Data sekunder adalah dokumen, literatur, atau jurnal online. Untuk mendapatkan data dan informasi yang jelas, akurat, dan dapat dipertanggung jawabkan, penelitian menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Fokus Grup Diskusi (FGD), wawancara, dan observasi adalah metode pengumpulan data yang dimaksud. Analisis SWOT menentukan faktor eksternal dan internal, yang keduanya dipertimbangkan dalam analisis. Dengan demikian, analisis SWOT membandingkan faktor eksternal dan internal. Untuk lebih jelasnya langkah-langka dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut 1. Mengidentifikasi faktor-faktor penting dalam lingkungan internal, yaitu faktor kekuatan dan kelemahan. 2. Mengidentifikasi faktor-faktor penting dalam lingkungan eksternal, yaitu faktor peluang dan ancaman. 3. Meyusun faktor-faktor penting dalam poin 1 dan 2 dalam urutan “ sangat penting” sampai dengan “tidak penting”. 4. Membuat matriks swot untuk menemukan 4 faktor alternative strategi, yakni Strategi S – O, Strategi S – T, Strategi W – O, Strategi W – T

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths	Weaknesses
Opportunities	Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) yang ada.	Strategi WO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan (W) yang ada.
Threats	Strategi ST: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman (T).	Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T).

Gambar: 4 Matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Umur Responden

Berdasarkan hasil wawancara umur ibu Endang Sumiyati yaitu 46 tahun, melihat kondisi tersebut umur responden tergolong dalam usia produktif karena masih memiliki potensi cukup besar untuk memaksimalkan produksi dan mengembangkan usahanya.

Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan responden ibu Endang Sumiyati sekaligus pimpinan pada Kelompok Usaha Bersama I di desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli yaitu dengan tingkat pendidikan terendah SD/Sederajat.

Analisis SWOT Sebagai Pengembangan Strategi

Dengan bantuan Kelompok Usaha Bersama I menggunakan analisis SWOT untuk menentukan faktor internal dan eksternal yang berperan dalam pembuatan strategi pengembangan bisnis keripik. Penelitian ini akan memeriksa faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari lingkungan itu sendiri dan dapat dikendalikan oleh perusahaan, sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang tidak dapat dikendalikan atau dijangkau oleh perusahaan. Analisis ini didasarkan pada pemikiran yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dan meminimalkan ancaman (threats). Di Desa Ogomatanang, Kecamatan Lampasio, Kabupaten Tolitoli, kemudian dapat diputuskan rencana pengembangan apa yang akan digunakan oleh Kelompok Usaha Bersama I.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Kekuatan

1. Tersedianya SDM

Berdasarkan hasil penelitian tersedianya sumber daya manusia merupakan kekuatan yang ada di kelompok usaha bersama I sudah cukup tersedia dalam proses produksi keripik.

2. Tempat Usaha Yang Strategis

Kelompok usaha bersama I memiliki letak yang cukup strategis karena tempat usaha dekat dari jalan trans Sulawesi dan dekat dengan bahan baku.

3. Produk Banyak Memiliki Varian Rasa

Kelompok usaha bersama I memproduksi keripik dengan beragam varian rasa. Ini menjadi kekuatan bagi kelompok usaha bersama I.

4. Harga Produk Terjangkau

Salah satu yang menjadi kekuatan kelompok usaha bersama I yaitu harga produk yang terjangkau, karena konsumen selain mencari kualitas yang baik juga mencari harga yang cukup terjangkau sehingga menarik minat konsumen.

5. Memiliki Sertifikat Halal

Salah satu yang menjadi kekuatan kelompok usaha bersama I dengan adanya sertifikat halal yang dimana keripik yang diproduksi sudah terjamin aman di konsumsi bagi konsumen.

Kelemahan

1. Proses produksi tidak setiap hari

Salah satu kelemahan dari kelompok Usaha bersama I yaitu tidak melakukan proses produksi setiap hari karena stok produk masih tersedia.

2. Modal masih terbatas

Kelompok usaha bersama I belum mampu membukan cabang-cabang usaha baru untuk memperluas jaringan pemasaran karena masih terbatasnya modal usaha.

3. Kemasan produk belum menarik

Berdasarkan hasil penelitian kemasan yang di gunakan oleh kelompok usaha bersama I belum memiliki tampilan yang menarik,

sehingga mengurangi minat konsumen.

4. Tidak memiliki pembukuan yang lengkap

Kelompok usaha bersama I tidak melakukan pencatatan secara akuntansi terhadap pengelolaan keuangannya. Manajemen keuangan dari usaha ini belum tertata dengan baik, sehingga keuangan usaha keripik dengan keuangan rumah tangga pemilik tidak dapat di bedakan.

5. Tidak Adanya Pencantuman Tanggal Kadaluarsa

Berdasarkan hasil penelitian pada kelompok usaha bersama I kemasan produk tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa sehingga konsumen tidak mengetahui masa kadaluarsa produk tersebut sehingga harus lebih teliti dalam pembelian produk.

Peluang

1. Tersedianya Bahan Baku

Salah satu yang menjadi peluang dari kelompok usaha bersama I yaitu tersedianya bahan baku karena bahan baku dasar dari produk tersebut mudah di temukan.

2. Adanya Program Pemerintah

Dukungan pemerintah dalam mengembangkan kelompok usaha bersama I menjadi peluang untuk mendapatkan fasilitas baik berupa alat produksi maupun fasilitas kemudahan dalam hal perizinan, sertifikat produksi dan bimbingan serta pelatihan.

3. Akses Permodalan Yang Semakin Mudah

Kelompok usaha bersama I dapat dengan mudah mendapatkan modal usaha dengan bekerja sama dengan pihak per bank. Kredit yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga keuangan untuk usaha kecil menengah juga memberi peluang kepada kelompok usaha bersama I untuk meningkatkan modal kerja mereka. Untuk mengembangkan bisnis mereka, pengusaha industri kecil sering menghadapi masalah modal kerja. Untuk mengatasi masalah ini, Bank BRI menyediakan KUR untuk perusahaan kecil. Selain itu, undang-undang Nomor 10 tahun 1998, yang memberikan ruang untuk pembiayaan syariah bagi bank umum, serta berbagai jenis kredit untuk usaha kecil KUK, diberikan oleh pemerintah. Akibatnya, banyak bank umum yang mendirikan divisi syariah dengan tujuan memperluas layanan mereka kepada segmen yang tidak dapat diakses dengan cara lain.

4. Kemajuan Teknologi

Dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi yang canggih sekarang menjadi peluang bagi kelompok usaha bersama I untuk memperluas jaringan pemasaran misalnya dengan menjual produk melalui pasar digital. Misalnya penjualan melalui sosial media.

5. Akses Pasar Yang Mudah

Salah satu peluang kelompok usaha bersama I dengan adanya akses pasar yang mudah di dapatkan yaitu tersedianya tempat penitipan produk seperti swayalan, rumah makan dan otlain. Sehingga mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk tersebut.

Ancaman

1. **Persaingan Usaha Sejenis**
Adanya pesaing usaha sejenis menjadi ancaman bagi kelompok usaha bersama I dalam memasarkan produknya, dengan menawarkan cita rasa yang berbeda dari kelompok usaha bersama I perusahaan sejenis dapat menjasi pesaing yang kuat untuk merebut pasar.
2. **Masuknya Produk Sejenis Dari Luar Daerah**
Adanya produk sejenis dari luar daerah menjadi ancaman bagi kelompok usaha bersama I dalam memasarkan produk.
3. **Fluktuasi Harga Bahan Pendukung**
Keadaan ekonomi yang tidak stabil menyebabkan naik turunnya harga bahan pendukung khususnya pada usaha ini yang akan mempengaruhi biaya produksi yang pada sebenarnya berpengaruh terhadap pendapatan kelompok usaha bersama I.
4. **Tingkat kepercayaan konsumen akan kualitas**
Salah satu yang menjadi ancaman yaitu tingkat kepercayaan dari konsumen terhadap kualitas produk karena adanya pesaing usaha sejenis yang kualitas produknya melebihi kualitas dari kelompok usaha bersama I.
5. **Meningkatnya pemasaran produk sejenis dengan menggunakan sistem pemasaran online.**
Salah satu ancaman dari kelompok usaha bersama I yaitu meningkatnya pemasaran produk sejenis dengan menggunakan sistem pemasaran online sehingga mengurangi konsumen dari kelompok usaha bersama I.

Penentuan Reting dan Bobot Pada Faktor Internal Dan Eksternal

Reting adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (satu tahun kedepan). Nilai reteng untuk variabel kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Setelah menentukan rating, selanjutnya menentukan bobot. Penentuan bobot dilakukan dengan menentukan tingkat kepentingan dengan skala 1,2,3, dan 4 (1 = tidak berpengaruh, 2 = berpengaruh, 3 =cukup berpengaruh, dan 4 =sangat berpengaruh) (Rangkuti, 2006)

Strategi pengembangan usaha keripik pada kelompok usaha bersama I di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli, berdasarkan penentuan faktor internal dan eksternal terdapat 10 faktor internal yang terdiri dari dari kekuatan dan kelemahan dan 10 faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang diberikan bobot sesuai dengan hasil yang di berikan oleh pemilik usaha. Bobot yang diperoleh adalah nilai yang sangat berpengaruh terhadap hasil analisis yang akan di lakukan. Jika diperoleh bobot yang tidak sesuai, maka hasil analisis yang diperoleh pun tidak akan sesuai dengan kondisi yang dialami oleh kelompok usaha bersama I di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli.

Tabel 5. Matriks IFAS Strategi Pengembangan Kelompok Usaha Bersama I Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli.

No	Faktor internal	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan					
1	Tersedianya SDM	3	0.18	3	0.54
2	Tempat usaha yang strategis	4	0.24	4	0.96
3	Produk banyak memiliki varian rasa	3	0.18	4	0.72
4	Harga produk terjangkau	3	0.18	3	0.54
5	Memiliki sertifikat halal	4	0.24	4	0.96
Sub total		17	1.00	18	3.72
Kelemahan					
1	Proses produksi tidak setiap hari	3	0.16	3	0.57
2	Modal masih terbatas	3	0.16	3	0.57
3	Kemasan produk belum menarik	3	0.16	4	0.57
4	Belum memiliki pembukuan yang lengkap	3	0.16	3	0.67
5	Tidak ada pencantuman tanggal kadaluarsa pada produk	4	0.25	4	1.00
Sub total		16	1.00	17	3.47

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai masing-masing faktor internal yang diperoleh dari hasil pengalihan antara bobot dan rating, dengan nilai total kekuatan 3.72 sedangkan total nilai kelemahan adalah 3.47 Total nilai yang diperoleh masing-masing faktor menggambarkan bahwa kekuatan kelompok usaha bersama I di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio kabupaten Tolitoli lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya. Setelah memperoleh total nilai Matriks IFAS strategi pengembangan kelompok usaha bersama I, maka langkah selanjutnya adalah Matriks EFAS yang berfungsi sama dengan Matriks IFAS yaitu menentukan total nilai faktor peluang dan ancaman kelompok usaha bersama I. Matriks IFAS dan EFAS saling berpengaruh antara satu dan lainnya karena nilai yang diperoleh dari hasil Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan posisi kelompok usaha bersama I di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli saat ini dan jenis strategi yang akan dilakukan, dengan menggunakan matriks IFAS – EFAS atau internal – eksternal.

Table 6.Matrik EFAS Strategi Pengembangan Kelompok Usaha Bersama I Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli.

No	Faktor eksternal	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Peluang					
1	Tersedianya bahan baku	4	0.22	4	0.88
2	Adanya program pemerintah	4	0.22	4	0.88
3	Akses permodalan yang semakin mudah	3	0.17	3	0.51
4	Kemajuan teknologi	4	0.22	4	0.88
5	Akses pasar yang mudah	3	0.17	3	0.51
Sub total		18	1.00	18	3.66
Ancaman					
1	Pesaing usaha sejenis	4	0.26	4	1.04
2	Masuknya produk sejenis dari luar daerah	3	0.20	4	0.80
3	Fluktuasi harga bahan	2	0.13	3	0.39

4	pendukung Tingkat kepercayaan konsumen akan kualitas	3	0.20	3	0.60
5	Meningkatnya pemasaran produk secara online	3	0.20	3	0.60
Sub total		15	1.00	17	3.43

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai masing-masing faktor eksternal yang diperoleh dari hasil pengalihan antara bobot dan rating, dengan nilai total peluang 3.66 sedangkan total nilai ancaman adalah 3.43. Total nilai yang diperoleh masing-masing faktor menggambarkan bahwa peluang kelompok usaha bersama I di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli lebih besar dibandingkan dengan ancamannya.

Analisis SWOT

Setelah melakukan analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS). Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis strategi alternatif yang akan dipilih dalam Strategi Pengembangan kelompok usaha bersama I Di Desa Ogomatanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli yang digolongkan kedalam faktor Internal (kekuatan dan kelmahan) dan faktor Eksternal (peluang dan ancaman) yang dikaitkan secara langsung dapat dilihat pada tabel matriks SWOT.

Table 7. Matriks SWOT

IFAS	KEKUATAN (S) 1. Tersedianya SDM 2. Tempat usaha yang strategis 3. Produk banyak memiliki varian rasa 4. Harga produk terjangkau 5. Memiliki sertifikat halal	KELEMAHAN (W) 1. Proses produksi tidak setiap hari 2. Modal masih terbatas 3. Kemasan produk belum menarik 4. Belum memiliki pembukuan yang lengkap 5. Tidak ada pencantuman tanggal kadaluarsa pada produk
EFAS	STRATEGI S – O 1. Menjaga kualitas produk rasa yang beragam dengan di dukung adanya program pemerintah (S1,S3,S5,O1,O2,O3,O4) 2. Mempertahankan dan mengembangkan jaringan pemasaran yang didukung dengan tempat usaha yang strategis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi (S2,S3,S4,O4,O5)	STRATEGI W – O 1. Kebijakan pemerintah dalam pembinaan dan pelatihan (W2,W4,O2,O3,O4) 2. Memperbaiki manajemen usaha pengolahan dengan menambah modal usaha untuk meningkatkan produksi dan memperbaiki kemasan guna memenuhi kebutuhan pasar (W1,W2,W3,W4,W5,O1,O2,O3,O4,O5)
PELUANG (O) 1. Tersedianya bahan baku 2. Adanya program pemerintah 3. Akses permodalan yang semakin mudah 4. Kemajuan teknologi 5. Akses pasar yang mudah		

ANCAMAN (T)	STRATEGI S – T	STRATEGI W – T
1. Pesaing usaha sejenis	1. Mengembangkan produk dengan memanfaatkan SDM yang tersedia untuk mengatasi masuknya produk sejenis dari luar daerah (S1,S3,T2,T4)	1. Meningkatkan manajemen usaha produksi guna menghasilkan produk yang baik guna mengatasi pesaing usaha sejenis (W2,W3,W5,T1,T2,,T4)
2. Masuknya produk sejenis dari luar daerah	2. Meningkatkan kualitas produk yang banyak memiliki varian rasa dengan jaminan adanya sertifikat halal guna meningkatkan kepercayaan konsumen (S4,S5,T2,T4)	2. Memperbaiki manajemen produk agar lebih menarik guna meningkatkan pemasaran secara online (W3,W5,T1,T4)
3. Fluktuasi harga bahan pendukung		
4. Tingkat kepercayaan konsumen akan kualitas		
5. Meningkatnya sistem pemasaran produk secara online		

Sumber: Data Primer Setelah Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa matriks SWOT memberikan 4 set kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi S – O, Strategi W – O, STRATEGI S – T, strategi W – T. yang menghasilkan beberapa stratgi alternatif yang dapat dipertimbangkan dalam melakukan Strategi Pengembangan Kelompok Usaha Bersama I di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli.

Strategi S – O

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

- a. Menjaga kualitas produk rasa yang beragam pada kelompok usaha bersama I untuk meraih peluang dukungan pemerintah untuk menjadikan produk ini sebagai *income* Kabupaten Tolitoli dalam bidang *home industry*
- b. Mempertahankan dan mengembangkan jaringan pemasaran yang didukung dengan tempat kelompok usaha bersama I yang sangat strategis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dalam pemasaran.

Strategi W – O

Srategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan

- a. Kebijakan pemerintah dalam pembinaan dan pelatihan dapat membantu kelompok usaha bersama I dalam meminimalisir kelemahan tidak adanya pencatatan untuk meraih peluang kemajuan teknologi dan informasi
- b. Memperbaiki manajemen usahapengolahan dengan menambah modal kelompok usaha bersama I untuk meningkatkan produksi dan memperbaiki kemasan guna memenuhi kebutuhan pasar dan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Strategi S – T

Strategi Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman

- a. Mengembangkan produk kelompok usaha bersama I untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang tersedia dan tetap memberikan harga yang

terjangkau guna mengatasi ancaman masuknya produk sejenis dari luar daerah.

- b. Meningkatkan kualitas produk kelompok usaha bersama I yang banyak memiliki varian rasa dengan adanya jaminan halal bagi masyarakat muslim guna meningkatkan kepercayaan konsumen.

Starategi W – T

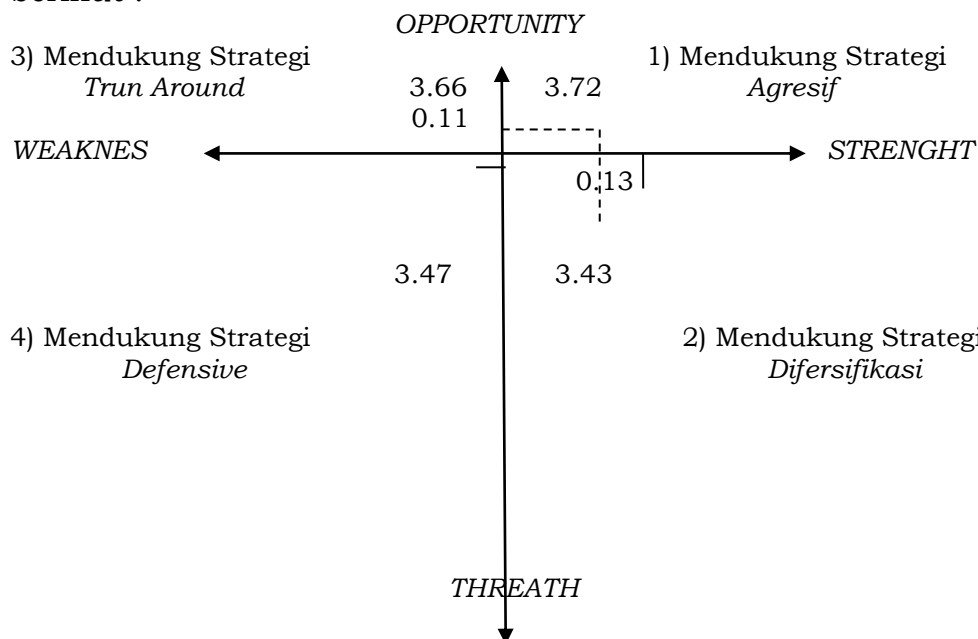
Strategi didasarkan pada meminimalisir kelemahan dan berusaha menghindari ancaman

- a. Meningkatkan manajemen usaha produksi kelompok usaha bersama I dengan mencantumkan tanggal kadaluarsa pada produk untuk lebih meningkatkan kepercayaan konsumen.
- b. Memperbaiki manajemen produk kelompok usaha bersama I agar lebih menarik dengan menginovasi kemasan guna meningkatkan pemasaran secara online.

Berdasarkan pada matriks internal dan eksternal serta matriks SWOT maka dapat direkomendasikan solusi alternatif untuk pengembangan Kelompok Usaha Bersama I Di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli strategi pengembangan usaha dalam bidang menjaga kualitas dan rasa produk yang beragam, dan Mempertahankan dan mengembangkan jaringan pemasaran.

Matriks Penentuan Penerapan Strategi

Berdasarkan analisis faktor-faktor menggunakan analisis SWOT telah diperoleh tujuan strategi pengembangan dasar yang akan digunakan pada kelompok usaha bersama I, namun untuk menentukan strategi yang paling layak diterapkan dalam pengembangan kelompok usaha bersama I di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio kabupaten Tolitoli yang akan disarankan kepada pemilik usaha keripik dapat di lihat pada gambar berikut :



Gambar 6. Analisis SWOT Kelompok Usaha Bersama I Di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli

Menunjukkan bahwa terdapat empat posisi strategi, pertama *strenght-opportunity* (SO) Strategi yang digunakan adalah “*agresif*” yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, kedua *strengh-treath* (ST). Strategi yang digunakan adalah “*diversifikasi*” yaitu menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman, ketiga *Weakness-Opportunity* (WO) strategi yang digunakan adalah “*turn around*” yaitu menggunakan kekuatan untuk meminimalisir kelemahan, keempat strategi *treath-weaknes* (TW) strategi yang digunakan adalah “*devensif*” yaitu meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancama. Dari ke empat posisi strategi ini, Kelompok Usaha Bersama I di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli. Berada pada posisi pertama dengan jumlah kekuatan 3.72, kelemahan 3.47, peluang 3.66, dan ancaman 3.43. Dan untuk mendapatkan posisi Kelompok Usaha Bersama I di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Dik : Sumbuh X} &= \frac{S-W}{2} \\ &= \frac{3.72-3.47}{2} \\ &= 0.13 \\ \text{Sumbuh Y} &= \frac{O-P}{2} \\ &= \frac{3.66-3.43}{2} \\ &= 0.11 \end{aligned}$$

Ket: Sumbuh X = Garis yang horizontal pada diagram analisis SWOT
 Sumbuh Y = Garis yang vertikal pada diagram analisis SWOT

Maka dari hasil analisis diatas didapatkan hasil sumbuh X =0.13 dan sumbuh Y=0.11 yang artinya posisi Kelompok Usaha Bersama I berada pada kuadran 1 maka strategi yang paling layak diterapkan pada Kelompok Usaha Bersama I di Desa Ogomanang Kabupaten Tolitoli adalah strategi “SO” yaitu *strenght* dan *Opportunity* merupakan strategi *agresif* dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang karena jumlah bobot kekuatan dan ancaman yang besar.

Rencana Tindak Lanjut Pada Strategi Analisis Swot Kelompok Usaha Bersama I terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rencana Tindak lanjut Kelompok Usaha Bersama I Didesa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli.

No	Indikator	Kegiatan
1	Tempat usaha yang strategis	- Mendesain tempat usaha agar lebih menarik - Memasang spanduk atau papan nama usaha
2	Produksi banyak memiliki varian rasa	- Selalu melakukan inovasi kekinian - Menambah varian rasa seperti rasa coklat, keju, jagung bakar, sapi panggang dll
3	Memiliki sertifikat halal	- Memasang spanduk yang memberikan informasi bahwa produk tersebut bersertifikat halal
4	Tersedianya bahan baku	- Meningkatkan produksi - Memperluas jaringan pemasaran dengan menitipkan hasil produksi ke otlait-otlait

- | | | | |
|---|---------------------------|---|---|
| 5 | Adanya program pemerintah | - | Mengikuti pelatihan seperti pengembangan produk dan standar mutu produk, kemasan produk, inovasi produk, dan pemasaran produk.
- Meminjam modal untuk pengembangan usaha kepada dana KUR melalui bank BRI, Mandiri dan bank BUMN lainnya |
| 6 | Kemajuan teknologi | - | Membuka akses pemasaran melalui media sosial seperti, facebook, istagram,whatsapp, dan media sosial lainnya |
-

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa Strategi Pengembangan Kelompok Usaha Bersama I Di Desa Ogomanang Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli yaitu mendukung strategi agresif atau SO (*strength – opportunity*) dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli. 2018. *Kabupaten Tolitoli Dalam Angka. Tolitoli*
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah. 2018. *Palu Dalam Angka Palu*
- Badan Pusat Statistik Nasional Indonesia. 2018. *Jakarta Dalam Angka Jakarta*
- David. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Denzig. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Remaja Rosdakarya* : Bandung
- Erly Suandy. 2005. Strategi Pengembangan Agribisnis Dan Agroindustri Sub Sektor Tanaman Pangan Di Kabupaten Situbondo: fakultas pertanian universitas jember. *Jurnal Pertanian Vol.5 No.3*
- Hafsah. 2015. *Studi Kelayakan Pembangunan Pabrik Tepung Tapioka*. PT. Horison Agro Industri Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung. *Skripsi*. Bandar Lampung
- Hamel dan Prahalad. 2013. *Pengembangan Budidaya Kacang Tanah dan Pendapatan Petani*. ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/article/.../134.30/07/2018
- Husein Umar. 2006. *Strategi Pengembangan Agribisnis di Kawasan Agropolitan Kabupaten Magelang*. Universitas di Ponegoro. Semarang
- Jaunch dan Glueck. 2012. *Strategi Pengembangan Komoditi Pertanian di Bojonegoro*
- Kotler dan Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lestari. 2015. *Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Keripik Bonggol Pisang Di IKM Al Barik Bantul*. Universitas Gadjah Mada. *Skripsi*. Yogyakarta
- Marinih. 2005. *Pengaruh Kadar Air Terhadap Tekstur dan Warna Keripik Pisang Kepok (Musa parasidiaca formatypica)*. Universitas Hassanudin. *Skripsi*. Makassar
- Noor dan Idrus. 2009. Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Hambatan Terhadap Keikutsertaan Program Kemitraan dan Kesejahteraan UKM Di Provinsi Jambi. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan manajemen (JABM) 4 (3) : 10-25*
- Neneng dan Siregar. 2015. Analisis Penerapan Akuntansi Pada Umkm Di Kecamatan Sukajadi Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi. 3 (2),*

212 – 226.

- Putri. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri “Flamboyan” Di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis* 10 (3) : 30 – 38
- Rangkuti. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar. 2010. *Deskriptif penelitian*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Subagyo. 2008. *Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Keripik Bonggol Pisang Di ikm Al Barik Bantul*. Universitas Gadjah Mada. *Skripsi*. Yogyakarta
- Soekartawi. 2005. Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Terasi (Studi Kasus DiDesa Plosobuden, Deket, Lamongan). *Agriekonomika*1(2): 135-148
- Sugiyono. 2004. *Metode penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sukristono. 2011. *Manajemen Strategis*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Umar. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan, Seri Desain Penelitian Bisnis – No 1*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Yunanda, M. 2009. *Manajemen Usaha Pertanian*. Jakarta : Rineka Cipta