



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG DI DESA LARANGAN SLAMPAR KECAMATAN TLANAKAN KABUPATEN PAMEKASAN

BANANA CHIPS BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN THE VILLAGE OF LARARAN SLAMPAR, TLANAKAN SUB- DISTRICT PAMEKASAN DISTRICT

Ali Sa'wan¹, Sustiyana², Yanti Nurmalasari³

(1) Universitas Islam Madura, Bettet Pamekasan, alisakwan98@gmail.com

(2) Universitas Islam Madura, Bettet Pamekasan, sustiyana.nirbana@gmail.com

(1) Universitas Islam Madura, Bettet Pamekasan, yantinurmalsari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha keripik pisang di Desa Larangan Slampar yang paling tepat sehingga mampu menghadapi persaingan. Menggunakan analisis SWOT dengan Matriks IFAS dan EFAS dapat diidentifikasi faktor-faktor penting baik dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha keripik pisang. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Desa Larangan Slampar Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan. Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan keripik pisang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan ini menandakan keadaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada. Strategi ini dipilih karena hasil perhitungan berada pada kuadran I (satu) dimana total skor kekuatan+kelemahan sebesar 2,27, sedangkan total skor peluang+ancaman sebesar 2,39. Posisi pada kuadran ini sangat menguntungkan perusahaan dapat mempertahankan produk keripik pisang dengan kualitas dan harga yang sama serta memperluas pasar.

Kata kunci : **keripik pisang, strategi pengembangan, SWOT.**

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the development strategy of banana chips in Larangan Slampar Village is the most appropriate so that it is able to face the competition. Using SWOT analysis with IFAS and EFAS Matrix, it is possible to identify important factors from both the external and internal environment which are the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the banana chips. The location of the research was carried out purposively in Larangan Slampar Village, Tlanakan District, Pamekasan Regency. The analytical method used is the SWOT analysis method. SWOT analysis is the systematic identification of various factors to formulate the Banana Chips Development strategy. The results of the study indicate that a growth strategy this strategy indicates a strong agro-industry condition and is able to continue to develop by taking the opportunities or opportunities that exist. This strategy was chosen because the calculation results are in quadrant I (one) where the total score of strengths and weaknesses is 2,27, while the total score of opportunities and threats is 2,39. The

position in this quadrant is very profitable could maintain product banana chips with quality and price the same one and expand market.

Keywords: *banana crackers, development strategy, SWOT.*

PENDAHULUAN

Salah satu upaya untuk memberdayakan potensi ekonomi masyarakat serta membangun sebuah masyarakat yang mandiri adalah melahirkan sebanyak-banyaknya wirausahawan. Kewirausahaan pada dasarnya adalah kemandirian, terutama kemandirian dalam ekonomi dan kemandirian adalah keberdayaan. Dalam menanggulangi kemiskinan dan pengangguran sangat diperlukan semangat untuk berwirausaha. Tumbuhnya wirausahawan baru yang kreatif dan inovatif memunculkan banyaknya pelaku bisnis baru dan hal ini mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Alma, 2013).

Menurut Supriyanto (2006) usaha kecil dan informal (usaha yang tidak berbadan hukum atau belum memiliki izin usaha) merupakan sektor usaha yang telah terbukti berperan strategis atau penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia di tahun 1997. UMKM sebagai wakil dari pemerintah memiliki peran penting dalam mendorong antusias untuk menjadi pelaku bisnis (wirausaha) yaitu salah satunya memotivasi atau mengubah *mindset* yang dilakukan oleh pelaku usaha yang sukses. Memperkenalkan kewirausahaan dengan cara pendidikan dan latihan, peninjauan ke tempat usaha, dan praktik usaha membuat *action plan*. Jika semangat dan jiwa kewirausahaan sudah tertanam di hati masyarakat hal ini jelas lebih memperkuat dorongan masyarakat untuk menjadi pengusaha yang mandiri.

Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Dalam rangka pengembangan usaha kecil dan industri rumah tangga, telah banyak dilakukan upaya pembinaan dan pemberdayaannya, baik oleh pemerintah maupun swasta. Hanya saja, upaya pembinaan usaha kecil sering tumpang-tindih dengan program penanggulangan kemiskinan (Jatmiko, 2005).

Menurut Soleh (2003) pengembangan industri pengolahan pangandidukung oleh sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal maupun impor. Saat ini Indonesia memiliki banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal maupun impor dan diolah secara tradisional. Jumlah dan jenis produk pangan menjadi semakin beragam dengan berkembangnya produk lokal. Pisang adalah nama umum yang di berikan pada tumbuhan tera raksasa berdaun besar memanjang dari suku *Musaceae*.

Pisang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan, baik diolah menjadi makanan pokok seperti roti, kue, bubur atau makanan ringan seperti keripik. Rasa pisang yang khas membuat banyak orang yang menyukainya, bahkan hingga kini ada banyak sekali jenis makanan yang berbeda namun terbuat dari pisang. Dan salah satu makanan berbahan pisang yang paling banyak diminati di Desa Larangan Slampar adalah keripik pisang. Keripik pisang banyak diminati oleh berbagai kalangan, baik remaja hingga yang tua. Oleh karena itu, usaha keripik pisang ini sangat bagus sekali untuk dijalankan.

Desa Larangan Slampar adalah salah satu desa yang masyarakatnya pembuat keripik pisang. Namun, masih belum ada pengembangan dari keripik pisang tersebut. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu terhadap perkembangan usaha keripik pisang di Desa Larangan Slampar. Kelebihan keripik pisang di Desa Larangan Slampar Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan adalah harganya lebih murah, gurih, dan juga mempunyai ciri khas tersendiri.

Adapun kekurangannya adalah bentuk pengemasan tidak terlalu menarik atau masih manual dan masih belum ada labelnya serta tidak ada pengembangan dalam varian rasa. Maka dari itu masih banyak lagi yang perlu dikembangkan dalam produksi keripik pisang di Desa Larangan Slampar.

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Lokasi

Objek dalam penelitian ini yaitu *home industry* keripik pisang di Desa Larangan Slampar Kabupaten Pamekasan. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan dasar pertimbangan bahwa di Desa Larangan Slampar ada *home industry* keripik pisang yang perlu dikembangkan.

Metode Penentuan Sampel

Home industri yang ada di Desa Larangan Slampar yang bergerak di bidang keripik pisang sebanyak 10 usaha. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode sensus dimana semua populasi sebanyak 10 usaha tersebut dijadikan sebagai sampel. Dan yang dijadikan responden adalah pemilik usaha tersebut. Sehingga jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 10 orang.

Metode sensus adalah cara pengumpulan data apabila seluruh elemen populasi diselidiki satu persatu. Dalam menentukan sampel di perlukan suatu metode pengumpulan pengambilan sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal.

Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data dalam penelitian ini di peroleh dengan menggunakan dua teknik yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau pihak yang terkait mengenai permasalahan yang akan diteliti, dengan cara menggunakan kuisisioner yang dibagikan pada responden yang berisi daftar pertanyaan yang berhubungan dengan judul penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk selanjutnya diolah.

2. Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pustaka, penelitian terdahulu, dan lembaga atau instansi terkait yang digunakan sebagai data pelengkap dan pendukung dari hasil di lapang atau data primer. Data ini dapat berupa data atau dokumen yang berasal dari buku, internet, instansi terkait, surat kabar, penelitian terdahulu yang terkait dengan bahan penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Maka langkah yang harus kita lakukan yaitu menganalisis terlebih dahulu data-data yang di peroleh dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dari perusahaan. Yaitu

dengan menggunakan matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan yang di hadapi perusahaan. Matriks EFAS di gunakan untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari perusahaan.

AnalisisSWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Treaths*). Proses pengambilan keputusan strategi berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Hal itu disebut dengan analisis situasi model, yang paling populer untuk analisis ini adalah analisis SWOT (Fredy, 2003). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis dapat diambil suatu keputusan strategi suatu perusahaan. Membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi sebaiknya dilakukan setelah perusahaan mengetahui terlebih dahulu posisi perusahaan untuk kondisi sekarang berada pada kuadran sebelah mana sehingga strategi yang dipilih merupakan strategi yang tepat karena sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh perusahaan (Marimin, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wilayah Desa Larangan Slampar memiliki ketinggian tanah 35,0 m dari permukaan laut, rata-rata curah hujan sebesar 1112,4 mm pertahun, beriklim tropis dengan tingkat kelembapan udara 65% dan memiliki rata-rata suhu udara 24-32 C. Luas Desa Larangan Slampar adalah 517,00 Ha yang dapat dibagi berdasarkan penggunaannya.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), yaitu matrik yang dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan (David, 2011). Gabungan dari matrik IFE-EFE akan masuk dalam matrik IE untuk mengetahui posisi perusahaan.

Identifikasi Faktor-Faktor Strategi

Identifikasi faktor-faktor strategi diperoleh berdasar informasi yang diperoleh dari pengusaha keripik yang ada, selanjutnya didefinisikan menjadi beberapa faktor strategi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Identifikasi faktor-faktor internal dapat dilihat seperti pada Tabel 1. sebagai berikut

Tabel 1 Identifikasi Faktor-Faktor Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang di Desa Larangan Slampar

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI PENGEMBANGAN		
NO	FAKTOR INTERNAL	INDIKATOR
1	KEKUATAN	1. Produk keripik pisang lebih tahan lama tanpa pengawet 2. Saluran distribusi yang pendek 3. Pelanggan yang tetap 4. Konsumen dapat membeli dengan harga eceran
2	KELEMAHAN	1. Persaingan antara pengusaha 2. Mudah rusak dalam proses produksi (penjemuran) 3. Pengelolaan kurang higienis saat pembuatan produk 4. Tidak adanya keragaman produk / varian rasa yang lain
NO	FAKTOR EKSTERNAL	INDIKATOR
1	PELUANG	1. Dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi Keripik pisang 2. Dapat melakukan kerja sama antara pengusaha 3. Adanya kepercayaan dari konsumen dari segi kualitas yang bagus 4. Target pasar yang semakin luas
2	ANCAMAN	1. Ketatnya persaingan 2. Sulitnya bahan baku Ketika musim kemarau 3. Bertambah banyak produk inovatif yang dipasarkan

Sumber: Data primer diolah, 2021

Analisis Penentuan Alternatif Strategi

1. Internal Faktor Evaluation Matrix (Matriks IFE)

Matriks IFE membantu mengatur faktor-faktor strategis ke dalam kekuatan dan kelemahan. Matriks IFE menampilkan data kuantitatif dari bobot, rating, dan skor yang dibobotkan dari kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan Tabel 2. tersebut diketahui skor tertinggi pada faktor kekuatan adalah produk keripik pisang lebih tahan lama tanpa pengawet, skor sebesar 0,45. Skor terendah pada faktor kekuatan adalah konsumen dapat mengecer dengan harga terendah Rp 1000,- sebesar 0,2. Sedangkan pada faktor kelemahan, skor tertinggi adalah tidak adanya keragaman produk / varian rasa yang lain dengan skor 0,42 Skor terendah adalah mudah rusak dalam proses produksi (penjemuran) dengan skor 0,24.

Alternatif Strategi

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam pengembangan keripik pisang 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 keripik pisang. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T.

a. Strategi S-O

Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang

b. Strategi S-T

Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman.

c. Strategi W-O:

Strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

d. Strategi W-T:

Strategi yang bersifat defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 2 Faktor-faktor Internal UsahakeripikPisang di Desa Larangan Slampar

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Kekuatan			
1. Produk keripik pisang lebih tahan lama tanpa pengawet	0,14	3	0,42
2. Saluran distribusi yang pendek	0,11	2	0,22
3. Pelanggan yang tetap	0,11	2	0,22
4. Konsumen dapat membeli dengan harga eceran	0,10	2	0,2
Jumlah	0,46		1,06
Kelemahan			
1. Persaingan antara pengusaha	0,12	2	0,24
2. Mudah rusak dalam proses produksi (penjemuran)	0,11	2	0,22
3. Pengelolaan kurang higienis saat pembuatan produk	0,12	3	0,36
4. Tidak adanya keragaman produk /varian rasa yang lain	0,13	3	0,39
Jumlah	0,48		1,21
Total	0,94		
Kekuatan+Kelemahan			1,06+1,21 = 2,27

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 3 Matriks SWOT Pengembangan Keripik Pisang

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan/ Strength(S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Produk keripik pisang lebih tahan lama tanpa pengawet. 2) Saluran distribusi yang pendek 3) Pelanggan yang tetap 4) Konsumen dapat membeli dengan harga eceran 	<p>Kelemahan/Weakness(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Persaingan antara pengusaha 2) Mudah rusak dalam produksi (penjemuran) 3) Pengelolaan kurang higienis saat pembuatan produk 4) Tidak adanya keragaman produk/farian rasa yang lain
<p>Peluang/Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi keripik Pisang 2) Dapat melakukan kerja sama antara pengusaha 3) Adanya kepercayaan dari konsumen dari segi kualitas yang bagus 4) Target pasar yang semakin luas 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama antara pengusaha lain agar mempunyai target pasar yang luas (S1,O3,O4) 2. Memberikan bonus kepada konsumen kita dan harga yang lebih murah (S2,S3,S4) 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kebersihan setiap memproduksi keripik pisang agar kerja sama kita dengan pengusaha lain tetap baik supaya dapat menciptakan peluang bagi pengangguran (W3,O1,O2) 2. Membuat varian rasa yang baru dan memberikan label/merk pada produk kita (W1,O1,O3)
<p>Ancaman/Threats(T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ketatnya persaingan 2) Sulitnya bahan baku ketika musim kemarau 3) Bertambah banyak produksi inovatif yang dipasarkan Tidak ada kemasan yang menarik 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga stabilitas produk kita agar tidak cepat rusak dan agar dapat bersaing dengan produk yang lain (S2,T1) 2. Menyediakan bahan baku ketika hampir memasuki pada musim kemarau (S3,T2,T3) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dengan menggunakan online di media sosial (fb,wa, dll) dan memberi farian yang baru (W1,W4,T3)

Sumber: Data primer diolah,2021

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usaha keripik pisang di Desa Larangan Slampar Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan, diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha keripik pisang adalah strategi S-O yaitu melakukan kerja sama antara pengusaha lain



agar mempunyai target pasar yang luas dan memberikan bonus kepada konsumen kita dan harga yang murah.

Saran yang dapat diberikan antara lain meningkatkan promosi tentang produksi keripik pisang dengan cara memanfaatkan teknologi informasi seperti penggunaan media massa dan internet dan senantiasa memperbarui informasi terbaru tentang produk keripik pisang serta melakukan evaluasi strategi dalam jangka waktu tertentu untuk melihat apakah strategi yang sudah dilaksanakan sudah sesuai dengan perencanaan atau perlu perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.F. Stoner, James, DKK, (1996), Manajemen, Edisi Indonesia, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta
- Alma, Buchari (2013) Kewirausahaan, Alfabeta, Bandung.
- Freddy, Rangkuti. (2013), Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Jatmiko, Irwan (2015), Capaian Perkembangan Program Pemantau Pada Perikanan Rawai Tuna Di Indonesia, Vol. 6, No. 1, Hal. 23-31
- Marimin, (2014), Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk, Grasindo, Jakarta.
- Soleh, M. (2003), Perbaikan Mutu dan Keamanan Pangan Produk Olahan Hasil Industri Kecil Melalui Analisa Bahaya dan Penentuan Titik Kendali.
- Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Vol. 3, No,1: 1-16