Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 0000-0000

https://ppip.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK INDUSTRI RUMAH TANGGA RIO R.M DI KELURAHAN GUNTUNG PAIKAT KECAMATAN BANJARBARU SELATAN KOTA BANJARBARU

Business Development Strategy of Rio R.M Chips Home Industry in Guntung Paikat sub-District, South Banjarbaru District, Banjarbaru City

Nor Latifah*, Umi Salawati dan Nina Budiwati

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Pangan adalah kebutuhan pokok manusia yang menjadi dasar bagi para pelaku bisnis untuk membuka dan mengembangkan usaha di bidang makanan. Industri pengolahan pangan merupakan salah satu produk industri pengolahan hasil pertanian yang banyak berkembang. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor internal dan eksternal serta strategi pengembangan usaha Keripik Rio R.M. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menerapkan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor internal dapat diketahui kekuatan utama usaha Keripik Rio R.M adalah produk keripik yang enak dan berkualitas. Sedangkan kelemahan utamanya adalah manajemen usaha yang masih tergolong kurang. Analisis faktor eksternal peluang utama usaha Keripik Rio R.M adalah sudah adanya perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan, sedangkan ancaman utamanya adalah fluktuasi harga bahan baku dan produk yang mudah ditiru. Strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha Keripik Rio R.M berada di kuadran I yaitu menggunakan strategi agresif dimana sebuah usaha menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang.

Kata Kunci
Strategi pengembangan; Usaha Keripik; Banjarbaru.

Korespondensi
Main author:
latifahtifahzahra@gmail.com
Corresponding author:
usalawati@ulm.ac.id

Diterima: Januari 2024,
Disetujui: 17 Januari 2024,
Diterbitkan on-line : 31 Maret 2024

PENDAHULUAN

Sektor UMKM memegang peranan penting di Indonesia dan menjadi semakin penting. Hal ini terlihat dari adanya pemerataan pendapatan, peningkatan lapangan pekerjaan, pertumbuhan ekonomi nasional dengan penciptaan nilai nasional, (Astuti, 2020; 6) Salah satu bidang usaha yang potensial bagi banyaknya usaha kecil dan menengah di Kota Banjarbaru adalah industri makanan. Toko kelontong merupakan bisnis yang tergolong potensial. Penyebabnya diantaranya yaitu kebiasaan masyarakat yang berubah dan mulai menginginkan makanan cepat saji dan enak dibandingkan memasaknya sendiri (Maharani, 2018; 302). Produk paling cepat berkembang pada pengolahan pertanian adalah pengolahan makanan. Industri makanan tergolong punya prospek usaha sangat baik dan sangat diminati keberadaannya oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan. Dalam hal ini, industri pangan mempunyai potensi strategis agar bisa meningkatkan kualitas konsumsi

pangan, akses, dan ketersediaan (Hariyadi, 2021; 78).

Di Kelurahan Guntung Paikat, Banjarbaru, terdapat salah satu industri rumah tangga yaitu UMKM Rio R.M milik ibu Yuliatin yang berdiri sejak tahun 2018 memproduksi berbagai produk berbentuk olahan keripik. Industri Rumah Tangga Rio R.M ini memproduksi 6 macam produk olahan keripik, yaitu keripik pare, keripik keladi, keripik melinjo, keripik gadung, dan keripik pisang dan keripik ubi cilembu.

Tabel 1. Data Produksi Keripik Industri Rumah Tangga Rio R.M Bulan April 2023

Produk Keripik	Berat	Harga	Produksi
Pare	100 gr	Rp10.000	100 pack
Pisang	100 gr	Rp10.000	60 pack
Keladi	50 gr	Rp9.000	60 pack
Belinjo	50 gr	Rp10.000	60 pack
Gadung	50 gr	Rp9.000	60 pack
Ubi cilembu	50 gr	Rp9.000	20 pack

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Produk olahan aneka keripik yang dihasilkan di industri rumah tangga Rio R.M sudah banyak diminati masyarakat karena melihat dari permintaan produk di pasar swalayan daerah Banjarbaru Kota seperti toko oleh-oleh, gerai UMKM Bandara Internasional Syamsudin Noor, bahkan sekarang dalam proses masuk ke hypermart. Industri rumah tangga Rio R.M terus menambah jenis olahan produk keripiknya di Industrinya. Keripik olahan Industri rumah tangga Rio R.M sudah memiliki sertifikat halal dari MUI dan izin PIRT dari pemerintah setempat. Keripik Rio R.M juga memiliki keunggulan yaitu cemilan ini terbilang baru di daerah Banjarbaru dan juga memiliki rasa yang enak dan gurih. Harga keripik Rio R.M cukup terjangkau yaitu sekitar Rp9.000,00 - 10.000,00 per pack.

Permasalahan dalam menjalankan usaha produsen masih menghadapi berbagai macam faktor diantaranya yaitu manajemen pengelolaan yang tergolong rendah sehingga dalam proses produksi kurang teratur dan sulit untuk menghitung hasil produksi dari usaha tersebut. Dari sisi produk yang produksi oleh industri rumah tangga Rio R.M untuk bersaing dengan produk olahan lainnya masih termasuk rendah. Belum maksimalnya promosi yang dilakukan industri rumah tangga Rio R.M terhadap produk. Hal ini disebabkan karena masih kurangnya pengetahuan dan keterampilan produsen dalam hal promosi serta masih kurangnya pengetahuan tentang strategi pengembangan usaha keripik. Keripik industri rumah tangga Rio R.M merupakan usaha yang sedang tumbuh dan berkembang.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis faktor-faktor internal serta eksternal, lalu kemudian strategi pengembangan usaha keripik Rio R.M. di Kelurahan Guntung Paikat Kecamatan Banjarbaru Selatan. Kegunaan penelitian ini adalah: Pertama, hasil penelitian bisa dipelajari oleh para pemangku kepentingan ekonomi sebagai masukan dan pertimbangan terhadap bisnis keripik Rio R.M serta dapat digunakan dalam menetapkan pedoman strategi pengembangan bisnis. Kedua, adanya harapan bagi para peneliti agar penelitian ini bisa memperluas pengetahuan mengenai strategi pengembangan bisnis keripik. Ketiga, hasil penelitian ini bisa menjadi referensi peneliti lain bagi mahasiswa yang menginginkan mengetahui lebih jauh mengenai strategi pengembangan bisnis keripik.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kelurahan Guntung Paikat Kecamatan Banjarbaru Selatan. Penelitian ini dilakukan mulai dari Bulan Februari sampai Agustus 2023 yang meliputi persiapan, mengumpulkan data, mengolah data sampai menyelesaikan laporan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dipakai di penelitian ini yaitu data primer serta data sekunder. Data primer didapat dengan cara wawancara atau mengisi kuesioner. Kemudian untuk data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Tenaga Kerja Kota Banjarbaru, internet, buku, serta jurnal yang bisa memberi informasi.

Metode Penarikan Contoh

Penarikan contoh pada penelitian dilakukan secara sengaja *(purposive sampling).* Purposive

sampling yaitu penentuan sampel dengan peneliti melakukan penentuan terhadap identitas dan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitiannya agar hasil yang didapat lebih representatif. Teknik ini merupakan metode pengambilan sampel dengan berdasar pada kriteria atau pertimbangan tertentu agar pihak yang menjadi responden sudah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria populasi yang telah ditentukan terdiri dari tujuh orang, terdiri dari satu orang pemilik usaha, serta enam orang dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Tenaga Kerja Kota Banjarbaru.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian berupa variabel lingkungan internal perusahaan mencangkup manajemen penelitian dan pengembangan sistem informasi serta faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan mencangkup lingkungan mikro, lingkungan industri dan lingkungan makro.

Metode Analisis Data

1. Matriks IFAS dan EFAS

Tahap ini dimulai dari menggabungkan matriks faktor strategi internal (IFAS) dan matriks faktor strategi eksternal (EFAS) ke dalam matriks internal dan eksternal, dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Matriks Internal/Eksternal

Internal / eksternal	Rating	Bobot	Rating X Bobot
Kekuatan/ kelemahan 1. 2. ...			
Total Skor		1,00	
Peluang/ Ancaman 1. 2. ...			
Total		1,00	
Selisih Internal dan Eksternal			

Sumber : Rangkuti, 2018

Adapun rumus untuk mengetahui bobot adalah sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{Rating \times Total\ Bobot}{Total\ Rating}$$

2. Matriks Posisi

Gambar 1. Matriks posisi

Keterangan :
Kuadran I: Menggambarkan bahwa situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kuadran 2: Menggambarkan situasi bahwa meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman, namun ada kekuatan yang dapat diandalkan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi atau strategi inovasi produk.

Kuadran 3: Menggambarkan bahwa perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di dalam perusahaannya (internal) perusahaan mengalami berbagai kendala atau kelemahan. Untuk itu strategi yang tepat digunakan adalah alternatif strategi 3 yakni konsolidasi, perbaikan, mengubah cara pandang serta menghilangkan penyebab masalah agar ancaman dapat dihindari.

Kuadran 4: Menggambarkan situasi organisasi sangat buruk, karena disamping berbagai kelemahan internal timbul ancaman dari luar. Untuk itu alternatif strategi yang digunakan alternatif 4, yaitu strategi defensif. (Rangkuti, 2018 : 19-20).

3. Matriks SWOT

Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS **EFAS**	*STRENGTHS* 5-10 faktor kekuatan	WEAKNESS 5-10 faktor kelemahan
OPPORTUNITIES 5-10 faktor peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS 5-10 faktor ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menjauhi ancaman

Sumber: Rangkuti, 2009

GAMBARAN UMUM USAHA

Kondisi Keuangan

Usaha keripik Rio R.M memiliki permodalan yang belum terlalu kuat, hal itu disebabkan karena modal untuk usaha hanya diperoleh dari modal pribadi pemilik usaha tanpa ada pinjaman dari pihak/ lembaga lain, dikarenakan prosesnya yang lumayan rumit. akibat dari kurangnya modal tersebut menyebabkan pemilik usaha tidak bisa memiliki karyawan dan hanya bisa mengerjakan pengolahan keripik itu sendiri. Selain itu akibat kekurangan modal ini pemilik usaha sulit untuk membeli bahan-bahan/alat yang dibutuhkan dalam proses produksi dalam jumlah yang banyak.

Sumber Daya Manusia

Usaha keripik Rio R.M tidak memiliki karyawan dan usahanya hanya dijalankan sendiri oleh pemilik usaha. Hal itu disebabkan akibat kurangnya modal untuk memberi upah apabila ada karyawan. Sehingga sehingga untuk satu kali proses produksi hanya dapat membuat satu jenis keripik saja.

Pemasaran

Pemasaran produk keripik Rio R.M sudah banyak diminati masyarakat yang dapat dilihat dari dari permintaan produk di pasar swalayan daerah Banjarbaru bahkan sampai ke daerah luar Banjarbaru. Pengusaha keripik Rio R.M biasanya setiap 2 hari sekali melakukan proses produksi. Hal ini dilakukan supaya pengusaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan kepercayaan pelanggan agar tidak berpindah ke tempat lain. Kepercayaan pelanggan tersebut tentunya dapat dicapai karena dari sisi rasa produk bisa dibilang enak dan tentunya juga berkualitas. Produk dapat dikatakan enak dan berkualitas dikarenakan pihak dari usaha keripik Rio R.M menerapkan prosedur dalam proses pengolahan produk dari penyediaan bahan baku dengan menggunakan resep yang sama meskipun terkadang ada beberapa bahan yang mengalami kenaikan harga. Namun di samping produk yang memiliki rasa yang enak dan berkualitas serta hasil produksi sesuai permintaan, usaha keripik Rio R.M memiliki kelemahan yaitu masih kurangnya promosi lewat media sosial yang dilakukan oleh pemilik usaha.

Produksi

Usaha keripik Rio R.M dari tahun 2018 sampai tahun 2023 selalu melakukan diversifikasi terhadap produk olahan keripiknya. Dimulai dari keripik pare, keripik keladi, keripik pisang, keripik gadung, keripik belinjo dan keripik ubu cilembu. Hal tersebut didukung oleh proses pembuatannya yang tidak ribet dan dapat langsung jadi dalam sehari pembuatan. Kemudahan dalam pembuatan keripik juga tentunya didukung oleh alat-alat produksi yang memadai. Adapun alat-alat yang di dimiliki usaha keripik Rio R.M untuk produksi keripik yaitu: mesin pemotong keripik, ember, sendok, mangkok, wajan, kompor, sutil, peniris, spiner, timbangan, stempel tanggal, hand sealer, dan kemasan plastik.

Manajemen

Usaha keripik Rio R.M dalam hal manajemen masih tergolong kurang, hal itu dapat dilihat dari sisi, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta penggontrolan yang masih tidak beraturan. Adapun dalam hal manajemen lain yang sangat kurang yaitu belum adanya pencatatan keuangan, sehingga menyebabkan sulitnya untuk menentukan keuntungan dari hasil usaha, serta sulitnya mengetahui apakah usaha mengalami kerugian atau tidak.

Kondisi Perekonomian Sekitar

Kondisi sekitar usaha keripik Rio R.M tergolong sangat mendukung dalam hal kemudahan dalam mencari atau memperoleh bahan baku yang dibutuhkan untuk usaha, hal ini disebabkan karena daerah Banjarbaru merupakan daerah perkotaan. Selain kemudahan dalam hal memperoleh bahan baku, usaha keripik Rio R.M juga memiliki ancaman yang dapat mempengaruhi usaha beliau, yaitu fluktuasi harga bahan baku berupa kenaikan harga bahan baku dapat dilihat dari salah satu bahan baku yaitu pare yang kadang naik turun dari hatga Rp. 9.000- 10.000/kg bisa menjadi Rp. 13.000/kg. Usaha Keripik Rio R.M merupakan usaha yang relatif sering untuk menggunakan BBM untuk membeli berbagai bahan keripik, kenaikan tersebut dapat menyebabkan harga keripik akan semakin mahal.

Keadaan Sosial Budaya Sekitar

Lokasi usaha Keripik Rio R,M berada di wilayah kota Banjarbaru, yang mana daerah perkotaan dan sekarang sudah menjadi ibukota provinsi kalimantan selatan. Lokasi usaha yang strategis tersebut dapat mendukung usaha keripik Rio R.M agar bisa lebih dekat dengan stakeholder. Adapun stakeholder yang bisa dikatakan dekat dengan pemilik usaha yaitu pemasok, pemerintah dan pesaing. Kedekatan dengan stekeholder tersebut juga dapat memberikan keuntungan berupa pelanggan yang juga mengalami kenaikan, dikarenakan bantuan-bantuan yang diperoleh dari pihak-pihak yang bersangkutan. Hal ini dapat dilihat dari ada beberapa konsumennya yang telah membeli produk pemilik usaha keripik Rio R,M kemudian memesan lagi. Namun dari beberapa produk yang di produksi oleh usaha keripik Rio R.M tidak semuanya disukai oleh pelanggan. Diantara 6 keripik yang di produksi hanya beberapa keripik saja yang lebih banyak di beli atau dikenal konsumen yaitu keripik pare dan keripik keladi.

Politik dan Hukum

Usaha keripik Rio R.M saat ini sudah banyak mendapat perhatian dari pemerintah dari segi pembinaan. Adapun perhatian yang sudah diberikan yaitu sudah memberikan berbagai arahan, bimbingan, serta pelatihan untuk usaha Rio R,M. Adapun untuk bimbingan , arahan maupun perhatian yang diberikan yaitu mengenai izin usaha, sertifikat halal, memperoleh izin dinas kesehatan, bimbingan melakukan promosi, mencatat keuangan, pengemasan memberikan gratis ongkir kepada pihak UMKM yang ingin mengirimkan produknya ke bayer atau pemesan. Selain itu pihak pemerintah juga memberikan bantuan alat-alat yang dapat menunjang pembuatan keripik berupa pisau pemotong dan alat peniris minyak.

Teknologi

Produk keripik Rio R.M merupakan olahan yang mudah ditiru. Hal itu dapat dilihat dari kemasan produk untuk pencantuman merk dan brandnya yang hanya menggunakan stiker, dimana stiker tersebut mudah dicabut dan dapat diganti menjadi stiker lain yang bisa mengambil alih nama produk yang sudah dihasilkan di Rio R.M.

Pesaing

Persaingan yang terjadi antar perusahaan sejenis merupakan ancaman bagi usaha Keripik RioR,M dalam memasarkan produknya kepada konsumen, Perusahaan yang sejenis yang ada di Banjarbaru maupun di Kalimantan Selatan. Adapun salah satu pesaing untuk produk unggulan Rio R.M yaitu keripik pare yaitu keripik pare merk Fika Snack.

Proses Produksi

Proses produksi membuat keripik rio R.M yaitu :

1. Bahan keripik (pisang kepok, keladi, ubi cilembu) dikupas lalu dipotong menggunakan mesin pemotong (khusus pare di belah 2 dulu baru di potong), kemudian dicuci menggunakan air mengalir sampai bersih.
2. Bahan keripik (pisang kepok, keladi, ubi cilembu) di beri pewarna makanan dengan direndam di dalam ember berisi air dan warna

kuning telur. Khusus bahan pare tidak diberi pewarna karna telah dibalur menggunakan adonan tepung yang telah diberi penyedap rasa dan telur.

3. Keripik digoreng di dalam minyak panas, kemudian tunggu sampai keripik berubah warna dan agak keras. Lalu bahan keripik diberikan air garam (kecuali pare) kedalam penggorengan tersebut sebanyak 2 centong sayur tunggu sebentar lalu angkat dan tiriskan ke dalam spiner.
4. Setelah semua keripik sudah digoreng lalu mesin spiner dihidupkan untuk mengeringkan keripik agar lebih awet.
5. Terakhir keripik siap dikemas, kedalam kemasan yang sudah diberi tanggal kedaluwarsa selama 3 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden penelitian dimaksudkan untuk menguraikan deskripsi responden yang menjadi sampel penelitian berdasarkan kriteria responden yang telah di tentukan. Adapun Gambaran umum responden penelitia ini di kelompokan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pendidikan.Responden penelitian ini berjumlah sebanyak 6 orang, yaitu diantaranya 1 pemilik usaha, dan 5 orang dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Banjarbaru.

Jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan memiliki jumlah dan persentase yang sama, yaitu masing-masing 3 orang dengan persentase 50 %. Umur responden yaitu usia 20 s/d < 30 tahun sebanyak 2 orang atau sekitar 33%, lalu usia 30 s/d < 40 tahun sebanyak 3 orang atau sekitar 50% dan 1 orang di usia 50 s/d < 60 tahun. Sehingga dapat diketahui sebagian besar responden penelitian ini berada pada usia diatas 30 tahun yaitu 4 orang.

Pendidikan responden yaitu sebanyak 5 orang atau sekitar 83%. Sedangkan responden yang hanya lulusan SD yaitu hanya 1 orang atau sekitar 17%.

Terakhir pekerjaan responden sebagian besar responden bekerja sebagai konsultan/tenaga pendamping UMKM yaitu sebanyak 4 orang atau sekitar 66%. Sedangkan responden yang berkerja sebagai pengusaha dan tenaga administrasi masing-masing terdiri dari satu orang dengan persentase 17%.

Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

Identifikasi faktor-faktor internal mendapatkan lima faktor-faktor kekuatan dalam usaha dan lima faktor-faktor kelemahan dalam usaha Keripik Rio R.M. Sedangkan identifikasi faktor-faktor eksternal, diperoleh lima faktor peluang dalam usaha dan lima faktor ancaman dalam usaha usaha Keripik Rio R.M. Ringkasan identifikasinya bisa dilihat di dalam Tabel 4 \

Tabel 4. Identifikasi internal dan eksternal usaha usaha Keripik Rio R.M

Internal	Kekuatan	Kelemahan
Keuangan		Keterbatasan modal (W1)
Sumber Daya Manusia		Tidak adanya karyawan (W2)
Pemasaran	Produk keripiknya enak dan berkualitas (S1) Hasil produksi sesuai permintaan (S2)	
Produksi	Proses produksi mudah (S3) Diversifikasi produk keripik (S4) Alat- alat yang memadai (S5)	
Manajemen		Belum adanya pencatatan keuangan (W4) Manajemen usaha masih tergolong kurang (W5)
Eksternal	**Peluang**	**Ancaman**
Perekonomian	Mudah dapat bahan baku (O1	Fluktuasi biaya bahan baku (T1) Kenaikan harga BBM (T2)
Sosial Budaya	Hubungan dengan stakeholder yang dekat (O2) Lokasi usaha strategis (O3) Jumlah pelanggan tetap, bahkan mengalami kenaikan (O4)	Tidak semua produk disukai konsumen (T3)
Politik dan hukum	sudah adanya perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan (O5)	
Teknologi		Produk yang mudah ditiru (T4)

Pesaing	Adanya pesaing (T5)

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Analisis Matriks IFE

Tabel 5 Matriks IFE *(Internal Factor Evaluation)*

Kekuatan	Rating	Bobot	Skor total
Produk keripiknya enak dan berkualitas	3,5	0,12	0,42
Hasil produksi sesuai permintaan	3	0,1	0,30
Proses produksi mudah	3,33	0,11	0,37
Diversifikasi produk keripik	2,83	0,1	0,28
Alat- alat yang memadai	3	0,1	0,30
Total	**15,66**	**0,53**	**1,67**
Kelemahan	**Rating**	**Bobot**	**Skor total**
Keterbatasan modal	3	0,1	0,30
Tidak adanya karyawan	2,66	0,09	0,24
Kurangnya promosi lewat media sosial	2,83	0,1	0,28
Belum adanya pencatatan keuangan	2,83	0,1	0,28
Manajemen usaha masih tergolong kurang	2,33	0,08	0,19
Total	**13,65**	**0,47**	**1,29**
Total Keseluruhan		**1,00**	**2,96**

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Hasil Tabel 5, memperlihatkan bahwa kekuatan utama usaha Keripik Rio R,M yaitu produk keripik yang enak dan berkualitas dengan skor (0,42) yang merupakan variabel dengan skor terbesar. Kualitas rasa yang tergolong enak dapat menjadi kekuatan yang besar karena dapat membuat pembeli jadi menyukai dan akhirnya dapat mempertahankan minat pembeli agar selalu membeli produk keripik-keripik yang di produksi oleh usaha Rio R.M tersebut.

Kelemahan utama usaha Keripik Rio R.M yaitu Manajemen usaha masih tergolong kurang dengan skor (0,19) yang merupakan variabel dengan skor terkecil. Selama ini masih belum ada sistem manajemen yang mengatur bagaimana sistem dalam menjalankan usaha di keripik Rio R.M, sehingga menyebabkan sulitnya menentukan rencana kedepannya untuk menjalankan suatu usaha agar lebih efisien.

Analisis Matriks EFE

Tabel 6. Matriks EFE

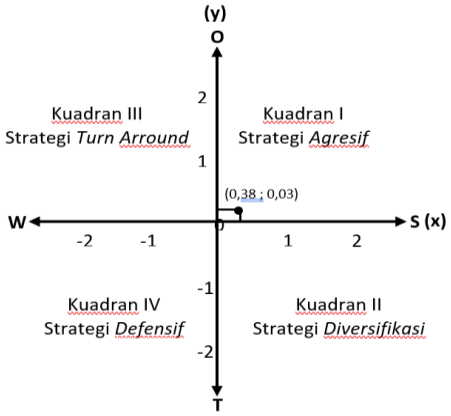
Peluang	Rating	Bobot	Skor total
Bahan baku mudah didapat	2,83	0,1	0,28
Hubungan dengan stakeholder yang Dekat	2,83	0,1	0,28
Lokasi usaha strategis	2,33	0,09	0,21
Jumlah pelanggan tetap, bahkan mengalami kenaikan	2,83	0,1	0,28
sudah adanya perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan	3	0,11	0,33
Total	**13,82**	**0,5**	**1,39**
Ancaman	**Rating**	**Bobot**	**Skor total**
Kenaikan harga BBM	3	0,11	0,33
Tidak semua produk disukai konsumen	3	0,11	0,33
Fluktuasi harga bahan baku	2,33	0,09	0,21
Produk yang mudah ditiru	2,33	0,09	0,21
Adanya pesaing	2,83	0,1	0,28
Total	**13,49**	**0,5**	**1,36**
Total Keseluruhan		**1,00**	**2,75**

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Hasil Tabel 6, memperlihatkan bahwa peluang utama usaha Keripik Rio R,M yaitu sudah adanya perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan (0,33) yang merupakan variabel dengan skor terbesar. Pemerintah kota banjarbaru banyak memberikan perhatian berupa pelatihan-pelatihan, serta bimbingan secara langsung dalam mengurus suatu usaha, contohnya membimbing mengurus izin usaha, PIRT, sertifikat halal, melakukan pencatatan, promosi, dan lain sebagainya yang banyak membantu untuk keberlangsungan usaha keripik Rio R.M.

Ancaman utama usaha Keripik Rio R.M yaitu fluktuasi harga bahan baku dan produk yang mudah ditiru dengan skor (0,21) yang merupakan variabel dengan skor terkecil. Fluktuasi harga bahan baku yang cenderung lebih mengalami kenaikan menyebabkan produk keripik harus dinaikan harganya dari yang sebelumnya tanpa menurunkan kualitas dari produk keripik tersebut. Serta untuk kemasan yang tidak menarik dan aman dapat menyebabkan mudahnya produk Rio R.M dapat diambil alih oleh orang lain karena hanya berbentuk stiker biasa sehingga mudah dicopot dan diganti dengan merk produk lain.

Diagram Analisis SWOT



Gambar 2. Matriks Posisi Strategi Pengembangan Usaha Rio R.M
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Matriks posisi strategi pengembangan usaha keripik Rio R.M pada gambar 3 menunjukan x lebih besar dari 0 yaitu 0,38 dan nilai y juga lebih besar dari 0 yaitu 0,03. Hal ini menunjukan bahwa posisi usaha keripik Rio R.M berada pada kuadran I yang bearti memiliki kondisi yang menguntungkan. Usaha keripik Rio R.M memiliki kekuatan serta dapat memanfaatkan peluang usaha. Dan strategi yang digunakan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini sendiri merupakan strategi yang menggunakan kekuatan suatu usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada. Usaha keripik Rio R.M dalam hal pengembangan berada di posisi yang menguntungkan, dikarenakan usaha ini memiliki banyak kekuatan dan juga peluang.

Strategi Pengembangan Usaha Keripik Industri Rumah Tangga Rio R,M

Setelah melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal usaha keripik Rio R.M, strategi alternatif diformulasikan menggunakan analisis SWOT sehingga dapat menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS - Produk keripiknya enak dan berkualitas - Hasil produksi sesuai permintaan - Proses produksi mudah - Diversifikasi produk keripik - Alat- alat yang memadai	WEAKNESS - Keterbatasan modal - Tidak adanya karyawan - Kurangnya promosi lewat media sosial - Belum adanya pencatatan keuangan - Manajemen usaha masih tergolong kurang.
OPPORTUNITIES - Bahan baku mudah didapat - Hubungan yang dekat dengan stakeholder - Lokasi usaha strategis - Jumlah pelanggan tetap, bahkan mengalami kenaikan - sudah adanya perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan	**Strategi S-O** - (S1-S3-S4-S5-O1) Mempertahankan kualitas produk dan kualitas rasa keripik dengan bahan baku dan alat-alat yang terjamin kualitas dan kebersihannya. - (S2-S3-O2-O4) Mempertahankan kepercayaan serta hubungan baik dengan reseller dan juga konsumen. - (S3-S4-O3) Melakukan promosi dengan intensif dan efisien baik menggunakan media sosial maupun secara langsung. - (S1-S3-S4-O5) Aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah contohnya pelatihan dan ajang promosi seperti pameran produk.	**Strategi W-O** - (W1-W4-W5-O5) melakukan koordinasi dengan instansi terkait, serta mengikuti bimbingan dan pelatihan mengenai cara mendapatkan bantuan modal untuk menjalankan usaha serta cara meningkatkan kemampuan manajemen usaha. -(W3-O2-O5) mengikuti pelatihan dan bimbingan mengenai cara menggunakan media sosial untuk media promosi.

Tabel 7. Lanjutan

THREATS	Strategi S-T	Strategi W-T
- Kenaikan harga BBM - tidak semua produk disukai konsumen - Fluktuasi harga bahan baku - Produk yang mudah ditiru - Adanya pesaing	- (S1-T2) Lebih meningkatkan kegiatan promosi dan memberikan testimoni rasa terkhususnya produk baru kepada pelanggan. - S1-S4-T5 mempertahankan ciri khas usaha yaitu dari segi rasa dan diversifikasi produk.	- (W2-W3-W4-W5-T2-W5) Lebih meningkatkan lagi kualitas Sumber Daya Manusia/pengusaha dengan pembinaan agar dapat memaksimalkan kegiatan produksi dan daya saing usaha.

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2023

Dari analisis SWOT maka diperoleh 9 strategi pengembangan usaha Rio R.M, adapun alternatif strateginya yang diperoleh sebagai berikut:

1. Strategi kekuatan – peluang

    a. Mempertahankan kualitas produk kualitas rasa keripik dengan bahan baku dan alat-alat yang terjamin kualitas dan kebersihannya.
    b. Mempertahankan kepercayaan serta hubungan baik dengan reseller dan juga konsumen.
    c. Melakukan promosi dengan intensif dan efisien baik menggunakan media sosial maupun secara langsung.
    d. Aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah contohnya pelatihan dan ajang promosi seperti pameran produk.

2. Strategi kelemahan-peluang

    a. Melakukan koordinasi dengan instansi terkait, serta mengikuti bimbingan dan pelatihan mengenai cara mendapatkan bantuan modal untuk menjalankan usaha serta cara meningkatkan kemampuan manajemen usaha.
    b. Mengikuti pelatihan dan bimbingan mengenai cara menggunakan media sosial untuk media promosi.

3. Strategi kekuatan-ancaman

    a. Lebih meningkatkan kegiatan promosi dan memberikan testimoni rasa terkhususnya produk baru kepada pelanggan.
    b. Mempertahankan ciri khas usaha yaitu dari segi rasa dan diversifikasi produk.

4. Strategi kelemahan-ancaman

    a. Lebih meningkatkan lagi kualitas Sumber Daya Manusia/pengusaha dengan pembinaan agar dapat memaksimalkan kegiatan produksi dan daya saing usaha.

Strategi yang tepat agar bisa mengembangkan usaha keripik Rio R.M adalah dengan strategi Agresif (S-O), hal tersebut dikarenakan dilihat dari kondisi lapangan untuk pengembangan usaha Keripik Rio R.M memiliki kekuatan (Produk keripiknya enak dan berkualitas, Hasil produksi sesuai permintaan, proses produksi mudah, diversifikasi produk keripik, dan alat-alat yang memadai) dengan memanfaatkan peluang yang ada berupa (mudahnya dapat bahan baku, didapat, hubungan dengan stakeholder yang dekat, lokasi usaha strategis, jumlah pelanggan tetap bahkan mengalami kenaikan, dan sudah ada perhatian dari pemerintah dalam pembinaan).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis faktor internal dapat diketahui kekuatan utama usaha Keripik Rio R.M adalah produk keripik yang enak dan berkualitas. Sedangkan kelemahan utama usaha Keripik Rio R.M adalah manajemen usaha yang masih tergolong kurang. Kemudian berdasarkan analisis faktor eksternal dapat diketahui peluang utama usaha Keripik Rio R.M adalah sudah adanya perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan, sedangkan ancaman utama usaha Keripik Rio R.M adalah fluktuasi harga bahan baku dan sulitnya mendapatkan kemasan yang aman dan menarik.
2. Strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha Keripik Rio R.M berada di kuadran I yaitu menggunakan strategi Agresif dimana sebuah usaha menggunakan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang. Adapun strateginya sebagai berikut :
    a. Mempertahankan kualitas produk dan kualitas rasa keripik dengan bahan baku dan alat-alat yang terjamin kualitas dan kebersihannya.

b. Mempertahankan kepercayaan serta hubungan baik dengan reseller dan juga konsumen.
c. Melakukan promosi dengan intensif dan efesien baik meggunakan media sosial maupun secara langsung.
d. Aktif mengikuti kegiatan yang diselengarakan oleh pemerintah contohnya pelatihan dan ajang promosi seperti pameran produk.

Saran

1. Usaha keripik Rio R.M saat ini masih memeliki sistem manajemen usaha dan manajemen keuagan yang kurang baik, hal itu dapat dilihat pada faktor internal perusahaan yang terdapat pada poin kelemahan usaha keripik Rio R.M yaitu: Belum adanya pencatatan keuangan, dan Manajemen usaha masih tergolong kurang. Maka diharapkan pemilik usaha keripik Rio R.M dapat lebih belajar lagi dalam hal meningkatkan manajemen usaha dan keuangan agar memudahkan dalam menyusun target-target kedepanya dan dapat mengetahui dana yang masuk dan keluar dengan lebih terperinci dan jelas.
2. Posisi strategi pengembangan usaha Keripik Rio R.M berada pada kuadran satu, dimana strategi yang digunakan yaitu strategi agresif, sehingga disarankan agar pemilik usaha selalu memastikan rasa dan kualitas produk terjamin sebelum di jual, serta pemilik usaha agar selalu mengikuti kegiatan pemerintah yang dapat mendukung pengembangan usaha, seperti pelatihan maupun pameran produk.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, M., Mm, M., Matondang, N., Kom, S. And Mm, M.T., 2020. Manajemen Pemasaran: Umkm Dan Digital Sosial Media. Deepublish.

Hariyadi, P., 2021. Industri Pangan Dalam Menunjang Kedaulatan Pangan. Merevolusi Revolusi Hijau, 74.

Maharani, Illya Yudha; NOSITA, Firda; ASRUNI, Asruni. Analisis kelayakan usaha pengolahan ikan pada Industri Kecil Casheila Banjarbaru. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 2018, 4.3.

Rangkuti, Freddy. 2009. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. 2018. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.