# Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kripik Singkong ”Gunung Kawi Malang” di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember

**Tidar Aden Hawa1, Puji Dwi Lestari2**

Universitas Islam Jember

tidaraden29@gmail.com

**ABSTRACT**

*Agro-industry is one of the sectors capable of increasing the income of agribusiness actors. The cassava chips business in Gunug Kawi Malang is one of the cassava agro- industries located in Andongsari Village, Ambulu District, Jember Regency. The purpose of this study was to look at internal and external factors in the Gunung Kawi Malang chips business and to see what alternative strategies were suitable for the Gunung Kawi Malang chips business. This study uses the method of Internal Matrix Analysis (IFE) and External Matrix (EFE) to see what factors exist within the company (strengths and weaknesses) or those outside the company (opportunities and threats), Internal External Matrix (IE). how the company works and the SWOT matrix to develop alternative strategies that will be used for the company. From the research results, there are 10 internal factors of the company, while for the external factors of the company there are 10 factors. From the results of the IE matrix, it shows that the business rank of Gunung Kawi Malang cassava chips is in cell V, namely guard and maintain.*

***Keywords:*** *Pengembangan; Faktor Internal dan Eksternal; Alternatif Strategi.*

# PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan salah satu sektor yang mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agrobisnis, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri baru yang lain. Sehingga agroindustri berperan dalam meningkatkan pembangunan nasional. Salah satu bahan agroindustri di Indonesia yang memiliki nilai jual tinggi adalah singkong. Menurut Kementan, produksi singkong Indonesia tahun 2017 adalah sebesar 19,05 juta ton. Pada tahun 2018 produksi singkong Indonesia mengalami kenaikan 1,51% atau sebesar 19,35 juta ton. Di Asia, Indonesia adalah Negara terbesar ke 2 penghasil singkong setelah Thailand.

Singkong merupakan bahan makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Umbi singkong ini memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap. Singkong mengandung energi per 100 g sebesar 154 kkal, protein 1 g, karbohidrat 36,8 g, lemak 0,3 g, kalsium 77 mg, fosfor 24 mg, dan zat besi 1,1 mg. Selain itu di dalam singkong juga terkandung vitamin B1 0,06 mg dan vitamin C 31 mg. Singkong mempunyai beberapa keunggulan yaitu : kadar gizi makro (kecuali protein) dan mikro tinggi, kadar glikemik dalam darah yang

dihasilkan ketika mengonsumsi singkong rendah dan kadar serat pangan larut yang ada pada singkong tinggi (Direktorat Jenderal Tanaman Pangan, 2012).

Produksi singkong di Kabupaten Jember, menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2017 mencapai 36,3 ton. Menurut Firdaus (2009), singkong merupakan komoditas unggulan ke 3 di Kabupaten Jember. Hal ini menunjukkan bahwa bahan baku singkong di Jember melimpah dan tidak sulit mencarinya, oleh karena itu singkong bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku agroindustri. Salah satu olahah cemilan yang mudah untuk dibuat usaha adalah kripik singkong karena setiap orang bisa memproduksi keripik singkong. Dengan demikian pengusaha harus piawai dalam menentukan strategi pengembangan usaha kripik singkong yang tepat agar dapat memenangkan kompetisi dagang.

Usaha kripik singkong Gunung Kawi Malang, merupakan salah satu agroindustri singkong di Ambulu yang berdiri sejak tahun 2008, usaha yang didirikan oleh bapak Rahmat ini berlokasi di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Pengembangan usaha kripik Gunung Kawi Malang dalam meningkatkan dayasaing produknya dan meningkatkan usahanya mengalami banyak kendala, baik yang bersifat internal (bersumber dari perusahaan sendiri) dan eksternal (bersumber dari luar perusahaan), salah satu masalah yang dihadapi oleh pengusaha kripik ini adalah adanya pesaing usaha. Untuk mengatasi masalah yang dihadapi usaha tersebut maka perlu pendekatan analisis faktor internal dan eksternal selain itu diperlukan analisis SWOT untuk menganalisis strategi pengembangan usaha kripik singkong yang tepat.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Indriawati (2009), yang berjudul Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong PT. Inti Sari Rasa di Bekasi. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengkaji strategi pengembangan usaha industri kripik singkong agar mampu meningkatkan usaha dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya alam lokal secara optimal, metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Produk dan Bauran Pemasaran *(marketing mix)* dan Analisis Matriks IFE, EFE, IE dan SWOT. Berdasarkan hasil identifikasi dan evaluasi faktor strategi internal dan eksternal lingkungan yang dikuantifikasi dalam matriks IE, keberadaan PT. Inti Sari Rasa berada pada sel V, yaitu pertumbuhan dan stabilitas. Dari hasil analisis SWOT, didapatkan beberapa alternatif strategi. Dari beberapa alternatif strategi yang sudah diformulasikan, dengan menggunakan matriks QSP dipilih prioritas strategi yang dapat diterapkan, yaitu memperluas jangkauan distribusi dan pemasaran (4,612). Strategi tersebut dapat dicapai dengan cara penetrasi pasar, pengembangan produk yang sudah ada dan pengembangan pasar

Dari pemaparan tersebut tujuan dari dilakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pada usaha kripik Gunung Kawi Malang

serta untuk mengetahui alternatif strategi pada usaha kripik Gunung Kawi Malang.

# METODE PENELITIAN

Penelitian ini di laksakan pada bulan Desember 2019 sampai Februari 2020, usaha yang dijadikan penelitian ini adalah usaha “Kripik Gunung Kawi Malang” yang berlokasi di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini secara sengaja (purposive) dimana pengambilan sampel ini dilakukan pada usaha kripik gunung kawi malang di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini terdapat tiga pihak yang menjadi responden yaitu pihak internal adalah pemilik perusahaan kripik Gunung Kawi Malang sedangkan pihak eksternal yaitu dari Dinas Perdagangan dan perusahaan kripik lain atau pesaing.

Data yang di peroleh dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer ini diperoleh melalui pengamatan langsung (kunjungan lapang). Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literature dan instansi terkait. Metode analisis data menggunakan matriks IFE dan EFE dan SWOT. Matriks IFE ditujukan mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan mengukur sejauh mana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kripik Gunung Kawi Malang, sedangkan matriks EFE ditujukan untuk mengidentifikasi faktor lingkungan eksternal dan mengukur sejauh mana peluang dan ancaman yang dihadapi. Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi faktor internal, yaitu mendaftar semua kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kripik gunung kawi malang. Daftarkan peluang terlebih dahulu, baru kemudian ancaman usahakecil ini. Hasil kedua identifikasi faktor- faktor diatas menjadi faktor penentu eksternal dan internal yang selanjutnya akan diberi bobot.

Selanjutnya matriks SWOT dapat mengambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Dalam matriks ini dihasilkan empat kemungkinan alternatif strategi berupa strategi S-O, S-T, W-O, dan strategi W-T.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Faktor Internal** | **Kekuatan** | **Kelemahan** |
| Produksi | * Pemilihan bahan baku yang baik sehingga

menghasilkan produk yang berkualitas.* Memiliki dua citarasa yaitu asin manis dan balado
 |  |
| Manajemen | * Komunikasi yang baik antara pemimpin dan karyawan
* Pengusaha memiliki cukup banyak pengalaman dalam

berusaha |  |
| Keuangan |  | * Pencatatan keuangan masih sederhana
* Keterbatasan modal
 |
| Pemasaran |  | * Promosi kurang maksimal
* Penetapan harga jual
 |
| Distribusi | * Tersedianya sarana transportasi
 | * Produk mudah rusak
 |

1. Pemilihan bahan baku utama singkong sangat diperhatikan sehingga menghasilkan produk yang berkualias.
2. Variasi untuk kripik singkong dibuat sendiri untuk rasa manis asin sedangkan yang balado membeli serbuk rasa yang berkualitas dan bersetifikat halal.
3. Komunikasi yang baik antara pemimpin dan karyawan sehingga dapat menjaga kelangsungan produksi.
4. Dengan pengalam usaha yang dimiliki, maka perusahaan ini dirasa cukup menikmati asam manisnya bisnis sehingga diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang timbul.
5. Sarana trasnportasi yang dimiliki telah mencukupi kebutuhan untuk pendistribusian produk.
6. Proses pendistribusian harus di lakukan secara hati – hati karena produk mudah hancur atau rusak.
7. Pencatatan masih sederhana sehingga tidak dapat dilakukan penilaian kinerja keuangan yang tepat.
8. Permodalan untuk oprasional sebagian besar dana pinjaman dari bank, sehingga keuntungan perusahaan yang diperoleh langsung dibayarkan untuk bunga bank.
9. Dalam menetapkan harga jual produk ke konsumen, perusahaan ini menyerahkan sepenuhnya kepada para tenaga pemasar.
10. Promosi kurang maksimal sehingga produk yang dihasilkan kurang terkenal dimasyarakat.

# Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Faktor Eksternal** | **Peluang** | **Ancaman** |
| Ekonomi |  | * Kenaikan BBM
* Fluktuasi harga singkong
 |
| Sosial, budaya | * Dukungan dari Dinas terkait Terdapat beberapa pemasok bahan baku
* Permintaan yang semakin meningkat
 |  |
| Politik dan hukum |  |  |
| Teknologi | * Perkembangan teknologi dan informasi
* Kemajuan teknik pengolah makanan
 |  |
| Kompetitif |  | * Keberadaan perusahaan sejenis
* Perbedaan harga antar produsen
* Perusahaan pendatang baru
 |

1. Dukungan dari Dinas terkait sangat dibutuhkan bagi para pengusaha agar para pengusaha mendapat bimbingan mengenai pengembangan produknya dari segi pengemasan maupun pemasarannya.
2. Terdapat beberapa pemasok bahan baku utama membuat pengusaha lebih mudah untuk memilih bahan baku yang akan dijadikan produk.
3. Permitaan yang semakin meningkat mendorong pertmbuhan perusahan.
4. Perkembangan teknologi dan informasi dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan informasi lebih cepat mengenai harga atau ketersediaan bahan baku dari pemasok.
5. Kemajuan teknik pengolahan makanan dapat membantu menghasilkan produk dengan kualitas dan cepat sehingga dapat bersaing di pasar.
6. Kenaikan harga BBM secra langsung dapat mempengaruhi kegiatan pendistribusian, hal ini menyebabkan biaya produksi meningkat.
7. Fluktuasi harga bahan baku utama (singkong) berpengaruh langsung terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan.
8. Perusahaan yang bergerak didalam usaha kripik singkong cukup banyak, baik dikemas secara tradisional maupun modern dengan berbagai cita rasa.
9. Perbedaan harga produk antar perusahaan sejenis menjadi ancaman apabila harga perusahaan lain lebih rendah dan kualitasnya hampir sama.
10. Tidak adanya pembatasan atau hambatan bagi perusaaan pendatang baru mengakibatkan perusahaan – perusahaan bermunculan dipasaran.

# Matrik SWOT

**Tabel 3. Analisis Matrik SWOT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Faktor Internal****Faktor Eksternal** | **Kekuatan (Strengths- S)*** Pemilihan bahan baku yang baik sehingga menghasilkan produk yang berkualitas
* Memiliki dua citarasa yaitu asin manis dan balado
* Tersedianya sarana transportasi
* Komunikasi yang baik antara pemimpin dan karyawan
* Pengusaha memiliki cukup banyak pengalaman dalam

berusaha | **Kelemahan (Weakness- W)*** Promosi kurang maksimal
* Pencatatn keuangan masih sederhana
* Keterbatasan modal
* Produk mudah rusak
* Penetapan harga jual
 |
| **Peluang (Opportunities- O)*** Perkembangan teknologi dan informasi
* Permintaan yang semakin meningkat
* Dukungan dari dinas terkait
* Terdapat beberapa pemasok bahan baku utama
* Kemajuan teknik pengolahan makanan
 | **Strategi S – O*** Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.
* Meningkatkan Produksi.
* Menjalin komunikasi yang baik
* Memperjelas hubungan kerjasama
 | **Strategi W – O*** Memperluas jangkauan pemasran dan distribusi.
* Menerapkan sistem

akuntansi dalam keuangan perusahaan. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ancamam (Threats- T)*** Keberadaan perusahaan sejenis
* Kenaikan BBM
* Fluktuasi harga singkong
* Perbedaan harga antar produsen
* Perusahaan pendatang baru
 | **Strategi S – T*** Meningkatka variasi produk.
 | **Strategi W – T*** Meningkatkat kegiatan promosi.
* Menetapkan harga produk.
 |

# KESIMPULAN

* 1. Terdapat 10 faktor internal perusahaan yaitu : produk yang berkualitas, mempunyai dua citarasa, tersedianya sarana transportasi, komunikasi yang baik, pengalaman berusaha, promosi kurang maksimal, pencatatan keuangan sederhana, keterbatasan modal, produk mudah rusak, penetapan harga jual. Sedangkan faktor eksternal perusahan terdapat 10 faktor yaitu : perkembangan teknologi dan informasi, permintaan yang semakin meningkat, dukungan dari dinas terkait, terdapat beberapa pemasok bahan baku, kemajuan teknik pengolahan makanan, keberadaan perusahaan sejenis, kenaikan BBM, fluktuasi harga singkong, perbedaan harga antar produsen, perusahaan pendatang baru. Dari hasil Matrik IE menunjukkan bahwasanya posisi perusahaan berada pada sel V yaitu jaga dan pertahankan, strategi yang dapat diterapkan pada sel ini adalah penetrasi pasar, pengembangan produk.
	2. Dari matrik SWOT terdapat beberapa alternatif strategi yaitu : mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan produksi, menjalin komunikasi yang baik, memperjelas hubungan kerjasama, memperluas jangkauan distribusi dan pemasaran, menerapkan sistem akuntansi dalam keuangan perusahaan, meningkatkan variasi produk, meningkatkan kegiatan promosi, menetapkan harga jual produk. Sedangkan posisi perusahan berada pada kuadran I yang artinya pertumbuhan yang agresif, maka prioritas alternatif strategi yaitu strategi S

– O (strengths – opportunities).

# SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian lapang yang sudaah dilakukan penulis bermaksut member saran sebagai berikut :

* + 1. Bagi pemilik perusahaan yaitu agar menerapkan beberapa alternatif strategi yang sudah dikaji, terutama alternatif strategi yang menjadi

prioritas harus segera diterapkan agar usahanya lebih berkembang dan maju.

* + 1. Pemerintah diharapkan dapat memberikan motivasi dan dukungan terhadap pelaku industri kecil, terutama dalam menetapkan harga BBM karena sangat berpengaruh terhadap biaya operasional perusahaan.
		2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam lagi tentang strategi pengembangan usaha kripik singkong, diharapkan peneliti lebih bannyak lagi mencari referensi tentang strategi pengembangan agar hasilnya lebih baik dan lengkap.

# DAFTAR PUSTAKA

Aswatun M dan M Wahyudi A, 1991. *Teknologi Pengolahan Pangan Nabati Tepung Guna.* Akademika Prassindo, Jakarta.

BPS, 2017. (diakses pada tanggal 6 November 2019, pukul 08.30 WIB) https://googleweblight.com/i?u=https://jatim.bps.go.id

David, F. R. 2004. *Manajemen Strategi konsep – konsep.* Edisi ketujuh. Indeks.

Jakarta.

David, F. R. 2006. *Manajemen Strategi.* Salemba Empat, Jakarta.

David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

David, F. R. 2011. *Strategi Management: Concepts and Cases 13th ed.* New Jersy (US): Prentice Hall.

Direktorat Jendral Tanaman Pangan, 2005. *Kebijakan Pembenihan Tanaman Pangan.* Seminar Nasional: *Peran Pembenihan dalam Revitalisas Pertanian.* Kerjasama Departemen pertanian dan Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

Disperindang, 2013. Diakses pada tanggal (10 November 2019, pukul 08.00) dari: [http://googlewebinght.com/i?](http://googlewebinght.com/i)[u=http://dispe](http://disperindagbonekab.blogspot.com/)ri[ndagbonekab.blogspot.com](http://disperindagbonekab.blogspot.com/)

Siregar, F. O. 2010. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil Kripik Pisang “Kondang Jaya” Binaan Koperasi BMT AL – IKHLAASH Kota Bogor*.

Firdaus, dkk. 2009. *Penentuan Komoditas Pertanian Ungulan di Kabupaten Jember.* J.Sep.Vol.3.No.1.Maret.2009.

Kementan, 2017. (diakses pada tanggal 08 November 2019, pukul 05.20) dari: [https://www.pertanian.go.id/home/?show=page&act=view&id=61](https://www.pertanian.go.id/home/?show=page&amp%3Bact=view&amp%3Bid=61)

Kuncoro, 2007. (diakses pada tanggal 30 Oktober 2019, pukul 08.10) dari: [https://www.google.com/amp/s/www.hestanto.web.id/pengertian-](https://www.google.com/amp/s/www.hestanto.web.id/pengertian-industri/amp/) [industri/amp/](https://www.google.com/amp/s/www.hestanto.web.id/pengertian-industri/amp/)

Ngumriana, R. 2015. *Strategi Pengembangan Agroindustri Pepaya Gunung (Carica pubescens) Studi Kasus di UMK X Kabupaten Wonosobo.* Departemen Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor ; Bogor

Pearce, J. A. Dan R. B. Rrobinso. 1997. *Manajemen Strategik : Formulasi, Impementasi dan pengendalian* (Terjemah Jilid 1). Bina Rupa Aksara, Jakarta.

Pusat Penelitian Bioteknologi LPPI, 2017. (diakses pada tanggal 10 November 2019,puluh08.30) dari: [http://googleweblight.com/i?](http://googleweblight.com/i)[u=http:/](http://lipi.go.id/)/l[ipi.go.id](http://lipi.go.id/)

Indriawati, P. 2009. *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong PT. SARI RASA di Bekasi.* Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor ; Bogor.

Rangkuti, F. 2006. *Analisa SWOT. Teknik membedah kasus bisnis PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta*.

Rohmatullah, R. 2015. *Strategi Pengembangan Usaha PT. Lodaya Makmur Perkasa Outlet Wilayah Kota Bogor.* Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Insitut Pertanian Bogor ; Bogor.

Dewi, S. K. 2009. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Olahan Carica (Study Kasus pada Industri Kecil Olahan Carica diKecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo).* Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Industri Pertanian Bogor ; Bogor.

Sulistiyowati, A. 1999. *Membuat Kripik Buah dan Sayur*. Puspa Swara, Jakarta.

Sumiati, U. 2009. *Strategi Pengembangan Usaha Bawang Merah Goreng PO*

*Mekar Wangi Desa Taraju, Kecamatan Sidang Agung Kabupaten Kuningan.* Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor ; Bogor.

Wheelen, T. L. dan Hunger, J. D. 2012. *Strategic Managemen and Business Policy: Toward Global Sustainabiliy 13 th ed*. New Jersey (US): Prentice Hall.