EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar

Fitri Aulia[1*], Henny Indrawati [2] & Hardisem Syabrus[3]
[1,2,3]Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia
F9FJ+M8J, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28292
*e-mail : fitri.aulia4364@student.unri.ac.id

Artikel Info

Received :
15 December 2022
Revised :
14 November 2023
Accepted :
26 November 2023

Kata Kunci:
Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, Usaha Mikro Sampurna

Keywords:
Development Strategy, SWOT Analysis, Perfect Micro Business

ABSTRAK

Salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Kampar adalah Usaha Mikro Sampurna. Usaha mikro ini merupakan usaha keripik nanas yang bergerak dibidang makanan ringan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan tersebut menggunakan Matrik SWOT dan menentukan strategi apa yang dapat diterapkan pada Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan yang menjadi kekuatan utama Usaha Mikro Sampurna adalah tenaga kerja yang memadai, tersedia bahan baku yang memadai, menjual produk yang masih baru, serta pelayanan yang baik dan ramah. Kelemahan utama berupa kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton), alat produksi masih sederhana, modal usaha yang dimiliki terbatas, rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja, belum memiliki distributor. Peluang utama adalah dukungan dan perhatian pemerintah, tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar, menjadi salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah, daya beli konsumen yang cenderung konsumtif, pertumbuhan penduduk yang meningkat, serta ancaman utama adalah saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan, muncul banyak keripik nanas dengan inovasi baru, selera konsumen yang sulit diprediksi, melemahnya pemasok bahan baku, adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih murah. Terdapat lima alternatif strategi yang ditemukan, yaitu: dua strategi S-O, dua strategi S-T, satu strategi W-O, dan satu strategi W-T. Alternatif strategi utama yang ditemukan adalah strategi S-O yaitu, dengan menggunakan jalur distributor yang makin luas serta terdapatnya varian rasa lain, dan strategi S-T yaitu meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang ramah dan nyaman.

Sampurna Micro Business Development Strategy in Kampar District

ABSTRACT

One of the MSMEs in Kampar Regency is Sampurna Micro Enterprises. This micro business is a pineapple chips business engaged in snacks. This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and challenges using the SWOT Matrix and determine what strategies can be applied to Sampurna Micro Enterprises in Kampar Regency. Data analysis was performed using

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

SWOT analysis. Based on the research results, it was found that the main strengths of Sampurna Micro Enterprises were adequate manpower, adequate availability of raw materials, selling new products, and good and friendly service. The main weaknesses are lack of creativity in terms of product innovation (monotonous), simple means of production, limited business capital, low quality of human resources for both business actors and workforce, not yet having distributors. The main opportunities are government support and attention, the level of availability of labor in the surrounding area, being one of the traditional foods and regional characteristics, purchasing power of consumers who tend to be consumptive, increasing population growth, and the main threat is product competition from neighboring villages and sub-districts. there are many pineapple chips with new innovations, unpredictable consumer tastes, weakening raw material suppliers, competitors selling food products at lower prices. There are five alternative strategies found, namely: two S-O strategies, two S-T strategies, one W-O strategy, and one W-T strategy. The main strategy alternatives found are the S-O strategy, namely by using wider distributor channels and the presence of other flavor variants, and the S-T strategy, which is to improve product quality and provide friendly and comfortable service.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain itu, berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan salah satu motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatikan pada pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki pendapatan per kapita yang rendah (Primiana, 2013). Usaha mikro dan kecil (UKM) telah diakui sebagai sektor yang sangat penting, tidak hanya untuk pertumbuhan ekonomi namun juga untuk distribusi pendapatan (Indrawati, 2017).

Dalam Krisis Ekonomi di Indonesia sejak beberapa waktu yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami kemacetan, akan tetapi sektor UMKM terbukti tangguh memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis tersebut (Saragih, 2016).

Dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usaha, dibutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sesuai dengan keadaan perusahaan, sehingga usaha tersebut dapat memasarkan produk di pasar, dan bisa memungkinkan menjadi pemimpin pasar. Untuk itu suatu usaha harus menjalankan seluruh operasinya secara efektif dan efisien, termasuk juga di bidang pemasaran. Jejaring bisnis adalah variabel terbaik yang mempengaruhi kinerja usaha (Indrawati, 2016). Untuk itu suatu usaha harus menjalankan seluruh operasinya secara efektif dan efisien, termasuk juga di bidang pemasaran. Pemeriksaan aspek pemasaran bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemasaran suatu produk mendukung perkembangan usaha. Aspek utama yang diselidiki dalam pemasaran meliputi pasar potensial dan pasar aktual. (Indrawati, 2019). Orientasi pasar dan mitra bisnis adalah dua hal yang paling berpengaruh faktor kinerja pemasaran dan keunggulan kompetitif.

Menurut Wahyuni et al (2019) menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam persaingan bisnis saat ini, sumber daya manusia dituntut

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

memiliki kompetensi dan mampu mengembangkan diri dalam membangun bangsa. Menurut (Azhari, 2016) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMK, salah satunya yaitu modal yang menjadi faktor penting didalam meningkatkan kinerja usaha. Akses UMK terhadap sumber daya modal juga menjadi elemen penting dalam mendukung keberlanjutan usaha. Usaha mikro dan kecil memiliki sumber daya keuangan yang relatif terbatas dan memiliki akses yang relatif sulit ke sumber daya modal serta memiliki sistem kontrol anggaran yang tidak memadai (Caska & Indrawati, 2019). Untuk mengatasi permasalahan tersebut diharapkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan kinerja UMK, antara lain dapat dilakukan dengan mempermudah akses ke pasar atau akses keuangan formal (Indrawati & Caska, 2015) agar UMKM mencapai keberhasilan bisnisnya. Menurut Indrawati (2020) permasalahan lain yang dihadapi UMKM adalah rendahnya inovasi teknologi karena kurangnya dukungan dari pemerintah, kualitas sumber daya manusia, pendanaan inovasi, kondisi ekonomi dan mitra bisnis. Untuk mengatasi permasalah tersebut diharapkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan kinerja UMK, antara lain dapat dilakukan dengan mempermudah akses ke pasar atau akses keuangan formal (Indrawati & Caska, 2015) agar UMKM mencapai keberhasilan bisnisnya. Keberhasilan bisnis dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu UMKM mengalami peningkatan seperti pendapatan, volume produksi, maupun output produksi setelah jangka waktu tertentu.

Usaha Mikro Sampurna adalah usaha keripik nanas yang bergerak dibidang makanan ringan. Usaha ini tergolong dalam usaha mikro karena usaha ini dimiliki oleh satu orang dan usaha ini pendapatannya dibawah Rp 30.000.000. Berdasarkan hasil wawancara setelah survei dengan pemilik Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar yaitu Bapak Sampurna, Usaha Mikro Sampurna mulai beroperasi dari tahun 2001 dengan modal awal Rp 35.000.000, dikarenakan di Kecamatan Tambang banyak petani nanas yang pada saat panen ada hasil panen yang tidak laku untuk dijual seperti buah nanas yang kecil, sehingga para petani meminta saran kepada Dinas Pertanian Kabupaten dan Provinsi Riau. Saran dari Dinas Pertanian tersebut adalah nanas yang tidak laku dijual sebaiknya diolah menjadi keripik, dodol, dan sirup. Usaha Mikro Sampurna ini memiliki 2 orang pegawai. Proses pembuatannya dilakukan selama 4 jam, mulai dari pengupasan, penggorengan dan pembungkusan. Usaha Mikro Sampurna ini dalam 1 hari bisa menggoreng nanas sekitar 2,5 kilogram dan bisa menggoreng sebanyak 4 kali dalam sehari. Untuk harga keripik nanas ini dibanderol dengan harga Rp 25.000/100gr dan Rp 140.000/kg. Pemasaran produk dilakukan dengan cara promosi melalui Stasiun TV, Internet, Dan Koran.

Tabel 1. Pendapatan Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar Tahun 2016-2020 (dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan
2016	Rp 120.000.000
2017	Rp 144.000.000
2018	Rp 252.000.000
2019	Rp 180.000.000
2020	Rp 96.000.000

Sumber : Pemilik Usaha Mikro Sampurna (2022).

Tabel 1 menunjukkan bahwa Usaha Mikro Sampurna mengalami permasalahan yaitu pendapatan yang cenderung menurun. Hal ini dikarenakan masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu pendapatan usaha harus ditingkatkan dengan terus melakukan kreativitas dan lebih luas memasarkan produk tersebut baik secara *online* maupun *offline*.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

Rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat dijalankan oleh Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar.

Menurut Sulistiani (2016) :

1. Analisis Faktor Internal
   a. Kekuatan (Strength). Membuat keripik tempe sudah menjadi makanan budaya/tradisi masyarakat. Permintaan pasar lebih besar di tengah masyarakat menengah ke bawah. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi. Tersedia tenaga kerja yang memadai. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah. Tersedia bahan baku yang memadai, misalnya kedelai, sehingga kualitas produk terjaga. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana. Menjual produk yang masih baru. Pelayanan baik dan ramah.
   b. Kelemahan (weaknesses). Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja. Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton). Alat produksi masih sederhana (keterbatasan wawasan, keterampilan SDM, dan sarana). Tingkat pendidikan pemilik usaha dan tenaga kerja rendah. Modal usaha yang dimiliki terbatas. Belum mempunyai daerah pemasaran yang tetap. Terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli. Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian keripik tempe. Lamanya penerimaan bahan baku dari pemasok.
2. Analisis Faktor Eksternal
   a. Peluang (opportunities). Dukungan dan perhatian pemerintah.. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak. Merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah. Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif. Permintaan tinggi untuk produk. Pertumbuhan penduduk. Sentra industri (misalnya dekat dengan pasar)
   b. Ancaman (Treats). Dana pemerintah untuk pembinaan pembuatan keripik tempe terbatas. Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan. Kualitas kedelai kadang kala membuat rasa keripik tempe tidak enak (produktivitas menurun dan kapasitas produk kecil). Tidak stabilnya harga bahan baku. - Muncul banyak keripik dengan inovasi baru. Terbatasnya akses pasar (produk tidak dapat dipasarkan secara kompetitif). Selera konsumen sulit diprediksi. Melemahnya pemasok bahan baku. Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih rendah

Menurut Saputra (2018) :

1. Analisis Faktor Internal
   a. Kekuatan (Strength). Membuat keripik pisang sudah menjadi makanan budaya/tradisi masyarakat. Tersedia tenaga kerja yang memadai. Tersedia bahan baku yang memadai. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana. Menjual produk yang masih baru.
   b. Kelemahan (Weaknesses). Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton). Alat produksi masih sederhana. Modal usaha yang dimiliki terbatas. Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian keripik pisang. Menjual produk yang masih baru.
2. Analisis Faktor Eksternal
   a. Peluang (Opportunities). Dukungan dan perhatian pemerintah. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar. Merupakan salah satu makanan tradisional atau ciri khas daerah. Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif. Pertumbuhan penduduk.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

b. Ancaman (Treats). Dana pemerintah untuk pembinaan pembuatan keripik pisang terbatas. Muncul banyak keripik dengan inovasi baru. Selera konsumen sulit diprediksi. Melemahnya pemasok bahan baku.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek penelitian dalam keadaan yang sebenarnya tanpa adanya maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan dan melakukan wawancara kepada responden pemilik usaha Keripik Nenas Sampurna di Kabupaten Kampar.

Analisis data yang digunakan adalah Analisis SWOT. Penggunaan analisis SWOT pada penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi apa yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk memuaskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan usaha keripik nanas pada UMKM Sampurna. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strength),* dan peluang *(Opportunities),* namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(Weakness),*dan ancaman *(Treats)*. Analisis SWOT dapat disusun strategi dengan mengkombinasikan aspek-aspek kekuatan dan kelemahan di dalam faktor internal dengan aspek-aspek peluang dan ancaman di dalam faktor eksternal.(Rangkuti, 2018).

Setelah factor-faktor strategi internal sebuah perusahaan diidentifikasi, sebuah tabel *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS), disusun untuk memuaskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka Strength dan *weakness* perusahaan.

Tabel 3. Matriks IFAS

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan
Kekuatan			
……	…..	…..	…..
…….	…..	…..	…..
Kelemahan			
……	…..	…..	…..
……	…..	…..	…..
Total	1,00		

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS).

Tabel 4 Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan
Peluang			
……	…..	…..	…..
…….	…..	…..	…..
Ancaman			
……	…..	…..	…..
……	…..	…..	…..
Total	1,00		

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro Sampurna sendiri sudah ada dari 2001 dengan menggunakan modal awal sebesar Rp. 35.000.000. Saat ini sudah mulai berkembang walaupun sempat mengalami penurunan penghasilan pada tahun 2019 hingga 2021 dikarenakan covid-19, namun saat ini sudah mulai stabil dikarenakan usaha ini mempunyai kekuatan utama, kekuatan utamanya yaitu ekonomi dan keluarga, sehingga kelemahan pada usaha ini tidak ada.

Salah satu ancaman yang dialami pada usaha ini yaitu pada masa covid-19 dan kadang bahan baku utama, yaitu nenas dan nangka. Adakalanya bahan baku kosong, atau gagal panen. Selain itu juga, harga minyak yang saat ini mulai naik akan berdampak pula pada produk yang akan dijual. Peluang yang dimiliki pada usaha ini yaitu mendapatkan keuntungan. Tentu saja, kita berusaha dalam usaha tentunya yang diharapkan untung dan dapat membayar karyawan yang kerja.

Modal pada usaha ini diperoleh dari uang pribadi sang pemilik usaha dan ada kalanya melakukan peminjaman pada bank atau koperasi yang ada pada daerah penelitian. Modal awalnya yaitu Rp. 35.000.000 dengan rincian Rp. 26.000.000 untuk membeli mesin penggoreng dan mesin pengering, sisanya untuk yang lain seperti kemasan, spanduk, pisau dan lain-lain. Dengan produksi keripik nanas dan keripik nangka dalam sehari mencapai 3-10 kg.

Bahan baku yang digunakan diperoleh dari petani lokal dan masyarakat yang ada di sekitar usaha mikro sampurna di Kabupaten Kampar. Bahan baku pada usaha ini mempunyai kualitas yang bermutu, bagus dan sudah matang. Usaha ini juga sudah mempunyai administrasi dan pembukuan yang sesuai dengan pencatatan laporan usaha. Usaha ini juga mempunyai tenaga kerja sebanyak 2 orang dengan sistem kerja harian lepas. Pembagian tugasnya yaitu satu orang bertugas untuk mengupas buah, dan yang satu lagi bertugas untuk memotong buah. Selain pisau, peralatan lain yang digunakan juga sudah memadai, yaitu adanya *vacuum friying*, baskom, pengering dan lain-lain.

Usaha ini sudah mempunyai legalitas izin usaha dari Dinaskes, industri, dan MUI. Yang dikeluarkan pada tahun 2019 dan berakhir 2021. Tahun 2022 akan diperpanjang lagi 2-3 tahun ke depan surat MUI-nya. Promosi yang dilakukan dengan cara menitip atau melakukan kerjasama dengan toko kue dan melalui internet seperti sosial media baik facebook maupun *marketplace* lainnya. Usaha ini mempunyai potensi bersaing di pasaran, sebab kebanyakan masyarakat ingin selalu ikut-ikutan. Di sekitar usaha ini terdapat banyak usaha yang serupa, namun pemilik usaha tidak menyebut pesaing, melainkan seperti partner, dengan sistem apabila pada produk yang ada di usaha mikro sampurna habis, bisa mengambil dari usaha yang ada di sekitar Usaha Mikro Sampurna. Ada 7 usaha yang serupa seperti Usaha Ibu, Sinar Hidayah, Sakinah (3 cabang), Mega Kampar, Madani dan Restu.

Harga yang ada pada Usaha Mikro Sampurna tergolong terjangkau dengan harga Rp. 25.000/100g dan Rp. 140.000/Kg. Dengan harga yang tergolong terjangkau, membuat konsumen tetap berkeinginan membeli produk tersebut. Produk Usaha Mikro Sampurna mempunyai ciri khas yaitu renyah dan gurih. Renyah dan gurih ini dikarenakan menggoreng dengan waktu kurang lebih 3 jam sekali goreng. Usaha ini juga sudah mempunyai distributor dengan sistem mitra. Sistem mitra ini bertujuan agar produk ini semakin dikenal, semakin banyak diminati. Harapan pemilik usaha ini yaitu dukungan dan perhatian dari pemerintah berupa pembinaan dan izin usaha dibantu untuk dipermudah.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

Identifikasi Faktor Kekuatan

Perhitungan matriks IFAS untuk faktor kekuatan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Faktor Strategi Internal Kekuatan pada Usaha Mikro Sampurna

Faktor-Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Tersedia tenaga kerja yang memadai	0.12	4	0.36
2.	Tersedia bahan baku yang memadai	0.16	4	0.64
3.	Menjual produk yang masih baru	0.16	4	0.64
4.	Pelayanan yang baik dan ramah	0.16	4	0.64
Total				2.28

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa faktor yang menjadi kekuatan adalah tersedia tenaga kerja yang memadai skor dengan skor 0.36. Faktor lain yang merupakan kekuatan bagi Usaha Mikro Sampurna antara lain tersedia bahan baku yang memadai, menjual produk yang masih baru, pelayanan yang baik dan ramah dengan skor 0,64 yang dimana masing masing skor diperoleh dari jumlah bobot dikali jumlah rating.

Identifikasi Faktor Kelemahan

Perhitungan matriks IFAS untuk faktor kelemahan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Faktor Strategi Internal Kelemahan pada Usaha Mikro Sampurna

Faktor-Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Skor
Kelemahan				
1.	Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton)	0.08	2	0.16
2.	Alat produksi masih sederhana	0.12	3	0.36
3.	Modal usaha yang dimiliki terbatas	0.12	3	0.36
4.	Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja	0.04	1	0.04
5.	Belum memiliki distributor	0.04	1	0.04
Total				0.96

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 7 ditemukan kelemahan utama dalam usaha ini adalah kurangnya kreatif dalam hal inovasi produk (monoton) dengan skor 0.16, alat produksi masih sederhana, modal usaha yang dimiliki terbatas dengan skor masing-masing 0.36, dan kelemahan yang lainnya adalah rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja, belum memiliki distributor dengan skor masing-masing 0,04 yang dimana masing masing skor diperoleh dari jumlah bobot dikali jumlah rating.

Identifikasi Faktor Peluang

Perhitungan matriks EFAS untuk faktor peluang dapat dilihat pada Tabel 8.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

Tabel 8. Faktor Strategi Eksternal Peluang Usaha Mikro Sampurna

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Dukungan dan perhatian pemerintah	0,12	3	0,36
2. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar	0,16	4	0,64
3. Merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah	0,16	4	0,64
4. Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif	0,12	3	0,36
5. Pertumbuhan penduduk yang meningkat	0,12	3	0,36
Total			2,36

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa faktor yang menjadi peluang utama pada usaha ini yaitu dukungan dan perhatian pemerintah, daya beli konsumen yang cenderung konsumtif, pertumbuhan penduduk yang meningkat dengan skor masing-masing 0.36. Serta peluang lainnya yaitu tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar, merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah dengan skor masing-masing 0.64, yang dimana masing masing skor diperoleh dari jumlah bobot dikali jumlah rating

Identifikasi Faktor Ancaman

Perhitungan matriks EFAS untuk faktor ancaman dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Faktor Strategi Eksternal Ancaman pada Usaha Mikro Sampurna

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Ancaman			
1. Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan	0.04	1	0.04
2. Muncul banyak keripik nanas dengan inovasi baru	0.04	1	0.04
3. Selera konsumen yang sulit diprediksi	0.16	4	0.64
4. Melemahnya pemasok bahan baku	0.04	1	0.04
5. Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih murah	0.04	1	0.04
Total			0.8

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 9 didapati ancaman utama dalam usaha ini adalah Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan, muncul banyak keripik nanas dengan inovasi baru, melemahnya pemasok bahan baku, adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih murah dengan skor masing-masing 0,04. Faktor lain yang merupakan ancaman bagi Usaha Mikro Sampurna antara lain Selera konsumen yang sulit diprediksi dengan skor 0.64, yang dimana masing masing skor diperoleh dari jumlah bobot dikali jumlah rating. Hal ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro Sampurna memiliki kemampuan yang tinggi dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada.

Matriks Internal – Eksternal Strategi

Perhitungan total skor IFAS dan EFAS dapat dilihat pada gambar 7.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

Total Skor IFAS IFAS

Total skor EFAS	Tinggi 3,0 – 4,0	Rata-rata 2,0 – 2,9	Lemah 1,0 – 1,9
Tinggi 3,0 – 4,0	**I**	II	III
Sedang 2,0 – 2,99	IV	V	VI
Rendah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX

Gambar 7. Matriks IE

Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS diperoleh total skor sebesar 3,24 dan total skor EFAS 3,16. Dari kedua hasil tersebut dapat digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan melalui matriks IE. Hal tersebut diilustrasikan pada Gambar 7.

Berdasarkan Gambar 7 Usaha Mikro Sampurna memiliki kemampuan internal rata-rata dan eksternal yang tinggi serta diperoleh posisi pada Usaha Mikro Sampurna pada sel 1. Pada sel ini Usaha Mikro Sampurna berada dalam tahap/posisi pertumbuhan *(Growth strategy)* melalui integrasi vertikal. Pada kondisi tersebut Usaha Mikro Sampurna masih mengejar pertumbuhan baik dalam penjualan, asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Strategi yang biasa digunakan oleh usaha ini yang terletak pada sel **I** adalah dengan cara menambah varian rasa pada keripik nanas dan keripik nangka atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas usaha dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk.

Analisis Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS. Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi S-O *(strength and opportunities),* W-O *(weakness and opportunities)*, S-T *(Strength and threats)*, dan W-T *(weakness and threats).* Analisis SWOT Usaha Mikro Sampurna dapat dilihat pada Tabel 10.

Berdasarkan hasil wawancara dari pemilik dan pelanggan Usaha Mikro Sampurna yang selanjutnya dimasukkan ke dalam analisis matriks SWOT pada Usaha Mikro Sampurna, maka diperoleh lima alternatif strategi yang dihasilkan dari dua strategi S-O, dua strategi S-T, satu strategi W-O, dan satu strategi W-T yaitu sebagai berikut.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

Tabel 10. Matriks SWOT pada Usaha Mikro Sampurna

IFAS / EFAS	***STRENGTH (S)***	***WEAKNESS (W)***
	1. Tersedia tenaga kerja yang memadai 2. Tersedia bahan baku yang memadai 3. Menjual produk yang masih baru 4. Pelayanan yang baik dan ramah	1. Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton) 2. Alat produksi masih sederhana 3. Modal usaha yang dimiliki terbatas 4. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja 5. Belum mempunyai distributor
OPPORTUNITIES (O) 1. Dukungan dan perhatian pemerintah 2. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar 3. Merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah 4. Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif 5. Pertumbuhan penduduk yang meningkat	**S-O** 1. Menggunakan jalur distributor yang lebih luas (S2,O3) 2. Memberikan varian rasa, supaya konsumen tidak bosan dengan rasa yang original (S3,O4)	**W-O** 1. Memperluas produk dengan cara via online atau sosmed (W3,W4,O1,O4)
THREAT (T) 1. Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan. 2. Muncul banyak keripik nanas dengan inovasi baru 3. Selera konsumen yang sulit diprediksi 4. Melemahnya pemasok bahan baku 5. Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih murah	**S-T** 1. Meningkatkan kualitas produk supaya tetap mampu bersaing (S2,S3,T2,T4) 2. Memberikan pelayanan yang ramah dan nyaman (S4,T5)	**W-T** 1. Memberikan diskon (W1, T1, T3)

1. Strategi S-O

Analisis matriks SWOT menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk mengembangkan Usaha Mikro Sampurna yaitu menggunakan jalur distribusi yang lebih luas dengan cara menambah kerjasama dengan mitra usaha yang lain. Memberikan varian rasa supaya konsumen tidak

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.12721

bosan dengan rasa yang original, selama ini Usaha Mikro Sampurna hanya mempunyai rasa original saja.

2. Strategi S-T

Strategi S-T menunjukkan strategi yang menggunakan kekuatan usaha untuk menghindari berbagai ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan Usaha Mikro Sampurna dengan meningkatkan kualitas produk supaya tetap mampu bersaing dengan cara memberikan label dan komposisi pada kemasan produk tersebut. Memberikan pelayanan yang ramah dan nyaman seperti jika ada pembeli pemilik usaha yang melayani langsung pembeli tersebut dengan sangat baik dan ramah.

3. Strategi W-O

Strategi WO menunjukkan strategi yang meminimalkan kelemahan usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan Usaha Mikro Sampurna dengan memperluas produk dengan cara via online dan media sosial seperti menjual produk di aplikasi seperti Shopee, Tiktok, Lazada, Tokopedia, dll.

4. Strategi W-T

Strategi WT menunjukkan strategi yang meminimalkan kelemahan usaha untuk menghindari berbagai ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan Usaha Mikro Sampurna adalah dengan memberikan diskon jika membeli produk dengan jumlah banyak akan mendapatkan potongan harga.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian serta analisis yang telah dilakukan, maka simpulan yang diperoleh dalam penentuan strategi pengembangan melalui analisis SWOT pada Usaha Mikro Sampurna adalah sebagai berikut : 1). Kekuatan Usaha Mikro Sampurna saat ini terletak pada tersedia tenaga kerja yang memadai, tersedia bahan baku yang memadai, menjual produk yang masih baru, serta pelayanan yang baik dan ramah, 2).Kelemahan Usaha Mikro Sampurna saat ini terletak pada kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton), alat produksi masih sederhana, modal usaha yang dimiliki terbatas, rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja, belum memiliki distributor, 3). Peluang Usaha Mikro Sampurna saat ini terletak pada dukungan dan perhatian pemerintah, tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar, menjadi salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah, daya beli konsumen yang cenderung konsumtif, pertumbuhan penduduk yang meningkat, 4). Ancaman Usaha Mikro Sampurna saat ini terletak pada saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan, muncul banyak keripik nanas dengan inovasi baru, selera konsumen yang sulit diprediksi, melemahnya pemasok bahan baku, adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih murah.

Berdasarkan matriks IE dan matriks SWOT menunjukkan bahwa Usaha Mikro Sampurna berada pada sel 1 yaitu Usaha Mikro Sampurna berada dalam tahap/posisi pertumbuhan *(Growth strategy)* melalui integrasi vertikal. Pada sel ini Usaha Mikro Sampurna berada dalam tahap/posisi pertumbuhan *(Growth strategy)* melalui integrasi vertikal. Pada kondisi tersebut Usaha Mikro Sampurna masih mengejar pertumbuhan baik dalam penjualan, asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Strategi yang biasa digunakan oleh usaha ini yang terletak pada sel ini adalah dengan cara menambah varian rasa pada keripik nanas dan keripik nangka atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas usaha dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk.

REFERENSI

Azhari, Sri Rahmi. Kartikowati, Sri. Indrawati, H. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren di Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Online Mahasiswa*, *3*(2), 1–14.

Caska, & Indrawati, H. 2019. How to maintain sustainability of micro and small entreprises of crispy oil palm mushroom: A case study in Riau Province. *Journal of Science and Technology Policy Management*, *10*(2), 431–456. https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2018-0005

Indrawati, H. C. and S. 2020. Barriers to Technological Innovation of SMEs:How To Solve Them? *International Journal of Innovation Science*, *12*(5), 545–564.

Indrawati, H, Caska, C., & Johan, V. S. 2019. Business Feasibility Analysis of Crispy Mushrooms from Oil Palm Bunches. *Proceedings of the UR …*, 978–979. Diambil dari https://ices.prosiding.unri.ac.id/index.php/ICES/article/view/7898%0Ahttps://ices.prosiding.unri.ac.id/index.php/ICES/article/download/7898/6810

Indrawati, Henny. 2016. Micro and Small Enterprises (MSEs): What are the Best Indicators of Their Performance ? General Background of Research. *International Conference on Economic Education and Entrepreneurship*, 309–314.

Indrawati, Henny, & Caska. 2015. Financing Models for Sago Cake Makers in Supporting the Acceleration of Family Economic Improvement. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, *6*(6), 310–318. https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n6p310

Primiana. 2013. *Menggerakkan Sektor Rill UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.

Rangkuti, F. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R and D*. Bandung: Alfabeta.

Wahyuni, D., Caska, C., & Indrawati, H. 2019. Analysis of Education Levels of Business Owners and Factors Affecting Business Success in Sago-Based UMKM in Kepulauan Meranti Regency. *Journal of Educational Sciences*, *3*(2), 216. https://doi.org/10.31258/jes.3.2.p.216-226