

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM ARANG TEMPURUNG
KELAPA DI DESA LALANGBATA KECAMATAN BUKI
KABUPATEN SELAYAR**

SKRIPSI



MUHAMMAD ZULFIKRI
105711108619

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

MAKASSAR

2024

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM ARANG TEMPURUNG KELAPA
DI DESA LALANGBATA KECAMATAN BUKI KABUPATEN SELAYAR**

Disusun dan Diajukan Oleh:

MUHAMMAD ZULFIKRI

NIM: 105711108619

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
universitas muhammadiyah makassar*

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak ada sesuatu yang indah di dapatkan dengan cara yang mudah. Dan hanya kepada tuhan kita berharap. “

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan.

Alhamdulillah Rabbil’alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku ayah Suardi Dan ibu St. Hasmin Serta

kakak-kaka ku yang telah memberikan saya dukungan dan doanyasehingga saya dapat menyelesaikan studi. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada dosen pembimbing saya yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

PESAN DAN KESAN

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan maka dari itu penulis memohon maafjika pembaca menemukan kesalahan dan kekurangan dalam isi skripsi saya.

**Sangat berkesan dapat menempuh studi S1
DiUniversitas Muhammadiyah Makassar**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembanagan UMKM Arang Tempurung Kelapa Di Desa Lalangbata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

Nama Mahasiswa : Muhammad Zulfikri
NIM : 105711108619

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 25, Mei, 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25, Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Hi. Naidah SE., M.Si
NIDN: 0010026403

Pembimbing II

H. Muhammad Rusdi SE., M.Si
NIDN: 0928085803

Mengetahui,

Dekan

Dr. H. Anel Jam'an SE., M.Si
NBM: 1651 507

Ketua Program Studi

Asdar, SE., M.Si
NBM: 1266 845



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : MUHAMMAD ZULFIKRI, Nim 105711108619 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 002/SK-Y/60201/091004/2024 M, Tanggal 25 Mei 2024 H/M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 17 dzulkaidah H

25, Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Acc (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Asriati, SE., M.Si (.....)
2. Hj, Naidah, SE., M.Si (.....)
3. Asdar, SE., M.Si (.....)
4. A Nur Fitrianti, SE., M.Si (.....)

Disahkan Oleh, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an SE., M.Si
NBM : 1651 507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Zulfikri
Stambuk : 105711108619
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa Di
Desa Lalangbata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



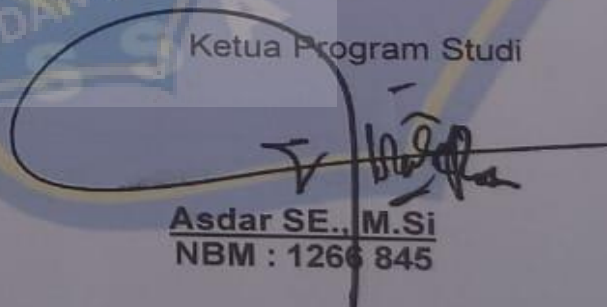
[Signature]
MUHAMMAD ZULFIKRI
105711108619

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi



Dr. H. Aidi Yamin SE., M.Si
NBM : 1051 507



Asdar SE., M.Si
NBM : 1266 845

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zulfikri
NIM : 105711108619
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Strategi Pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa Di Desa Lalangbata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar 25, Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



MUHAMMAD ZULFIKRI
105711108619

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “strategi pengembangan umkm arang tempurung kelapa didesa lalangbata kecamatan buki kabupaten selayar”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Suardi dan Ibu.St. Hasmin yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta . Dan seluruh keluarga besar , serta dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu.

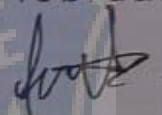
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Asdar S.E., M.Si., sebagai ketua prodi Ekonomi Pembangunan.
4. Ibu Hj. Naidah, SE., M. Si sebagai pembimbing 1 ,
5. Bapak H. Muhammad Rusdi, SE., M. Si sebagai pembimbing 2
6. Bapak/Ibu Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terimakasih untuk semua, sahabat, teman yang senantiasa membantu dan kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat penulisan skripsi ini.

. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar. Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 25 februari 2024



Muhammad zulfikri



ABSTRACT

Muhammad Zulfikri. 2024. *Strategi Pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa Di Desa Silolo Kecamatan Buki Kabupaten Selayar*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Hj. Naidah dan H. Muhammad Rusdi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Silolo Kecamatan Buki Kabupaten Selayar, mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi Strategi pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Silolo Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis matriks IFAS, Kekuatan utama yang dimiliki adalah produk berkualitas dan kelemahan utama adalah pengemasan yang tidak menarik. Sedangkan analisis matriks EFAS menunjukkan peluang yang paling dominan adalah semakin tinggi permintaan produk arang tempurung kelapa dan ancamannya adalah munculnya pesaing baru. Berdasarkan hasil tahap Keputusan strategi dari kekuatan dan peluang serta kelemahan: melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha, produk yang berkualitas dan permintaan produk yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas, mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau. melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi, dan mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang dengan cara melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan hasil tahap keputusan strategi dari kekuatan dan ancaman serta kelemahan dan ancaman: pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru, harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi. Keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank, serta menjaga hubungan kepada pihak konsumen, dan membuat label atau merk agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, UMKM, Arang Tempurung Kelapa.

ABSTRACT

Muhammad Zulfikri. 2024. Strategy for the Development of Coconut Shell Charcoal MSMEs in Silolo Village, Buki District, Selayar Regency. Thesis. Department of Development Economics, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Hj. Naidah and H. Muhammad Rusdi

This research aims to determine the Strategy for the Development of Coconut Shell Charcoal MSMEs in Silolo Village, Buki District, Selayar Regency, identify and evaluate internal and external factors that can influence the Development Strategy for Coconut Shell Charcoal MSMEs in Silolo Village, Buki District, Selayar Regency.

The research results show that the results of the IFAS matrix analysis show that the main strength is quality products and the main weakness is unattractive packaging. Meanwhile, the EFAS matrix analysis shows that the most dominant opportunity is the increasing demand for coconut shell charcoal products and the threat is the emergence of new competitors. Based on the results of the strategic decision stage of strengths, opportunities and weaknesses: carry out product development by utilizing raw materials that are easily available and experience in business, quality products and increasingly high demand for products can be utilized to market products more widely, maintaining sufficient market opportunities high by selling affordable product prices. make improvements by changing the shape of the packaging to make it more attractive and take advantage of the high market opportunities, and maintaining or increasing demand for charcoal products by carrying out promotional activities. Based on the results of the strategic decision stage of strengths and threats as well as weaknesses and threats: experience in business and quality products can overcome the threat of the emergence of new competitors, affordable prices will overcome the threat of technological progress. Limitations in business expansion can be overcome by collaborating with banks, maintaining relationships with consumers, and creating labels or brands to overcome the threat of the emergence of new competitors.

Keywords: Development Strategy, MSMEs, Kalapa Shell Charcoal.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kajian Teori.....	7
1. Strategi.....	7
2. UMKM	11
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka berfikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Jenis dan Sumber Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Metode Analisis Data	33
F. Metode Perbandingan Berpasangan	40
G. Definisi dan Batasan Operasional	42

BAB IV HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Hasil Penelitian	55
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	85

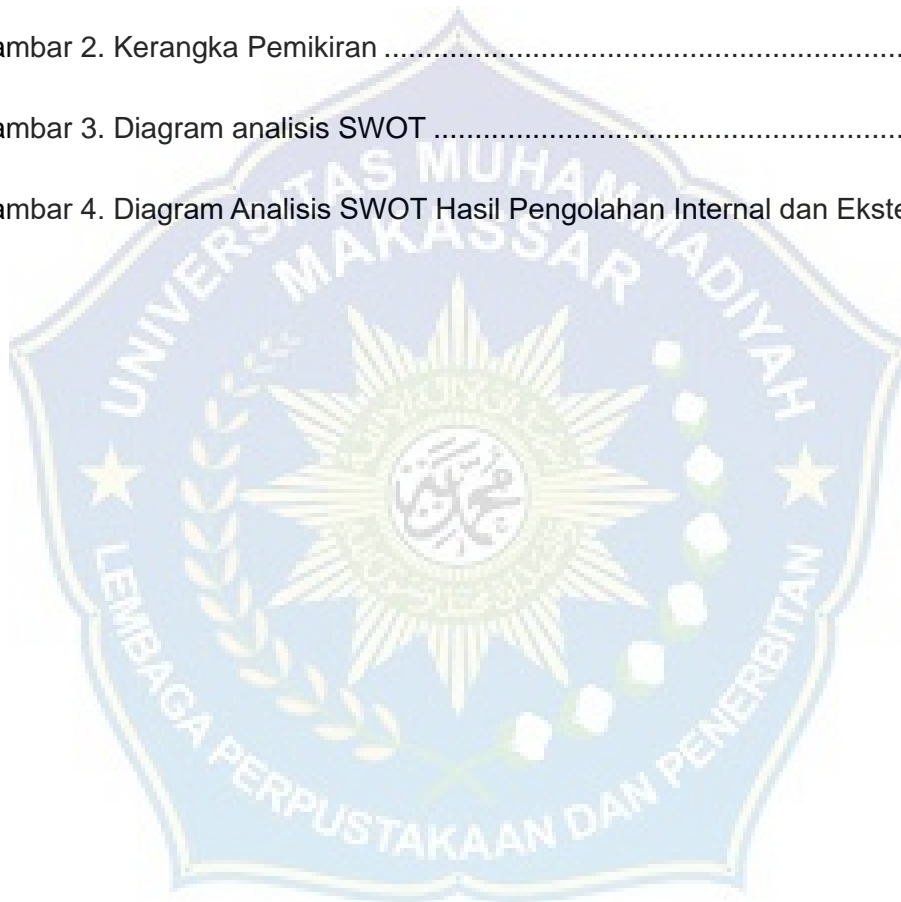


DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu	19
Tabel 2. Ifas.....	35
Tabel 3. Efas	36
Tabel 4. Matriks Swot	38
Tabel 5. Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal	41
Tabel 6. Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 7. Jumlah Penduduk berdasarkan pada Tingkat Pendidikan	47
Tabel 8. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian	48
Tabel 9. Sarana dan Prasarana	49
Tabel 10. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Umur	51
Tabel 11. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Tingkat Pendidikan	52
Tabel 12. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Jumlah Tanggungan	53
Tabel 13. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Pengalaman.....	54
Tabel 14. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Jumlah Klin	55
Tabel 15. Kekuatan dan Kelemahan UMKM Usaha Arang.....	58
Tabel 16. Peluang dan Ancaman	63
Tabel 17. Matriks Faktor Strategi Internal Ifas pada UMKM Arang.....	68
Tabel 18. Matriks Faktor Strategi Eksternal Efas pada UMKM Arang	69
Tabel 19. Penggabungan Matriks Ifas Dan Efas	70
Tabel 20. Matriks SWOT Strategi Pengembangan UMKM Arang.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Capaian Jumlah Pelaku UMKM.....	4
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3. Diagram analisis SWOT	37
Gambar 4. Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Internal dan Eksternal..	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kita hidup di Era Industri 4.0, yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi dan konvergensi inovasi digital, biologis, dan fisik. Making Indonesia 4.0 merupakan hasil kerja komite Presiden Joko Widodo yang dibentuk pada awal April 2018 dan terdiri dari lima sektor dalam inisiatif Industri 4.0, dengan sektor UMKM menjadi sektor yang paling menonjol. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting dalam memajukan kepentingan dunia usaha dan industri di negara berkembang. Oleh karena itu, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di setiap negara terus mendapat perhatian. kontribusinya yang besar terhadap pembangunan ekonomi, pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Banyak ekonomi, maju dan berkembang telah menyadari nilai dari bisnis kecil atau UMKM. Kontribusi usaha kecil terhadap perkembangan perekonomian Indonesia sangat besar dan telah diakui oleh banyak pihak.

Industri UMKM merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB industri dibandingkan dengan subsektor lainnya, ditunjukkan dengan kontribusi terhadap 60% PDB Indonesia pada tahun 2019. Kemajuan yang dicapai sejauh ini cukup positif, mulai dari peningkatan produktivitas, investasi, dan ekspor hingga peningkatan retensi karyawan di tempat kerja. Berdasarkan data terbaru yang dirilis pada tahun 2019 dari Kementerian Koperasi dan UMKM, UMKM Indonesia pada tahun 2016 hingga 2017 meningkat sebesar 2,6 persen, dari 61.651.177 menjadi 62.922.617 unit

UMKM. UMKM merupakan pelaku usaha terbesar, terdiri dari 99,9% bisnis di Indonesia. Badan Pusat Statistik (Pusat Biro Statistik) data menunjukkan di 62.922.617 bisnis unit di Indonesia adalah UMKM (BPS, 2017). Di Kabupaten Selayar, UMKM mencakup 98,95 persen dari seluruh pelaku usaha. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2022, sekitar 45 persen UMKM merupakan usaha jasa. Di wilayah Kabupaten Selayar persentase UMKM berkisar 46% (Kementerian Perindustrian RI, 2018). Karena banyak pelaku usaha dari berbagai sektor, baik pertanian, perikanan, perkebunan, dan sektor lainnya yang terkena dampak Covid, maka data pencapaian pelaku UMKM pada tahun ini meningkat sekitar 1,3% dibandingkan tahun sebelumnya.

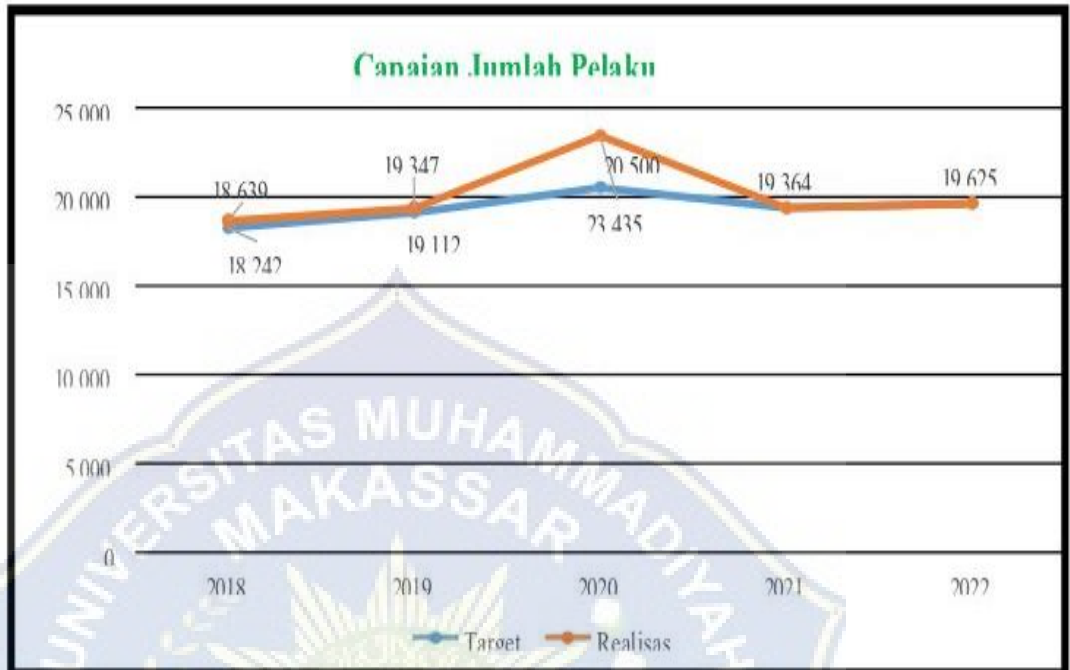
Keberadaan pasar global menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari dan harus dihadapi oleh para pengusaha Indonesia khususnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Meski banyak tantangan dan bahaya yang harus dihadapi, UMKM sebenarnya berpeluang meraih pasar global. Dengan strategi yang tepat dan benar, UMKM Indonesia dapat bersaing dengan UMKM di negara berkembang lainnya, khususnya di Asia Tenggara, untuk masuk dan diterima di pasar global (Downing & Campbell, 2014).

Karena merupakan tanaman endemik di daerah tropis, pohon kelapa dapat ditemukan di seluruh Indonesia, mulai dari daerah pesisir rendah hingga daerah pegunungan tinggi. Setelah padi, tanaman kelapa merupakan produk yang bernilai bagi masyarakat Indonesia. Mayoritas perkebunan kelapa di Indonesia merupakan perkebunan rakyat yang tersebar di seluruh nusantara (Negosida, 2013). Mengingat kelapa (*Cocos nucifera* L.) merupakan salah satu dari sembilan makanan pokok dalam peradaban Indonesia, maka kelapa

mempunyai peranan yang strategis bahkan telah berkembang menjadi komoditas sosial. Luas keseluruhan perkebunan kelapa di Indonesia yang terluas di dunia yaitu 3,712 juta hektar (31,4%) menunjukkan fungsi penting tersebut. Indonesia adalah produsen kelapa terbesar kedua di dunia, dengan 12,915 miliar buah kelapa (24,4% produksi global).

Salah satu provinsi penghasil kelapa di Indonesia adalah Sulawesi Selatan. Dengan total lahan perkebunan kelapa seluas 75.015 hektar, Sulawesi Selatan menduduki peringkat ke-13 dunia menurut perkiraan data terbaru Kementerian Pertanian pada tahun 2018. Sedangkan Sulawesi Selatan berada di peringkat enam belas dalam hal produksi kopra. , dengan 69.023 ton. Kabupaten yang memberikan kontribusi produksi kelapa terbesar adalah Selayar dan kepulauan. Dengan luas tanam 18.341,57 hektar, rata-rata produksi kelapa tahunan Selayar adalah 20.000 ton, jauh lebih tinggi dibandingkan kabupaten tetangga seperti Bone yang menghasilkan 11.000 ton, atau Pinrang yang menghasilkan 4.000 ton (Ditjenbun 2018). Demi mendongkrak nilai ekonomi kelapa, tidak hanya petani Selayar saja.

Pada tahun 2022, terdapat 19.625 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang aktif, dengan 4.875 UMKM terdaftar di SKIP. UMKM tetap dapat memproduksi dan menjalankan usahanya dengan sukses meskipun terdampak inflasi dan baru pulih dari pandemi Covid-19. Berikut adalah grafik pertumbuhan UMKM di Kabupaten Selayar pada tahun 2018 hingga tahun 2022:



Gambar 1. Capaian Jumlah Pelaku UMKM

Dalam menghadapi Masyarakat era digital industry 4.0, sehingga penelitian ini menjadi pengisi gap dalam penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan industri kecil di kabupaten selayar dengan menggunakan five forces potter dalam menghadapi Masyarakat era digital industry 4.0. Subjek penelitian ini adalah UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Buki Kecamatan Silolo Kabupaten Selayar sebagai kebaruan dalam penelitian karena belum pernah diteliti sebelumnya. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul, “Strategi Pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Silolo Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah kita dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apa faktor internal yang dihadapi dalam pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar ?
2. Apa faktor eksternal yang dihadapi dalam pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar ?
3. Bagaimana strategi pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah kita dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal yang dihadapi dalam pengembangan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor eksternal yang dihadapi dalam mengembangkan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.

3. Untuk menganalisis dan menentukan strategi yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan manfaat praktis diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritik

Untuk memperoleh bukti-bukti data empiris tentang analisis strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Selayar yang akan bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, dan akademis mahasiswa dalam bidang ekonomi.

2. Manfaat Majerial

Penelitian ini dapat menjadi sebuah informasi dan sebagai referensi tambahan yang berkaitan dengan variable di dalam penelitian yaitu strategi UMKM di Kabupaten Selayar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. TINJAUAN TEORI

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah "bahasa strategis" berasal dari istilah Yunani "strategos", yang menggabungkan gagasan "stratos" (prajurit) dan "ego" (pemimpin). Merupakan pendekatan atau rencana menyeluruh untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, strategi hanyalah alat untuk mencapai tujuan tertentu. Bassio (2019) menyatakan bahwa strategi adalah proses pemanfaatan sumber daya organisasi dan operasi sehari-hari secara efektif untuk mencapai tujuan melalui interaksi yang efisien dengan lingkungan sekitar dalam keadaan ideal.

Business & Entrepreneurship (2018) menyatakan bahwa strategi perusahaan memerlukan dukungan seluruh pemangku kepentingan agar brand positioning yang kuat menjadi fokus utama bagi wirausahawan dan profesional bisnis. Hal ini karena positioning merek yang kuat diharapkan menghasilkan margin keuntungan yang lebih tinggi, peluang pertumbuhan yang lebih besar, dan kemampuan mempertahankan posisi yang kuat terhadap pesaing. Berdasarkan definisi ini, penulis menyimpulkan bahwa strategi mengacu pada tindakan yang diinginkan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa ahli strategi dikutip dalam buku teknis Analisis SWOT Analisis Kasus Bisnis. Para ahli tersebut antara lain:

1. Chandler: Strategi adalah alat yang digunakan untuk mengawasi proyek, mengalokasikan sumber daya berdasarkan prioritas, dan mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.
2. Argyris, Mintzberg, Steiner, dan Miner: Strategi adalah reaksi fleksibel dan berkelanjutan terhadap bahaya dan peluang dari dunia luar serta terhadap aset dan kelemahan internal organisasi.
3. Porter: Mengembangkan rencana merupakan langkah penting dalam memperoleh keunggulan kompetitif.
4. Andrews, Chaffe: Strategi perusahaan berfungsi sebagai kekuatan pendorong bagi semua pihak yang terlibat, termasuk pemegang utang, manajer, pekerja, pelanggan, masyarakat, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung mendapat untung atau rugi dari setiap keputusan yang diambil. buatan perusahaan.
5. Hamel dan Prahalad : Strategi adalah suatu aktivitas yang berkelanjutan, inkremental (selalu berkembang), dan dilaksanakan berdasarkan sudut pandang apa yang ingin dicapai.

Dari definisi-definisi di atas maka dapat di simpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada di bawah naungan perusahaan.

b. Unsur- unsur Strategi

Berikut adalah unsur-unsur yang terdapat dalam strategi:

1. Tujuan dan sasaran

Tujuan merupakan hasil akhir dari kegiatan perencanaan. Tujuannya adalah agar keinginan dapat ditanggapi tanpa ada batasan waktu sedangkan target adalah pernyataan yang telah mengarah pada kegiatan untuk mencapai tujuan, lebih terikat waktu, dapat diukur dan dapat dijumlahkan atau dihitung.

2. Lingkungan Sekitar

Sebenarnya lingkungan hidup adalah sesuatu yang ada di sekitar kita. Sasaran strategi yang direncanakan berhubungan dengan bagian strategi lingkungan yang dibahas di sini.

3. Kemampuan internal

Kapasitas sumber daya organisasi untuk mencapai tujuannya dikenal sebagai kemampuan internal. Dengan apa yang akan mereka hasilkan, kemampuan ini lebih fokus pada kekuatan dalam diri.

4. Rivalitas

Dalam hal strategi, persaingan sangatlah penting. Karena persaingan biasanya dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, maka persaingan tidak dapat diabaikan dalam strategi

5. Perencanaan

Karena ahli strategi adalah orang yang mengembangkan strategi, maka mereka adalah komponen paling penting dalam aktivitas

6. Komunikasi

Tindakan mengkomunikasikan informasi, baik melalui pesan, konsep, atau gagasan dari seseorang ke orang lain, baik yang dilakukan

c. Tujuan dan Manfaat Strategi

Suatu organisasi pasti akan mendapat manfaat dari pengembangan strategi. Suatu organisasi dapat mencapai tujuannya dengan pendekatan yang benar. Berikut beberapa keunggulan penentuan strategi dalam organisasi menurut Siagian (2002:206):

1. Memperjelas arti dan sifat dari sebuah rencana dengan mengidentifikasi lebih spesifik bagaimana organisasi harus mengelola hal-hal di masa depan.
2. Strategi adalah cara yang efektif untuk mewujudkan kegiatan dalam rangka menetapkan tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan.
3. Sebagai pedoman dan arah dalam pelaksanaan kegiatan di berbagai bidang.
4. Mengetahui berbagai cara untuk mencapai tujuan dan sasaran serta prioritas pembangunan dalam suatu bidang sesuai dengan kemampuan yang telah konkrit dan jelas.
5. Sebagai proses pemecahan masalah melalui serangkaian proses pengambilan keputusan.
6. Memudahkan koordinasi bagi semua pihak yang berpartisipasi dan memiliki kesamaan persepsi tentang bentuk dan sifat interaksi, interdependensi dan interlasi yang harus ditumbuhkan dan dipertahankan dalam mengelola jalannya roda organisasi, sehingga akan mengurangi atau bahkan menghilangkan kemungkinan terjadinya konflik antar berbagai pihak terkait.

Dengan demikian strategi dapat berjalan sesuai dengan yang telah ditetapkan. Pada hakekatnya manfaat penetapan strategi adalah untuk memperjelas suatu rencana dengan cara mengidentifikasi secara lebih spesifik cara-cara yang efektif dan mewujudkan kegiatan dalam rangka menetapkan tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan sehingga dapat dijadikan pedoman dan arahan dalam melaksanakan kegiatan di berbagai bidang. Untuk mencapai tujuan dan sasaran serta prioritas pembangunan di suatu bidang, sesuai dengan kemampuan yang sudah konkrit dan jelas.

2. UMKM

a. Definisi UMKM

UU nomer 20 tahun 2008 menjelaskan UMKM sebagai usaha yang didirikan badan usaha atau perorangan dengan penguasaan secara langsung dan tak langsung, bergerak dalam ekonomi secara produktif, serta memenuhi ukuran dasar usaha mikro atau kecil atau menengah. UMKM sebagai usaha mandiri dengan status kepemilikan perorangan wajib memiliki kekayaan dalam bentuk nominal sebanyak lima puluh juta rupiah dengan pengasilan dari usaha tersebut tiap tahunnya mendapat tiga ratus juta rupiah.

Prawira & Dewi (2019), UMKM merupakan salah satu sarana untuk mengembangkan kreativitas setiap masyarakat yang mampu menjadikan suatu jurusan kontribusi bagi kesejahteraan dan perekonomian masyarakat. Sektor UMKM setiap daerah memiliki jenis yang berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing sumberdaya yang dimiliki oleh masing-masing daerah. UMKM dikategorikan sebagai usaha kecil dan tidak memilih untuk bekerja walaupun dengan modal yang tidak seberapa modal. Perkembangan usaha UMKM dapat memberikan kontribusi yang cukup baik terhadap

pendapatan pelaku UMKM sebagai upaya mengatasi permasalahan yang sering dihadapi seperti tingginya angka kemiskinan, banyaknya pengangguran penduduk, dan ketimpangan distribusi pendapatan.

b. Karakteristik UMKM

Karakteristik khusus UMKM di Indonesia menurut (Amalia, 2018) adalah sebagai berikut:

1. memiliki jumlah yang banyak karena berperan penting dalam perekonomian.
2. Memanfaatkan teknologi tepat guna dari pada teknologi modern karena menyesuaikan kondisi, lokasi, modal, dan SDM.
3. Mengedepankan UMKM dalam bidang pertanian karena merupakan sumber daya alam terbesar.
4. Mengembangkan usaha secara bertahap, sedikit demi sedikit, namun signifikan.
5. Modal utama UMKM diperoleh dari uang pribadi, investasi kerabat, dan pinjaman.
6. Barang-barang yang diproduksi berupa makanan, pakaian, kerajinan, perabotan rumah tangga.
7. Proses produksi menggunakan mesin dan alat-alat sederhana namun mudah dioperasikan.

Siswanti (2020) menambahkan karakteristik UMKM sebagai berikut:

1. Menerapkan sistem administrasi sederhana tidak menerapkan kaidah yang menjadi standar pembukuan.

2. Memiliki pengalaman yang terbatas dalam bidang manajerial perusahaan yang meliputi pengelolaan tenaga kerja hingga produksi.
3. Menggunakan pemasaran yang masih kedaerahan dan tradisional.
4. Memiliki kemampuan permodalan yang rendah karena keterbatasan sistem administrasi.

c. Klasifikasi UMKM

Ade (2015) mengklasifikasikan usaha mikro kecil dan menengah menjadi empat kelompok yaitu:

1. Small dynamic enterprise

Small dynamic enterprise adalah UMKM dengan keterampilan dan kemampuan wirausaha yang tinggi sehingga dapat menerima tenaga kerja subkontrak dan melakukan ekspor barang.

2. Livelihood activities

Livelihood activities adalah UMKM dengan keterampilan dan kemampuan wirausaha yang tinggi sehingga dapat menerima tenaga kerja subkontrak dan melakukan ekspor barang.

3. Fast moving enterprise

Fast moving enterprise adalah UMKM yang memiliki tujuan serius dan berorientasi pada masa depan sehingga mengembangkan usaha menjadi lebih besar.

4. Micro enterprise

Micro enterprise adalah UMKM dengan sifat kewirausahaan yang rendah namun tetap merintis usaha selangkah demi selangkah.

d. Faktor UMKM

Faktor UMKM dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang dijabarkan oleh Fibriyani & Mufidah (2018).

1. Faktor Internal

- a) Keterampilan tenaga kerja
- b) Pengalaman tenaga kerja
- c) Pengetahuan tenaga kerja
- d) Modal usaha
- e) Manajemen usaha
- f) Kegiatan produksi
- g) Operasional Perusahaan
- h) Pengusaha teknologi
- i) Pengusaha teknologi
- j) Keuangan Perusahaan

2. Faktor eksternal

- a) Kondisi sosial, ekonomi, politik
- b) Perkembangan teknologi
- c) Situasi ekologi sekitar
- d) Kekuasaan pemasok
- e) Persediaan produk
- f) Daya beli

- g) Persaingan pasar
- h) Pemasok
- i) Pemberian kredit usaha
- j) Pelanggan

e. Permasalahan UMKM

Perkembangan UMKM di Indonesia masih terhalang kendala yang menyebabkan hambatan pertumbuhan. Permasalahan UMKM dijelaskan oleh Fajar dan Larasati (2021).

1. Permodalan

Penambahan modal pada UMKM di Indonesia masih mengalami kendala perihal penanaman modal. Modal yang diberi pemerintah melalui bank kurang mencukupi untuk dijadikan modal awal membuka UMKM, oleh karena itu banyak perbankan menawarkan pinjaman. Sayangnya persyaratan yang terlalu sulit dan proses yang rumit masih kurang membantu permodalan UMKM.

2. Sumber daya manusia

Kualitas SDM pada UMKM masih rendah sehingga tidak mampu mengelola keuangan, laporan, pembukuan, promosi, dan kegiatan operasional lain. Hal tersebut menyebabkan kemunduran dalam UMKM dan menghambat perkembangan usaha.

3. Pemasaran

Pemasaran UMKM mengalami kendala karena kurangnya modal yang dimiliki, sehingga Perusahaan mempersempit anggaran untuk pemasaran.

4. Bahan baku

Keterbatasan bahan baku atau bahan pokok dalam proses produksi merupakan suatu hal yang fatal karena dapat menggagalkan usaha. Bahan baku berperan penting dalam UMKM sehingga pelaku usaha harus mampu menyediakan bahan baku serta membuat variasi produk guna pertumbuhan usaha di pasar.

5. Teknologi

Teknologi adalah salah satu aspek pendukung perkembangan UMKM sehingga dalam melakukan sebuah usaha perlu memiliki penguasaan teknologi. Melalui penguasaan teknologi, usaha akan terbantu baik dalam kegiatan pemasaran, promosi, hingga pengelolaan keuangan.

6. Administrasi

Administrasi merupakan proses yang terdiri dari pengelolaan keuangan, pembukuan, pencatatan, dan pembuatan laporan terkait kegiatan produksi UMKM. Pengelolaan keuangan yang kurang mumpuni akan menimbulkan kerugian besar yang berpengaruh terhadap permodalan, aset, dan pinjaman.

3. Analisis SWOT

Identifikasi metodis berbagai elemen untuk menciptakan strategi perusahaan dikenal sebagai analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat meminimalkan bahaya dan kelemahan sekaligus memaksimalkan kekuatan dan peluang (Rangkuti, 2006). Premis yang mendasari analisis ini adalah bahwa rencana yang berhasil akan mengurangi risiko dan kelemahan sekaligus memaksimalkan peluang dan kekuatan yang ada. Asumsi langsung ini, bila diterapkan dengan benar, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penciptaan strategi yang efektif dan studi tentang lingkungan bisnis

yang menawarkan data yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berada di dalam perusahaan (Astuti & Ratnawati, 2020).

Menurut Albert Humphrey, penerapan SWOT adalah sebagai berikut:

1. Strengths – opportunities (SO): bagaimana kekuatan mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada.
2. Weaknesses – opportunities (WO): bagaimana mengatasi kelemahan yang dapat mengurangi keuntungan dari peluang yang ada.
3. Strengths – Threats (ST): bagaimana kekuatan yang ada dapat mengalahkan ancaman yang ada.

3. Arang Tempurung Kelapa

Setelah sabut, batok kelapa terdapat di dalam buah. Lapisan keras tempurung kelapa mempunyai ketebalan berkisar antara 3 hingga 5 mm. Kandungan silikon (SiO_3) yang tinggi pada cangkang inilah yang membuatnya menjadi tangguh. Berat tempurung kelapa mencapai 15–19% dari berat keseluruhan kelapa. Selain itu cangkangnya mempunyai kandungan lignin yang tinggi. Sedangkan tempurung kelapa memiliki konsentrasi metoksi yang hampir sama dengan kayu. Menurut Palungkum (1999), nilai kalor tempurung kelapa biasanya berkisar antara 18.200 dan 19.388,05 kJ/kg.

Batok kelapa merupakan hasil samping yang diubah menjadi arang. Selain itu, batok kelapa juga dibuang atau digunakan sebagai bahan bakar memasak. Mengingat kebutuhan arang tempurung kelapa sebagai bahan baku arang aktif semakin meningkat, maka perlu dilakukan upaya pemanfaatan

tempurung kelapa untuk proses pengolahannya menjadi arang guna mendongkrak nilai tambah barang kelapa (Hadi, 2011).

Salah satu produk sampingan dari karbonisasi bahan yang mengandung karbon, khususnya biomassa kayu, adalah arang. Tujuan utama produk ini adalah sebagai sumber energi. Metode pembuatan arang dapat menghasilkan berbagai jenis arang, yang masing-masing memiliki kegunaan unik. Misalnya, arang biasa yang dibakar hanya dapat digunakan untuk menghasilkan panas. Sementara itu, arang dapat mengubah fungsinya di bidang kesehatan, pertanian, dan kecantikan melalui proses aktivasi (Pari et al., 2012).

Indonesia sudah lama dikenal sebagai penghasil arang yang dijual di pasar internasional. Tiongkok, Malaysia, Afrika Selatan, Argentina, dan Indonesia merupakan lima negara teratas di dunia dalam hal ekspor arang. Berdasarkan catatan, Indonesia mengekspor batubara sebanyak 29.867.000 kg pada tahun 2000, dimana 15,96% diantaranya berasal dari arang tempurung kelapa, 22,3% dari arang hutan bakau, dan 61,73% dari arang kayu pinus.

Salah satu produk berbahan dasar batok kelapa yang dibakar sebagian adalah arang kelapa. Arang merupakan bahan bakar yang lebih hemat biaya dibandingkan kayu bakar. Asap yang lebih sedikit dan panas pembakaran yang lebih tinggi dihasilkan oleh arang. Arang dapat dihancurkan dan kemudian dibentuk menjadi briket dalam berbagai bentuk. Penggunaan briket lebih praktis dibandingkan menggunakan kayu bakar. Setelah diubah menjadi karbon aktif, arangnya dapat dimanfaatkan dalam industri karet dan plastik sebagai pewarna dan pengisi (Hendra, 2007).

Molekul karbon kompleks tidak dapat diubah menjadi karbon dioksida melalui pembakaran tempurung kelapa yang tidak sempurna. Kami menyebut proses ini sebagai pirolisis. Energi panas menyebabkan oksidasi selama pirolisis, memecah molekul karbon yang lebih kompleks menjadi batubara atau karbon. Suhu terjadinya pirolisis untuk membuat arang adalah 150 hingga 3.000°C. Pembentukan karbon disebut pirolisis primer. Batubara dapat mengalami transformasi lebih lanjut menjadi karbon monoksida, gas hidrogen dan gas hidrokarbon. Peristiwa ini disebut pirolisis sekunder (Hartanto & Alim, 2010).

B. Penelitian Terdahulu

Berikut template penyajian penelitian terdahulu dalam bentuk tabel:

Tabel 1. Penyajian data penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Witri Januarista/ 2017	Strategi Pengembangan Industri Kecil Bakso Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk	Penelitian kualitatif	1. Strategi produksi yang dilakukan oleh industri kecil bakso adalah dengan menggunakan bahan baku kualitas sedang, memperhatikan penyediaan bumbu untuk menjamin rasa yang konsisten dan unik selama produksi, memproduksi bakso di dapur atau belakang rumah produsen, menggunakan bahan baku secukupnya. jumlah pekerja yang

				<p>berpengalaman dalam proses tersebut, dan pemilik usaha ikut serta dalam proses tersebut;</p> <p>2. Harga jual yang rendah, peningkatan penjualan saat diterimanya pesanan untuk acara-acara tertentu dipadukan dengan sifat dan kesukaan pedagang bakso, promosi melalui pengaktifan kembali koperasi untuk memenuhi kebutuhan pedagang bakso baik dari segi produksi maupun pemasaran, serta menangkap peluang adalah bagiannya. dari strategi pemasaran. pemasaran kepada tenaga kerja muda migran yang berlokasi di luar kota metropolitan</p> <p>3. Strategi pengembangan sumber daya manusia (tenaga kerja) antara lain dengan melatih tenaga terampil membuat bakso agar menjadi tenaga kerja yang siap bekerja, menghidupkan kembali asosiasi industri bakso yang sempat berhenti beroperasi, mendatangkan lebih banyak tenaga kerja dari luar daerah</p>
--	--	--	--	---

				<p>untuk bekerja di bakso kecil tersebut. industri, dan memberi penghargaan kepada pekerja keras dengan bonus atau kenaikan gaji;</p> <p>4. Sebaliknya, rencana permodalan mengharuskan penggunaan dana Anda sendiri untuk investasi pertama, dan banyak orang tidak menyadari betapa pentingnya membuka investasi.</p>
2.	Bayu Gumelar, Ratih Nur Pratiwi, Riyanto/2017	Starategi pengembangan industri kecil kripik tempe di desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi	metode peneltian Deskriptif Kualitatif.	<p>1. Di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi, Dinas Koperasi, UMKM, dan industri sedang menempuh strategi sukses mengembangkan industri kripik tempe. Strategi ini melibatkan sejumlah taktik, seperti peningkatan kualitas SDM, fasilitas permodalan, kemudahan memperoleh layanan perizinan, menjalin kemitraan, dan mempercepat pengembangan produksi.</p> <p>2. Dukungan Pemerintah Kabupaten Ngawi terhadap pengembangan produk kripik tempe dan lokasi industri yang menguntungkan merupakan contoh</p>

				<p>faktor pendorong dan penghambat. Sementara permasalahan yang menghambat antara lain fasilitas yang kurang memadai, peran kelembagaan yang kurang memadai, permodalan perusahaan yang kurang, dan manajemen yang kurang profesional. & Pemasaran untuk Infrastruktur</p>
3.	Kiki Joesyiana/ 2017	MEKANSMEI PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA DI KOTA PEKANBARU	metode penelitian Deskriptif kuantitatif	<p>1. Pembakaran tempurung kelapa yang tidak sempurna mencegah oksidasi molekul karbon rumit menjadi karbon dioksida. Kami menyebut proses ini sebagai pirolisis. Energi panas menyebabkan oksidasi selama pirolisis, menyebabkan sebagian besar molekul karbon kompleks terurai menjadi karbon atau arang. Arang terbentuk melalui pirolisis pada suhu antara 150 dan 3000C. Pirolisis primordial adalah proses yang menghasilkan arang. Transformasi tambahan arang dapat menghasilkan karbon monoksida, gas hidrogen, dan</p>

				<p>gas hidrokarbon 3. Pirolisis sekunder adalah istilah untuk fenomena ini (Hartanto & Alim, 2010). pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (STRENGTH- OPPORTUNITIES), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO adalah: peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktifitas promosi dan difersifikasi produk.</p>
4.	RIZKYANTI QUROTUL AINI	MEKANISME PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DI DESA PUNGGUL KECAMATAN GEDANGAN KABUPATEN SIDOARJO	Penelitian Deksriptif Kuantitatif	<p>1. Status industri kecil topi di Desa Punggul menurut teori lokasi industri Weber dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu bahan baku, angkatan kerja dan faktor pasar sekolah. Keadaan industri kecil penutup kepala saat ini ditunjukkan dengan biaya transportasi bahan baku: rata-rata pembelian bahan baku biaya transportasi/biaya transportasi €200,000>Rp, dengan skor total 73. Karena tidak mahal untuk mengangkut bahan mentah dari wilayah mana pun, teori lokasi Weber</p>

				<p>menyatakan bahwa biaya untuk melakukan hal tersebut tidaklah mahal. tinggi. Indeks upah tenaga kerja rata-rata sebesar Rp610.000 – Rp1.000.000,- atau dinilai baik dengan skor 85, memberikan gambaran mengenai status industri topi kecil. Mengacu pada upah pekerja sesuai prinsip biaya minimum berdasarkan teori lokasi industri Weber. Indeks biaya pengiriman pemasaran, yang memiliki skor total 75, memberikan wawasan mengenai status industri topi kecil. Ongkos kirimnya pun tidak terlalu mahal, sekitar Rp 1.000.000. €300,000 > Perwakilan €500,000, sesuai</p> <p>2. Industri topi kecil di Desa Punggul, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo berada pada zona pertumbuhan, berdasarkan hasil perhitungan matriks internal dan eksternal/stabilitas V. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan industri kecil topi di</p>
--	--	--	--	---

				<p>desa Punggul. Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo merupakan pendekatan konsentrasi yang menggunakan stabilitas atau integrasi horizontal (tidak ada perubahan terhadap keuntungan). Meningkatkan variasi produk topi dan bekerja sama dengan perusahaan topi kecil untuk memperluas pasar dan melakukan inovasi guna mempertahankan pelanggan dan perputaran pendapatan. Selanjutnya melakukan analisis SWOT dengan taktik SO, WO, ST, dan WT.</p>
5.	Atika Tri Puspitasari Widiyanto/2013	STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL LANTING DIKABUPATEN KEBUMEN	Penelitian Kualitatif	<p>1. Bahan baku terbaik diperoleh dari wilayah Kebumen melalui pemasok atau pengumpul bahan baku sebagai bagian dari rencana produksi industri kecil Lanting; menambahkan tepung terigu untuk mengimbangi kelangkaan bahan baku dalam takaran yang tepat dan sesuai dengan karakteristik tanaman; menggunakan</p>

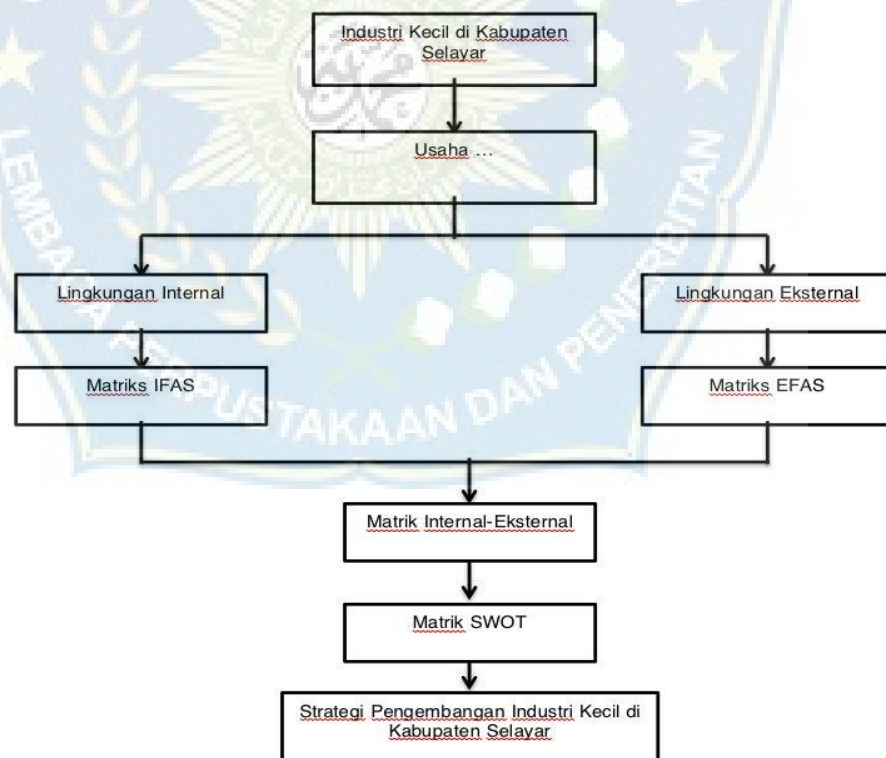
			<p>Memanfaatkan tenaga kerja berketerampilan tinggi dalam produksi pertanian; menggunakan alat produksi tradisional dan teknologi tepat guna; mempunyai tempat produksi yang berdekatan atau di belakang rumah produsen; memiliki produsen yang terlibat dalam operasi produksi perkebunan; Kategori produk telah diperluas dan kemasan produk telah diinovasi agar lebih menarik bagi konsumen.</p> <p>2. Produsen dapat menerapkan strategi Bahan baku terbaik diperoleh dari wilayah Kebumen melalui pemasok atau pengumpul bahan baku sebagai bagian dari rencana produksi industri kecil Lanting; menambahkan tepung terigu untuk mengimbangi kelangkaan bahan baku dalam takaran yang tepat dan sesuai dengan karakteristik tanaman; menggunakan</p> <p>Memanfaatkan tenaga kerja berketerampilan tinggi dalam produksi pertanian; menggunakan alat</p>
--	--	--	---

				<p>produksi tradisional dan teknologi tepat guna; mempunyai tempat produksi yang berdekatan atau di belakang rumah produsen; memiliki produsen yang terlibat dalam operasi produksi perkebunan; Kategori produk telah diperluas dan kemasan produk telah diinovasi agar lebih menarik bagi konsumen. pemasaran untuk mempromosikan merek dan produk mereka, seperti meningkatkan pesanan pada waktu tertentu, menampilkan atribut merek, dan menciptakan pilihan rasa baru; penyesuaian harga jual agar mencerminkan biaya bahan baku produksi dengan tetap menjaga jaminan mutu untuk memastikan pelanggan selalu mempunyai kebutuhan; bekerja sama dengan pengepul untuk membagi hutan tanaman; melakukan promosi dengan bekerja sama dengan agensi dan agen afiliasi untuk menjual produk secara online; dan memanfaatkan peluang pemasaran,</p>
--	--	--	--	---

			<p>seperti bekerja dengan tenaga kerja muda yang meninggalkan kota.</p> <p>3. Strategi sumber daya manusia (tenaga kerja) yang diterapkan pada industri hortikultura adalah dengan membentuk klaster industri hortikultura di desa Lemahduwur, namun belum berfungsi dengan baik; Berpartisipasi dan memanfaatkan peluang pemerintah untuk melakukan pelatihan dan pendidikan; Industri pertanian mendapatkan keuntungan dari pembagian kerja karena meningkatkan jumlah tenaga kerja dari luar desa dan kecamatan serta memberikan upah yang lebih tinggi kepada pekerja (pekerja tetap).</p> <p>4. Modal awal yang dihasilkan dari modal penanaman dan keuntungan penjualan yang diperoleh berupa akumulasi modal merupakan strategi permodalan yang digunakan; Pembagian kerja pada setiap proses industri mempengaruhi biaya tenaga kerja; Lebih banyak modal</p>
--	--	--	---

				<p>diciptakan sebelum hari raya dan selama berbagai perayaan; lembaga keuangan yang ditunjuk pemerintah untuk mengawasi kegiatan masyarakat memberikan akses yang lebih besar terhadap permodalan; Dua petani menangani semua tugas akuntansi dan administrasi keuangan yang sederhana dan biasa.</p>
--	--	--	--	---

C. Kerangka pikir



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan

—————▶= Menunjukkan Hubungan

Usaha bisnis yang layak dilakukan di Desa Silolo adalah produksi arang, karena sebagian besar sisa tempurung kelapa dari proses pengolahan kopra terbuang sia-sia. Menemukan permasalahan yang muncul dalam produksi arang kelapa merupakan langkah awal dalam menciptakan kerangka bisnis untuk industri tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian terhadap lingkungan internal dan eksternal “usaha produksi arang kelapa” untuk menganalisis strategi pengembangan baru. Strategi dikembangkan dalam matriks SWOT dengan menggunakan strategi yang baru dikembangkan dan strategi yang telah diterapkan oleh “Usaha Pembuatan Arang Batok Kelapa” setelah dilakukan identifikasi kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman. Terdapat peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan dalam analisis SWOT.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif. Dalam penelitian semacam ini, peneliti mengumpulkan, mengkategorikan, memeriksa, dan mengambil kesimpulan dari analisis data tanpa menggunakan generalisasi yang luas. Menurut Creswell (2009:4), penelitian kualitatif adalah pemeriksaan dan pemahaman terhadap signifikansi yang ditafsirkan oleh orang atau kelompok sebagai masalah sosial atau kemanusiaan. digunakan untuk menentukan penyebab dan mekanisme suatu fenomena sosial. Literatur dan teori, metode, temuan, pembahasan, dan kesimpulan menjadi laporan tertulis akhir penelitian ini.

Metode studi kasus juga digunakan dalam proyek penelitian ini. Metode pengumpulan data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus berkonsentrasi pada satu kesatuan untuk menyajikan gambaran yang komprehensif dan detail (Taufik, 2014). Seperti disebutkan, studi kasus menawarkan penjelasan menyeluruh tentang suatu unit. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan industri kecil di Kabupaten Selayar serta mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan strategi pengembangan UMKM di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki kabupaten selayar mempresentasikan judul penelitian. Adapun waktu penelitian akan diadakan selama 3 bulan. Penelitian diawali dengan pengajuan proposal penelitian, dilanjutkan dengan pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan.

C. Jenis dan Sumber Data

Data kualitatif adalah jenis yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Creswell (2007), penelitian kualitatif mengumpulkan datanya sendiri dengan cara meninjau dokumen, mengamati, dan mewawancarai partisipan.

Berikut ini adalah sumber data yang perlu penulis konsultasikan. data primer, yaitu informasi yang diperoleh atau diperoleh dengan cara mengumpulkan data-data yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

Dalam penelitian kualitatif, alat utamanya adalah penelitian, penelitian berfungsi sebagai alat data seperti alat lainnya, dan daftar observasi mempunyai tujuan tertentu sebagai alat data untuk membantu peneliti dalam melaksanakan pekerjaannya. Untuk meningkatkan validitas instrumen, peneliti terlebih dahulu mempertanyakan sumbernya sebelum melakukan sejumlah perubahan yang memungkinkan instrumen tersebut disetujui dan dianggap sah. Oleh karena itu, sangat penting bahwa penelitian dilakukan dalam penelitian kualitatif. Peneliti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keseluruhan proses penelitian ketika menggunakan metodologi kualitatif.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini meliputi sumber primer dan sekunder. Data primer berasal langsung dari pemberi informasi dan dikumpulkan dari sumber awal atau primer. Data yang bukan berasal dari sumber asli atau berasal dari sumber kedua disebut sebagai data sekunder (Rianse, 2009). Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut untuk mendapatkan informasi atau data yang diperlukan untuk penelitian ini:

1. Metode pengumpulan data primer: observasi lapangan, wawancara, angket, catatan, dan catatan yang ditulis oleh peneliti langsung dari sumber aslinya (kontraktor). Data yang dimaksud meliputi profil pemilik, latar belakang perusahaan, metode produksi, volume keluaran, pendapatan, jumlah tenaga kerja, prosedur pengemasan, dan prosedur penjualan.
2. Metode pengumpulan data sekunder, yaitu meliputi data tambahan yang dikumpulkan dari laporan dan data instansi serta laporan terkait, lembaga statistik, Jawa Tengah, dan kepala desa, serta tugas penunjang penelitian lainnya. Populasi dan profil daerah penelitian dimasukkan dalam data rencana.

E. Metode analisis data

Sugiyono (2017) mendefinisikan analisis data sebagai proses metodologis pengumpulan, pengorganisasian, dan sintesis informasi dari dokumen, catatan lapangan, dan wawancara. Pengolahan data dilakukan secara manual, dan hasilnya ditabulasikan sebelum dievaluasi secara deskriptif. Matriks IFAS merupakan teknik pengolahan data analitik yang digunakan untuk

mengidentifikasi faktor internal, sedangkan matriks EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor eksternal.

1. Matriks Faktor Strategi Internal

Matriks IFAS bertujuan untuk mengetahui apakah kelebihan usaha produksi batubara cangkang kalapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar lebih besar dibandingkan kelemahannya atau sebaliknya. Menurut (Solihin, 2012), untuk membangun tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) harus dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pada bagian 1 (Internal Factors) bikinlah ringkasan dari sepuluh kekuatan dan kelemahan yang ditemui UMKM.
- b. Pada bagian 2 (Berat/Berat), berikan berat pada masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting/sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting/tidak penting). Pembobotan tersebut didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor pembobotan tersebut terhadap posisi strategis UMKM saat ini.
- c. Pada bagian 3 (Skor), berikan nomor pada setiap elemen. Manajer saat ini telah memberikan peringkat mulai dari 4,0 (sangat baik) hingga 1,0 (buruk) berdasarkan faktor-faktor yang diperiksa.
- d. Dalam bagian 4 Untuk memperoleh nilai tertimbang (Weighted score), kalikan bobot pada kolom 2 dengan peringkat setiap komponen pada kolom 3. Skor tertimbang berada antara 1,0 (buruk) dan 4,0 (sangat baik/luar biasa).
- e. Akhir untuk mengetahui total nilai tertimbang suatu UMKM, tambahkan nilai tertimbang pada kolom 4. Seberapa sukses suatu

UMKM merespons alasan-alasan yang ada atau diantisipasi dalam lingkungan internal ditunjukkan oleh skor tertimbang secara keseluruhan UMKM

Tabel 2. IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan 1.			
Kelemahan 1. 2.			
Total			

2. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Matriks EFAS berupaya untuk mengetahui apakah usaha penghasil arang kelapa Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki, Kabupaten Selayar dapat memanfaatkan potensi sekaligus menghadapi tantangan yang ada. Tindakan berikut harus dilakukan, menurut Solihin (2012), untuk membuat tabel EFAS (Ringkasan Analisis Faktor Eksternal):

- a. Pada kolom 1 (Faktor eksternal), sebutkan lima sampai sepuluh peluang dan ancaman utama yang harus dihadapi UMKM.
- b. pada kolom 2, Bobot, dengan kisaran 1,0 (sangat penting/sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting/tidak signifikan). Pembobotannya ditentukan oleh potensi dampak elemen pembobotan tersebut terhadap posisi strategis UMKM saat ini. Semakin signifikan suatu komponen dalam menentukan keberhasilan UMKM saat ini dan masa

depan, maka semakin tinggi bobotnya. Semua bobot yang dijumlahkan harus sama dengan 1,0, terlepas dari berapa banyak faktor yang dihitung dalam EFAS.

- c. pada kolom 3 (Skor). Manajer saat ini telah memberikan peringkat mulai dari 4,0 (sangat baik) hingga 1,0 (buruk) berdasarkan faktor-faktor yang diperiksa. Penilaian manajemen terhadap bagaimana pengelolaan UMKM yang ada saat ini dalam menyikapi setiap aspek eksternal tercermin pada setiap pemeringkatan.
- d. Untuk memperoleh nilai tertimbang pada kolom 4, kalikan bobot pada kolom 2 dengan urutan setiap elemen pada kolom 3. Skala penilaian tertimbang adalah 1,0 (buruk) hingga 4,0 (sangat baik).
- e. Untuk mendapatkan keseluruhan nilai tertimbang suatu UMKM, tambahkan setiap nilai tertimbang pada kolom 4. Angka tertimbang keseluruhan menunjukkan seberapa sukses UMKM menyikapi berbagai elemen di lingkungan eksternalnya, baik yang ada saat ini maupun yang diantisipasi di masa depan.

Tabel 3. EFAS

Penyebab Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluan g1. 2.			
Ancaman 1. 2.			
Total			

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dilakukan dengan mengidentifikasi secara metodis berbagai aspek dalam menyusun rencana bisnis (strategi SO, ST, WO, dan WT) guna mengatasi permasalahan strategi pengembangan UMKM arang tempurung kelapa. Logika yang digunakan dalam penelitian ini berpotensi memaksimalkan peluang dan kekuatan sekaligus menciptakan ancaman dan kelemahan.



Gambar 3. Diagram analisis SWOT

Kuadran 1: Semua orang menang dalam skenario ini. Bisnis dapat memanfaatkan peluang yang ada karena memiliki sumber daya dan peluang untuk melakukannya. Strategi yang berorientasi pada pertumbuhan harus digambarkan dalam rangka mendorong kebijakan pertumbuhan yang kuat.

Kuadran 2: Perusahaan ini mempertahankan kekuatan internal meskipun menghadapi berbagai ancaman. Menggunakan aset untuk memanfaatkan kemungkinan jangka panjang melalui strategi diversifikasi produk/pasar adalah rencana yang dipraktikkan.

Kuadran 3: Perusahaan memiliki potensi pasar yang sangat besar, namun juga memiliki sejumlah hambatan dan kekurangan internal. Mengurangi permasalahan internal merupakan tujuan strategis perusahaan agar dapat lebih menangkap peluang pasar.

Kuadran 4: Organisasi menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal, menjadikannya situasi yang sangat tidak menguntungkan (Rangkuti, 2014).

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) • Tentukan 5 - 10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan 5 - 10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) • Tentukan 5 - 10 faktor peluang Eksternal	STRATEGI SO Kembangkan rencana yang memanfaatkan keunggulan Anda dengan memanfaatkan kekuatan Anda.	STRATEGI WO Kembangkan rencana yang meminimalkan kekurangan Anda sehingga Anda dapat memanfaatkan peluang.
THREATS (T) • Tentukan 5 - 10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Kembangkan taktik untuk melawan bahaya dengan memanfaatkan kekuatan Anda.	STRATEGI WT Kembangkan rencana yang mengurangi kerentanan dan menangkal bahaya.

Sumber: Rangkuti, 2014

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Taktik ini memanfaatkan aset internal bisnis untuk memanfaatkan peluang eksternal. Suatu korporasi harus mengatasi kekurangannya agar

menjadi kuat jika memiliki beberapa kekurangan tersebut. Ketika dihadapkan pada beberapa risiko, perusahaan harus berusaha menghindari risiko tersebut dan fokus pada kemungkinan-kemungkinan yang sudah ada.

2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Dengan memanfaatkan peluang dari luar, strategi ini berupaya mengurangi kekurangan internal perusahaan.

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Organisasi menggunakan taktik ini untuk mencoba mencegah risiko eksternal atau mengurangi dampaknya.

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Dengan menghilangkan kerentanan internal dan menghindari bahaya, pendekatan ini berfungsi sebagai taktik bertahan hidup. Bisnis yang menghadapi beberapa kelemahan internal dan bahaya eksternal sangatlah rentan.

Hasil Kesimpulan matriks SWOT akan memberikan bisnis berbagai pendekatan yang dapat dipilih untuk melaksanakan operasi yang akan menghasilkan hasil terbaik dan mencapai tujuan awal organisasi. Untuk menanyakan dan menerima jawaban mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan bahaya suatu perusahaan, diperlukan perbincangan yang lebih mendalam. Tujuan dari pembicaraan dengan perusahaan adalah untuk memastikan bahwa penelitian tersebut dapat menghasilkan rencana yang sesuai dengan keadaan organisasi. Saat mengembangkan matriks SWOT ini, kebutuhan perusahaan dan temuan analisis penelitian akan dijadikan sebagai sumber informasi utama.

Rangkuti (2014) menyatakan bahwa proses penyusunan strategi dibagi menjadi tiga tahap: pengumpulan data, analisis informasi, dan pengambilan keputusan. Pencarian menggunakan matriks IFAS, khususnya matriks EFAS, pada tahap pertama, yaitu tahap input. Langkah analisisnya adalah prosedur sebagai berikut. Membuat keputusan strategis terbaik pada saat ini melibatkan keseimbangan pengaruh internal dan eksternal. Matriks SWOT adalah alat analisis yang digunakan pada langkah proses analisis ini.

F. Metode Perbandingan Berpasangan

Dengan membandingkan setiap variabel horizontal pada baris dengan setiap variabel vertikal pada kolom, metode ini memungkinkan seseorang untuk menentukan bobot setiap determinan internal dan eksternal. Pastikan kepentingan relatif dari setiap faktor internal dan eksternal. Untuk menghitung bobot menggunakan pendekatan perbandingan berpasangan, ikuti langkah-langkah berikut:

1. Membuat daftar variabel-variabel penting yang secara signifikan mempengaruhi aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) bisnis merupakan tahap pertama. Buatlah daftar kelebihan dan kekurangan organisasi untuk membantu Anda mengidentifikasi faktor internal. Yang terbaik adalah menguraikan hal-hal positif dalam presentasi Anda sebelum melanjutkan ke kelemahannya. Daftar tersebut harus tepat dan mencakup rasio, persentase, atau angka yang sebanding. Wawancara atau kuesioner dengan individu yang mengetahui keadaan perusahaan memberikan data eksternal.

Menyusun daftar peluang dan risiko yang dihadapi bisnis membantu mengidentifikasi masalah-masalah eksternal organisasi. Faktor-faktor ini diidentifikasi dalam hasil kedua sebagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bobot yang akan diberikan.

2. Direksi perusahaan diberitahu mengenai pertimbangan strategis internal dan eksternal yang telah ditentukan dengan menggunakan metode perbandingan berpasangan untuk menentukan bobotnya. Bobot masing-masing variabel ditentukan dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 3. Apabila indikasi horizontal kurang signifikan dibandingkan indikator vertikal, maka skala yang digunakan untuk mengisi kolom adalah 1: 2. Dalam hal indikator horizontal diutamakan dibandingkan indikator vertikal.
3. Dalam hal indikator horizontal diutamakan dibandingkan indikator vertikal.

Tabel 5. Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Faktor Penentu	A	B	C	D	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
.....							
Total							

Sumber: David 2006

Menemukan nilai masing-masing faktor secara proporsional dengan jumlah nilai faktor-faktor tersebut akan menghasilkan bobot faktor tersebut. Setiap faktor diberi bobot antara 0,0 (tidak penting) dan 1,0 (sangat penting). Terlepas dari apakah elemen-elemen ini mewakili peluang, ancaman, atau kekuatan dan kelemahan, elemen-elemen tersebut diberi bobot paling besar jika dilihat dari kemampuannya dalam mempengaruhi kesuksesan perusahaan.

G. Definisi dan Batasan Operasional Definisi

Saat mengkomunikasikan temuan penelitian, definisi berikut digunakan untuk mencegah miskomunikasi dan kesalahan:

1. Analisis lingkungan internal atau masukan terhadap kekuatan dan kelemahan UMKM adalah kegiatan masukan yang sangat penting dalam merumuskan strategi.
2. Analisis lingkungan eksternal mencakup seluruh materi di luar UMKM. Faktor eksternal seperti cuaca, kondisi perekonomian, teknologi, informasi, kebijakan pemerintah, bunga suku, perubahan nilai tukar, kondisi sosial, dan kehidupan sehari-hari dapat berdampak negatif terhadap operasional UMKM sehingga perlu dipertimbangkan dalam menyusun strategi operasional. Analisis eksternal ini akan berdampak pada identifikasi peluang dan risiko dalam operasional produksi UMKM.
3. Strategi adalah alat untuk membantu bisnis mencapai tujuannya sehubungan dengan tujuan jangka panjang, rencana jangka pendek, dan prioritas harian.

4. Analisis SWOT adalah metode yang cukup mudah digunakan. Dengan demikian, secara teori, strategi dan kebijakan untuk setiap industri dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan ini. Intinya, analisis atau rencana analisis SWOT bukanlah suatu tujuan.tunggal. Ini adalah satu-satunya alat yang membantu kami menganalisis dan merumuskan strategi.
5. Strategi SO dilandasi oleh pola pikir UMKM yang memanfaatkan seluruh asetnya untuk memanfaatkan peluang secara maksimal.
6. Strategi ST: Taktik ini memanfaatkan keuntungan bisnis untuk menangkis bahaya.
7. Strategi WO: Taktik ini dipilih untuk memaksimalkan kekuatan yang ada sekaligus memanfaatkan peluang yang ada.
8. Strategi WT: ini penting untuk tindakan defensif yang bertujuan mengurangi kerentanan yang sudah ada dan mencegah bahaya.
9. Tujuan dari matriks IFAS adalah untuk mengidentifikasi bidang-bidang dimana perusahaan pembuat arang kayu di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar lebih banyak mempunyai kelebihan dibandingkan kelemahan atau sebaliknya.
10. Matriks EFAS bertujuan untuk mengidentifikasi peluang perusahaan manufaktur arang kayu di Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki, Kabupaten Selayar, dalam menghadapi permasalahan yang ada.
11. Arang adalah residu berwarna hitam yang dihasilkan dengan melepaskan senyawa volatil dari karbon tidak murni yang diperoleh dari tumbuhan atau hewan. Arang umumnya diproduksi dengan

memanaskan berbagai bahan, antara lain kayu, gula, tulang, dan benda lainnya. Arang adalah bahan berwarna hitam, ringan, mudah hancur yang menyerupai batu bara. Ini mengandung antara 85% dan 98% karbon; sisanya terdiri dari abu atau senyawa lainnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

Desa Lalang Bata yang terletak di Kecamatan Buki memiliki lokasi yang ideal untuk pertanian dan peternakan. Jaraknya sekitar 24 kilometer dari pusat pemerintahan Kabupaten Selayar..

Dalam ~ km² Desa Lalang Bata di Kecamatan Buki, terdapat lima dusun yang menampung sekitar 530 laki-laki dan 607 perempuan. Batas Administratif Desa Lalang Bata Kecamatan Buki :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Onto
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Buki Timur
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Bontolempangan
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Buki

Data di Kecamatan Buki, Desa Lalang Bata Kabupaten Selayar, bervariasi antara 0% hingga 30% hingga 40% hingga 50%. Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki mempunyai curah hujan bulanan rata-rata ± 50 mm dan ketinggian 0-600 m dpl, dengan suhu rata-rata 25–30 °C.

2. Keadaan Penduduk

Penduduk di Desa Lalang Bata, Kecamatan Bukit Yaitu, berjumlah 1.137 jiwa dengan rincian laki-laki 530 orang dan perempuan 607 orang. Lihat Tabel 1 untuk mengetahui jumlah penduduk yang tinggal di Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki.

Tabel 6. Jumlah Penduduk pada setiap Dusun berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki

No.	Nama Dusun	Jumlah Penduduk (Jiwa)		Jumlah (Jiwa)
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	Tanete Pale	56	60	116
2.	Bontodatarra	165	210	375
3.	Nangkala	56	51	117
4.	Silolo	124	151	275
5.	Pakbatteang	129	125	254
Jumlah		530	607	1137

Sumber: Potensi Wilayah Desa Lalang Bata Kecamatan Buki 2023

3. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Ukuran potensi dan kemampuan masyarakat dalam mengadopsi penemuan baru adalah tingkat pendidikannya. Selain itu, informasi dan

pendidikan akan membentuk perspektif masyarakat mengenai penyelesaian masalah dan prosedur kinerja dalam skala dunia. Tatanan kehidupan sosial desa secara umum akan berkorelasi erat dengan tingkat pendidikan masyarakat. Tabel 6 menunjukkan jumlah penduduk Desa Lalang Bata Kecamatan Buki menurut tingkat pendidikan.

Tabel 7. Jumlah Penduduk berdasarkan pada Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1.	Tidak Tamat SD	90
2.	Tamat SD	173
3.	SMP	154
4.	SMA	174
5.	Diploma	35
6.	Sarjana	20
Jumlah		646

Sumber: Potensi Wilayah Desa Lalang Batang Kecamatan Buki 2023

4. Jumlah Penduduk berdasarkan Mata Pencaharian.

Mata pencarian Berbeda dengan wilayah timur yang sebagian besar masyarakatnya bermatapencaharian pertanian, Desa Lalang Bata menggantungkan hidupnya pada perdagangan, perikanan, dan jasa kelautan di sepanjang wilayah pesisir.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian Desa Lalangbata Kecamatan Buki.

No.	Jenis Mata Pencaharian	Total (Orang)
1.	Petani	55
2.	Pedagang	10
3.	Peternak	28
4.	Pengrajin	12
5.	PNS	20
6.	Pensiunan	10
7.	Montir	3
8.	Sopir	3
9.	Jualan (kios)	10
10.	Pembuatan atap daun kelapa/rumbia	6
11.	Tukang Batu/Kayu (Buruh)	10
12.	Staf Desa	10

Sumber: Desa Lalang Bata, 2023

Dilihat Table 3 menunjukkan bahwa total penduduk yang bermata pencaharian terbanyak adalah petani yakni 55 orang sedangkan bermata pencaharian sedikit yakni Montir dan Sopir berjumlah 3 orang.

5. Sarana dan Prasarana

Karena sarana dan prasarana berkaitan langsung dengan banyak bidang kehidupan jasmani dan rohani sehari-hari, maka hal tersebut merupakan

pertimbangan penting yang dibutuhkan banyak orang. Kegiatan masyarakat menjadi lebih mudah ketika bahan-bahan terkait sudah tersedia.

Tabel 9. Sarana dan Prasarana di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki

No.	Jenis sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1.	Kantor Desa	1
2.	Kantor BPD	1
3.	Pos kamling	5
4.	TK	2
5.	SD	2
6.	Mesjid/ Mushollah	6
7.	Pustu	1
8.	Posyandu	5
9.	Pekuburan/ TPU	5
10.	Bak penampungan air	3
11.	Lapangan Sepakbola	1
12.	Lapangan Bola Volly	1
13.	Lapangan Takraw	1

Sumber: Desa 2023.

Masjid dan tempat ibadah lainnya mempunyai prasarana dan sarana terbanyak di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar berdasarkan tabel di atas.

6. Khas Sampel Pengusaha Arang Tempurung Kelapa

Responden dalam penelitian ini terdiri dari empat orang yang berdomisili di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar. Mayoritas responden menyebutkan umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, keberhasilan usaha, lama tinggal, dan pekerjaan sebagai berikut:

a) Karakteristik Sampel Menurut Umur

Usia merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan hari kerja produktif seseorang. Orang berdampak negatif pada kemampuan seseorang untuk melakukan tugas dan konsep perbaikan diri. Individu yang lebih mudah teralihkan perhatiannya cenderung memiliki kondisi fisik yang lebih stabil, keinginan yang lebih besar untuk mengeksplorasi hal-hal baru, dan energi yang lebih kreatif. Sebaliknya, seseorang yang berusia lebih tua atau lebih dewasa cenderung lebih sadar akan kesehatannya. Rata-rata usia pemilik usaha sampel adalah antara tiga puluh hingga enam puluh tahun. Perhatikan tabel berikut menampilkan data berdasarkan umur:

Tabel 10. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Umur di Desa Lalang Bata
Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

No	Umur (tahun)	Jumlah Sampel (Jiwa)	Presentase (%)
1.	30	1	25
2.	35	1	25
3.	42	1	25
4.	55	1	25
Jumlah		4	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah sampel tertinggi adalah berusia 55 tahun yang mewakili hanya 1 orang (25%), sedangkan jumlah sampel terendah adalah berusia 30 tahun yang mewakili sejumlah orang (25%).

b) Karakteristik Sampel Menurut Pendidikan

Pendidikan hanya untuk mempengaruhi secara langsung pola pikir, pengetahuan, dan wawasan yang dimilikinya. Pendidikan merupakan suatu hal penting. In this regard, formal education is the accepted kind of education. Based on the results of the study, the degree of sampel pengusaha education is composed of SD and sarjana. Please refer to the following table for more details:

Tabel 11. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar .

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Sampel (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tidak Tamat SD	1	25
2.	SD	2	50
3.	SMA	1	25
Total		4	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah penduduk yang mempunyai tingkat pendidikan tidak tamat SD yaitu sebesar 25% dari jumlah seluruh penduduk, yaitu sebesar 2 orang (50%) dan jumlah penduduk yang mempunyai tingkat pendidikan tidak tamat SD. SMA, yaitu sebesar 25% dari jumlah penduduk.

c) Karakter Objek Menurut Jumlah Tanggungan

Banyaknya Banyaknya pelajar dan teman yang menjadi penanggung jawab seseorang dalam upaya memenuhi segala kebutuhan pokoknya disebut tanggungan. Jumlah tanggungan pengusaha berkisar antara 1 sampai 5 orang. Untuk melihat jumlah besar sampel pada wilayah penelitian, lihat tabel berikut ini:

Tabel 12. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Jumlah Tanggungan di Desa
Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Sampel (jiwa)	Persentase (%)
1.	2	1	25
2.	3	1	25
3.	4	1	25
4.	5	1	25
Jumlah		4	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Terlihat dari tabel di atas bahwa contoh usaha hanya mempunyai sedikit fleksibilitas, dengan rata-rata fleksibilitas dua sampai lima orang. Hal ini dilakukan untuk menilai kondisi kelompok berdasarkan jumlah masyarakat yang berkomitmen memenuhi seluruh kebutuhan dasarnya.

d) Karakteristik Sampel Menurut Pengalaman Berusaha

Contoh etika kerja dapat digambarkan sebagai cara etika seorang pekerja dalam suatu bidang tertentu. Oleh karena itu, semakin lama seseorang menekuni bidang tersebut, maka semakin besar pula tingkat ketekunan dan pemahamannya untuk meningkatkan pendapatannya. Kemajuan atau kemudahan suatu bisnis diluncurkan dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang muncul dalam bisnis. Untuk lebih jelasnya, silakan lihat tabel berikut ini:

Tabel 13. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Pengalaman Berusaha di Desa

Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

No.	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	7	1	25
2.	10	1	25
3.	20	1	25
4.	33	1	25
Jumlah		4	100

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Sebab Tabel tersebut menunjukkan bahwa para pemilik usaha di Desa Lalang Bata mempunyai pengalaman yang cukup banyak, hal ini terlihat dari lamanya mereka beroperasi.

e) Karakteristik Sampel Menurut Luas Usaha

Setiap mitra bisnis memiliki pendekatan berbeda dalam perencanaan bisnis. Pembakaran dilakukan dengan menggunakan kiln. Pembakaran berbahan drum bekas memiliki berat maksimal sekitar 90 kg. Untuk lebih memahami bagaimana arang tempurung kelapa dijalankan. Untuk lebih menggambarkan berapa banyak kiln yang digunakan untuk setiap pengujian, silakan lihat tabel berikut:

Tabel 14. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Jumlah Klin di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar

No.	Nama Sampel	Jumlah Klin (Drum Bekas)
1.	Suparman	8 Klin
2.	Malik	10 Klin
3.	Mukmin	7 Klin
4.	Bahar	12 Klin
Jumlah		32 Klin

Sumber: Data Primer 2023

Dilihat Tabel ini menunjukkan bahwa pengusaha sampel memiliki jumlah kiln yang bervariasi. Kuantitas pendapatan yang diterima dan hasil output dipengaruhi oleh variasi total kiln.

B. Hasil Penelitian

1. Kegiatan Proses Produksi Arang

Berikut adalah cara pembuatan arang menurut pengusaha arang yang berada di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar:

- 1) Bahan baku yang digunakan adalah batok kelapa berasal dari limbah kelapa, yang diperoleh dari tempat pembuatan kopra.
- 2) Bahan baku tersebut kemudian dimasukkan kedalam drum bervolume 200 liter. Potong tutup drum dari badannya sehingga dapat melakukan bukak tutup.

- 3) Buatlah lubang dengan diameter 10cm pada bagian Tengah tutup drum. Lubang ini berfungsi untuk menghubungkan lubang dengan cerobong asap setinggi 30cm.
- 4) Lakukan pembuatan cerobong dan tutupnya menggunakan bahan seng yang membentuk silinder dengan tinggi 30 cm dan juga tempel di tutup drum.
- 5) Buat 3 garis lubang pada setiap barisannya terdiri dari 4 lubang berdiameter 13 cm dengan jarak masing-masing lubang 30cm, dan jumlah lubangnya 12 buah.
- 6) Masukkan media pembakaran seperti kertas atau daun kering pada bagian bawah drum.
- 7) Letakkan sebatang bambu atau kayu dengan diameter 10 di Tengah drum secara tegak lurus.
- 8) Setelah itu masukkan tempurung ke dalam drum hingga penuh.
- 9) Setelah penuh cabut batang bambu tersebut secara perlahan-lahan sampai membentuk lubang kecil dibagian tengah drumnya.
- 10) Tutup drum dan pasang cerobong asapnya.
- 11) Selama proses sistem pembakaran lubang udara pada barisan paling bawah yang dibuka dan bagian lubang barisan yang ditutup menggunakan tanah liat.
- 12) Apabila terlihat bara merah di bagian lubang berarti menandakan sistem pembakaran dibagian bawah sudah selesai.

- 13) Lalu tutuplah lubang bagian bawah dan buka barisan kedua lakukan sampai lubang bagian atas.
- 14) Proses sistem bisa jadi selesai jika yang keluar dari cerobong sudah menipis dan berwarna kebiruan.
- 15) Bila sudah dalam keadaan seperti ini lakukan penutupan disemua lubang, termasuk cerobong asap secara rapat-rapat.
- 16) Cara penutupan sebaiknya menggunakan tanah liat agar arang tidak menjadi abu.
- 17) Biarkan drum mendingin dengan sendirinya, biasanya proses pendinginan membutuhkan waktu yang cukup lama 6 jam.
- 18) Apabila sudah dingin tutup bagian drum itu dibuka dan dipisahkan arang, arang mentah dan abu. Kemudian di akhiri dengan menggunakan karung goni ukuran 30 kg.

Sebab pembahasan ini akan dipaparkan secara jelas apa saja faktor internal dan eksternal dalam usaha arang dan bagaimana struktur pengembangan usaha arang tempurung kelapa.

2. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Analisis internal merupakan suatu metode untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan “Usah Arang Kelapa Shell” dalam menangani tekanan. Lingkungan interna dapat diamati melalui observasi diam, observasi di lapangan, atau tanya jawab.

a) Identitas Kekuatan dan Kelemahan

Tabel 15. Kekuatan dan Kelemahan UMKM Usaha Arang Tempurung Kelapa Berdasarkan faktor internal UMKM Arang

Kekuatan	Kelemahan
1. Pengalaman dalam berusaha	1. Keterbatasan perluasan usaha
2. Lokasi Strategis	2. Tidak adanya promosi
3. Produk berkualitas	3. Tidak adanya bukti transaksi jual beli produk
4. Harga terjangkau	4. Pengemasan yang tidak menarik
5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk atau merk banyak	5. Belum label

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Dari tabel tersebut maka dapat di lihat beberapa faktor internal kekuatan dan kelemahan UMKM Arang Tempurung Kelapa sebagai berikut ini:

Kekuatan (Strength)

Suatu kondisi atau situasi yang mewakili kekuatan yang dimiliki suatu organisasi atau bisnis dan dapat membawa perubahan positif di masa kini atau masa depan disebut kekuatan.

1. Pengalaman dalam berusaha

Kewirausahaan adalah waktu terbatas yang dihabiskan untuk suatu pekerjaan tertentu, biasanya berlangsung selama satu tahun. Berdasarkan temuan penelitian saya, saya dapat menyatakan bahwa pengalaman saya dengan sampel investasi cukup positif karena bisnis yang mereka dirikan telah

berjalan selama lima hingga tiga puluh tahun. Keunggulan ini memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap usaha bisnis yang mereka jalani. Berkat keunggulan ini, pemilik usaha dapat memilih opsi terbaik untuk kebutuhannya, seperti ketika memilih penggunaan bahan baku.. Pada awal usaha mereka menggunakan bahan baku dari kebun sendiri, namun ternyata tidak efisien karena tempurung kelapa yang diperoleh hanya sedikit. Kemudian mereka mengambil limbah batok kelapa dari tempat pembuatan kopra dan mendapatkan tempurung kelapa dalam jumlah yang besar.

2. Tempat strategis

Setahu saya UMKM Arang Batok Kelapa terletak di Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki, Kabupaten Selayar. Berdasarkan temuan penelitian, lokasi usaha tersebut—12 kilometer dari Kota Benteng di Kabupaten Selayar—cukup terpencil. Hal ini memerlukan waktu agar produk dapat sampai ke konsumen dan produsen untuk melakukan jual beli produk tersebut. Selain itu, ada sekitar dua puluh restoran makan di Kota Benteng, Selayar, yang menggunakan arang untuk menyiapkan makanan seperti ayam bakar, ikan bakar, dan jenis nasi lainnya. Proses peternakan ayam menggunakan arang untuk membantu ayam dikumpulkan. Arang tempurung kelapa digunakan oleh pelaku usaha setrika untuk mengolah atau menyiapkan bahan agar mudah dibentuk sesuai bentuk yang diinginkan, dan pelaku usaha bakso bakar jagung bakar juga menggunakannya untuk proses pemanggangan. Ini adalah target penjualan atau target pembelian

3. Barang berkualitas

barang yang dihasilkan dari UMKM Usaha Arang Tempurung Kelapa ini merupakan produk berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari bahan baku dan bentuk fisik yang dihasilkan dari proses produksi. Disini dapat dilihat bahwa tempurung kelapa melalui proses penjemuran dibawah matahari terlebih dahulu sebelum memasuki proses pembakaran dan tempurung kelapa dipotong dengan ukuran 2,5 X 2,5 cm agar dapat mengisi alat pembakaran secara penuh dan merata.

4. Nilai terjangkau

Harga satu arang saat ini cukup tinggi, yaitu Rp 4.400 per kilogram. Harga mereka sangat mahal. Jika dibandingkan menggunakan oven atau listrik, harga yang dikenakan akan lebih mahal. Peralnya, harga oven listrik tidak murah; biayanya kurang lebih ±2.000.000.000, jadi kalau pakai harus bayar biaya listrik lebih mahal..

5. Pemanfaatan lahan

Pengusaha Arang di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar mempunyai luas lahan yang tidak terlalu luas, UMKM Arang Batok Kelapa mampu menghasilkan banyak arang. Lahan yang digunakan sedikit namun mempunyai banyak produk dalam menjalankan usahanya. Pemilik usaha dapat memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan rata-rata 30 kg arang tempurung kelapa dari 100 karung dan juga menerima keuntungan sekitar ± 132.000 per karung.

Kekurangan (lack)

Kelemahan mengacu pada keadaan atau keadaan apa pun yang mewakili keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang mungkin berdampak negatif saat ini atau di masa depan.

1) Keterbatasan perluasan usaha

Saat memulai sebuah bisnis, para pengusaha dimanapun biasanya mempunyai keinginan untuk mengembangkan bisnisnya. Namun dalam mengembangkan usaha apapun pasti ada kendala atau permasalahan yang perlu diatasi. Berdasarkan hasil penelitian saya, para pemilik usaha di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki mempunyai keinginan untuk mengembangkan UMKMnya, namun mereka terhambat atau terhambat oleh proses tersebut. Fenomena yang diamati dalam lapangan adalah modus operasi yang mereka lakukan adalah modus operasi mereka sendiri, tanpa bantuan atau dukungan pihak lain seperti bank atau pemerintah. Akibat menurunnya trafik, para pemilik usaha di Desa Lalang Bata tidak dapat memenuhi target penjualan, meningkatkan produksi, atau meningkatkan kualitas kerja. Berdasarkan hasil wawancara saya, diperlukan tambahan modal minimal ±25.000.000,00 untuk mengatasi volatilitas modal.

2) Tidak adanya promosi

Salah satu elemen penting dalam memulai bisnis adalah promosi, yang bertujuan untuk menarik pelanggan dan mendorong mereka untuk membeli atau mengonsumsi produk atau jasa. Pemilik usaha arang di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar tidak melakukan kegiatan promosi pada

saat memulai usahanya. Promosi tidak pernah dilakukan melalui media massa, artikel berita, media elektronik, atau jaringan media sosial apa pun yang ada. Hal ini disebabkan oleh menurunnya kemampuan teknis produsen dan kemajuan teknologi informasi yang dapat digunakan sebagai media promosi.

3) Tidak adanya bukti tertulis

Dalam melakukan transaksi jual beli produk dalam menjalankan usahanya, UMKM Arang Batok Kelapa tidak memiliki bukti tertulis atas transaksi penjualan beli produk. Padahal hal ini penting untuk menghindari kesalahpahaman. Dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan UMKM, biasanya konsumen membeli arang tempurung kelapa dalam jumlah banyak yaitu sekitar 100 karung goni. Dengan jumlah pembelian sebesar ini, sebaiknya gunakan bukti transaksi (kwitansi) untuk menghindari kesalahpahaman.

4) Pengemasan yang tidak menarik

Memanfaatkan karung goni, UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalang Bata mengemas arang. Semak goni bekas hanya memiliki satu ukuran yaitu 30 kg. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan goni karung kemudian dibungkus dengan plastik wrap. Hal ini agak menyulut kemarahan konsumen karena tidak ada karya seni, pelabelan, peringatan, atau informasi apa pun tentang produk tersebut.

5) Belum memiliki label atau merk

Selain kurang mempunyai ciri pembeda, pengusaha arang tersebut juga tidak mempunyai label atau tanda mengenai produk yang dihasilkannya. Pada umumnya konsumen belum bisa membedakan iklan yang berasal dari UMKM A,

B, C, dan D. Label atau merek UMKM sangat penting dalam operasional usaha. Dengan adanya label atau merek UMKM, pelanggan akan dapat menilai produk yang sudah ada. kualitasnya bagus, namun ada beberapa yang di bawah standar. baik atau buruk, yang akan mempengaruhi pembelian Anda selanjutnya. Jika pelanggan sudah menyadari bahwa suatu produk memiliki kualitas yang baik, maka otomatis pelanggan tersebut akan membeli produk tersebut kembali.

3. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Analisis lingkungan internal merupakan suatu metode untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan UMKM Arang Tempurung Kelapa dalam menangani tekanan. Lingkungan internal dapat diamati melalui pengamatan senyap, pengamatan melalui celah, atau pengamatan senyap dalam ruang tertutup.

Identifikasi Peluang dan Ancaman

Tabel 16. Peluang dan Ancaman “UMKM Arang Tempurung Kelapa” berdasarkan faktor eksternal

Peluang	Ancaman
1. Semakin tinggi permintaan arang tempurung kelapa	1. Munculnya pesaing baru
2. Peluang pasar yang cukup tinggi	2. Tidak adanya bantuan pemerintah
3. Bahan baku mudah didapatkann	3. Perubahan iklim atau cuaca
4. Dapat dikembangkan disemua lokasi	4. Kemajuan teknologi

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Dari tabel tersebut maka dapat di lihat beberapa faktor eksternal peluang dan ancaman UMKM Arang Tempurung Kelapa sebagai berikut ini:

Peluang (Opportunities)

Peluang mengacu pada keadaan atau keadaan yang mencakup sumber daya bisnis atau organisasi internal dan eksternal yang dapat memberikan naungan bagi pertumbuhan di masa depan.

1. Semakin tinggi permintaan produk arang tempurung kelapa

Berdasarkan hasil survei, saya mendapat informasi dari peneliti UMKM arang bahwa permintaan konsumen terhadap produk arang semakin meningkat. Faktanya, di antara para peneliti di atas, ada beberapa yang tidak mampu memenuhi permintaan konsumen terhadap produk arang yang semakin meningkat. Pada awalnya usaha ini hanya memiliki tiga klinik (drum); Namun, setelah beberapa waktu, jumlah klinik bertambah menjadi dua belas (drum). Meskipun terjadi peningkatan, jumlah klinik (drum) masih terlalu sedikit untuk memenuhi seluruh permintaan pelanggan. Dengan demikian, jumlah permintaan pelanggan yang awalnya dibatasi 500 goni/bulan meningkat menjadi 1.5000 goni/bulan. Dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk arang, hal ini memberikan peluang yang sangat baik untuk dimanfaatkan. Namun, beberapa pelaku bisnis tidak memanfaatkan peluang yang ada.

2. Peluang pasar yang cukup tinggi

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk, jumlah pasar yang tersedia juga cenderung meningkat. Usaha ini biasanya menjual produknya di sekitar Desa Buki, bahkan ada yang sampai ke Kota Benteng, Bulukumba, dan

Makassar. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk ini, maka produsen atau produsen perlu menjual atau memperdagangkannya di wilayah saat ini atau di masa depan; Namun di wilayah sekitar, produsen-produsen tersebut belum menunjukkan kesediaannya untuk menjual sehingga belum ada upaya untuk mengembangkan UMKMnya dengan menjual produknya di wilayah lain. Berdasarkan hasil survei saya, sekitar 50% produk yang diminta berasal dari Kota Makassar. Arang tempurung kelapa untuk memasak atau memanggang makanannya adalah rumah makan dan rumah makan yang berkaitan dengan tujuan pertama. Mereka membutuhkan kelapa arang karena kualitasnya lebih tinggi dan unggul dibandingkan arang lainnya.

3. Bahan baku mudah didapatkan

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk, jumlah pasar yang tersedia juga cenderung meningkat. Usaha ini biasanya menjual produknya di sekitar Desa Buki, bahkan ada yang sampai ke Kota Benteng, Bulukumba, dan Makassar. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk ini, maka produsen atau produsen perlu menjual atau memperdagangkannya di wilayah saat ini atau di masa depan; Namun di wilayah sekitar, produsen-produsen tersebut belum menunjukkan kesediaannya untuk menjual sehingga belum ada upaya untuk mengembangkan UMKMnya dengan menjual produknya di wilayah lain. Berdasarkan hasil survei saya, sekitar 50% produk yang diminta berasal dari Kota Makassar. Arang tempurung kelapa untuk memasak atau memanggang makanannya adalah rumah makan dan rumah makan yang berkaitan dengan tujuan pertama. Mereka membutuhkan kelapa arang karena kualitasnya lebih tinggi dan unggul dibandingkan arang lainnya.

4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/ daerah

Jenis bisnis ini sangat sederhana untuk dimulai dan dapat diperluas ke seluruh dunia. Namun lokasi pembuatan arang harus diperhatikan dengan matang agar proses produksinya sesederhana mungkin dan terhindar dari tubuh pekerja karena meskipun dalam jumlah sedikit, udara dampak dapat terjadi pada saat pembuatan arang. Udara pada gambar ini merupakan hasil penyiapan bahan baku kelapa arang.

Ancaman (Threats)

Ancaman adalah ancaman-ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh UMKM ataupun pengusaha yang dapat menghambat laju perkembangan dari UMKM atau pengusaha.

1. Muncul pesaing baru

Kemudahan produksi arang akan mengakibatkan munculnya pasar-pasar baru. Selain itu, para petani di Desa Lalang Bata hanya mampu memproduksi lahan garapan dalam jumlah terbatas; hal ini juga disebabkan oleh kondisi tenaga kerja dan persalinan yang kurang memuaskan. Saat ini, empat orang yang tergabung dalam tim peneliti komprehensif di Desa Lalang Bata merupakan pesaing atau pelaku bisnis arang. Awalnya hanya Pak Bahar yang mempromosikan bisnis tempurung kelapa. Namun, Pak Malik, Pak Suparman, dan Pak Mukmin kemudian bergabung dengan persaudaraan tersebut, sehingga pemilik usaha dapat melakukan merger yang aman dan efektif.

2. Tidak adanya bantuan pemerintah

Pemerintah harus mempunyai kebijakan terhadap usaha kecil dan menengah. Dengan demikian, usaha kecil dan menengah dapat berkembang lebih pesat. Namun berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap sampel saya, mereka belum pernah menerima dana dari pemerintah sejak awal penelitian hingga saat ini.

3. Perubahan iklim atau cuaca

Salah satu tantangan dalam proses produksi arang tempurung kelapa adalah variasi iklim atau cuaca. Hal ini biasanya terjadi pada musim hujan; proses pembuatan arang memakan waktu lebih lama selama ini. Membuat arang biasanya membutuhkan waktu 7 jam untuk pembakaran tempurung kelapa sebanyak 15 kg namun ketika musim penghujan datang bisa memakan 1 atau bahkan akan terjadi pemberhentian pembakaran apabila hujan lebat dalam sehari. Hal ini disebabkan karena hujan menyebabkan arang tempurung kelapa yang terbakar menjadi basah sehingga dapat mengakibatkan kerusakan pada arang tersebut.

4. Kemajuan teknologi

Dengan kemajuan teknologi, hal ini menjadi tantangan bagi UMKM Arang Batok Kelapa. Meskipun sebagian besar orang masih menggunakan arang kelapa atau arang kayu untuk makan, kita semua harus mewaspadaikan hal ini di masa mendatang. Namun kemajuan teknologi tersebut tidak memberikan dampak negatif terhadap operasional arang tempurung kelapa di Desa Lalang Bata, karena sasaran utama penjualan arang tempurung kelapa adalah restoran, toko roti, pasar daging, dan stand makanan yang menyediakan menu bahan baku.

Setelah memahami Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data yang memperhitungkan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi usaha arang di Desa Lalang Bata. Model yang diterapkan merupakan tahapan untuk augmentasi data. Matriks Faktor untuk Strategi Internal (IFAS) dan Strategi Eksternal (EFAS) merupakan model yang digunakan.

Tabel berikut ini mendapat skoring (rating x bobot) berdasarkan hasil identifikasi dan komponen internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan setelah ditransfer ke dalam tabel matriks IFAS:

Tabel 17. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) pada UMKM Arang

Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan			
1.Pengalaman dalam berusaha	4	0,09	0,36
2.Lokasi strategis	2	0,09	0,18
3.Produk berkualitas	4	0,13	0,52
4.Harga terjangkau	4	0,11	0,44
5.Pemanfaatan lahan yang sedikitnamun memiliki produk banyak	4	0,10	0,40
Jumlah Kekuatan	17	0,52	1,90
Kelemahan			
1.Keterbatasan perluasan usaha	2	0,10	0,20
2.Tidak adanya promosi	1	0,10	0,10
3.Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli Produk	1	0,07	0,07
4.Pengemasan yang tidak menarik	2	0,11	0,22
5.Belum memiliki label atau merk dagang	1	0,10	0,10
Jumlah Kelemahan	7	0,48	0,69

Total Kekuatan-Kelemahan	24	1,00	2,59
---------------------------------	-----------	-------------	-------------

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Setelah faktor eksternal teridentifikasi yaitu waktu dan tenaga, rating dan bobot ditambahkan pada tabel matriks EFAS sehingga dapat dilakukan analisis (rating x bobot), seperti terlihat pada tabel berikut:

Setelahnya Penggabungan variabel ekstrinsik dan intrinsik dilakukan, khususnya sebagai berikut:

Tabel 18. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) pada UMKM Arang

Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
1.Semakin tinggi permintaan produk arang	4	0,16	0,64
2.Peluang pasar yang cukup tinggi	4	0,15	0,60
3.Bahan baku mudah didapatkan	3	0,13	0,39
4.Usaha ini dapat dikembangkan di semua lokasi/daerah	2	0,12	0,24
Jumlah Peluang	13	0,56	1,87
Ancaman			
1.Munculnya pesaing baru	3	0,10	0,30
2.Tidak adanya bantuan pemerintah	1	0,11	0,11
3.Perubahan iklim atau cuaca	2	0,12	0,24
4.Kemajuan teknologi	2	0,10	0,20
Jumlah Ancaman	9	0,43	0,85
Total Peluang-Ancaman	22	1,00	2,72

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Setelah faktor eksternal teridentifikasi yaitu waktu dan tenaga, rating dan bobot ditambahkan pada tabel matriks EFAS sehingga dapat dilakukan analisis (rating x bobot), seperti terlihat pada tabel berikut:

Setelahnya dilakukan penggabungan antara faktor internal dan eksternal yaitu sebagai berikut:

Tabel 19. Penggabungan Matriks Faktor Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Eksternal (EFAS)

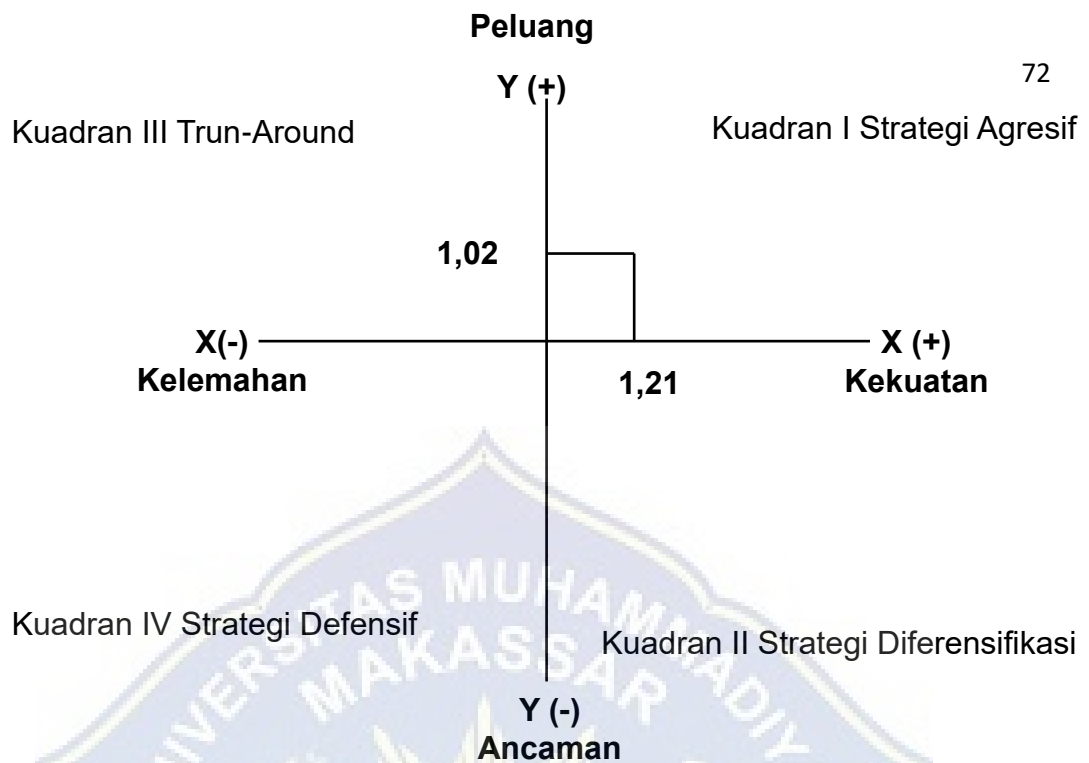
Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan			
1.Pengalaman dalam berusaha	4	0,09	0,36
2.Lokasi strategis	2	0,09	0,18
3.Produk berkualitas	4	0,13	0,52
4.Harga terjangkau	4	0,11	0,44
5.Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang Banyak	4	0,10	0,40
Jumlah Kekuatan	17	0,52	1,90
Kelemahan			
1.Keterbatasan perluasan usaha	2	0,10	0,20
2.Tidak adanya promosi	1	0,10	0,10
3.Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli Produk	1	0,07	0,07
4.Pengemasan yang tidak menarik	2	0,11	0,22
5.Belum memiliki label atau merk Dagang	1	0,10	0,10
Jumlah Kelemahan	7	0,48	0,69
Selisih Skor Kekuatan-Kelemahan			1,21
Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
1.Semakin tinggi permintaan produk arang	4	0,16	0,64
2.Peluang pasar yang cukup	4	0,15	0,60

Tinggi			
3. Bahan baku mudah didapatkan	3	0,13	0,39
4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	2	0,12	0,24
Jumlah Peluang	13	0,56	1,87
Ancaman			
1. Munculnya pesaing baru	3	0,10	0,30
2. Tidak adanya bantuan pemerintah	1	0,11	0,11
3. Perubahan iklim atau cuaca	2	0,12	0,24
4. Kemajuan teknologi	2	0,10	0,20
Jumlah Ancaman		0,43	0,85
Selisih Skor Peluang-Ancaman			1,02

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan signifikansi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) sebesar 1,21, yang menunjukkan bahwa bisnis pertanian lebih dipengaruhi secara positif oleh kekuatan dibandingkan dengan kelemahan. Dengan tingkat signifikansi 1,02 maka faktor strategis eksternal (angus-ancaman) lebih signifikan dibandingkan ancaman terhadap UMKM industri batubara.

Dengan demikian, titik koordinat sumbu x diperoleh dengan mengurangi seluruh kekuatan dari total kelemahan (selisih) sehingga diperoleh gambar diagram SWOT. Kurangi total bahaya dan peluang (selisih) selanjutnya, dan titik koordinat sumbu y akan menjadi hasilnya. Tabel tersebut menunjukkan bahwa 1,02 adalah nilai $X > 1,21$ dan $Y > 0$. Koordinat Kartesius berikut menunjukkan posisi koordinat:



Gambar 4. Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Internal dan Eksternal

Dari grafik di atas terlihat bahwa $X > 0$ bernilai sekitar 1,21, dan sekitar 1,02 jika $Y > 0$. Hal ini menunjukkan UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalang Bata menempati kuadran I yang merupakan posisi strategis usaha arang dan menunjukkan kekuatan serta potensi yang dimilikinya. Pendekatan yang disarankan adalah agresif, yaitu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk meraih peluang menguntungkan.

Hasil dari proses pengumpulan data akan lebih spesifik ketika data dibuat menggunakan “analisis tahap”, yang mengubah seluruh informasi yang tersedia menjadi model pengambilan keputusan strategis. Model ini merupakan model Matriks SWOT yang artinya akan muncul beberapa kategori antara lain strategi SO, ST, WO, dan WT. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 20. Matriks SWOT Strategi Pengembangan UMKM Arang

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman dalamberusaha 2. Lokasi startegis 3. Produk berkualitas 4. Harga terjangkau 5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan perluasanusaha 2. Tidak adanya promosi 3. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk 4. Pengemasan yang tidakmenarik 5. Belum memiliki label atau merk
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin tinggi permintaan produk arang 2. Peluang pasar yang cukup tinggi 3. Bahan baku mudah didapatkan 4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan sumber daya mentah dan kecerdasan bisnis yang mudah diperoleh untuk melakukan penciptaan produk. 2. Barang bagus dan permintaan konsumen yang meningkat dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran produk 3. Mempertahankan porsi pasar yang cukup besar dengan menetapkan harga yang wajar untuk suatu produk 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk lebih baik dan memanfaatkan prospek pasar yang besar, bentuk kembali kemasan agar lebih menarik. 2. Melanjutkan atau meningkatkan pasar barang-barang arang dengan melakukan kampanye iklan
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru 2. Tidak adanya bantuan pemerintah 3. Perubahan iklim ataucuaca 4. Kemajuan teknologi 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk dan pengalaman bisnis dapat mengalahkan bahaya pesaing baru 2. Ancaman yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi akan dikalahkan oleh harga yang wajar. 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan Mempertahankan hubungan positif dengan nasabah dan bekerja sama dengan bank adalah dua strategi yang dapat membantu ekspansi bisnis. 2. Menetapkan nama atau merek dagang untuk melawan prospek pesaing baru

Sumber: Data Primer Diolah 2023

4. Tahap pengambilan keputusan

Langkah terakhir disebut “pengambilan keputusan”, yaitu mengembangkan strategi berdasarkan analisis SWOT. Dengan demikian, setiap strategi baru dapat dijadikan panduan untuk menyempurnakan strategi ekspansi bisnis pada periode berikutnya. daerah penelitian. Strategi yang diterima adalah:

Strategi S-O (Strenght-Opportunities)

Strategi S-O adalah strategi yang memaksimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mengoptimalkan profitabilitas. Ketajaman bisnis, lokasi prima, barang berkualitas tinggi dengan harga wajar, dan kebutuhan lahan minimal meski memproduksi barang dalam jumlah besar pertimbangan dalam analisis strategi S-O. Di sisi lain, peluang yang bisa dimanfaatkan antara lain meningkatnya permintaan produk pertanian, harga pasar yang cukup rendah, bahan baku yang mudah didapat, dan kemampuan untuk memperluas usaha ini ke lokasi atau wilayah mana pun. Strategi S-O berikut ini berdasarkan analisis SWOT di Desa Arang, Kabupaten Buki Kabupaten Selayar:

- a. Memperluas pengembangan produk melalui penggunaan bahan mentah yang tersedia dan penyelesaian hambatan proses yang berhasil melalui penerapan ide-ide baru dalam pemasaran, pengemasan, dan bidang lain yang dapat meningkatkan pendapatan. Karena sumber daya mentah tersedia, meningkatkan volume produksi adalah cara lain untuk mencapai hal ini.
- b. Karena meningkatnya permintaan produk, produk berkualitas tinggi dan meningkatnya permintaan dapat digunakan untuk menawarkan produk secara lebih luas. menunjukkan bahwa kualitas produk akan

meningkat atau menjadi lebih terasa, yang merupakan langkah bijak dalam menerapkan strategi pemasaran. Biasanya pemasaran hanya terbatas pada pelanggan di Makassar, Bantaeng, dan Bulukumba, meski bisa juga dilakukan di daerah lain.

- c. Mendorong pasar yang sangat kompetitif dengan menawarkan produk dengan harga murah. Harga merupakan hal yang sering menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli suatu produk atau barang. Jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, konsumen akan menjadi pelanggan terlebih dahulu dan kemudian menjadi vendor. Untuk memperkuat dan meningkatkan pangsa pasar, usaha arang di Desa Penelitian harus mencermati harga yang berfluktuasi saat ini.

Strategi W-O (Weakness-Opportunities)

Strategi W-O adalah cara mengelola sumber daya yang tersedia untuk mengatasi pertumbuhan bisnis. Keunggulan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar adalah permintaan produk arang yang semakin meningkat, harga bahan baku yang sangat murah, dan kemampuan usaha ini untuk berkembang ke seluruh lokasi dan wilayah. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kebutuhan bisnis yang menurun, sifat promosi yang tidak menentu, perilaku bukti yang tidak menentu dalam proses melakukan pembelian, tidak adanya label atau merek dagang. Strategi W-O berikut ini berdasarkan analisis SWOT UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar.:

- a. Memanfaatkan prospek pasar yang menguntungkan dan memodifikasi bentuk kemasan yang menarik perhatian. Pertimbangan harus diberikan

pada kemasan seperti halnya kualitas. Kemasan yang menarik akan menarik konsumen untuk membelinya. Selain itu, kemasan suatu produk juga akan menentukannya. sudah terlalu tua atau tidak cocok untuk supermarket atau lokasi tertentu lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan perbaikan terhadap UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalangbata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar dalam bentuk kemasan agar tampil menarik dan dapat masuk ke supermarket secara rutin. Selain itu, kemasan harus diubah ukurannya agar lebih bervariasi dan pelanggan dapat memilih tempurung kelapa sesuai kebutuhan.

- b. Meningkatkan atau menghasilkan lebih banyak permintaan barang melalui inisiatif pemasaran. Agar klien mengetahui hal-hal yang kami tawarkan, kegiatan promosi harus dilakukan saat memulai sebuah perusahaan. Selain itu, UMKM desa yang bergerak di bidang arang tempurung kelapa harus melengkapinya. Berbagai cara, seperti penggunaan media sosial, brosur, atau spanduk, dapat digunakan untuk promosi. Browser atau banner ini dapat mengungkapkan alamat bisnis sehingga pelanggan dapat dengan mudah membelinya.

Strategi S-T (Strength-Threats)

Strategi S-T memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk bisnis. Dalam menciptakan pendekatan S-T, pertimbangan diberikan pada pengalaman bisnis, lokasi yang strategis, produk berkualitas tinggi dengan biaya yang wajar, dan kemampuan untuk memproduksi barang dalam jumlah besar di lahan yang sedikit. Di Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki, Kabupaten Selayar, UMKM yang bergerak di bidang arang tempurung kelapa menghadapi tantangan dari masuknya pendatang baru, pergeseran kewenangan pemerintahan, variasi

lingkungan atau cuaca, dan kemajuan teknologi. Strategi S-T pada UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar dipastikan melalui pemanfaatan matriks SWOT.

- a. Kewirausahaan dan produk berkualitas tinggi dapat menghilangkan rasa takut pendatang baru memasuki pasar saat meluncurkan UMKM. Ada kemungkinan akan muncul pesaing baru. Meski demikian, hal tersebut dapat dihindari dengan menurunkan atau menaikkan kualitas produk yang kita hasilkan. Pengalaman di bidang ini dapat menciptakan produk terbaik. Oleh karena itu, jika kita sudah mengalami kesuksesan, maka kemungkinan besar produk yang kita beli akan memiliki kualitas yang lebih tinggi, dan hal ini mungkin bisa membantu menjelaskan munculnya pesaing baru.
- b. Harga yang berfluktuasi akan mampu mengimbangi keterbatasan teknologi. Indikator kemajuan teknologi disajikan kepada konsumen rumah tangga lanjut usia. Saat ini, ketika para lansia di rumah melakukan aktivitas seperti memasak, mereka menggunakan banyak tepung beras dan produknya menjadi seperti kerupuk; Hal ini sesuai dengan penggunaan oven listrik. Namun, mesin oven ada harganya, dan penggunaannya akan dikenakan biaya listrik. Namun makanan yang dimasak dengan arang memiliki kualitas lebih tinggi dibandingkan makanan yang dimasak dengan listrik. Oleh karena itu, perubahan harga akan mengimbangi dampak teknologi.

Strategi W-T (Weakness-Threats)

Strategi W-T adalah strategi untuk mengurangi jumlah upaya yang diperlukan oleh bisnis untuk menghadapi tantangan tak terelakkan yang akan

dihadapinya. Permasalahan yang perlu diatasi oleh UMKM Arang Batok Kelapa antara lain adalah semakin menurunnya kebutuhan usaha, sifat promosi yang fluktuatif, sifat tertulis bukti yang fluktuatif dalam proses melakukan transaksi pembelian, kemasan yang kurang memuaskan, dan belum adanya label. atau dagang. Ancaman yang UMKM Arang harus mengakomodasikan sebagaimana perubahan iklim atau cuaca, bantuan pemerintah melemahkan, dan kemajuan teknologi. Strategi W-T berikut ini diambil dari analisis SWOT di Desa Arang di Desa Lalang, Kecamatan Bata, Buki, Kabupaten Selayar:

- a. Berkurangnya kebutuhan UMKM Arang Batok Kelapa dapat diatasi dengan bekerja sama dengan bank dan menjaga koneksi positif dengan pelanggan. Tertundanya permohonan UMKM Arang Batok Kelapa yang berlokasi di Desa Lalangbata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar ini disebabkan karena force majeure. Bekerja sama menyelesaikan transaksi keuangan dalam rangka penggalangan dana untuk usaha arang di Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki, Kabupaten Selayar. Hubungan yang baik dengan pelanggan diperlukan untuk memastikan pelanggan yang bersangkutan menjadi pelanggan setia yang akan mengurangi margin keuntungan UMKM secara keseluruhan.
- b. Buat label atau tanda untuk menunjukkan kedatangan produk baru. Label dan kemasan perlu diperhatikan saat memulai bisnis agar pelanggan dapat membandingkan suatu produk antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Ketika kita memiliki kualitas dan label atau merek, maka pelanggan akan terus membeli produk UMKM, sehingga munculnya pesaing baru tidak akan merugikan usaha Arang Batok Kelapa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Beberapa temuan yang dapat diambil dari penelitian tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Berikut beberapa kelebihan dan kekurangan UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar berdasarkan hasil analisis internal: Kekuatan terdiri dari harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, produk berkualitas tinggi, pengiriman tepat waktu, dan tepat guna. penggunaan sumber daya. agak banyak, namun memiliki sejumlah besar produk. Penyebabnya antara lain kebutuhan bisnis yang fluktuatif, kurangnya promosi, tidak adanya kontrak formal penjualan barang, penanganan yang ceroboh, dan tidak adanya label atau kartu nama.
2. Hasil analisis eksternal UMKM Arang Batok Kelapa di Desa Lalangbata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan. Hal ini mencakup: Permintaan paling tinggi terhadap produk arang, prospek pasarnya luas, bahan bakunya mudah didapat, dan usaha ini bisa beroperasi di daerah manapun. setara secara universal. Ancaman terdiri dari tren baru yang muncul, dukungan pemerintah yang berfluktuasi, perkembangan teknologi serta perubahan suhu atau cuaca.
3. Strategi Pengembangan yang diberikan kepada UMKM Pemanfaatan Arang Tempurung Kelapa adalah: Pendekatan S-O mencakup produk-produk berkualitas tinggi yang dihasilkan dengan menggunakan

bahan baku yang tersedia, menguntungkan, mudah diolah, serta kreasi baru menyusutkan permintaan terhadap produk yang dapat digunakan untuk membuat produk tersedia lebih luas sekaligus memanfaatkan pangsa pasar yang sangat tinggi dan menawarkan produk dengan harga yang kompetitif. Strategi W-O mencakup perbaikan produk dengan meningkatkan daya tariknya dan memanfaatkan potensi pasarnya yang besar, serta meningkatkan kesadaran akan produk melalui periklanan. Pengalaman di dunia bisnis dan barang-barang berkualitas tinggi dapat membantu kita mengalahkan saingan baru. Ancaman yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi akan dikalahkan oleh harga yang wajar. Persyaratan bisnis dalam strategi W-T adalah persyaratan yang dapat dipenuhi dengan melakukan tindakan

B. Saran

Temuan penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya pembangunan bagi sebuah perusahaan. Dengan demikian, rekomendasi yang dapat diberikan untuk pertumbuhan UMKM Batok Kelapa di Desa Lalang Bata, Kecamatan Buki, Kabupaten Selayar adalah sebagai berikut:

1. Agar para pelaku usaha terus memproduksi arang tempurung kelapa dengan merancang kemasan dan branding barang yang menarik. Melakukan operasi produksi untuk meningkatkan kuantitas arang tempurung kelapa yang tersedia dan jumlah pelanggan. mampu mempraktikkan rencana yang telah dikembangkan dan dikaitkan dengan setiap karyawan untuk memastikan keberhasilan strategi.

2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal lainnya yang berpengaruh terhadap pemberian strategi kepada UMKM.
3. Kepada wewenang daerah diharapkan dapat memperhatikan UMKM Arang Tempurung Kelapa di Kecamatan Buki, Desa Lalang Bata Kabupaten Selayar dalam rangka memberikan dukungan finansial kepada UMKM. agar UMKM yang bergerak dibidang arang tempurung kelapa di Desa Lalang Bata Kecamatan Buki Kabupaten Selayar mampu bertahan dan berkembang.



DATAR PUSTAKA

- Ade Muhamad (2015) berjudul “Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan”, (lain Syekh Nurjati Cirebon 2015)
- AINI, R. Q. STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DI DESA PUNGGUL KECAMATAN GEDANGAN KABUPATEN SIDOARJO.
- Aisyah, S., Febrianti, Siswanti, I., dkk. (2020). *Manajemen Keuangan* . Yayasan Kita Menulis.
- Akbar, Muhammad Taufik (2014). *Perancangan Media Informasi Gaya Bahasa Gestur Dalam Berkomunikasi Budaya Sunda*. [Laporan Pengantar Tugas Akhir]. Fakultas Desain. Universitas Komputer Indonesia.
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 1–12.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2017*. Agustus. BPS Jawa Tengah. Semarang.
- Budio, Sesra. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*. Vol. 2, No. 2
- Creswell, John W. 2009. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- David, F.R. 2002. *Manajemen Strategis Konsep*. Prenhallindo : Jakarta.
- Endah Saptutyingsih dan Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian kuantitatif Metode dan Analisis* . Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Fajar, Mochammad, & Larasati, Cintia Widya. 2021. Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Humanis : Humanities, Management, and Science Proceedings*, Vol. 1(2), 702-715.

- Fibriyani, Mufidah (2018), Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pasuruan” Jpensi, Volume III No. 3, Oktober 2018
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gumelar, B. (2015). *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe Di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi (Studi Pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah Dan Perindustrian Kabupaten Ngawi)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Industri Edisi III-2018. Jakarta Selatan: PUSDATIN KEMENPERIN.
- Januarista, W. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kecil Bakso Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 20(1), 40-51.
- Joesyiana, K. (2017). Strategi pengembangan industri rumah tangga di kota pekanbaru. *Valuta*, 3(1), 159-172.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2018. Analisis Perkembangan
- Lunpia Kings Semarang). Jurnal. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan SWOT (Kasus pada UKM
- Prawira, H dan H.U. Dewi. 2019. The Analysis of Factors that Effect Business Development and Income of MSMEs in Denpasar City. *International Research Journal of Management, IT, and Social Sciences*, Vol (6):4, h. 118-126.
- Puspitasari, A. T., & Widiyanto, W. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Lanting Dikabupaten Kebumen. *Dinamika Pendidikan Unnes*, 10(2), 62236.
- Rahma, Annisa Novceria.(2018).Strategi Bersaing Produk UKM Lunpia dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan SWOT (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang). Jurnal. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Ramadhan, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Siagian, Sondang, 2002, kiat Meningkatkan Produktifitas Kerja, PT.Rineka Cipta, Jakarta.

UsmaN, H. 2010. Desain Penelitian Manajemen Strategik. PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta.





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor : 29721/S.01/PTSP/2023 Kepada Yth.
 Lampiran : - Bupati Kep. Selayar
 Perihal : Izin penelitian

di-
 Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2785/05/C.4-V/III/XI/1445/2023 tanggal 14 November 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD DZULFIKRI AMIRULLAH
 Nomor Pokok : 105711108619
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
 Alamat : Jl. Slt Alauddin, No. 259 Makassar
 PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN SELAYAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 22 November s/d 22 Desember 2023

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada Tanggal 18 November 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
 SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
 1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
 2. *Partinggal*.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 2785/05/C.4-VIII/XI/1445/2023
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

30 Rabiul Akhir 1445
 14 Nopember 2023 M

Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 287/05/A.2-II/XI/45/2023 tanggal 16 Nopember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **MUHAMMAD ZULFIKRI**
 No. Stambuk : **10571 1108619**
 Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
 Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN SELAYAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 22 Nopember 2023 s/d 22 Januari 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



M. Arief Muhsin, M.Pd
 NBM 1127761

LAMPIRAN 2

Dokumentasi Penelitian





LAMPIRAN 3

Bukti Plagiasi


MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
 Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin 100.259 Makassar 90222 Tlp. (0411) 866972, 881 593, Fax. (0411) 865588


SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
 Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Muhammad Zulfikri
 Nim : 105711108619
 Program Studi : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
 Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	6 %	25 %
3	Bab 3	4 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 18 Mei 2024
 Mengetahui,
 Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

 Nuzuliah Hani, M.I.P.
 NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
 Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
 Website: www.library.unismuh.ac.id
 E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Muhammad zulfikri 105711108619 Bab I

ORIGINALITY REPORT

10% SIMILARITY INDEX 10% INTERNET SOURCES 2% PUBLICATIONS 3% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	2%
2	digilib.stiestekom.ac.id Internet Source	2%
3	id.123dok.com Internet Source	2%
4	jaya39.blogspot.com Internet Source	2%
5	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	2%
6	eprints.urns.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off

Muhammad zulfikri 105711108619 Bab II

ORIGINALITY REPORT

6% SIMILARITY INDEX 6% INTERNET SOURCES 4% PUBLICATIONS 0% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.uniska-kediri.ac.id Internet Source	2%
2	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	2%

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off



Muhammad zulfikri 105711108619 Bab III


ORIGINALITY REPORT

4%	5%	2%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com Internet Source	3%
2	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off
Exclude matches 2%



Muhammad zulfikri 105711108619 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

7%	7%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	7%
---	---	----

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off
Exclude matches 2%



Muhammad zulfikri 105711108619 Bab V


ORIGINALITY REPORT

3%	3%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	3%
---	---	----

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off
Exclude matches < 2%



BIOGRAFI PENULIS



Muhammad Zulfikri Panggilan Fikri lahir di Selayar pada tanggal 13 Juni 2001 dari pasangan Bapak Suardi dan Ibu St. Hasmin, Peneliti anak keempat dari 5 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat di Minasaupa Kecamatan Rappocini Kota Makassar, Sulawesi Selatan

Pendidikan yang di tempuh oleh peneliti yaitu SD Impres Mare-Mare lulus tahun 2013, Mts Amaliyah Mare-Mare lulus tahun 2016, SMA Negeri 1 Selayar lulus tahun 2019, dan mulai mengikuti program S1 Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Makassar.