

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK  
PISANG “KUPORAI” DI DESA TARENGGE KECAMATAN  
WOTU KABUPATEN LUWU TIMUR**

**AMRIANI  
105960166514**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG  
“ KUPORAI” DI DESA TARENGGE KECAMATAN WOTU  
KABUPATEN LUWU TIMUR**

**AMRIANI  
105960166514**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu ( S-1)**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur**, adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebut dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagaian akhir skripsi ini.

Makassar, Juni 2018

Amriani  
105960166514

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “ Kuporai ‘ Di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur

Nama : Amriani

Stambuk : 105960166514

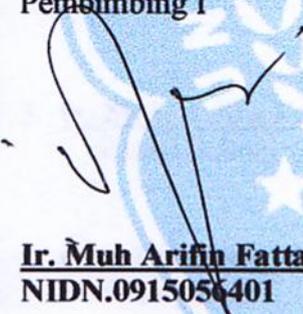
Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

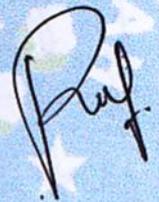
Fakultas : Pertanian

Telah diperiksa dan disetujui  
Dosen Pembimbing

Pembimbing I

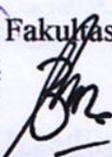
  
**Ir. Muh Arifin Fattah, M.Si**  
NIDN.0915056401

Pembimbing II

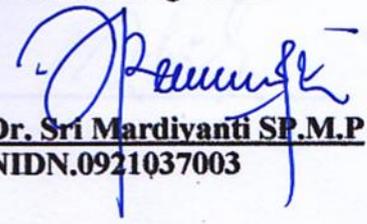
  
**Reni Fatmasari, S.P.,M.Si**  
NIDN. 9028128602

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

  
**H. Burhanuddin, S.Pi.,M.P**  
NIDN. 0912066901

Ketua Prodi Agribisnis

  
**Dr. Sri Mardivanti SP.M.P**  
NIDN.0921037003

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “ Kuporai ‘ Di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur

Nama : Amriani

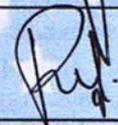
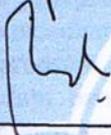
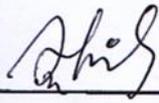
Stambuk : 105960166514

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

**KOMISI PENGUJI**

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Ir. Muh Arifin Fattah, M.Si</u> Ketua Sidang	
2. <u>Reni Fatmasari, S.P., M.Si</u> Sekertaris	
3. <u>Dr. Ir. Sitti Wardah, M.Si</u> Anggota	
4. <u>Siti Khadijah Yahva Hiola, S.TP., M.Si</u> Anggota	

Tanggal Lulus : 15 Agustus 2018

## ABSTRAK

**AMRIANI, 105960166514.** Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan wotu Kabupaten Luwu Timur. Dibimbing oleh **Muh. Arifin Fattah** dan **Reni Fatmasari**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempegaruhi perkembangan usaha keripik pisang, alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan oleh usaha keripik pisang “Kuporai”.

Informan yang di pilih adalah Usaha Keripik Pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, yang telah melakukan usaha keripik pisang yang sudah berjalan selama 5 Tahun. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Faktor internal dan Eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai” : Faktor Internal yang menjadi kekuatan yaitu keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja, kondisi modal yang relatif tercukupi, produk yang berkualitas baik, harga yang relatif murah, sudah memiliki sertifikat halal dan izin Depkes, kemasan produk yang relatif bagus, letak usaha yang strategis. Kelemahannya yaitu: keterbatasan dalam pencatatan keuangan, penggunaan alat produk yang masih sederhana, Daerah pemasaran masih terbatas, kegiatan promosi kurang. Sedangkan faktor Eksternal yang menjadi Peluang yaitu: adanya kredit bagi usaha, Kabupaten Luwu Timur sebagai tujuan tempat wisata. Ancamannya yaitu: harga bahan baku yang semakin meningkat, posisis penawar pembeli kuat, pasokan bahan baku pesaing tidak relatif tidak kontinu, barang substitusi tinggi, jaringan pemasaran pesaing lebih luas, banyaknya pesaing. 2). Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” yaitu Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami, bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang, Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran, Memperbaiki sistem manajemen usaha, Mengupayakan ketersediaan bahan baku utaman dengan kontinu, Melakukan efesiensi bahan produksi, Melakukan mengembangkan atau diversifikasi produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi, dan Memperluas daerah pemasaran agar konsumen lebih mengenal keriping pisang “Kuporai”.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ir. Muh Arifin Fattah, M.Si, selaku pembimbing I dan Reni Fatmasari, S.P., M.Si selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi dapat di selesaikan.
2. Bapak H. Burhanudin, S.Pi., M.P, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Sri Mardiyanti SP.M.P selaku ketua Prodi Agribisnis fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar .

4. Kedua orangtua ayahanda Baddu Sardi dan ibunda Suarni, serta kaka dan adikku tercinta Amran dan Ulil Amri Sardi, dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan dorongan dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali segudang ilmu.
6. Kepada pihak Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Kecamatan Wotu Desa Tarengge yang telah mengizinkan melakukan penelitian di daerah tersebut.
7. Terimah kasih kepada Pemilik Usaha Kripik Pisang “Kuporai” yaitu ibunda Masiati yang telah menerima saya untuk melakukan penelitian ± 1 bulan dan banyak mengajarka tentang proses produksi keripik pisang.
8. Terimah kasih kepada Ahmad Zainul Rahim yang selamam ini memberikan motovasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimah kasih kepada sahabat Agri kelas C yang selalu memberikan motivasi-motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini serta kebersamaan selama dalam menjalankan proses perkuliahan.
10. Terimah kasih kepada teman seperjuangan yaitu Hartati, Irnawati, Nurdiana mulai semester satu sampai sekarang ini.
11. Rekan-rekan KKP angkatan XI Desa Kading : Rina, Herna, Fenni, Afdi, Edil, Riska, Anca dan Yayat. Terimahkasih atas kebersamaannya selama di posko.
12. Semua pihak yang telah membantu penyusun skripsi dari awal hingga akhir yang tidak dapat disebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini, semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikna sumbanga yang berarti bagi pihak yang membutuhkan. Semoga kristal-kristal Allah senantiasa tercurah kepadanya.

Amiin.

Makassar , Juni 2018

Amriani

# DAFTAR ISI

## Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan penelitian.....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Prospek dan Arah Pengembangan Pisang .....	5
2.2. Strategi Perusahaan .....	6
2.3. Keripik Pisang .....	9
2.4. Analisis SWOT .....	11
2.5. Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal .....	12
2.5.1. Analisis Lingkungan Internal.....	12
2.5.2. Analisis Lingkungan Eksternal .....	13
2.6. Produksi dan Operasional.....	16
2.7. Kerangka Pikir.....	19
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	

3.1. Lokasih dan Waktu Penelitian.....	21
3.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	21
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.5. Teknik Analisis Data .....	22
3.6. Definis Operasional .....	24
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASIH PENELITIAN</b>	
4.1. Sejarah Usaha Kecil Keripik Pisang “Kuporai” .....	27
4.2. Visi dan Misi Usaha Kecil Keripik Pisang.....	29
4.3. Struktur Organisasi Usaha Kecil Keripik Pisang .....	30
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Identifikasih Faktor Internal.....	33
5.1.1. Faktor Kekuatan.....	33
5.1.2. Faktor Kelemahan.....	39
5.2. Identifikasih Faktor Eksternal.....	42
5.2.1. Faktor Peluang .....	42
5.2.2. Faktor Ancaman.....	45
5.3. Analisis Matriks IFE dan EFE .....	49
5.3.1. Matriks IFE .....	49
5.3.2. Matriks EFE.....	51
5.4. Analisis Matriks SWOT .....	52
5.5. Tahap Formulasi Strategi Usaha Kecil Keripik Pisang “Kuporai” .....	58
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Kesimpulan.....	61
6.2. Saran.....	61

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Halaman</b>
1. Produksi Buah Pisang di Kabupaten Luwu Timur .....	2
2. Matriks SWOT .....	12
3. Kekutan dan Kelemahan Usaha Kecil Keripik Pisang “Kuporai” .....	41
4. Peluang dan Ancaman Usaha Kecil Keripik Pisang .....	48
5. Matriks IFE Usaha Kecil Keripik Pisang .....	49
6. Matriks EFE Usaha Kecil Kerpik Pisang .....	51
7. Gambaran Analisis Matriks SWOT .....	53

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor</b>	<b>Halaman</b>
1. Diagram Alur Pembuatan Keripik Pisang .....	11
2. Kerangka Pikir .....	20
3. Struktur Organisasi Usaha Kecil Keripik Pisang “Kuporai” .....	30
4. Bahan-bahan yang diperlukan dalam Proses Produksi Keripik Pisang .....	36
5. Bentuk Kemasan Kripik Pisang .....	37
6. Tempat Wisata di Luwu Timur .....	44
7. Model Strategi Pengembangan Usaha Kecil Keripik Pisang .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Halaman</b>
1. Lampiran Kuesioner .....	64
2. Peta Lokasi Penelitian .....	65
3. Dokumentasi Penelitian .....	69
4. Alat dan Bahan yang Digunakan Dalam Pembuatan Keripik Pisang .....	78
5. Surat Izin Penelitian .....	82
6. Riwayat Hidup .....	88

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian cukup besar, saat Indonesia menghadapi tantangan krisis ekonomi yang berkepanjangan. UMKM dapat dikatakan salah satu solusi masyarakat untuk bertahan dalam menghadapi krisis yakni dapat melibatkan diri dalam aktivitas usaha.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru terus meningkat, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Dan di perkirakan pada tahun ini pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99%. sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit itu adalah usaha besar ( Erwin Rijanto, 2015 )

Sektor UMKM juga memiliki peranan yang strategis dalam menopang perekonomian di Luwu Timur karna dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian petani terutama buah pisang yang di olah menjadi keripik pisang. Keripik pisang Kuporai dari usaha mikro dan menengah di Luwu Timur sudah berjalan selama 4 tahun. Produk tersebut hasil binaan Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM) Sari Raos melalui program strategi hilirisasi UKM yang juga memberikan kesempatan pelaku usaha untuk memperluas jaringan pemasarannya.

Pengembangan produk makanan ringan yang cenderung meningkat, sehingga permintaan makanan ringan mulai diminati hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk-produk makanan instan yang bervariasi dan beragam kandungan suplemennya banyak dibutuhkan konsumen.

Berdasarkan cara konsumsi pisang dikelompokkan dalam dua golongan yaitu banana dan plantain. Banana adalah pisang yang sering dikonsumsi dalam bentuk segar setelah buah matang, contohnya pisang ambon, susu, raja dan lain-lain, sedangkan Plantain adalah pisang yang dikonsumsi setelah digoreng, direbus, dibakar dan dikolak, contohnya pisang tanduk, kepok, kapas. Kelompok pisang inilah yang digunakan sebagai bahan baku keripik pisang. Pembuatan keripik pisang merupakan salah satu cara untuk memperpanjang daya tahan buah pisang tersebut.

Saat ini banyak berkembangnya usaha mikro, terutama yang terkait dengan usaha boga karena dianggap mudah untuk memenuhi usahanya, konsumsi sebagian besar orang membutuhkan cemilan untuk teman minum. Keripik pisang salah satu produk yang dikembangkan oleh usaha di Luwu Timur.

Hal ini dapat dilihat dari produksi buah pisang yang dihasilkan beberapa tahun yang lalu, dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1, Produksi Buah Pisang di Kabupaten Luwu Timur**

No	Tahun	Produksi Buah Pisang ( Ton )
1	2013	6141,3
2	2014	3460,90
3	2015	4698,20
4	2016	4092,5
5	2017	3060,5

Sumber : Dinas Perkebunan Kabupaten Luwu Timur 2017

Pada Tabel 1 Produksi Buah Pisang yang di hasilkan cukup tinggi, namun kecenderungan pisang menurun dari tahun-ketahun. Fenomena ini tidak mempengaruhi perkembangan usaha pengelolah keripik pisang. Karena kebutuhan bahan baku yang di butuhkan selain dari Luwu Timur terdapat di beberapa wilayah seperti dari Luwu, Luwu Utara , Pinrang, atau wilaya sekitar lainnya.

Peningkatan produktivitas UKM yang berkembang di Luwu Timur menarik perhatian untuk diteliti. Upaya dari Strategi Pengembangan yang di lakukan sehingga hubungan UKM dapat bertahan dan berkembang sebagai unit usaha.

Dalam pengembagan usaha keripik pisang ini terdapat kendala-kendala yang sering di hadapi, seperti faktor internal dan eksternal. Faktor Internal adalah faktor dari dalam perusahaan, seperti kendala yang di hadapi dalam persedian bahan baku , SDM, dan kendala dalam produksi.

Selain faktor internal, usaha keripik pisang ini juga menghadapi kendala faktor eksternal yaitu adanya persaingan dari berbagai jenis makanan ringan lainnya baik itu berupa keripik singkong, keripik nangka, keripik apel, dan jenis keripik pisang lainnya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan hal di atas kita dapat menarik beberapa Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang ‘Kuporai’ ?

2. Bagaimana alternatif strategi yang tepat untuk di terapkan pada usaha keripik pisang sesuai dengan kondisi lingkungan usahanya ?

### **1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.**

Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang 'Kuporai'
2. Untuk mengetahui rumusan strategi alternatif yang tepat untuk di terapkan pada usaha keripik pisang.

Adapun kegunaan penelitian yaitu :

1. Bagi usaha keripik pisang 'Kuporai' sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan usahanya.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan informasi mengenai usaha keripik pisang dan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Prospek dan Arah Pengembangan Pisang

Pisang berasal dari Malaysia (Asia Tenggara dan Australia tropika ) namun di kenal luas sejak dahulu oleh orang-orang yang tinggal di sekita Samudra Hindia. Tumbuhan ini hidup di daerah tropis yang lembab, terutama di daratan rendah. Di daerah dengan hujan merata sepanjang tahun, produksi pisang dapat berlangsung tanpa mengenal musim (Depertemen Pertanian, 2007).

Pisang merupakan buah yang tumbuh berkelompok di daerah tropis. Ada beberapa jenis pisang yang warnanya berbeda-beda, tapi hampir samah yang di jual di pasar atau supermarket berwarna kuning ketika sudah matang dan berbentuk melengkung. Pisang banyak mengandung kalium. Selain memberikan kontribusi gizi lebih tinggi dari pada apel, pisang juga dapat menyediakan cadangan energi yang tinggi. Beragam jenis makanan ringan dari pisang yang relatif populer antara lain KeripikPisang, Pisang Molen, dan Pisang Epe yang merupakan makanan khas dari Makassar.

Berdasarkan cara konsumsi, pisang di kelompokkan dalam dau golongan, yaitu banana dan plantain. Banana adalah pisang yang lebih sering dikonsumsi dalam bentuk segar setelah buah matang, contohnya pisang ambon, susu, raja, seribu, dan sunripe. Plantain adalah pisang yang dikonsumsi setelah di goreng, direbus, dibakar, atau di kolak, pisang ijo, seperti pisang kepok, siam, kapas, tanduk, dan uli.

Pengembangan pisang di Indonesia membutuhkan adanya investor baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu juga diperlukan adanya dukungan pemerintah berupa kebijakan-kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan kemudahan dan jaminan keamanan berinvestasi serta perbaikan sarana pendukung seperti sistem pengairan, transportasi, komunikasi dan sarana pasar komoditas agribisnis pisang.

## **2.2. Strategi Perusahaan**

Pengertian strategi ada beberapa macam pengertian menurut para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Menurut Stephanie K. Marrus (1995) sebagai mana yang telah dikutip oleh Husein Umar (2005), strategi didefinisikan sebagai proses penentuan rencana para pimpinan puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Masalah –masalah yang bersifat strategis dalam suatu organisasi akan ditangani oleh manajemen puncak memulai pertimbangan lingkungan internal dan eksternal organisasi. Masalah strategi akan mempunyai konsekuensi yang multi fungsi, biasanya mengorbankan kemakmuran anggota organisasi dalam jangka panjang.

Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus, misalnya dua orang pakar strategis, Hamel dan Prahalad (1995) yang juga dikutip oleh Husain Umar (2008), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting dengan mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus,serta dilakukan

berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan polah konsumen memerlukan pola kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumberdaya organisasi dengan peluang dan tentang apa yang dihadapi dalam lingkungan industrinya. Ciri-ciri strategi yang utama adalah goal-directed actions yaitu aktivitas yang menunjukkan ‘apa’ yang diinginkan organisasi dan bagaimana mengimplementasikannya dan mempertimbangkan semua kekuatan internal ( sumberdaya dan berkapabilitas ), serta memperhatikan peluang dan ancaman (Kuncoro,2006).

Untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, manajemen perlu memperhatikan dua faktor pokok, yaitu faktor eksternal yang tidak terkontrol oleh perusahaan, dan faktor internal yang sepertinya berada dalam kendali perusahaan. Faktor eksternal merupakan lingkungan bisnis yang melingkupi operasi perusahaan yang dari padanya muncul peluang dan ancaman bisnis. Faktor ini mencakup lingkungan industri, dan lingkungan bisnis makro, ekonomi politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan asal budaya. Faktor internal meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, peneliti dan pengembangan, sistem informasi manajemen,

dan budaya perusahaan. Dari penggunaan faktor internal perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. (Sudarsono,2013).

Komponen pokok manajemen strategi adalah :

1. Analisis lingkungan bisnis yang diperlukan untuk mendeteksi peluang dan ancaman bisnis,
2. Analisis profil perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan,
3. Strategi bisnis yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memperhatikan,
4. Visi misi perusahaan.

Hubungan antara lingkungan bisnis dan profil perusahaan memberikan indikasi pada apa yang mungkin dapat dikerjakan. Dari sini posisi perusahaan di pasar dapat diketahui. Sedangkan keterkaitan antara analisis lingkungan bisnis profil perusahaan, dan visi serta misi perusahaan menunjukkan pada apa yang diinginkan oleh pemilik dan manajemen perusahaan ( Amir,2012).

Faktor yang mempengaruhi intensitas dan formulasi penyusunan manajemen strategi diantaranya yaitu besarnya organisasi, gaya manajemen, kompleksitas lingkungan bisnis, proses produksi, karakteristik persoalan yang dihadapi dan tujuan penyusunan perencanaan. Secara khusus, faktor dan perkembangan organisasi serta metode evaluasi kerja perusahaan nampak amat dominan berpengaruh. Perusahaan cenderung memiliki karakter kewiraswastaan yang lebih menonjol. Biasanya dimiliki oleh seseorang dan hanya menghasilkan

sedikit jenis produk. Oleh karena itu, manajemen strategi sederhana, informal, dan sekaligus intuitif (Sudarsono,2012).

### **2.3. Keripik Pisang**

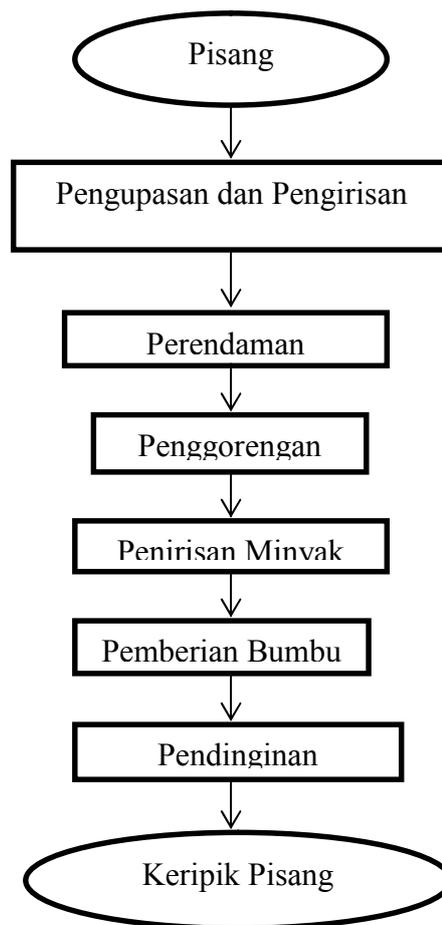
Berdasarkan cara konsumsi pisang dapat di bagi menjadi dua golongan , yaitu banana dan plantain : Banana adalah Buah Pisang yang di makan dalam bentuk segar, misalnya pisang ambon, raja, susu, seribu dan emas. Sedangkan Plantain adalah Pisang yang di makan setelah diolah terlebih dahulu, misalnya pisang kepok, angka, raja siam, raja bandung, dan pisang tanduk. Pisang banyak mengandung protein yang kadarnya lebih tinggi dari pada buah-buahan lainnya. Namun buah pisang mudah rusak, sehingga untuk mencegah pembusukan dapat di lakukan pengawetan, misalnya di bentuk keripik, dodol, sale, dan lain-lain.

Keripik adalah produk makanan ringan yang di buat dari irisan buah pisang dan digoreng, dengan atau tanpa bahan tambahan makanan yang diizinkan. Tujuan pengolahan pisang menjadi keripik pisang adalah memberikan nilai tambah, meningkatkan atau memperpanjang manfaat dari buah pisang dan mencegah kerusakan yang terjadi pada buah pisang.

Bahan baku keripik pisang adalah buah pisang. Buah pisang yang akan dibuat menjadi keripik dipilih yang sudah tua dan masih mentah agar mudah diiris, khususnya jenis pisang olahan seperti pisang kepok, tanduk, angka, kapas, dan jenis pisang olahan lainnya. Keripik pisang dapat di buat menjadi beberapa rasa tergantung bumbu yang di tambahkan. Bahan tambahan yang diperlukan sebagai penambah rasa antara lain garam halus untuk rasa asin, gula

pasir dan gula merah untuk rasa manis, cabai bubuk untuk rasa pedas, dan bumbu untuk keripik dengan rasa khas (Suyanti, 2008).

Proses pengolahan keripik pisang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini,



**Gambar 1. Alur Proses Pengolahan Keripik Pisang (Anonim, 2009)**

## 2.4. Analisis SWOT

Analisis merupakan salah satu cara untuk mengidentifikasih berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan dan ancaman.

Penjelasan mengenai empat komponen dalam analisis SWOT yaitu :

- a. Kekuatan ( Strengths ) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan – keunggulan lainnya yang berhubungan dengan pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
- b. Kelemahan ( Weaknesses ) adalah analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan atau organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan.
- c. Peluang ( Opportunity ) adalah analisis peluang, situasi atau kondisi merupakan peluang dari suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan datang.
- d. Ancaman ( Threats ), cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk menghadapi berbagai

macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik dimasa yang akan datang maupun dimasa sekarang.

Menurut David(2004), faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk matriks SWOT, yang menghasilkan empat tipe Strategi, yaitu :

- a. Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal,
- b. Strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal ,
- c. Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal,
- d. Strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan internal dan mengantisipasi ancaman lingkungan eksternal.

**Tabel 2. Matriks SWOT**

Internal Eksternal	<b>Strength ( S )</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weakness ( W )</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunities ( O )</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor peluang eksternal	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<b>Threats ( S )</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor ancaman eksternal	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>

## **2.5. Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal**

### **2.5.1. Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal perusahaan merupakan proses untuk menentukan dimana perusahaan atau pemerintah daerah mempunyai kemampuan yang efektif sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang secara efektif dan dapat menagani ancaman di dalam lingkungan. Menurut David ( 2004 ) faktor-faktor lingkungan internal yang akan di analisis sebagai berikut :

- a. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk menyujudkan peranannya sebagai mahluk sosial yang adaktif dan transformatif yang mampu mengelolah dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkadang di alam menujuh tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan.
- b. Kondisi keuangan adalah kondisi kekayaan di mana sebuah perusahaan pada usaha keripik pisang mempunyai perincian pendapatan dari perhitungan pengeluaran dan penerimaan.
- c. Produksi adalah suatu kengitan yang dilakukan untuk menambah nilai guna suatu produk sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.
- d. Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian untuk menjual keripik pisang yang membantu dalam menciptakan ekonomi.

### **2.5.2. Analisis Lingkungan Eksternal**

Lingkungan eksternal terdiri dari variabel kesempatan dan ancaman yang berada di luar organisasi dan tidak berada dalam pengendalian jangka pendek

manajemen puncak. Menurut Umar Sidabutar (2007), Faktor-faktor eksternal ini dapat dibagi menjadi lima kategori, yaitu :

- a. Faktor politik. Arah, kebijakan, dan stabilitas politik pemerintah merupakan pertimbangan dan menjadi faktor penting bagi para pengusaha untuk merumuskan strategi perusahaan. Situasi yang tidak kondusif akan berdampak negatif bagi dunia usaha, begitu pula sebaliknya. Faktor politik meliputi undang-undang tentang otonomi daerah, lingkungan, dan perusahaan, peraturan tentang perdagangan di luar negeri ( ekspor-inpor), stabilitas pemerintah, peraturan tentang keamanan dan kesehatan kerja, serta sistem perpajakan dan kebijakan moneter, regulasi dan deregulasi perbankan , aturan tentang hubungan bilateral dan multilateral, peraturan dan undang-undang tentang kepastian hukum dan lain sebagainya
- b. Faktor Ekonomi. Kondisi dan kekuatan ekonomi yang berkaitan dengan iklim dan sistem ekonomi dimana perusahaan tersebut beroperasi dapat mempengaruhi iklim bisnis dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemerintah dan seluruh lapisan masyarakat bersama-sama harus dapat menciptakan dan atau meningkatkan ekonomi yang kondusif sehingga perusahaan dapat menyusun perencanaan strategi dengan mempertimbangkan sekmen-sekmen ekonomi dan kecenderungan yang dapat mempengaruhi industrinya baik secara nasional maupun secara perekonomian internasional. Faktor kunci yang perlu diperhatikan dalam menganalisis ekonomi suatu daerah adalah siklus bisnis, ketersediaan bahan baku, ketersediaan energi, ketersediaan kredit perbankan, inflasi, suku bunga, investasi, angka pengangguran, defisit anggaran

pemerintah, neraca pembayaran, harga produk dan jasa, produktivitas, serta tenaga kerja dengan segala peraturan perburuhannya.

- c. Faktor Sosial Budaya. Kondisi sosial budaya masyarakat selalu berubah-ubah sejalan dengan perubahan kondisi dan zaman yang dilalui dan dapat mempengaruhi perusahaan. Aspek-aspek yang mempengaruhi faktor sosial budaya dari suatu masyarakat antara lain adalah ukuran keluarga, tingkat harapan hidup, pendapatan perkapita, sikap, gaya hidup, adat istiadat, kebiasaan berbelanja, tingkat pendidikan dan kebiasaan dari orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan.
- d. Faktor Teknologi. Merupakan perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang pesat terutama pada era globalisasi, baik pada bidang bisnis, maupun pada bidang yang mendukung kegiatan bisnis, sehingga secara tidak langsung mampu mempengaruhi kondisi pasar dan kinerja perusahaan. Setiap kegiatan usaha yang diinginkan untuk berjalan terus menerus harus selalu mengikuti perkembangan teknologi yang dapat diterapkan pada produk atau jasa yang dihasilkan atau pada cara operasinya. Aspek penting dalam penggunaan teknologi adalah kecepatan transfer teknologi oleh para pekerja, masa atau waktu kegunaan teknologi, dan harga teknologi yang akan diadopsi.

Dalam analisis faktor eksternal terdapat kekuatan-kekuatan dari pesaing yang harus diperhatikan. Menurut Pearce dan Robins (1997), setiap industri memiliki struktur yang mendasarinya yaitu kesimpulan karakteristik ekonomis dan teknis yang memunculkan kekuatan-kekuatan pesaing. Ada lima faktor yang harus diperhatikan yaitu :

- 1). Kekuatan tawar menawar pembeli,
- 2). Kekuatan tawar menawar pemasok,
- 3). Ancama Produk pengganti,
- 4). Ancaman pendatang baru dan,
- 5). Persaingan antara pesaing-pesaing yang ada, dapat teridentifikasi juga pada penelitian.

## **2.6. Produksi dan Operasional**

Produksi adalah kegiatan perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa dari bahan-bahan atau sumber-sumber faktor produksi dengan tujuan untuk dijual lagi. Produksi adalah bidang terus berkembang selaras dengan perkembangan teknologi, dimana produksi memiliki suatu jalinan hubungan timbal balik (dua arah) yang sangat erat dengan teknologi. Kebutuhan produksi untuk beroperasi dengan biaya yang lebih rendah, meningkatkan kualitas atau produktivitas, dan menciptakan produk baru telah menjadi kekuatan yang mendorong teknologi untuk melakukan berbagai terobosan dan penemuan baru. produksi dalam sebuah organisasi pabrik merupakan inti yang paling dalam, spesifik serta berbeda dengan bidang fungsional lain seperti keuangan, personalia, dan lain-lain.

Dalam arti sempit pengertian produksi hanya di maksudkan sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi ataupun setengah jadi, barang industri, suku cadang, maupun komponen-komponen penunjang. Dengan pengertian ini, produksi dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Hasil-hasil produksinya dapat berupa barang konsumsi maupun barang industri.

Sistem produksi adalah suatu rangkaian dari beberapa elemen yang saling berhubungan dan saling menunjang antara satu dengan yang lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan demikian yang dimaksud dengan sistem produksi adalah merupakan suatu bangunan dari beberapa unit atau elemen yang saling berhubungan dan saling menunjang untuk melaksanakan proses produksi dalam suatu perusahaan tertentu. Beberapa elemen tersebut antara lain adalah produk perusahaan, lokasi pabrik, letak dan fasilitas produksi, lingkungan kerja dari para karyawannya serta standar produksi yang dipergunakan dalam perusahaan tersebut. Dalam sistem produksi modern terjadi sesuatu proses transformasi nilai tambah yang mengubah input menjadi output yang dapat dijual dengan harga kompetitif di pasar.

Dalam suatu unit usaha dikenal adanya berbagai macam fungsi yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, diantaranya terdapat tiga fungsi pokok yang selalu dijumpai yaitu :

1. Pemasaran (*marketing*) yang merupakan ujung tombak dari unit usaha. Sebab bagian ini langsung berkaitan dengan konsumen. Keterkaitan ini dimulai dari identifikasi kebutuhan konsumen ( jenis dan jumlahnya ) maupun pelayanan dan pengantaran produk ketangan konsumen.
2. Keuangan (*finance*) yang bertanggung jawab atas persoalan dana guna pembiayaan aktifitas unit usaha serta pengelolaan dana secara ekonomis sehingga kelangsungan dan perkembangan unit usaha dapat dipertahankan.
3. Produksi (*operasi*) yang merupakan penghasilan dari produksi atau jasa yang akan di pasarkan kepada konsumen.

Sistem produksi merupakan kumpulan dari subsistem berkaitan dengan tujuan mentransformasi input produksi menjadi output produksi yang memiliki nilai lebih/jual. Input produksi ini dapat berupa bahan baku, mesin, tenaga kerja, modal, dan informasi. Sedangkan output produksi merupakan produk yang dihasilkan berikut hasil sampingannya, seperti limbah, informasi, dan sebagainya.

Sistem pendukung kegiatan produksi antara lain :

- a. Perencanaan dan pengendalian produksi
- b. Pengendalian kualitas
- c. Penentuan standar operasi
- d. Penentuan fasilitas produksi
- e. Perawatan fasilitas produksi
- f. Penentuan harga pokok produksi

Sistem pendukung produksi ini akan membentuk konfigurasi sistem produksi. Keandalan dari konfigurasi sistem produksi ini akan tergantung dari produksi yang akan dihasilkan serta bagaimana cara menghasilkannya.

Pengertian manajemen operasional tidak terlepas dari pengertian manajemen pada umumnya, yaitu mengandung unsur adanya kegiatan yang dilakukan dengan mengkoordinasikan berbagai kegiatan dan sumberdaya untuk mencapai tujuan tertentu. Mendefinisikan manajemen operasi sebagai suatu proses yang secara berkeseluruhan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumberdaya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan.

Merumuskan strategi manajemen operasional paling tidak memiliki dua komponen, yaitu adanya sarana dan prasarana yang memadai dan cara menyediakan sarana dan prasarana tersebut. Dari dua komponen diatas, hal-hal pokok dalam manajemen operasional dapat dijabarkan mejadi beberapa bidan, yaitu : investatasi , prosedur pembelian barang, pengendalian mutu, biaya produksi, produktivitas kerja, jadwal produksi, tenaga kerja, penggunaan fasilitas, dan maintenance peralatan (Husain,2005).

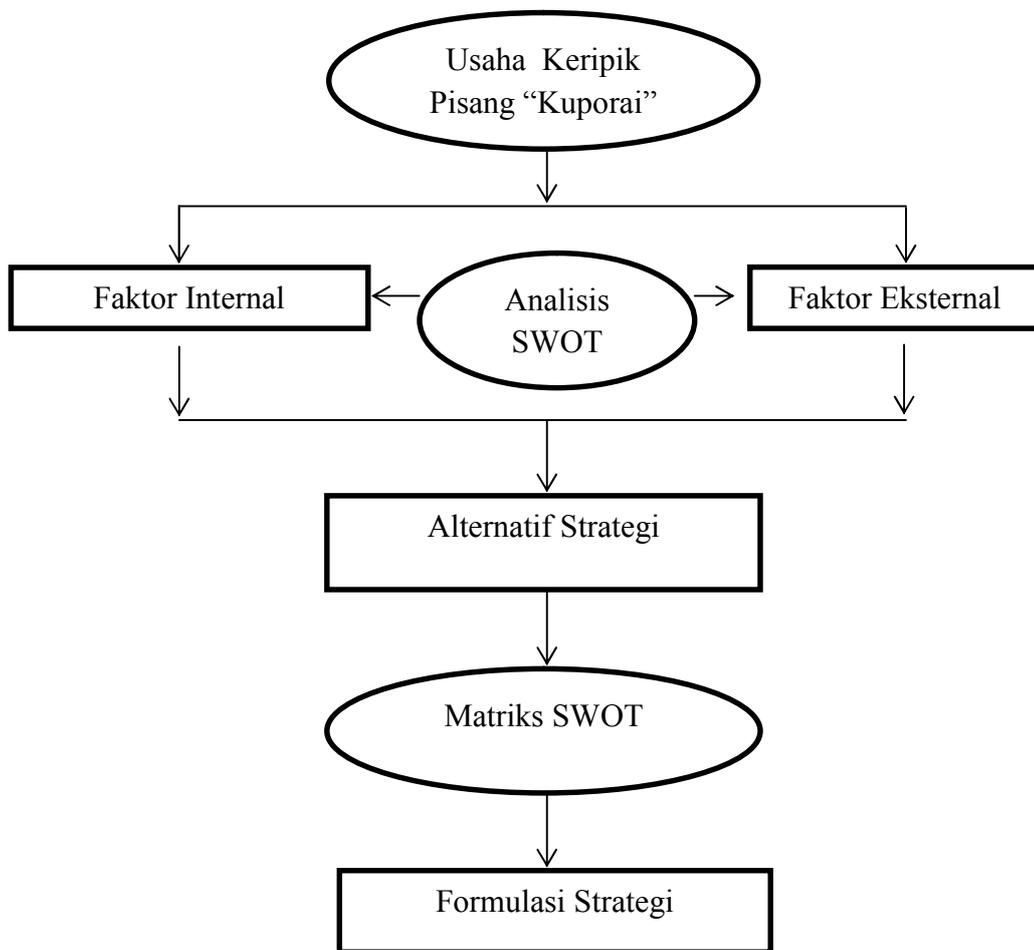
Usaha keripik pisang merupak salah satu usaha yang gampang proses produksinya. Bahan-bahan pun terbilang mudah untuk diperoleh. Hanya berbahan dasar utama yaitu pisang kepok. Pisang hanya perlu di kupas dari kulitnya kemudian langsung diparut dengan menggunakan alat parut buah di atas minyak panas, kemudian diangkat. Setelah dibumbui keripik pisang dapat dikemas dalam wadah yang rapih dan menarik. Kemudian inilah yang mebuat banyak orang menjadikan usaha keripik pisang sebagai salah satu pilihan untuk berbisnis.

## **2.7. Kerangka Pikir**

Tahap analisis diawali dengan identifikasi permasalahan yang di hadapi usaha keripik pisang “Kuporai” , kemudian dilakukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dimiliki usaha keripik pisang ini dalam mencapai pengembangan usahanya. Analisis internal meliputi bidang fungsional usaha keripik pisang , yaitu meliputi manajemen, pemasaran, produksi/operasional, keuangan dan perkembangan sumberdaya. Analisis eksternal mencakup kondisi lingkungan politik, ekonomi, sosial budaya dan teknologi.

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal secara peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam mengembangkan usaha keripik pisang di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur di gunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan usaha keripik pisang. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan ( s ), dan peluang ( o), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (w) dan ancaman (t).

Untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur di gunakan analisis matriks SWOT. Analisis SWOT di gambarkan kedalam Matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O), strategi kelemahan – peluang (W-O), strategi kekuatan-ancaman (S-T), dan strategi kelemahan-ancaman (W-T).



**Gambar 2. Kerangka Pikir**

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di usaha keripik pisang “Kuporai” yang terletak di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa usaha keripik pisang “Kuporai” merupakan salah satu unit usaha yang menghasilkan makanan ringan berupa keripik pisang di wilayah Luwu Timur, dan berencana untuk meningkatkan usahanya. Waktu penelitian dilaksanakan selama 2 bulan mulai bulan April sampai Mei 2018.

#### **3.2. Teknik Pengambilan Sampel**

Informan yang dipilih adalah Usaha Keripik Pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, yang telah melakukan usaha keripik pisang selama 5 Tahun. Informan adalah orang yang memberikan informasi maka dapat dikatakan sebagai responden. Pihak yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha keripik pisang, pekerja dan konsumen.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data Kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata atau bukan dalam bentuk angka.

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari pengusaha keripik pisang yang di jadikan responden melalui wawancara. Sedangkan data Sekunder diperoleh melalui studi literatur dengan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan data yang di butuhkan sesuai dengan fokus penelitian.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi yaitu mengumpulkan data dengan menggunakan pengamatan secara langsung pada objek penelitian usaha keripik pisang.
- b. Wawancara yaitu merupakan pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung pada pemilik usaha, karyawan maupun konsumen, untuk mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan.
- c. Dokumentasi yaitu dalam penelitian ini dilakukan bahan-bahan tertulis atau dokumen-dokumen dari instansi terkait, yaitu profil potensi, peta lokasi, serta mengambil foto-foto objek dan kegiatan yang berhubungan dengan topik penelitian.

### **3.5. Teknik Analisis Data**

#### **1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal**

Analisis faktor internal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal kunci yang menjadi kekuatan dan kelemahan di dalam pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai”. Faktor internal yang dianalisis meliputi produksi, sumberdaya manusia, manajemen, keuangan dan pemasaran. Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha keripik pisang. Faktor eksternal yang di analisis meliputi kondisi perekonomian, pemerintah, sosial budaya, teknologi, pemasok dan konsumen serta pesaing.

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam pengembangan usaha keripik pisang di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur digunakan analisis IFE(*Internal Faktor Evaluation*) dan EFE(*External Faktor Evaluation*), kemudian menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan keripik pisang. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

#### **2. Alternatif Strategi**

Untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha keripik pisang di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, digunakan analisis matriks SWOT. Analisis SWOT digambarkan ke dalam Matriks SWOT dengan 4

kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi kekuatan-peluang ( S-O ), strategi kelemahan- peluang (W-O), strategi kekuatan-ancaman (S-T ), dan strategi kelemahan-ancaman (W-T)

### **3.6. Definisi Operasional**

1. Strategi Pengembangan , merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman dari faktor eksternal serta kekuatan dan kelemahan dari faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan produksi dimasa yang akan datang.
2. Strategi adalah rencana atau cara yang di lakukan untuk mencapai suatu tujuan.
3. Analisis SWOT merupakan suatu analisis situasi yang mencakup kondisi internal dan eksternal pengembangan usaha keripik pisang, yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
4. Faktor Internal adalah faktor yang meliputi suatu usaha yang mempengaruhi kinerja usaha secara keseluruhan dan pada umumnya dapat dikendalikan. Meliputi kondisi keuangan, sumberdaya manusia, pemasaran, produksi operasional, dan manajemen.
5. Faktor Eksternal adalah faktor-faktor luar usaha yang mempengaruhi kinerja usaha keripik pisang dan pada umumnya belum dapat dikendalikan sepenuhnya. Meliputi kondisi perekonomian, sosial dan budaya, politik dan hukum, teknologi dan persaingan.

6. Kekuatan dari faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam usaha keripik pisang dan merupakan keunggulan bagi pelaksanaan pengembangan suatu usaha .
7. Kelemahan dari faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam usaha dan merupakan keterbatasan atau kekurangan bagi pelaksanaan pengembangan suatu usaha keripik pisang yang masih bisah dikendalikan.
8. Peluang faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar usaha dan bersifat menguntungkan bagi pelaksana pengembangan suatu usaha .
9. Ancaman dari faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar usaha dan bersifat mengganggu keberlangsungan pelaksanaan pengembangan suatu usaha yang tidak dapat dikendali oleh pengusaha keripik pisang.
10. Matriks SWOT ( Matriks Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman )  
Adalah matriks yang akan digunakan untuk menyusun berbagai alternatif strategi pengembangan produksi melalui strategi SO, WO ,ST, WT.

## **IV. GAMBARAN UMUM USAHA KERIPIK PISANG”KUPORAI”**

### **4.1. Sejarah Usaha Keripik Pisang “Kuporai”**

Usaha keripik pisang “Kuporai” merupakan salah satu unit usaha yang mengembangkan hasil produk petani buah pisang yang diolah menjadi keripik pisang untuk menambah nilai tambah dari buah pisang, dan salah satu cara untuk mencegah pembusukan buah pisang.

Keripik pisang “Kuporai” merupakan salah satu cemilan khas Luwu Timur yang terbuat dari pisang tanduk. Kuporai yang artinya *KUSUKA* dalam konteks bahasa daerah Luwu, Bugis, Toraja serta beberapa bahasa daerah lainnya yang identik dengan pengertian kusuka. Akan tetapi di balik pengertian tersebut kuporai merupakan singkatan dari Kelompok Usaha Produktif Rakyat Indonesia, salah satu binaan dari lembaga pendidikan non formal yakni PKBM BUMI PERTIWI, serta Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Menengah Kabupaten Luwu Timur.

Usaha keripik pisang “Kuporai” berdiri sejak tahun 2013, usaha ini telah berhasil memproduksi keripik pisang tanduk dengan 8 (delapan) jenis varian rasa yakni : Manis, Original, Asin, Coklat, Balado, Pedas Manis, Jagung Manis dan Jagung Bakar. Semua varian tersebut diolah dalam bentuk yang sederhana dan tidak menggunakan peralatan produksi yang modern, tujuannya agar mampu mempertahankan kualitas dan rasa pisang tanduk yang seutuhnya. Kapasitas produksi tiap bulannya berkisar antara 3-5 ton dalam bentuk produk yang sudah di

kemas. Kemampuan produk ini di dukung oleh beberapa tenaga kerja yang berjumlah 10 orang baik tenaga kerja yang tetap maupun yang tidak tetap.

Ketersediaan bahan baku merupakan faktor yang sangat penting dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan hasil produksi keripik pisang tanduk kuporai , oleh karena itu dilakukan kerja sama dengan cara membagikan bibit pisang secara gratis agar mereka dapat membudidayakan di kebun-kebun mereka, dengan hasil tanaman pisang tersebut akan dijual ke usaha keripik kuporai, dengan demikian ada jeminan bahwa ketersediaan bahan baku senantiasa tersedia. Luas lahan penanaman pisang tanduk binaan kuporai diperkirakan sekitar 15 Ha. Yang tersebar di beberapa desa diantaranya Desa Pongkeru, Desa Pasi Pasi, Desa Harapan Kecamatan Malili.

Segi aspek pemasaran, usaha keripik pisang kuporai merupakan produk unggulan telah menembus beberapa pasar di beberapa daerah baik dalam wilayah Propinsi Sulawesi Selatan maupun di luar wilayah, salah satunya di Provinsi Gorontalo. Sistem pemasaran yang dilakukan saat ini dengan cara melakukan penawaran dalam bentuk agen/ cabang penjualan. Faktor pendukung lainnya sehingga mendapat kepercayaan dari para customer antara lain : adanya izin produksi olahan pangan berupa P-IRT Nomor : 2147325010521-22 dari dinas kesehatan, sertifikat halal nomor : 0616120009880517 dari BP-POM, rekomendasi binaan dari Pemerintah Daerah dan lain sebagainya.

#### **4.2. Visi dan Misi Usaha Keripik Pisang “Kuporai”**

Keripik pisang “Kuporai” belum memiliki pernyataan tertulis mengenai visi, misi dan tujuan usaha keripik pisang. Namun secara umum hal tersebut ada tersirat dalam wawancara dengan pemilik usaha keripik pisang tersebut. Usaha keripik pisang untuk dapat bersaing dalam industri harus memiliki arahan yang jelas dalam menjalankan usahanya. Arah usaha keripik pisang tercermin dalam visi, misi dan tujuan yang dimiliki usaha keripik pisang “Kuporai”. Visi menunjukkan keadaan masa depan suatu organisasi yang mungkin terjadi dan diinginkan. Visi menjelaskan impian yang ingin direalisasikan oleh suatu lembaga (organisasi) di dalam waktu tertentu. Misi menjelaskan alasan atau tujuan suatu lembaga (organisasi) didirikan, sedangkan tujuan merupakan hasil akhir berusaha untuk mencapai atau mewujudkan misinya dalam jangka waktu tertentu.

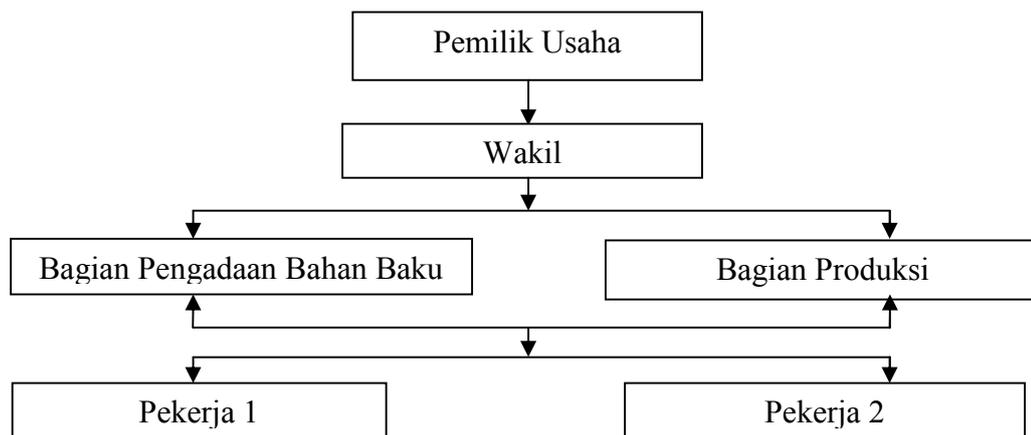
Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha keripik pisang mengenai visi, misi dan tujuan usaha keripik pisang diperoleh informasi yaitu visi usaha keripik pisang “Kuporai” menjadi usaha yang mampu menghasilkan produk keripik pisang yang berkualitas. Hal ini merupakan hal yang selalu diperhatikan oleh pemilik usaha keripik pisang “Kuporai” dalam setiap proses produksi.

Misi usaha keripik pisang ini adalah untuk memperkenalkan keripik pisang sebagai salah satu makanan ringan yang sehat bagi masyarakat, sedangkan tujuan keripik pisang yaitu mampu meningkatkan kehidupan pemilik dan pekerjanya juga mampu menyerap tenaga kerja dari lingkungan sekitar sehingga mampu meningkatkan penghasilan masyarakat sekitar. Produk keripik pisang yang dipasarkan oleh usaha ini merupakan produk yang berasal dari alam dan tidak di

tambahkan bahan-bahan berbahaya bagi kesehatan masyarakat seperti pengawat, sehingga aman untuk di konsumsi.

#### 4.3. Struktur Organisasi Usaha Keripik Pisang “Kuporai”

Struktur organisasi suatu usaha keripik pisang “Kuporai” menggambarkan suatu hubungan tanggung jawab dan wewenang yang ada pada usaha keripik pisang ini. Gambaran struktur organisasi usaha keripik pisang secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4. Struktur Organisasi Usaha Keripik Pisang “Kuporai”.**

Pemilik usaha keripik pisang “Kuporai” adalah Ibu Masiati biasa di panggil dengan Bunda, sebagai pengolah utama yang bertanggung jawab terhadap setiap keputusan yang di ambil dan berwenang untuk menetapkan kebijakan seluruh aktifitas usaha keripik pisang. Bagian yang berhubungan dengan penyediaan bahan baku dan proses produksi di serahkan kepada wakil yang sebagai tangan kanan dari pemilik usaha yang berhubungan langsung dengan pemasok pisang tanduk dan menjalankan proses produksi hingga pengemasan produk.

Kondisi usaha keripik pisang yang masih berskala kecil menyebabkan kebutuhan terhadap tenaga kerja juga cenderung . Dalam usaha ini dimana tingkat produksi ditentukan oleh jumlah permintaan oleh agen dan stok penjualan yang secara langsung kepada konsumen. Apabila jumlah permintaan normal tenaga kerja yang tersedia sudah dapat memproduksi keripik pisang tersebut.

Jika permintaan lebih dari kondisi normal maka jumlah pekerjaan yang dibutuhkan lebih banyak. Pekerja tersebut biasanya berasal dari tetangga sekitar rumah pemilik usaha keripik pisang. Tambahan pekerja tersebut terutama dibutuhkan dalam proses produksi, diantaranya pekerja di bagian pengupasan, pengirisan, penggorengan dan pengemasan.

Adanya hubungan yang bersifat kekeluargaan antara pemilik dan pekerja menyebabkan pembagian tugas dalam usaha keripik pisang ini bersifat dinamis, cenderung di sesuaikan dengan kebutuhan , sehingga tidak hanya terpaku pada pembagian tugas yang ada.

Adapun bagian-bagian dan tanggung jawab yang di berikan kepada setiap pekerja yaitu :

- a. Wakil, wakil atau tangan kanan dari pemilik usaha yang di berikan kepercayaan untuk mengatur semua proses produksi terutama bagian pemasok bahan baku pisang tanduk dan proses produksi, wakil disini dapat mengerjakan semua kegiatan yang di lakukan dalam proses produksi baik itu bagian pengupasan, pengirisan , penggorengan dan pengemasan.

- b. Pekerja 1 , pekerja satu di sini bertanggung jawab untuk menyediakan bahan baku utama yang dibutuhkan dalam proses produksi yaitu pisang tanduk bagian penyediaan bahan baku terdiri dari dua pekerja.
- c. Pekerja 2, yaitu pekerja yang bertugas dalam proses produksi seperti bagian pengupasan, pengirisan, penggorengan dan pengemasan, di mana bagian ini terdiri dari 3 pekerja.
- d. Tanggung jawab dari pemilik usaha yaitu memberikan upah atau gaji kepada pekerjanya, dan melakukan promosi untuk mengenalkan produk kepada masyarakat, melakukan pemasaran dengan membentuk agen-agen di wilayah lainnya, dan penjualan dilakukan secara langsung kepada konsumen.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Identifikasi Faktor Internal

Setelah dilakukan analisis faktor-faktor penentuan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berpengaruh terhadap rumusan pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai”, selanjutnya dapat dilakukan identifikasi untuk menentukan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil ini digunakan sebagai input analisis internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFE dan EFE. Kemudian hasil analisis ini juga digunakan untuk merumuskan alternatif strategi bisnis dalam analisis SWOT.

Dalam identifikasi faktor-faktor internal terhadap faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari usaha keripik pisang “Kuporai”. Aspek-aspek yang terdapat dalam identifikasi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

#### 5.1.1. Faktor Kekuatan

Faktor kekuatan merupakan bagian dari strategi internal, faktor tersebut dianggap sebagai kekuatan yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai”. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan harus digunakan semaksimal mungkin dengan upaya untuk mencapai tujuan pengembangan usaha keripik pisang ini, faktor-faktor tersebut terdiri dari :

➤ Keharmonisan Hubungan Antara Pemilik dan Pekerja

Usaha keripik pisang “Kuporai” merupakan usaha yang dalam pengolahannya usahanya bersifat kekeluargaan. Dimana para pekerjanya berasal dari anggota keluarga dan pihak-pihak yang memiliki hubungan keluarga dengan pemilik usaha keripik pisang, sehingga keharmonisan antara pekerja dan pemilik usaha terjalin dengan baik. Usaha keripik pisang “Kuporai” memiliki tenaga kerja sebanyak 6 orang yang terdiri dari pemilik, wakil, bagian pengadaan bahan baku, dan bagian produksi.

Jika terdapat pesanan keripik dalam jumlah yang besar, usaha ini membutuhkan jumlah pekerja tambahan. Pekerja tambahan tersebut umumnya dibutuhkan dalam proses produksi. Dalam usaha keripik pisang ini, pemilik usaha memberikan tanggung jawab kepada wakil untuk menangani semua proses produksi dan penyediaan bahan baku. Pemilik usaha bertugas untuk memasarkan dan memberikan informasi kepada wakil apabila ada pesanan dalam jumlah yang besar, dan stok keripik pisang berkurang. Dan kadang-kadang pemilik usaha terjun langsung dalam proses produksi.

Kondisi jumlah tenaga kerja yang relatif sedikit menyebabkan peran ganda akan dilakukan oleh pekerja. Waktu yang digunakan oleh pekerja mulai jam 08:00-05:00 , makanan ditanggung oleh pemilik usaha, dan mereka sering mendapatkan bonus, diajak pergi jalan-jalan, dalam bulan suci ramadhan mereka diberikan THR ( tunjangan hari raya ) berupa uang dan barang seperti margarin , tepung, gula dan lain-lain.

Usaha ini cukup lama dijalankan yakni sejak tahun 2013, selain itu usaha ini dari sejak awal berdirinya membutuhkan keterampilan khusus seperti ketelitian dalam pemilihan pisang yang baik, pengupasan, pengirisan pisang sehingga menghasilkan irisan-irisan yang tipis, penggorengan dan pengemasan. Jadi keterampilan tenaga kerja dalam usaha keripik pisang ini sudah tidak di ragukan lagi.

➤ Kondisi Modal yang Relatif Tercukupi

Modal awala yang digunakan oleh usaha keripik pisang ini adalah modal pemilik usaha keripik pisang tersebut. Dengan kondisi skala usaha yang masih relatif kecil , modal yang diguankan cukup untuk menjalankan usaha yang ada. Dan keuntungan-keuntungan yang di dapatkan sudah cukup menutupi dari modal awal yang digunakan. Dan usaha keripik pisang ini mendapatkan bantuan dari lembaga pendidikan non formal yakni PKBM BUMI PERTIWI Sehingga dari sisi ketersediaan modal usaha keripik pisang ini relatif cukup terjamin .

➤ Produk yang berkualitas

Usaha keripik pisang sudah memproduksi keripik pisang selama lima tahun, modal pengalaman yang cukup lama, dan sering mendapatkan pelatihan yang di adakan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan kualiatas UKM yang ada di Luwu Timur sehingga ilmu dan pengalaman itulah yang menjadi kekuatan bagi usaha ini.

Pada proses produksi, usaha ini dalam memproduksi keripik pisang masih menggunakan peralatan yang masih sederhana. Hal ini dapat dilihat dari peralatan

yang digunakan dalam proses produksi diantaranya alat pengiris pisang yang digunakan masih sangat sederhana yaitu berupa alat iris yang sering digunakan di rumah tangga untuk pada umumnya, wajan besar untuk menggoreng, serokan untuk menyaring minyak goreng pada keripik pisang yang telah masak; kompor gas.

Pada kegiatan proses produksi bahan baku utama yang sangat di butuhkan oleh usah ini adalah buah pisang. Jenis pisang yang digunakan adalah Pisang Tanduk . yang memiliki ciri-ciri buahnya berukuran panjang dan besar, warnanya kuning dan rasanya yang manis. Pemilihan pisang jenis ini dikarenakan sifat dari pisang tersebut cocok digunakan sebagai bahan baku pembuatan keripik pisang.

Bahan penolong seperti minyak goreng, penyedap rasa yang digunakan untuk menciptakan berbagai rasa seperti Rasa Balado, Jangung Bakar, Jangung Manis, Asin , Original, Coklat, Manis, Pedas Manis.

Usaha keripik pisang ini tidak hanya memproduksi keripik pisang saja namun juga memproduksi kacang tak nampak ( kacang sembunyi ), dengan merek dagang keripik pisang “Kuporai” dan kacang tak nampak “Kuporai”. Produk yang di hasilkan 200 gr, 150 gr dan 500 gr, ada juga dalam kemasan toples plastik. Usaha keripik pisang ini sudah memproduksi 8 maca rasa yaitu Rasa Jagung Bakar, Coklat, Pedas Manis, Manis, Asin, Original, Jangung Manis dan rasa Balado. Kebersihan dalam proses produksi yang terjamin dengan baik, membuat tingginya kualitas rasa dan gizi yang terkandung dalam kualitas keripik pisang. Keripik pisang memiliki daya tahan produksi yang lama yaitu kurang

lebih dua bulan apa bila kemasannya tidak terbuka. Kualitas produk yang cukup baik, rasa yang enak, kandungan gizi yang tinggi, tidak menggunakan bahan kimia dan daya tahan produk yang lama merupakan kekuatan bagi usaha ini untuk mempertahankan pelanggan. Kualitas dari produk harus senantiasa di pertahankan oleh usaha ini. Kualitas produk yang baik tercermin dari rasa yang terbentuk tanpa menggunakan bahan kimia, sehingga produk pisang ini cenderung memiliki kandungan gizi yang baik dan penampilan yang menarik.

➤ Harga Keripik Pisang Relatif Murah

Usaha keripik pisang “Kuporai” menawarkan harga yang cukup murah di bandingkan dengan usaha keripik pisang lainnya. Harga yang di tawarkan keripik yang ukuran 200gr seharga Rp. 12.500,’ dan Rp. 7.500.’ dan harga keripik yang dikemas dengan toples plastik seharga Rp. 15.000.’. di bandingkan dengan harga keripik pisang lainnya yang di kemas dengan plastik biasa dan bentuk yang sederhana, Cuma memiliki varian rasa asin dan manis seharga Rp. 5.000.’. Harga yang di tawarkan oleh usaha keripik pisang relatif murah menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki usaha keripik pisang “Kuporai”.

➤ Sudah Memiliki Sertifikat Halal dan Izin Depkes

Salah satu faktor pendukung lainnya sehingga mendapat kepercayaan dari para konsumen antara lain yaitu : adanya izin produksi olahan pangan berupa P-IRT Nomor : 2147325010521-22 dari dinas kesehatan, sertifikat halal nomor : 0616120009880517 dari BP-POM, rekomendasi binaan dari Pemerintah Daerah. Dengan adanya sertifikat Halal yang dimiliki oleh usaha keripik pisang ini para

konsumen tidak meragukan lagi kualitas dari keripik pisang tersebut, dan merupakan salah satu kekuatan dari usaha keripik pisang “Kuporai”

➤ Kemasan Produk Keripik Pisang “Kuporai”

Usaha keripik pisang “Kuporai” memproduksi keripik pisang menggunakan plastik yang tebal. Plastik yang digunakan berukuran ½ kg. Produk yang dihasilkan berukuran 200gram dan ada juga yang berukuran 115 gram sampai 300 gram. Dalam kemasan produk keripik pisang “Kuporai” sudah memiliki berbagai macam bentuk kemasan produksi. Penampilan kemasan yang sudah cukup bagus membuat para konsumen tertarik untuk membelinya.

➤ Letak Usaha Yang Strategis

Usaha keripik pisang “Kuporai” memiliki letak usaha yang cukup strategis. Usaha ini terletak di pusat Desa Tarengge yang berada di pinggir jalan raya sehingga mudah ditemukan, dan dapat sebagai tempat persinggahan mobil yang lewat untuk membeli oleh-oleh khas Luwu Timur. Masyarakat di sekitar Kecamatan Wotu sudah mengenal baik tentang kualitas produksi keripik pisang tersebut. Pemasaran yang digunakan langsung dari pemilik usaha dan konsumen sehingga para konsumen sudah mengenal letak lokasi keripik pisang “Kuporai” dan mereka tidak menjual secara eceran kepada toko-toko yang ada di sekitar Kecamatan Wotu maupun menitipkan kedalam Alpamar dan Indomaret.

### **5.1.2. Faktor Kelemahan**

Faktor kelemahan merupakan bagian dari strategi internal, faktor tersebut dianggap sebagai kelemahan yang akan mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai” . Faktor-faktor yang menjadi kelemahan harus diminimalisasi dalam upaya untuk mencapai tujuan pengembangan usaha keripik pisang ini, faktor-faktor kelemahan tersebut terdiri dari :

#### ➤ Keterbatasan Dalam Pencatatan Keuangan

Usaha keripik pisang “Kuporai” tidak selalu melakukan pencatatan secara akuntansi terhadap pengolahan keuangan dengan modal usahanya. Manajemen keuangan dari usaha ini belum tertata dengan baik, sehingga keuangan keripik pisang dengan uang rumah tangga tidak dapat dibedakan. Selain itu pencatatan keuangan yang biasanya dilakukan hanya mengandung komponen besarnya jumlah produksi yang di hasilkan per satu kali produksi. Dalam pencatatan keuangan belum memasukkan biaya-biaya yang dikeluarkan. Seperti halnya dalam kebutuhan rumah tangga uang yang digunakan langsung di ambil dari laci hasil penjualan keripik pisang.

#### ➤ Penggunaan Alat Produksi yang Masih Sederhana

Usaha keripik pisang “Kuporai” merupakan usaha yang memproduksi dengan menggunakan peralatan alat yang sederhana. Alat yang digunakan dalam alat ini berupa alat pres untuk merekat kemasan keripik pisang, sedangkan untuk memotong pisang dilakukan dengan alat tradisional yang biasanya dipakai oleh

rumah tangga, dan alat yang digunakan untuk mencampur varian rasa menggunakan baskom agar keripik tidak patah.

#### ➤ Daerah Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh usaha keripik pisang “Kuporai” dilakukan dengan cara agen/ cabang yang terdiri dari beberapa wilayah seperti di Pare-pare, Maros, Makassar. Di wilayah Kecamatan Wotu daerah pemasarannya hanya berada di Tarengge tempat usaha itu sendiri, mereka tidak menitipkan di toko-toko yang ada di sekitar Kecamatan Wotu, sehingga para konsumen sulit untuk menjangkau daerah pemasarannya.

#### ➤ Kegiatan Promosi Produk

Usaha keripik pisang “Kuporai” saat ini melakukan kegiatan promosi di media sosial yaitu hanya di Facebook. Belum melakukan promosi di media cetak seperti surat kabar, membagikan brosur-brosur dan lainnya. Dalam rangka pengembangan usahanya, harus memulai memikirkan strategi promosi terhadap produksinya, sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

Aspek-aspek faktor kekuatan dan kelemahan yang telah dijabarkan di atas saling berinteraksi dalam pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai”. Secara keseluruhan aspek pada faktor kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada Tabel

4

**Tabel 4. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Keripik Pisang “Kuporai”.**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Sumberdaya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja</li> </ul>	
Keuangan dan Akuntansi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kondisi Modal yang tercukupi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbatasan dalam pencatatan keuangan</li> </ul>
Produksi dan Operasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk yang berkualitas baik</li> <li>• Harga yang murah</li> <li>• Sudah memiliki sertifikat halal dan izin Depkes</li> <li>• Kemasan produk yang cukup bagus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan alat produksi yang masih sederhana</li> </ul>
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letak usaha yang strategis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daerah pemasaran masih terbatas</li> <li>• Kegiatan promosi produk kurang</li> </ul>

Sumber : Hasil Analisis

## **5.2. Identifikasi Faktor Eksternal**

Berdasarkan wawancara dan pengisian kuisioner dan analisis terhadap pengembangan usaha keripik pisang ini, didapatkan faktor-faktor strategi eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Aspek-aspek pada faktor peluang dan ancaman tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

### 5.2.1. Peluang

Faktor peluang adalah bagian dari strategi eksternal, faktor-faktor tersebut di anggap sebagai suatu potensi yang dapat memanfaatkan dalam pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai” potensi tersebut harus dimanfaatkan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, peluang tersebut terdiri dari :

➤ Adanya Kredit Bagi Usaha

Kredit yang ditawarkan baik dari pemerintah atau lembaga keuangan untuk industri juga merupakan peluang bagi industri untuk meningkatkan modal kerja. Modal kerja yang selama ini menjadi masalah klasik bagi pengusaha industri untuk mengembangkan usahanya. Sebagai contohnya kredit yang ditawarkan oleh bank BNI (Bank Negara Indonesia), dan Bank BRI juga mempunyai Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang dapat dinikmati oleh perusahaan kecil. Selain itu pemerintah memberikan berbagai macam kredit untuk usaha KU (Kredit Usaha) serta Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, yang di dalamnya memuat pasal-pasal yang memberikan ruang pembiayaan bagi syariah bagi bank umum, sehingga pada saat ini banyak bank umum yang membuka devisi syariah dengan tujuan untuk memperluas jangkauan layanan kepada segmentasi yang tidak dapat dijangkau secara konvensional.

Sejak tahun 2007 Pemerintah meluncurkan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri. Salah satu kegiatan dalam PNPM adalah program Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP). Selain itu adanya dukungan Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu Timur yang membangun

lembaga pendidikan non formal yakni PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) BUMI PERTIWI, serta Dinas Perdagangan dan perindustrian dalam pengembangan UKM di Kabupaten Luwu Timur.

Adanya berbagai program pemerintah dalam upaya pengembangan UKM di Kabupaten Luwu Timur yang salah satunya tercapai dengan pemberian kredit, maka sudah sewajarnya UKM di Luwu Timur seperti usaha keripik pisang dapat lebih berkembang.

➤ Kabupaten Luwu Timur sebagai daerah tujuan wisata

Kabupaten Luwu Timur memiliki berbagai tempat wisata yang wajib untuk di datangi seperti air terjun mata buntu, danau matano , pantai ide, pantai lemo-lemo, dan lainnya . dan Luwu Timur memiliki wilayah pertambangan yang cukup besar yaitu PT.Vale dimana para pekerjanya berasal dari berbagai wilayah.

Berkembangnya objek tujuan wisata tersebut secara langsung akan berdampak terhadap berkembangnya industri makanan di Luwu Timur. Selain itu Desa Tarengge merupakan wilayah yang dilalui menuju tempat wisata tersebut menjadi salah satu pasar potensi bagi para pengusaha. Karena semakin ramainya orang menuju jalur Ke-kota Luwu Timur dan tempat-tempat wisata yang dimiliki, semakin mudah berkembangnya berbagai jenis usaha termasuk dibidang makanan. Disepanjang jalur menuju kota dan tempat wisata dapat dilihat saat ini berkembangnya banyak Toko-toko kue dan Minimarket. Hal ini juga menjadi peluang bagi pengembangan usaha keripik pisang dalam memasarkan produksinya.

### **5.2.2. Ancaman**

Faktor ini bagian dari faktor eksternal, faktor tersebut dianggap sebagai ancaman yang bisa menjadi hambatan dalam pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai”. Faktor-faktor tersebut harus dihindari dan diusahakan upaya penanggulaginya secara baik agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Faktro-faktor ancaman tersebut terdiri dari :

#### **➤ Kekuatan Tawar Menwar Pembeli Kuat**

Kekuatan tawar menawar pembeli dikatakan cukup kuat, hal ini disebabkan beberapa hal yaitu : (1) Pembeli cenderung membeli dalam jumlah yang sedikit, (2) Pembeli produk keripik pisang belum mempunyai informasi yang lengkap dan terperinci tentang produk, harga dan pasarannya, (3) Pembeli mudah pindah ke produk lain sejenis. Kekuatan tawar menawar pembeli relatif besar dibandingkan dengan permintaan terhadap produk tersebut.

Produk keripik pisang yang diproduksi oleh usaha ini, cenderung berproduksi berdasarkan pesanan agen/ cabang yang masuk dan stok penjualan berkurang. Untuk menghadapi kekuatan tawar menawar pembeli dari produk keripik pisang ini cukup kuat, pihak pemilik usaha keripik pisang harus berusaha untuk lebih gencar mempromosikan produk keripik pisang yang dihasilkan selain itu juga harus menjaga kontinuitasnya.

➤ Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Usaha keripik pisang “Kuporai” membeli bahan baku pisang tanduk dari petani-petani pisang di sekitar Luwu Timur yaitu daerah Wotu, Lambara, kalena dan daerah sekitarnya.

Pemasok memiliki tawar menawar yang cukup kuat. Usaha keripik pisang ini cenderung bergantung oleh beberapa pemasok. Artinya, apabila bahan baku yang di beli dari satu pemasok kurang memenuhi standar, baik dari segi harga, kualitas, maupun kuantitas, maka usaha ini tidak dapat membelinya dari pemasok lain. Terkait dengan pemasok lain, terdapat pemasok bahan baku di luar wilayah Luwu Timur yaitu seperti Sidrap dan Pinrang, namun bahan baku dari pemasok di luar wilayah Luwu Timur tersebut baru dapat diakses jika jumlah yang diminati dalam jumlah yang besar karena jika hanya dalam jumlah yang kecil akan menyebabkan biaya yang jauh lebih besar bagi usaha keripik pisang. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa usaha keripik pisang ini cukup mengalami kesulitan untuk mendapatkan pemasok.

➤ Barang Substitusi Tinggi

Pada industri kripik pisang, produk yang dapat digolongkan sebagai produk pengganti/substitusi adalah berbagai jenis keripik lainnya, misalnya keripik nangka, keripik apel, keripik singkong, keripik bayam dan lain-lain. Tingginya barang substitusi dari keripik pisang memberikan ancaman bagi perusahaan untuk menguasai pasar dengan inovasi produk. Tekanan persaingan semakin bertambah

ketika harga produk pengganti relatif lebih terjangkau dan biaya konsumen untuk beralih ke produk pun rendah.

Berdasarkan barang substitusi dan pesaing memberikan ancaman yang kuat bagi perkembangan usaha keripik pisang ini. Selain mendapat hambatan dari berbagai jenis keripik lain, usaha keripik pisang ini juga mendapatkan persaingan dari usaha keripik pisang lainnya. Diwilah sekitar Luwu Timur terdapat cukup banyak produsen keripik pisang dengan berbagai merek .

#### ➤ Jaringan Pemasaran Pesaing Lebih Luas

Usaha-usaha sejenis keripik pisang melakukan kegiatan promosi dan membangun jaringan pemasaran untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk keripik pisang yang mereka pasarkan. Jaringan pemasaran dilakukan dengan membangun toko, etelase di suatu distributor dan adanya agen-agen penjual produk untuk meningkatkan pangsa pasar. Hal ini sudah dilakukan oleh beberapa usaha yang memproduksi keripik pisang untuk meningkatkan pangsa pasar produksinya, sedangkan usaha keripik pisang “Kuporai” masih kurang dalam melakukan kegiatan promosi dan membangun jaringan pemasaran.

#### ➤ Banyaknya Pesaing

Keberadaan pendatang baru dalam industri dapat menunjukkan tingkat persaingan yang akan dihadapi oleh suatu usaha dalam industri tersebut. Jika semakin banyak pendatang baru yang memasuki wilayah industri maka akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi usaha yang ada, misalnya terjadi perebutan pangsa pasar yang ada perebutan sumberdaya produksi yang terbatas.

Memulai usaha keripik pisang ini membutuhkan investasi yang tidak terlalu besar, sehingga tidak memberi hambatan bagi pendatang baru untuk masuk kedalam industri keripik pisang. Biaya investasi untuk mendapatkan formula keripik pisang yang layak konsumsi relatif murah. Hal ini menyebabkan mudahnya pendatang baru memasuki industri keripik pisang. Berdasarkan hal tersebut, hal yang wajar dibutuhkan oleh usaha keripik pisang ini adalah berkeaktivitas dalam meningkatkan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan.

Aspek-aspek faktor peluang dan ancaman yang telah dijabarkan di atas saling berinteraksi dalam pengembangan usaha keripik pisang “Kuporai”. Secara keseluruhan aspek pada faktor peluang dan ancaman dapat di sajikan dalam bentuk Tabel 5

**Tabel 5. Peluang dan Ancaman Usaha Keripik Pisang “Kuporai”**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
Ekenomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya kredit bagi usaha</li> <li>• Kabupaten Luwu Timur sebagai tujuan tempat wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga bahan baku yang semakin meningkat</li> </ul>
Kekuatan tawar menawar pembeli		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posisi tawar menawar pembeli kuat</li> </ul>
Kekuatan tawar menawar pemasok		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasokan bahan baku pisang tanduk relatif tidak kontinu</li> </ul>
Ancaman produk pengganti		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barang substitusi tinggi</li> </ul>
Persaingan antara pesaing yang ada		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jaringan pemasaran pesaing lebih luas</li> </ul>
Ancaman pendatang baru		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya Pesaing</li> </ul>

Sumber : Hasil Analisis

### **5.3. Analisis Matriks IFE dan EFE**

Berdasarkan informasi pada identifikasi faktor internal dan eksternal, maka disusunlah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE

(*Eksternal Factor Evaluation*) yang akan di bahas sebagai berikut :

#### **5.3.1. Matriks IFE**

Matriks IFE diperoleh dari hasil analisis lingkungan internal usaha keripik pisang “Kuporai” yaitu dengan mengidentifikasih faktor-faktor kunci internal usaha keripik pisang berupa kekuatan dan kelemahan. Kemudian dilakukan

pembobotan mulai dari 1,0(sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), sehingga diperoleh bobot dari masing-masing faktor kunci internal usaha keripik pisang. Langkah selanjutnya adalah dengan memberikan peringkat ( ranting ) pada faktor-faktor kunci internal tersebut, masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat tinggi) sampai dengan 1 (sangat rendah). Pemberian ranting untuk kategori kekuatan yang besar diberikan ranting 4 sedangkan jika kekuatannya kecil di beri ranting 1, pemberian ranting kelemahan adalah sebaliknya, yaitu jika kelemahannya sangat besar di beri ranting 1 dan jika kelemahannya kecil diberi ranting 4, begitupun pada peluang dan ancaman. Maka dapat diperoleh hasil seperti pada Tabel 6.

**Tabel 6. Matriks IFE Usaha Keripik Pisang “Kuporai”.**

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Total Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja	0.10	3	0.30
2	Kondisi modal yang tercukupi	0,10	2	0,20
3	Produk yang berkualitas	0,12	4	0,48
4	Harga yang murah	0,08	3	0,24
5	Sudah memiliki sertifikat halal dan izin Depkes	0,11	2	0,22
6	Kemasan produk yang sudah bagus	0,07	3	0,21
7	Letak usaha yang strategis	0,12	3	0,36
<b>Kelemahan</b>				
8	Keterbatasan dalam pencatatan keuangan	0,08	3	0,24
9	Penggunaan alat produksi yang masih sederhana	0,10	1	0,10
10	Daerah pemasaran masih terbatas	0,05	1	0,05
11	Kegiatan promosi produk kurang di lakukan	0,07	3	0,21
		1,00		2,37

Sumber : Hasil Analisis (Diolah)

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa faktor kunci internal yang mempunyai faktor kekuatan tinggi adalah kualitas produk keripik pisang. Hal ini di tunjukan dengan nilai bobot sebesar 0,12 dengan ranting 4 dan skor sebesar 0,48. Faktor kunci ini merupakan peluang utama bagi usaha keripik pisang ini karena kualitas produk keripik pisang memiliki tingkat kepentingan terbesar bagi pengembangan usahanya kedepan. Selain identifikasih terhadap kekuatan internal usaha keripik pisang “Kuporai” matriks IFE juga menunjukkan berbagai kelemahan yang selama ini dimiliki usaha keripik pisang ini. Faktor kunci internal yang menjadi

kelemahan terbesar usaha ini adalah daerah pemasaran produk keripik pisang, yang memiliki bobot 0,05 dengan ranting sehingga skornya adalah 0,05.

Hasil analisis matriks IEF pada usaha keripik pisang ini yang meliputi seluruh faktor kunci internal ( kekuatan dan kelemahan ) adalah nilai skor sebesar 2,37. Total nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha keripik pisang ini berada pada level rata-rata di dalam kekuatan internal seluruhnya, sehingga usaha ini di tuntut lebih optimal dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan yang ada dalam mencapai keberhasilan usahanya.

### **5.3.2. Matriks EFE**

Matriks EFE mengidentifikasih faktor-faktor kunci eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi usaha keripik pisang pada kondisi aktual saat ini. Usaha keripik pisang ini dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman dari pengaruh lingkungan eksternal untuk keberlanjutan usahanya. Peluang dan ancaman yang dihadapi usaha keripik pisang “Kuporai” dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Matriks EFE Usaha Keripik Pisang “Kuporai”.**

No	Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Ranting	Total Skor
	<b>Peluang</b>			
1	Adanya kredit bagi usaha	0,12	3	0,36
2	Kebupaten Luwu Timur sebagai tempat tujuan wisata	0,18	4	0,72
	<b>Ancaman</b>			
3	Harga bahan baku yang semakin meningkat	0,09	1	0,09
4	Bergaining position pembeli kuat	0,08	2	0,16
5	Pasokan bahan baku jenis pisang tanduk relatif tidak kontinu	0,18	3	0,54
6	Barang substitusi tinggi	0,08	2	0,16
7	Jaringan pemasaran pesaing lebih luas	0,09	3	0,27
8	Banyaknya Pesaing	0,18	1	0,18
		1,00		2,48

Sumber : Hasil Analisis

Pada Tabel 7. Menunjukkan bahwa faktor kunci eksternal yang memberikan peluang terbesar bagi usaha keripik pisang “Kuporai” adalah Kabupaten Luwu Timur sebagai daerah tujuan wisata dan dapat membangkitkan sektor industri makanannya. Hal ini di tunjukan oleh bobot terbesar yang dimiliki faktor kunci eksternal ini.

Faktor kunci eksternal yang memberikan ancaman terbesar bagi usaha keripik pisang ini adalah harga bahan baku yang semakin meningkat. Hal ini ditunjukan dengan nilai bobot 0,09 dengan ranting 1 dan skor 0,09. Kondisi menunjukkan bahwa harga bahan baku yang semakin meningkat memiliki pengaruh yang signifikan dalam biaya operasional usaha ini. Biaya operasional

yang meningkat dapat menyebabkan harga produk keripik pisang mahal, dibandingkn produk pesaing.

#### **5.4. Analisis Matriks SWOT**

Matriks SWOT( Matriks Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman )

Adalah matriks yang akan digunakan untuk menyusun berbagai alternatif strategi pengembangan produksi usaha keripik pisang melalui strategi SO, WO ,ST, WT.

Alternatif strategi keripik pisang “Kuporai” sebagai berikut :

<b>INTERNAL</b>       <b>EKSTERNAL</b>	<b>Kekuatan (S-<i>Strengths</i>)</b> 1. Keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja 2. Kondisi modal yang relatif tercukupi 3. Harga produk yang murah 4. Kemasan produk yang cukup bagus 5. Sudah memiliki sertifikat halal dan izin Depkes 6. Kualitas produk 7. Letak usaha yang strategis	<b>Kelemahan (W-<i>Weakness</i>)</b> 1. Keterbatasan dalam pencatatan keuangan 2. Penggunaan alat produksi yang masih sederhana 3. Daerah pemasaran masih terbatas 4. Kegiatan promosi produk masih kurang
<b>Peluang (O-<i>Opportunities</i>)</b> 1. Adanya kredit bagi usaha 2. Kabupaten Luwu Timur sebagai tempat tujuan wisata	<b>Strategi S-O</b> 1. Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami,bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang (S1, S2, S3, S4, S5, S6,S7, O1 dan O2)	<b>Strategi W-O</b> 1. Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran (W1,W2,W3,W4,O1 dan O2 ) 2. Memperbaiki sistem manajemen usaha (W1,W2,W3,W4. Dan O1)
<b>Ancaman (T-<i>Threats</i>)</b> 1. Harga bahan baku yang semakin meningkat 2. Bargaining position pembali kuat 3. Pasokan bahan baku pisang tanduk tidak kontiniu 4. Barang substitusi tinggi 5. Jaringan pemasaran pesaing lebih luas 6. Banyaknya pesaing	<b>Strategi S-T</b> 1. Mengupayakan ketersediaan bahan baku utama secara kontinu(S2,S6,S4,T1,T5,d an T6) 2. Melakukan efesiensi biaya produksi (S2,S3,S4,S5,T1,T2,T3,T 4,T5,T6)	<b>Strategi W-T</b> 1. Melakukan pengembangan atau disertivikasih produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi(W1,W2,W3,W4,T1,T2, T3,T4,T5,T6)

**Tabel 8. Gambar Analisis Matriks SWOT**

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada Tabel 8,maka dapat diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh usaha keripik

pisang “Kuporai” yaitu Strategi S-O, Strategi W-O, Strategi S-T, dan Strategi W-T.

### Strategi S-O

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi S-O bagi usaha keripik pisang “Kuporai” di rumuskan sebagai berikut :

- Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami, bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang “Kuporai”

Produk usaha keripik pisang “Kuporai” berasal dari bahan baku alami, tambah bahan baku pengawet dan bahan kimia. Mempertahankan kualitas produk dapat dilakukan oleh usaha keripik pisang ini dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki, sebagai salah satu contohnya perusahaan tetap menggunakan bahan baku pisang tanduk dalam proses produksinya, dan menggunakan kemasan yang berkualitas. Usaha keripik pisang ini harus mempertahankan kualitas produk tersebut sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

### Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O bagi usaha keripik pisang “Kuporai” terdiri dari :

- Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran

Pemasaran produk keripik pisang “Kuporai” yang ada saat ini masih berfokus pada beberapa agen/ cabang di daerah pare-pare, maros dan makassar. Perusahaan dapat mencoba mencari pasar baru seperti menjual produksi kepasar, toko-toko, cafe-cafe, dan mini market yang ada disekitar Luwu Timur. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan penguasaan pasar.

Pada strategi ini usaha keripik pisang “Kuporai” diharapkan dapat terus menjalankan hubungan baik dengan konsumen, bahkan untuk kedepannya diharapkan usaha ini dapat menjalin hubungan kepada pemerintah daerah Kabupaten Luwu Timur. Strategi pengembangan pasar dilakukan untuk merebut peluang pasar yang belum tergarap atau dengan memenuhi permintaan pasar tersebut. Posisi suatu perusahaan di pasar ditentukan seberapa besar usaha yang bersanagkutan menguasai pasar yang ada. Potensi yang dimiliki usaha keripik pisang ini sangat mendukung untuk melakukan startegi ini.

➤ **Memperbaiki sistem manajemen usaha**

Strategi ini bertujuan memenuhi struktur usaha yang telah dijalankan secara lebih baik dan tearah. Dalam usaha keripik pisang “Kuporai” kengiatan manajemen struktur susunan sumberdaya manusianya tidak tersusun dengan baik, sehingga dirasa perlu adanya upaya untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dalam usaha keripik pisang tersebut. Peningkatan kualitas sumberdaya manusia merupakan salah satu faktor penting yang dapat menunjang keberhasilan usaha. Cara untuk memperbaiki sistem manajemen dalam perusahaan adalah dengan menjalankan bagian-bagian fungsional dalam

manajemen usaha seperti bagian produksi dengan memberikan tugas dan fungsi yang jelas dan juga keteraturan dalam bagian keuangan, dengan adanya perbaikan pada sistem manajemen ini diharapkan usaha keripik pisang mampu menggunakan peluang-peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya.

### Strategi S-T

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi S-T bagi usaha keripik pisang “Kuporai” adalah :

- Mengupayakan ketersediaan bahan baku secara kontiniu

Strategi ini diperlukan untuk menjamin keberlanjutan usaha keripik pisang ini. Selama ini sulitnya bahan baku masih menjadi persoalan dalam usaha keripik pisang ini, karena jenis pisang yang digunakan sebagai bahan baku cukup langka. Selama ini bahan baku keripik pisang pada usaha keripik pisang “Kuporai” berasal dari wilayah Luwu Timur yaitu di Wotu, Lambara , Burau, Lumbewe dan daerah lainnya. Bahan baku yang berasal dari luar wilayah Luwu Timur umumnya dapat diakses jika jumlah pembelian dalam jumlah yang besar. Namun karena selama ini tingkat pembelian bahan baku relatif jumlahnya, maka pemilik usaha keripik pisang ini hanya dapat mengandalkan bahan baku yang bersumber dari daerah Luwu Timur saja. Berdasarkan hal tersebut, maka hal yang harus dilakukan untuk mempermudah akses terhadap bahan baku adalah memperluas pasar produk keripik pisang terlebih dahulu. Saat pasar produk sudah besar maka bahan baku dapat diakses dengan lebih efisien.

➤ Melakukan efisiensi biaya produksi

Kenaikan harga minyak goreng, dan bahan-bahan yang lainnya membuat usaha keripik pisang ini harus melakukan efisiensi biaya produksi. Kenaikan harga BBM menyebabkan industri-industri cenderung melakukan konversi bahan bakarnya dari minyak tanah kepada gas, tidak terkecuali usaha keripik pisang “Kuporai”.

 **Strategi W-T**

Strategi W-T adalah strategi yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman lingkungan. Strategi W-T bagi usaha keripik pisang “Kuporai” adalah :

➤ Melakukan pengembangan atau diversifikasi produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi.

Pengembangan produk dilakukan agar konsumen mempunyai alternatif untuk membeli produk-produk yang dihasilkan. Strategi pengembangan produk mempunyai tujuan agar perusahaan yang ada di dalam suatu industri dapat meningkatkan penjualan dengan cara membuat suatu perbedaan atau memodifikasi produk-produk yang ada. Hingga saat ini usaha keripik pisang “Kuporai” sudah memproduksi 8 varian rasa yaitu Coklat, Balado, Pedas manis, Jagung bakar, Asin, Manis, Original, Jagung manis. Dalam proses produksi keripik pisang masih dapat dibuat inovasi dengan menambahkan berbagai macam rasa seperti rasa Keju, Stroberi, dan rasa panas yang memiliki tingkatan pedas.

Sehingga untuk pengembangan kedepannya masih perlu dilakukan tambahan penganekaragaman rasa dari produk keripik pisang “Kuporai”.

- Memperluas daerah pemasaran agar konsumen lebih mengenal keripik pisang “Kuporai”.

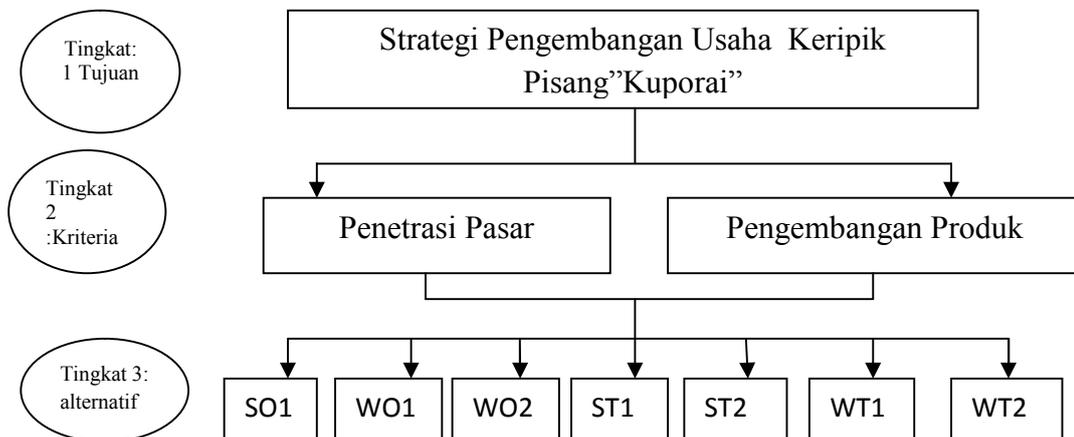
Dimana pemasaran yang dilakukan oleh usaha keripik pisang hanya melakukan penjualan secara membentuk agen/cabang di luar wilayah Luwu Timur, dan secara langsung kepada konsumen. Menurut saya daerah pemasarannya harus dikembangkan lagi seperti menitipkan keripik-keripik pisang tersebut di toko-toko sepanjang jalan poros tarengge, dan mini market di daerah tersebut. Sehingga dapat memudahkan para konsumen mendapatkan keripik pisang ini, dan lebih dikenal lagi.

#### **5.5. Tahap Formulasi Strategi Usaha Kecil keripik Pisang “Kuporai”**

Berdasarkan hasil analisis matriks IE ( *Internal-External* ) dan matriks SWOT ( *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* ) diperoleh alternatif strategi sebanyak delapan alternatif. Alternatif-alternatif strategi tersebut nantinya diharapkan dapat diterapkan di dalam manajemen usaha keripik pisang “Kuporai”. Setelah mendapatkan alternatif-alternatif strategi kemudian dilakukan penentuan prioritas.

Model hirarki usaha kecil keripik pisang “Kuporai” terbagi menjadi tiga level. Level pertama merupakan *goal* atau fokus dari hirarki yaitu strategi utama pengembangan usaha, level dua merupakan faktor dari hirarki yang

mempengaruhi formulasi strategi yang terdiri dari beberapa kriteria strategi yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk, dan level ketiga merupakan alternatif strategi yang diformulasikan dalam matriks IE ( *Internal-External* ) dan SWOT ( *Strength, Weaknees, Opportunity, and Threat* ). Alternatif strategi yang terdapat pada level tiga dapat menentukan prioritas strategi yang dapat diimplementasikan oleh usaha keripik pisang “Kuporai” dalam mengembangkan usahanya. Dapat dilihat pada Gambar 8 dibawa ini :



**Gambar 8. Model Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai”**

**Keterangan :**

- SO1 = Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan alami. Bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang
- WO1 = Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran
- WO2 = Memperbaiki sistem manajemen usaha
- ST2 = Melakukan efisiensi biaya produksi
- WT1 = Melakukan mengembangkan atau diversifikasih produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi
- WT2 = Memperluas daerah pemasaran agar konsumen lebih mengenal keripik pisang “Kuporai”.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

- a. Faktor Internal yang menjadi kekuatan yaitu keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja, kondisi modal yang relatif tercukupi, produk yang berkualitas baik, harga yang relatif murah, sudah memiliki sertifikat halal dan izin Depkes, kemasan produk yang relatif bagus, letak usaha yang strategis. Dan Kelemahannya yaitu: keterbatasan dalam pencatatan keuangan, penggunaan alat produk yang masih sederhana, Daerah pemasaran masih terbatas, kegiatan promosi kurang. Sedangkan faktor Eksternal yang menjadi Peluang yaitu: adanya kredit bagi usaha, Kabupaten Luwu Timur sebagai tujuan tempat wisata. Ancamannya yaitu: harga bahan baku yang semakin meningkat, posisi penawaran pembeli kuat, pasokan bahan baku pesaing tidak relatif tidak kontinu, barang substitusi tinggi, jaringan pemasaran pesaing lebih luas, banyaknya pesaing.
- b. Formulasi Strategi Pengembangan Usaha keripik Pisang “Kuporai” yang harus diterapkan dalam usahanya adalah : Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami, bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang, Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran, Memerbaiki sistem manajemen usaha, Mengupayakan ketersediaan bahan baku utama dengan kontinu, Melakukan efisiensi bahan produksi, Melakukan mengembangkan atau diversifikasi produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi, dan Memperluas daerah pemasaran agar konsumen lebih mengenal keripik pisang “Kuporai”.

## **6.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan strategi pengembangan usaha keripik pisang "Kuporai" di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur adalah sebagai berikut :

1. Sebiknya pengembangan pasar dilakukan dengan meningkatkan promosi dan dengan membuka pangsa pasar baru untuk mendapatkan pelanggan baru, terutama pelanggan di berbagai kota.
2. Ketersediaan suplai bahan baku pisang tanduk sebaiknya lebih terjamin, melalui koordinasi dengan pihak terkait, antara lain petanai pisang, pemasok, pemerintah dan pengusaha sendiri. Hal tersebut untuk menimalisir terjadinya fluktuasi harga bahan baku pisang tanduk. Selaian dari Kecamatan Tarengge bahan baku diperoleh dari daerah lain agar permintaan produk keripik pisang dapat tetap terpenuhi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alyas dan Muhammad Rakib, 2017, Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pengusaha Kerakyatan. *Jurnal Penelitian Sosiohumaniora*, Vol. 19 No. 2 Juli 2017:114-120. Universitas Negeri Makassar. Diakses Tanggal 1 Maret. Diakses Tanggal 1 Maret.
- Amir, M. Taufiq. 2012. *Manajemen Strategi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali
- Anonim. 2009, *Standar Proses Pengolahan Pisang*. Direktorat Pengolahan Hasil Pertanian Direktur Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Astono, Yuli Widy. 2004. Strategi Pengembangan Bisnis Jangung Manis (zea mays seccharate, Sturth) pada CV. Bintang Tani, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Skripsi*. Program studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. (Di akses pada Tanggal 24 Februari 2018).
- Basri, F. 2002. *Perekonomian Indonesia, Tentang dan Harapan bagi Kebangkitan Indonesia Jakarta*. Penerbit Elangga.
- David, R. F. 2004. *Manajemen Strategi : Konsep-Konsep*. Edisi Ketuju. Indeks Jakarta
- Departemen Pertanian .2007. *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Pisang*. Edisi Ke 2. Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Jakarta.
- Dinas Pertanian Kabupaten Luwu Timur, 2018. *Data Produksi Pisang Dalam Angka*. diakses pada tanggal 1 Maret.
- Husain, Umar. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Irma Setiawati dan Dini Rochdiani, 2016. *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang*. Vol . 6, No 2, Juli 2003: 131-140. Balai Pengkaji Teknologi Pasca Panen Pertanian Lampung.
- Kuncoro, Mudrajad. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta. Erlangga
- M. Khalid Mawardi dan Edriana Pangestuti, 2016. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai destinasi Wisata Kuliner. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.38 No.2 September 2016. Fakultas ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Diakses tanggal 1 Maret.

- Notoatmodjo, Soekijo. 2010, *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pearce dan Robinson. 1997. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Siregar Faisal, 2010. Skripsi. *Analisis Strategi pengembangan Keripik Pisang*. Kondang Jaya Bogor. Diakses pada tanggal 1 Maret
- Stephanie K. Marussu. 1996, *Definisi Strategi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sudarsono, Heri. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Edisis Keempat*. Yogyakarta. Ekonosia.
- Suratiyah , K. 2009. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya Jakarta
- Suyanti dan Ahmadsupriyadi. 2008. *Pisang: Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya jakarta

## Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Penelitian

### ➤ KUESIONER

#### PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR INTERNAL

Faktor Internal dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang "Kuporai".

#### **Tujuan :**

Menentukan faktor-faktor strategi yang akan di masukkan kedalam kelompok **Kekuatan** dan **Kelemahan** dalam Strategi pengembangan Usaha Keripik Pisang.

#### **Petunjuk Pengisian :**

1. Berikan tanda (v) pada kolom kekuatan pada tabel 1 berikut ini, apabila faktor-faktor tersebut menjadi kekuatan dalam Strategi Pengembangan Usaha Kripik Pisang "Kuporai".
2. Berikan tanda ( v ) pada kolom kelemahan dari tabel 1 berikut ini, apabila faktor-faktor tersebut menjadi kelemahan dalam Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang "Kuporai".

**Tabel 1. Faktor-Faktor Strategi Internal**

No	Faktor-Faktor strategi internal	Kekuatan	Kelemahan
1	Keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja		
2	Kondisi modal yang relatif tercukupi		
3	Produk yang berkualitas baik		
4	Letak usaha yang strategis		
5	Keterbatasan dalam pencatatan keuangan		
6	Harga relatif mahal		
7	Belum memiliki sertifikasi halal dan izin Depkes		
8	Penggunaan mesin produksi yang masih sederhana		
9	Kemasan produk yang relatif sederhana		
10	Daerah pemasaran yang masih terbatas		
11	Kegiatan promosi produk yang masih kurang		
12	Kurangnya inovasi Produk		
13			
14			
15			

**Alasan :** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Responden**

\_\_\_\_\_

## **PENENTU FAKTOR EKSTERNAL**

Faktor Eksternal dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” yang terdapat di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur.

### **Tujuan :**

Menentukan faktor-faktor strategi yang akan dimasukkan kedalam kelompok **Peluang** dan **Ancaman** dalam Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” .

### **Petunjuk Pengisian :**

1. Berikan tanda ( v ) pada kolom **Peluang** pada tabel 2 berikut ini, apabila faktor-faktor tersebut menjadi Peluang Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang.
2. Berikan tanda ( v ) pada kolom **Ancaman** dalam Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai”.

**Tabel 2. Faktor-Faktor Strategi Eksternal**

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Peluang	Ancaman
1	Adanya Kredit bagi usaha kecil		
2	Luwu Timur memiliki tempat wisata yang sering dikunjungi wisatawan sehingga mampu membangkitkan sektor industri makanan		
3	Harga bahan baku yang semakin meningkat		
4	Penawaran pembeli kuat		
5	Pasokan bahan baku relatif tidan kotiniu		
6	Barang subtitusi tinggi		
7	Jaringan pemasaran pesaing lebih luas		
8	Tidak ada hambatan bagi pendatang baru untuk memasuki industri		
9			
10			

**Alasan :**

---



---

**Responden**

---



### Lampiran 3. Dokumentasi penelitian



Gambar 1: Buah pisang tanduk sebagai bahan utama dari produk keripik pisang “Kuporai”



Gambar 2 : Proses pengupasan buah pisang



Gambar 3: Setelah melakukan pengupasan, kemudian melakukan perendaman beberapa menit agar pisang tidak berwarna hitam dan tidak bergetah sebelum digoreng



Gambar 4: Proses pengirisan dan penggorengan yang di lakaaukan sekaligus agar mendapatkan kualitas keripik pisang yang berkualitas



Gambar 5 : Setelah keripik pisang matang dan berubah warna itu tandanya keripik pisang siap di tiriskan



Gambar 6 : Setelah keripik pisang ditiriskan , kemudian di simpan pada wadah yang sudah di sediakan sepertipada gambar diatas



Gambar 7: Sebelum pemberian bumbu farian rasa pada keripik pisang, terlebih dahulu keripik pisang di goreng kembali kemudian di berikan penyedap rasa



Gambar 8 : Proses pencampuran penyedap rasa yang di berikan ke keripik pisang, yang dilakukan dengan menggunakan alat yang sederhana



Gambar 9 : Proses pendinginan sebelum di bungku



Gambar 10 : Proses pembungkusan



Gambar 11 : Setelah dilakukan pembungkusan kemudian keripik pisang di timbang



Gambar 12 : Setelah ditimbang, keripik pisang di pres / direkatkan agar keripik pisang bertahan lama dan dapat menjaga kualitas keripik pisang



Gambar 13 : Keripik pisang siap untuk dipasarkan



Gambar 14 : Ada juga bentuk kemasan keripik pisang seperti gambar diatas



Gambar 15: Tempat proses pengolahan buah pisang tanduk menjadi keripik pisang yang siap untuk di pasarkan



Gambar 16 : Tempat Proses penjualan keripik pisang, sekaligus tempat tinggal pemilik usaha keripik pisang "Kuporai"



Gambar 17 : Bentuk kemasan beberapa usaha keripik pisang yang ada di Luwu Timur



Gambar 18 : keripik pisang dari beberapa usaha di sekitar Tarengge

#### Lampiran 4 : Alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan keripik pisang



Gambar 1: Buah pisang tanduk sebagai bahan utama dalam pembuatan keripik pisang.



Gambar 2: Pisau digunakan untuk mengupas buah pisang, dan kaos tangan digunakan agar getah buah pisang tidak lengket di tangan.



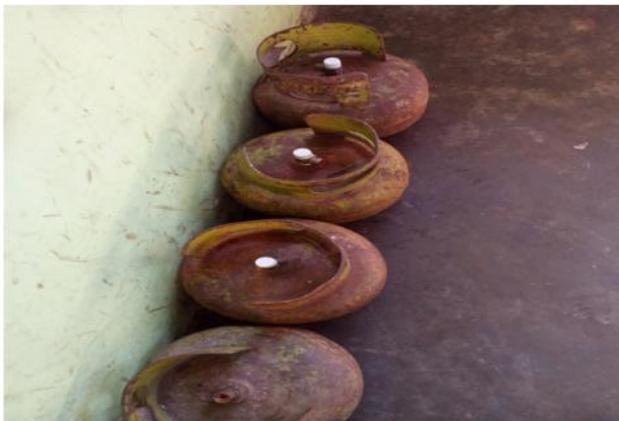
Gambar 3: Tempat perendaman pisang agar tidak bergetah dan tidak berubah warna menjadi hitam-hitaman



Gambar 4: Alat yang digunakan untuk mengiris buah pisang menjadi tipis kemudian di goreng



Gambar 5: Minyak digunakan untuk menggoreng keripik pisang



Gambar 6: Tabung gas sebagai bahan bakar yang di gunakan dalam proses penggorengan keripik pisang



Gambar 7: Bahan penambah rasa pada keripik pisang



Gambar 8: Pembungkus Keripik Pisang



Gambar 9: Alat penimbang keripik pisang



Gambar 10: Alat pres atau alat yang digunakan untuk merekatkan pembungkus keripik pisang agar dapat bertahan lama.



Gambar 11: Tempat penyimpanan keripik pisang sebelum di pasarkan



Gambar 12: Tempat penjualan keripik pisang

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Lambara Harapan Tanggal 23 Juni 1996 dari ayah Baddu Sardi dan ibu Suarni. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah SMAN 1 Burau dan lulus tahun 2014. Pada tahun yang sama, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah bekerja di Pabrik Pengolahan Markisah dan di Balai Penelitian dan Pengkajian Teknologi Pertanian Makassar. Penulis juga pernah menjadi asisten mata kuliah Dasar-dasar Agronomi semester ganjil 2017 dan Dasar-Dasar Penyuluhan Pertanian semester genap 2016.

Selain itu penulis juga aktif menjadi pengurus Himpunan mahasiswa Agribisnis periode 2015/2016. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “ Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang “Kuporai” di Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur.