

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI KERUPUK KULIT DI KECAMATAN MATARAM

STRATEGIES FOR DEVELOPING THE BUSINESS OF SKIN CRACKERS IN MATARAM SUB DISTRICT

Shafina Monita Dzulaiha*, L. Sukardi, Agus Purbathin Hadi

Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email Penulis korespondensi: dzulaiha@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk (1) mengidentifikasi kategori skala usaha agroindustri kerupuk kulit di Kecamatan Mataram, (2) merumuskan strategi pengembangan usaha kerupuk kulit. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian adalah produsen kerupuk kulit yang ada di Kecamatan Mataram. Penentuan daerah penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan menentukan secara sengaja Karang Buaya di Kecamatan Mataram sebagai daerah penelitian. Penentuan jumlah responden dilakukan menggunakan metode sensus. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha kerupuk kulit dan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* untuk mendapatkan prioritas strategi alternatif yang akan dinilai setelah mendapatkan skor pembobotan dari SWOT. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa: (1) Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram termasuk ke dalam kategori "usaha mikro". (2) Strategi pengembangan Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram adalah mempertahankan kualitas produk dengan melihat selera konsumen di pasaran, mempertahankan kualitas produksi kerupuk kulit sehingga mampu bersaing di pasaran, meningkatkan kinerja tenaga kerja dari internal keluarga untuk memaksimalkan hasil produksi, dan mengefisienkan penggunaan bahan baku untuk menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi.

Kata kunci: Strategi pengembangan, Kategori skala usaha, Agroindustri Kerupuk Kulit

Abstract

The purpose of the research are to (1) identify the scale category of the business of kerupuk kulit agro-industry in the Sub District of Mataram (2) formulate a strategy for developing the business of skin crackers. This research uses a descriptive method. The unit of analysis used the kerupuk kulit producer in District of Mataram. The determination of the research area uses the purposive sampling method that choose Karang Buaya in the District of Mataram as the research area. Determination of the number of respondents was carried out using the census method. Sources of data used consist of primary and secondary data. Types of data used consist of qualitative and quantitative data. Data analysis using SWOT analysis to determine factors that influence the development of kerupuk kulit and QSPM analysis to obtain priority alternative strategies to be assessed after getting a weighting score from SWOT. Based on the results, it can be concluded that: (1) Skin Crackers Agroindustry in Mataram District is included in the category of "micro business". (2) The strategy of developing skin crackers Agroindustry in Mataram District is to maintain the quality of products by looking at the tastes of consumers in the market, maintaining the quality of the production of skin crackers so that they can compete in the market, improving the workforce performance of the family internally to maximize production results, and streamlining the use of raw materials to produce products who are highly competitive.

Keywords: Development strategy, Business scale category, Skin Crackers Agroindustry

PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi negara, terutama negara yang bercorak agraris seperti Indonesia. Pembangunan ekonomi menitikberatkan pada bidang pertanian dan industri yang berbasis pertanian atau biasa disebut agroindustri. Agroindustri merupakan pendekatan yang ditempuh untuk

pengembangan pertanian yang ditangani secara utuh, mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (agribisnis). Agroindustri bukan saja mampu sebagai sumber pertumbuhan baru bagi sektor pertanian tetapi juga mampu menyerap banyak tenaga kerja dengan kegiatan pengolahan produk maka akan tercipta nilai tambah yang terjadi melalui perubahan bentuk, lebih menarik dari bentuk asli, perpanjangan masa simpan, dan memungkinkan penjualan di luar musim dan di luar pusat produksi. Salah satu contoh menariknya adalah pengolahan kulit sapi menjadi kerupuk kulit.

Data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Mataram tahun 2016 menunjukkan bahwa sejumlah 61 jenis usaha industri kecil menengah tersebut merupakan industri pengolahan. Perkembangan industri pengolahan memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja selain dapat meningkatkan pendapatan masyarakat juga berdampak pada kesejahteraan keluarga. Tetapi, disamping itu terdapat juga masalah yang terjadi dalam agroindustri kerupuk kulit di Kecamatan Mataram pada dasarnya sama dengan permasalahan yang dihadapi oleh agroindustri di daerah lain salah satunya adalah kebutuhan modal yang cukup besar, masih memakai tenaga kerja dalam internal keluarga dan teknologi yang digunakan masih tradisional sehingga menyebabkan proses kegiatan produksi cukup terbatas. Dari aspek pemasaran, perlu dilakukan strategi pembuatan kemasan, brosur, dan pemanfaatan media sosial untuk lebih memudahkan mitra dalam melakukan kegiatan promosi dan dapat meraih konsumen baik lokal maupun skala nasional (Mundiyah et al, 2019). Sedangkan permasalahan yang berasal dari lingkungan eksternal adalah kurangnya intensitas bimbingan dan pengawasan dari pemerintah daerah terhadap keberadaan sentra industri kerupuk kulit di Kecamatan Mataram.

Karakteristik pengusaha kerupuk kulit sendiri ada yang berasal dari golongan ekonomi lemah dengan latar belakang pendidikan yang cukup rendah yang menyebabkan ketidaktahuan mereka dalam beberapa aspek pengembangan usaha mereka. Bahkan tidak sedikit pengusaha yang modalnya habis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keterbatasan kemampuan teknis juga salah satu faktor yang menjadi permasalahan. Teknologi mutakhir serta pengembangan di pasar menyebabkan penampilan produk umumnya kurang menarik, kurang rapi dan kualitasnya tidak standar, sehingga kurang mampu bersaing dengan produk pabrik besar yang dihasilkan dengan peralatan otomatis dan bahan baku standar.

Pengembangan usaha industri kerupuk kulit memerlukan adanya strategi pengembangan terkait produk yang dihasilkan. Diperlukan penilaian untuk mengukur kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha yang dapat digunakan untuk perbaikan organisasi pada masa yang akan datang. Hal tersebut diperlukan untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin kuat (Suparyana et al, 2020). Adapun untuk mengetahui strategi apa yang tepat dilakukan untuk pengembangan usaha kerupuk kulit adalah dengan cara mengetahui faktor internal yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang baik sangat dibutuhkan oleh pelaku agroindustri kerupuk kulit agar pelaku usaha mampu mengembangkan usahanya agar terhindar dari ancaman di masa yang akan datang.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengidentifikasi kategori skala usaha agroindustri kerupuk kulit di Kecamatan Mataram; (2) Merumuskan strategi pengembangan usaha kerupuk kulit di Kecamatan Mataram. Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai: (1) Bahan informasi bagi pengusaha kerupuk kulit dalam mengembangkan usaha; (2) Bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menentukan kebijakan terkait pengembangan usaha

kerupuk kulit di Kecamatan Mataram; (3) Bagi peneliti lain diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan yakni dapat melengkapi kajian mengenai strategi pengembangan usaha kerupuk kulit serta sebagai bahan informasi dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Metode dan Teknik Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, sedangkan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara secara langsung menggunakan kuesioner. Unit analisis dalam penelitian ini adalah unit usaha agroindustri kerupuk kulit yang berada di Kecamatan Mataram.

Teknik Penentuan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Karang Buaya Kecamatan Mataram. Penentuan wilayah penelitian tersebut yaitu secara *purposive sampling* atau sengaja memilih daerah Karang Buaya dengan pertimbangan bahwa merupakan salah satu sentra agroindustri kerupuk kulit di Kecamatan Mataram. Penentuan jumlah responden dilakukan dengan metode sensus dimana pelaku produksi kerupuk kulit sejumlah 8 unit usaha diambil atau ditetapkan semua untuk dijadikan sasaran dalam penelitian.

Variabel dan Cara Pengukuran

Variabel penelitian dan cara pengukurannya yaitu: (1) Kategori skala usaha dalam agroindustri kerupuk kulit diukur menggunakan indikator kategori sesuai dengan teori; (2) Faktor internal dan faktor eksternal diukur menggunakan hasil dari wawancara dengan responden dan diolah menggunakan analisis SWOT (Septiadi & Mundiya, 2020); dan (3) Strategi pengembangan usaha kerupuk kulit diukur menggunakan skor pembobotan dari hasil analisis SWOT dengan analisis QSPM.

Analisis Data

Analisis Kategori Skala Usaha

Ciri skala usaha dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Ciri Skala Usaha

Skala usaha mikro	Skala usaha kecil	Skala usaha menengah
Belum memiliki izin usaha maupun legalitas lainnya termasuk NPWP	Sudah memiliki izin usaha maupun legalitas lainnya termasuk NPWP	Sudah memiliki izin usaha maupun legalitas lainnya termasuk NPWP
Belum melakukan administrasi keuangan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha	Sudah memisahkan administrasi keuangan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha serta sudah membuat neraca usaha	Sudah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan system akuntansi yang teratur
Belum mengakses ke perbankan, tetapi sudah mengakses ke lembaga keuangan non bank	Sudah mengakses ke perbankan dalam hal keperluan modal	Sudah mengakses ke perbankan
Usaha produktif yang memiliki pendapatan	Usaha produktif yang memiliki pendapatan bersih	Usaha produktif yang memiliki pendapatan

bersih akan menjadi paling banyak Rp 50.000.000,-	akan menjadi paling banyak Rp 200.000.000,-	bersih akan menjadi paling banyak Rp 10.000.000
Memiliki Tenaga Kerja tidak lebih dari 10 pekerja	Memiliki tenaga kerja sebanyak 30 pekerja	Memiliki tenaga kerja hingga 300 pekerja

Analisis SWOT

Skor nilai peringkat (rating) untuk kekuatan dan kelemahan

Tabel 2. Skor Nilai Peringkat (Rating)

1 = kekuatan yang kecil	1 = kelemahan yang sangat berarti
2 = kekuatan yang sedang	2 = kelemahan yang cukup berarti
3 = kekuatan yang besar	3 = kelemahan yang kurang berarti
4 = kekuatan yang sangat besar	4 = kelemahan yang tidak berarti

Skor nilai peringkat (rating) untuk peluang dan ancaman

Tabel 3. Skor Nilai Peringkat (Rating)

1= peluang yang kecil	1= ancaman yang sangat besar
2= peluang yang sedang	2= ancaman yang cukup besar
3= peluang yang besar	3= ancaman yang sedang
4= peluang yang sangat besar	4= ancaman yang kecil

Teknik pembobotan

Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

Nilai 1: jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

Nilai 2: jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal

Nilai 3: jika indikator lebih penting daripada indikator vertikal

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) = Nilai bobot x Nilai rating

Kuadran Analisis SWOT

Gabungan matriks IFE dan EFE menghasilkan diagram analisis SWOT yang berisi strategi yang terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal yang memperlihatkan kombinasi total nilai bobot dari matriks-matriks IFE dan EFE.



Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT

Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Nilai daya tarik adalah nilai 1 (Tidak Menarik), nilai 2 (Agak Menarik), nilai 3 (Cukup Menarik) dan nilai 4 (Sangat Menarik)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian dengan mewawancarai 8 responden, dapat diketahui bahwa sebagian besar produsen kerupuk kulit di Kecamatan Mataram adalah perempuan. Hal ini dapat terlihat dari jumlah responden perempuan sebanyak 5 orang (62,5%) produsen tahu seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	3	37,5
Perempuan	5	62,5
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Umur Responden

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui umur responden terbanyak berkisar antara 46-55 tahun sebanyak 3 orang (37,5%) responden berada dalam kisaran umur 15 – 64 tahun. Dimana menurut Simanjuntak (1985) dalam Ashari (2018), kisaran umur 15 – 64 tahun tergolong dalam usia produktif.

Tabel 5. Umur Responden

Kisaran Umur Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
26-35	2	25
36-45	1	12,5
46-55	3	37,5
56-65	1	12,5
> 65	1	12,5
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan Tabel 6, tingkat pendidikan terakhir produsen kerupuk kulit paling banyak pada tingkat pendidikan tamat SD yaitu sebanyak 5 orang (62,5%). Tingkat pendidikan seorang produsen dapat mempengaruhi bagaimana produsen membuat suatu inovasi dan teknologi sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	5	62,5
SMP	0	0
SMA	3	37,5
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Jumlah Anggota Keluarga Responden

Berdasarkan Tabel 7, jumlah anggota produsen kerupuk kulit berkisar antara lebih dari 5 orang (50%). Responden dalam penelitian tergolong kedalam keluarga besar. Dimana menurut Yuliansyah (2015), jumlah anggota keluarga > 4 orang tergolong kedalam keluarga besar.

Tabel 7. Jumlah Anggota Keluarga Responden

Jumlah Anggota Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1-2	1	12,5
3-4	3	37,5
≥ 5	4	50
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Pengalaman Usaha Responden

Berdasarkan Tabel 8, pengalaman usaha produsen kerupuk kulit terbanyak berkisar antara 10-30 tahun sebanyak 4 orang (50%). Pengalaman responden sudah di atas 10 tahun, hal ini menunjukkan semakin lama pengalaman berusaha maka semakin baik pemahaman dalam menjalankan usahanya.

Tabel 8. Pengalaman Usaha Responden

Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
≤ 10	3	37,5
10-30	4	50
> 30	1	12,5
Jumlah	8	100

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Analisis Kategori Skala Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit di Kota Mataram

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan ciri-ciri usaha pada responden kerupuk kulit di dominasi oleh usaha mikro, dimana usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki pendapatan bersih akan menjadi paling banyak Rp 50.000.000,- per bulan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha kerupuk kulit ini belum memiliki izin usaha maupun NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), karena usaha ini cenderung usaha rumahan dengan pendapatan bersih kurang dari Rp 50.000.000,- dalam sebulan serta belum memenuhi kriteria untuk melakukan peminjaman dana di bank. Responden dalam usaha ini tidak memiliki buku administrasi keuangan dalam usahanya, sehingga keuangan keluarga seringkali dipakai sebagai tambahan modal dalam usahanya.

Tabel 9. Skala Usaha Produsen Kerupuk Kulit di Kota Mataram

Ciri Usaha	Usaha Mikro		Usaha Kecil		Usaha Menengah	
	Syarat Ideal	Reaksi	Syarat Ideal	Reaksi	Syarat Ideal	Reaksi
1. Memiliki izin usaha dan legalitas lainnya termasuk NPWP	Belum memiliki izin usaha dan legalitas lainnya	√	Sudah memiliki izin usaha dan legalitas lainnya	-	Sudah memiliki izin usaha dan legalitas lainnya	-

	termasuk NPWP		termasuk NPWP		termasuk NPWP	
2. Melakukan administrasi keuangan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha	Belum melakukan administrasi keuangan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha	√	Sudah memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha serta membuat neraca usaha	-	Sudah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan system akuntansi yang teratur	-
3. Umumnya mengakses ke perbankan dalam hal keperluan modal	Belum mengakses ke perbankan, tetapi sudah mengakses ke lembaga keuangan non bank	√	Sudah mengakses ke perbankan dalam hal keperluan modal	-	Sudah mengakses ke perbankan	-
4. Usaha yang bersifat produktif yang memiliki pendapatan bersih akan menjadi paling banyak berkisar Rp 50.000.000 sampai dengan Rp 10.000.000.000	Usaha produktif yang memiliki pendapatan bersih akan menjadi paling banyak Rp 50.000.000	√	Usaha produktif yang memiliki pendapatan bersih akan menjadi paling banyak Rp 200.000.000	-	Usaha produktif yang memiliki pendapatan bersih akan menjadi paling banyak Rp 10.000.000.000	-
5. Memiliki Tenaga kerja	Memiliki Tenaga Kerja tidak lebih dari 10 pekerja	√	Memiliki tenaga kerja sebanyak 30 pekerja	-	Memiliki tenaga kerja hingga 300 pekerja	-

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Analisis SWOT Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa total skor faktor-faktor strategi internal sebesar 1,11 yang dihasilkan dari selisih skor faktor kekuatan sebesar 1,99 dan total skor faktor kelemahan sebesar 0,88. Total skor faktor kekuatan dan kelemahan diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating dari masing-masing faktor.

Tabel 10. Matriks IFAS Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram

Faktor-faktor Strategi Intenal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kualitas Kerupuk Kulit yang Tidak Mudah Melempem, Renyah dan Rasanya Gurih	0,08	4	0,32
Kontinuitas Hasil Produk Kerupuk Kulit Berupa Bahan Baku	0,12	3	0,36
Keuntungan Berusaha Kerupuk Kulit	0,10	4	0,40
Pengalaman Berusaha Kerupuk Kulit	0,13	3	0,39
Usia Tenaga Kerja Masih Produktif	0,13	4	0,52
Jumlah (A)	0,56		1,99
Kelemahan			
Memerlukan Modal dalam Segi Keuangan Besar	0,10	2	0,20
Masih Memakai Tenaga Kerja dalam Keluarga	0,09	2	0,18
Teknologi (alat) yang Digunakan Tradisional	0,10	2	0,20
Ketidakprofesional Manajemen Usaha	0,15	2	0,30
Jumlah (B)	0,44		0,88
Total Faktor Internal	1,00		1,11

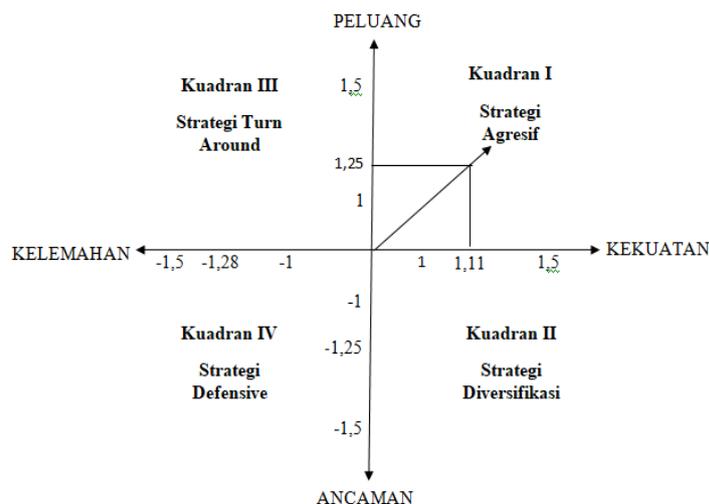
Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 11. Matriks EFAS Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Lingkup Pemasaran Produk	0,26	4	1,04
Selera Masyarakat Terhadap Rasa Kerupuk Kulit	0,14	4	0,56
Permintaan Pasar	0,17	3	0,51
Jumlah (A)	0,57		2,11
Ancaman			
Kenaikan Harga Bahan Baku dari Pemasok	0,16	2	0,32
Ketersediaan Bahan Baku yang Kurang Stabil	0,15	2	0,30
Adanya Pesaing	0,12	2	0,24
Jumlah (B)	0,43		0,86
Total Faktor Eksternal	1,00		1,25

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa total skor faktor-faktor strategi eksternal sebesar 1,25 yang dihasilkan dari selisih skor faktor peluang sebesar 2,11 dan total skor faktor ancaman sebesar 0,86. Total skor faktor didapatkan dari hasil perkalian antara bobot dan rating dari masing-masing faktor.



Gambar 2. Kuadran Analisis SWOT Agroindustri

Berdasarkan pada gambar 2, bahwa posisi usaha kerupuk kulit berada pada kuadran I dimana hal tersebut menunjukkan bahwa disituasi yang menguntungkan pengusaha memiliki pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif artinya pengusaha memerlukan investasi untuk dapat mempertahankan pelanggannya dan memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk menempuh strategi tersebut pengusaha harus lebih meningkatkan kegiatan promosi dan kualitas pada produk yang dihasilkan. Menurut Setiawan et al (2020), menyatakan pengembangan ekonomi kreatif agar diterima oleh masyarakat terkait dalam hal pemasaran dengan promosi melalui media online, serta kualitas sifat produk yang akan dihasilkan.

Strategi Alternatif Pengembangan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit

Berdasarkan Tabel 12, maka dapat dijabarkan alternatif strategi pada pengembangan usaha agroindustri kerupuk kulit menggunakan analisis SWOT yaitu (1) Mempertahankan kualitas produk dengan melihat selera konsumen di pasaran; (2) Mempertahankan kualitas produksi kerupuk kulit sehingga mampu bersaing di pasaran; (3) Meningkatkan kinerja tenaga kerja dari internal keluarga untuk memaksimalkan hasil produksi; (4) Mengefisiensikan penggunaan bahan baku untuk menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi. Sejalan dengan penelitian Suparyana et al (2020), menyatakan dengan terus melakukan inovasi maka akan meningkatkan kualitas produk dapat membuat pelanggan akan tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Sehingga mempertahankan kualitas demi memuaskan selera konsumen merupakan strategi yang dapat dijalankan.

Berdasarkan Tabel 13, pengolahan QSPM maka diperoleh hasil berupa prioritas strategi yang akan dijalankan dengan urutan sesuai total nilai daya tarik yang dihasilkan. Strategi meningkatkan kinerja tenaga kerja dari internal keluarga untuk memaksimalkan hasil produksi dengan total nilai kemenarikan paling tinggi yaitu 7,94 yang berarti dengan meningkatkan kinerja tenaga kerja dari internal keluarga dapat meningkatkan keuntungan pada pengusaha kerupuk kulit serta melestarikan usaha yang turun temurun.

Tabel 12. Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram

EFAS	Kekuatan (S) Faktor	Kelemahan (W) Faktor
IFAS	1. Kualitas kerupuk kulit yang tidak mudah melempem, renyah dan rasanya gurih	1. Memerlukan modal dalam segi keuangan besar
	2. Kontinuitas hasil produk kerupuk kulit berupa bahan baku	2. Masih memakai tenaga kerja dalam keluarga
	3. Keuntungan berusaha kerupuk kulit	3. Teknologi (alat) yang digunakan tradisional
	4. Pengalaman berusaha kerupuk kulit	4. Ketidakprofesional manajemen usaha
	5. Usia Tenaga Kerja Masih produktif	
Peluang (O) Faktor	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Lingkup pemasaran produk	1. Mempertahankan kualitas produk dengan melihat selera konsumen di pasaran	1. Meningkatkan kinerja tenaga kerja dari internal keluarga untuk memaksimalkan hasil produksi
2. Selera konsumen terhadap rasa kerupuk kulit		
3. Permintaan pasar		
Ancaman (T) Faktor	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Kenaikan harga bahan baku dari pemasok	1. Mempertahankan kualitas produksi kerupuk kulit sehingga mampu bersaing di pasaran	1. Mengefisienkan penggunaan bahan baku untuk menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi
2. Ketersediaan bahan baku yang kurang stabil		
3. Adanya pesaing		

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 13. Penentuan Strategi Prioritas dengan Metode QSPM

No	Faktor Strategis	Nilai Bobot	Alternatif Strategi 1		Alternatif Strategi 2		Alternatif Strategi 3		Alternatif Strategi 4	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
			Peluang							
1	Lingkup Pemasaran Produk	0,26	4	1,04	4	1,04	4	1,04	3	1,04
2	Selera Konsumen Terhadap Rasa Kerupuk Kulit	0,14	4	0,56	3	0,42	4	0,56	4	0,56
3	Permintaan Pasar	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51	4	0,68

Ancaman										
1	Kenaikan Harga Bahan Baku dari Pemasok	0,16	3	0,48	3	0,48	4	0,64	3	0,48
2	Ketersediaan Bahan Baku yang Kurang Stabil	0,15	3	0,45	4	0,60	4	0,60	4	0,60
3	Adanya Pesaing	0,12	3	0,36	3	0,36	2	0,24	2	0,24
Kekuatan										
1	Kualitas Kerupuk Kulit yang Tidak Mudah Melempem, Renyah dan Rasanya Gurih	0,12	4	0,48	4	0,48	3	0,36	4	0,48
2	Kontinuitas Hasil Produk Kerupuk Kulit Berupa Bahan Baku	0,15	4	0,60	4	0,60	4	0,60	4	0,60
3	Keuntungan Usaha Kerupuk Kulit	0,16	4	0,64	4	0,64	4	0,64	4	0,64
4	Pengalaman Usaha Kerupuk Kulit	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51	3	0,51
5	Usia Produktif	0,13	3	0,39	3	0,39	4	0,52	3	0,39
Kelemahan										
1	Memerlukan Modal Besar	0,16	2	0,32	2	0,32	3	0,48	3	0,48
2	Masih Memakai Tenaga Kerja Dalam Keluarga	0,10	3	0,30	4	0,40	4	0,40	2	0,20
3	Teknologi yang Digunakan Tradisional	0,14	2	0,28	2	0,28	3	0,42	2	0,28
4	Ketidakprofesional manajemen usaha	0,15	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30
TOTAL				7,39		7,33		7,94		7,48

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan: (1) Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram termasuk ke dalam kategori “usaha mikro”; (2) Strategi pengembangan Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Mataram adalah mempertahankan kualitas produk dengan melihat selera konsumen di pasaran, mempertahankan kualitas produksi kerupuk kulit sehingga mampu bersaing di

pasaran, meningkatkan kinerja tenaga kerja dari internal keluarga untuk memaksimalkan hasil produksi, dan mengoptimalkan penggunaan bahan baku untuk menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka diperoleh saran-saran sebagai berikut: (1) Pengusaha harus memperhatikan higienisme produk serta dalam kemasan produk diberikan komposisi bahan yang digunakan dan informasi nilai gizi kerupuk kulit; (2) Pengusaha sebaiknya mencoba berinovasi mengenai produknya agar tidak monoton dengan produk yang sudah ada dan memakai strategi meningkatkan tenaga kerja internal keluarga dengan memberikan regenerasi pada anggota keluarga yang lain; (3) Bagi pemerintah untuk diperhatikan dengan memberikan pelatihan terkait dengan pengembangan produk dan segi kesehatan pada produk rumahan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kecamatan Mataram. (2018). *Kecamatan Mataram Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kecamatan Mataram: Mataram.
- David, F R. (2006). *Manajemen Strategis Konsep*. PT Prenhalindo: Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Mataram. (2016). *Data Industri Pengolahan Kecil dan Menengah*: Mataram
- Mundiyah, A. I., Septiadi, D., Nabila, S., Sari, N. M. W., & Zeamita, N. M. (2020). Rebranding Produk Keripik Jamur Tiram untuk Peningkatan Penjualan Pada UMKM Sporamushroom. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Membangun Negeri*, 4(1), 77-83.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Septiadi, D., & Mundiyah, A. I. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. *AgriFO: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43.
- Setiawan, I. M. D., Dananjaya, I., & Suparyana, P. (2020). Studi Evaluasi Kesiapan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kecamatan Tabanan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 4(2), 133–141. <https://doi.org/10.23887/JPPSH.V4I2.30901>
- Suparyana, P. K., Nabilah, S., & Sukanteri, N. P. (2020). Faktor Internal Eksternal Dalam Bauran Pemasaran Produk Ukm Kopi Dadong. *DwijenAGRO*, 10(2), 109–116. <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/dwijenagro/article/view/1030/909>
- Suparyana, P. K., Sukanteri, N. P., & Septiadi, D. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas Di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 46-59.
- Yuliansyah. (2015). *Kategori keluarga*. Cakrawala Media: Surakarta.