



Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah pada Usaha Makanan Ringan di Kota Tidore Kepulauan

Asgar Ari Akbar¹, Nurakbar A. Koja²

^{1,2}Dosen Universitas Nuku

Received: 01 Januari 2024
Revised: 12 Januari 2024
Accepted: 20 Januari 2024

Abstrak

Dunia bisnis kita semakin diminati banyak kalangan, dimana perubahan permintaan dan selera konsumen, investor, teknologi dan semakin tingginya tingkat persaingan pasar telah menjadi bagian utama dari sebagian besar organisasi. Milenium yang baru telah tiba dan era informasi telah membawahkan perubahan-perubahan baru pada dunia. Globalisasi yang terjadi mengakibatkan perubahan ekonomi dunia yang tidak hanya merupakan totalitas dari perekonomian nasionalnya, melainkan sebuah realitas independen yang kokoh. Aliran modal, komoditas, teknologi dan tenaga kerja berskala besar dan berjangka panjang melintasi perbatasan negara, merupakan definisi dari proses globalisasi dan juga memaksa kita untuk berpartisipasi didalamnya. Dari penjelasan diatas dimana terdapat permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini yakni apa saja yang menjadi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dalam usaha industri kecil menengah di Kota Tidore Kepulauan. Tujuan dari penelitian ini untuk merumuskan strategi dari analisis SWOT yang dimana untuk mengembangkan bisnis yang sebaiknya dilakukan oleh usaha industri kecil menengah di Kota Tidore Kepulauan. Dengan Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 1). Identifikasi Masalah, 2). Wawancara, 3). Pengumpulan data, dan 4). Menganalisis data. Dengan begitu dalam kegiatan penelitian ini analisis yang dilakukan dapat ditempuh dengan melakukan penelitian lapangan untuk mengidentifikasi strategi yang diambil, dan menyebarkan kuisioner untuk mendapatkan data yang kemudian dilakukan validasi data dan analisis data demi mendapatkan hasil yang diinginkan. Target luaran yang akan dihasilkan dari penelitian yang dilakukan ini yaitu untuk mendapatkan strategi pengembangan dari analisis SWOT yang digunakan untuk melihat perkembangan dari usaha industri kecil menengah di Kota Tidore Kepulauan. Serta, dalam penelitian ini akan dipublikasi ke jurnal Nasional Terakreditasi dengan Jurnal Nasional terakreditasi SINTA 5 pada laman <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/index>. Selain itu, untuk Teknologi Kesiapterapan yang ditargetkan (TKT) Level 3, yang memakai metode analisis SWOT.

Keywords: Analisis SWOT; Strategi; Usaha Industri Kecil Menengah

(*) Corresponding Author: asgarariakbar.soleiman85@gmail.com

How to Cite: Akbar, A., & Koja, N. (2024). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah pada Usaha Makanan Ringan di Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 924-931. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13148014>

LATAR BELAKANG

Dunia bisnis dewasa ini mengalami perubahan begitu cepat, dengan fenomena-fenomena globalisasi dan deregulasi pasar, perubahan permintaan dan selera konsumen, investor, teknologi, dan semakin tingginya tingkat persaingan pasar telah menjadi bagian utama dari sebagian besar organisasi. Milenium yang baru telah tiba dan era informasi telah membawahkan perubahan-perubahan baru pada dunia. Globalisasi setidaknya melibatkan penciptaan satu ekonomi dunia yang tidak hanya merupakan totalitas dari perekonomian nasionalnya, melainkan sebuah

realitas independen yang kokoh. Aliran modal, komoditas, teknologi dan tenaga kerja berskala besar dan berjangka panjang melintasi perbatasan negara, merupakan definisi dari proses globalisasi, yang juga memaksa bangsa ini untuk berpartisipasi di dalamnya. [1]

Menghadapi persaingan bebas, usaha kecil menengah dinilai jauh lebih siap dilihat dari segi kemampuan sumber daya manusia, skala usaha dan kemampuannya untuk melakukan inovasi dan akses pasar. Dalam perjalanannya pembinaan terhadap usaha kecil menengah, lebih condong kepada pembinaan pengusaha kecil, sementara pembinaan terhadap usaha menengah seolah-olah terlupakan. Kebijakan pengembangan usaha bagi usaha menengah belum bersandar pada satu peraturan pemerintah sebagai payung kebijakan, dan dalam arus pengembangan usaha, masih terdapat grey area dalam pengembangan usaha menengah. [2]

Salah satu strategi untuk mendorong kinerja dan peran usaha kecil menengah dalam pasar bebas serta mengatasi kesenjangan yang terjadi, adalah dengan menumbuhkan usaha menengah yang kuat dalam membangun struktur industri. [3]

Dalam proses membangun kembali kebijakan pemulihan ekonomi, diperlukan pendalaman bagaimana peran dari masing-masing skala usaha. Pada masa lalu, pemerintah lebih menitik beratkan pada usaha mengembangkan usaha besar dengan konglomerasi yang dilakukan dan diharapkan menjadi motor pertumbuhan ekonomi. Disisi, pengembangan usaha kecil menengah berada pada dua pola pikir yang berkembang. [4]

Banyak kalangan memang akan meragukan kemampuan usaha kecil menengah untuk berada dalam kondisi pasar yang bersaing dengan dukungan dan proteksi yang minimum. Disamping itu, pilihan pada kebijakan yang cenderung pada government and protection policy secara politis akan lebih populis serta terlihat lebih cepat hasilnya.

Lokasi penelitian ini berada di Kota Tidore Kepulauan. Oleh sebabnya itu, peneliti ingin melihat strategi pengembangan apa yang sudah diterapkan dalam mempertahankan usaha kecil menengah ini. Dimana, pada penelitian ini masalah yang ingin diteliti oleh peneliti yaitu pada aspek strategi dan pengembangan dengan menggunakan metode analisis SWOT.

Dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merumuskan strategi dari analisis SWOT yang dimana untuk mengembangkan bisnis yang sebaiknya dilakukan oleh usaha industri kecil menengah di Kota Tidore Kepulauan

Dengan uraian dari latar belakang tersebut, kenapa penelitian ini sangatlah penting untuk diteliti di lokasi Kota Tidore Kepulauan karena dasar pertimbangannya di wilayah tersebut memiliki banyak Usaha Kecil Menengah yang sudah bertahan sangat lama. Disamping itu juga dengan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam rangka peningkatan strategi industri kecil menengah bagi para pengusaha di Kota Tidore Kepulauan. Dan sebagai masukan dalam pengambilan kebijakan yang berhubungan dengan strategi pengembangan usaha industri kecil menengah yang ada di Kota Tidore Kepulauan.

METHODS

Penelitian ini dilaksanakan terhadap UMKM yang ada di Daerah Indonesiana Kota Tidore Kepulauan, dimana ini merupakan kawasan yang

memiliki jumlah usaha kecil menengah yang cukup banyak dengan berbagai jenis usaha disamping itu juga merupakan sentral kegiatan perekonomian (jasa dan perdagangan). Dimana, dalam penelitian ini selain menggunakan data kuantitatif juga menggunakan data kualitatif sebagai dasar untuk memberikan interpretasi terhadap temuan di lapangan. dengan digunakan beberapa tahapan penelitian atau pengumpulan data guna menghasilkan hasil yang diinginkan. Adapun tahapannya yaitu 1). Identifikasi Masalah, 2). Wawancara, 3). Pengumpulan data, 4). Menganalisis data, dan 5). Publikasikan pada Jurnal Nasional terakreditasi SINTA 5 sebagai luaran yang di penuhi.

Adapun alir penelitian yang akan dikerjakan selam setahun dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 1. Bagan Alir Penelitian

Dengan tahapan penelitian disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Tidore Kepulauan, Kelurahan Indonesiana. Dari hasil identifikasi diperoleh beberapa kegiatan masyarakat yang memiliki potensi namun, dipilih salah satu UKM (Usaha Kecil Menengah) yang akan diteliti sesuai dengan kriteria tempat penelitian. Adapun kriteria usaha yang dipilih peneliti dan sesuai dengan kriteria tempat penelitian adalah UKM Usaha Mandiri. UKM Usaha Mandiri dijadikan sebagai tempat penelitian karena usaha ini merupakan suatu usaha penghasil makanan ringan (Keripik) yang tersedia dalam berbagai jenis bahan baku yang digunakan dan merupakan makanan ringan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian di UKM Usaha Mandiri agar mengetahui bagaimana strategi dari usaha tersebut dalam proses pengembangannya.

B. Analisis Lingkungan UKM Usaha Mandiri

1. Analisis Lingkungan Internal

Aspek-aspek lingkungan internal perusahaan yang hendak diamati dapat dilihat dari beberapa pendekatan, dalam mengamati lingkungan internal Usaha Mandiri peneliti menggunakan pendekatan fungsional yang terdiri atas : pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, dan sistem informasi manajemen. Analisis lingkungan internal dilakukan dengan cara observasi yaitu pada bagian proses produksi dan wawancara mendalam terhadap pemilik [1].

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Dalam merumuskan strategi untuk perusahaan, diperlukan analisis mengenai lingkungan eksternal karena lingkungan ini menentukan kebijakan yang akan

ditetapkan. Lingkungan eksternal yang akan dianalisis terdiri dari dua aspek yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri. Lingkungan jauh terdiri dari demografi, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, kondisi sosial dan budaya serta teknologi. Sedangkan lingkungan industri mengacu pada 5 kekuatan persaingan yaitu ancaman masuk pendatang baru, persaingan dalam industri, ancaman produk substitusi, kekuatan tawar-menawar pembeli dan kekuatan tawar-menawar pemasok [2].

C. IDENTIFIKASI PELUANG, ANCAMAN, KEKUATAN dan KELEMAHAN UKM USAHA MANDIRI

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal maka didapatkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh UKM Usaha Mandiri dan ancaman tersebut berasal dari lingkungan makro, lingkungan mikro, dan lingkungan industri. Sedangkan berdasarkan analisis internal didapatkan kekuatan dan kelemahan. Kekuatan dan kelemahan tersebut berasal dari fungsional UKM berupa sumberdaya manusia, produksi dan operasi, keuangan dan pemasaran

1. Peluang

Adanya dukungan dan kebijakan dari Dinas Perindagkop setempat yang telah memantau langsung proses produksi, memberi izin, dan mendorong pengembangan UKM khususnya untuk memproduksi makanan ringan berupa Keripik. Untuk kemudahan ketersediaan bahan baku juga cukup melimpah karena banyak pemasok bahan baku yang menawarkan bahan baku kepada UKM Usaha Mandiri.

Perjalanan usaha selama kurang lebih 4 tahun, membuat UKM Usaha Mandiri memiliki banyak pelanggan. Distribusi yang dijalankan UKM Usaha Mandiri untuk memasarkan produknya, yaitu awalnya bekerja sama dengan warung-warung kecil disekitar Kelurahan Indonesiana dan karena banyak peminat warung-warung kecil tersebut mau membeli produk-produk dari UKM Usaha Mandiri tersebut untuk dijual kembali. Biasanya setiap warung membeli sebanyak 20 bungkus untuk dijual kembali dan dalam waktu kurang lebih 2 (dua) hari sudah ada pemesanan kembali dari warung-warung tersebut. Hingga saat ini, di Kota Tidore Kepulauan, warung-warung kecil dari Kelurahan Indonesia sampai Kelurahan Rum rata-rata menjual produk dari UKM Usaha Mandiri.

Tingkat inflasi yang rendah berpengaruh pada daya beli masyarakat yang semakin tinggi. Namun, mungkin untuk pelanggan luar daerah menguatnya pendapatan semakin tinggi. Peluang terbesar untuk pelanggan UKM Usaha Mandiri terdapat di dalam daerah Kota Tidore Kepulauan sehingga kondisi ekonomi yang stabil dapat memperbaiki kinerja keuangan UKM Usaha Mandiri.

Adanya hubungan yang baik dengan pembeli/pelanggan dan hubungan baik dengan pemasok bahan baku hal ini diambil oleh UKM Usaha Mandiri sebagai peluang.

2. Ancaman

Pesaing utama UKM Usaha Mandiri adalah pesaing di dalam daerah Kota Tidore yang sudah menggunakan peralatan yang lebih modern dalam menghasilkan produknya sehingga dapat menghasilkan kualitas yang baik dan harga yang murah. Pada dasarnya, produk UKM Usaha Mandiri termasuk bersaing, karena pengerjaan menggunakan tangan maka hasilnya berbeda dengan hasil dari mesin. Hal ini menjadi ancaman yang sangat berat bagi UKM Usaha Mandiri jika UKM ini tidak dapat mempertahankan kualitas dan menekan harga.

Pembeli yang memesan dalam jumlah yang banyak seperti 2 (dua) sampai 3 (tiga) jenis keripik yang berbeda bahan dasarnya memiliki kekuatan tawar menawar yang tinggi. Oleh karena itu, dalam menghadapi pembeli ini harus menggunakan orang yang mampu berkomunikasi dan bernegosiasi dengan baik.

Pemasok memiliki kekuatan tawar menawar yang tinggi karena terdapat bahan baku yang sulit, yaitu bahan baku yang ada hanya pada musimnya saja sehingga secara tidak langsung pihak UKM Usaha Mandiri harus mengikuti harga yang ditetapkan oleh pemasok.

3. Kekuatan

Kedekatan lokasi dengan pemasok mempengaruhi pada tingkat persediaan bahan baku. Semakin dekat lokasi dengan pemasok akan semakin mudah dalam hal persediaan bahan baku. Lokasi pemasok bahan baku UKM Usaha Mandiri adalah Jailolo, Halmahera, Ternate, Maitara, dan Moti.

Dalam pembuatan makanan ringan keripik ini, penilaian konsumen akan tertuju pada rasa, jenis bahan baku, dan bahan penunjang produk. Selain itu, bahan baku produk ada bermacam-macam sehingga banyak menarik para peminat untuk mencicipi makanan ringan tersebut. Hal ini menunjukkan kualitas dari produk UKM.

Harga merupakan hal yang sangat sensitif bagi konsumen. Termasuk untuk produk UKM Usaha Mandiri, jika harga yang ditawarkan tinggi maka produk ini tidak akan dapat bersaing di pasar. Oleh karena itu, UKM Usaha Mandiri berani memberikan penawaran harga murah apabila pesanan terutama dari pedagang kaki lima di Kota Tidore yang membeli untuk dijual kembali dalam jumlah yang banyak. Penetapan harga tersebut dilakukan sendiri oleh UKM Usaha Mandiri. Selama ini pemilik hanya memerhitungkan harga dan keuntungan berdasarkan perkiraan dan perasaan (feeling). Namun, menurut pemilik UKM Usaha Mandiri, kerugian tersebut dapat tertutupi oleh jumlah produksi yang banyak sehingga biaya dapat ditekan.

4. Kelamahan

Meskipun mampu menghasilkan banyak produk, namun jumlah tenaga/karyawan masih sangat sedikit, yaitu hanya 5 (orang) terdiri dari 3 (tiga) orang laki-laki dan 2 (dua) orang perempuan termasuk pemilik. Hal ini dapat mempengaruhi kinerja dari UKM Usaha Mandiri karena para karyawan akan bekerja lebih banyak mengeluarkan tenaga yang bisa mempengaruhi kesehatan mereka.

Sistem pencatatan keuangan di UKM Usaha Mandiri awalnya disusun dengan rapi sesuai pengeluaran dan pendapatan UKM. Namun, setelah berjalan kurang lebih 1 (satu) tahun, sistem pencatatan keuangan mulai tidak di atur lagi. Alasannya, meskipun tidak ada catatan keuangan, UKM Usaha Mandiri tahu bahwa dari setiap penjualan produk bisa mendapatkan keuntungan. Bendahara di UKM Usaha ini adalah istri dari pemilik UKM Usaha Mandiri dan keuangan dikelola oleh bendahara.

Bahan baku dibeli pada saat dibutuhkan. Tidak ada perhitungan untuk mengantisipasi kekurangan bahan baku. Sehingga, pada saat bahan baku habis, tenaga kerja harus menunggu atau tidak bekerja sampai bahan baku tersedia. Keterlambatan bahan baku ini akan mempengaruhi pada keterlambatan penghasilan produk dan pengiriman pada konsumen

Jumlah tenaga kerja yang bekerja di UKM Usaha Mandiri sudah sebanding dengan lahan kerja, yaitu rumah dari pemilik sendiri. Namun banyaknya produk yang akan dihasilkan nanti, membutuhkan satu gedung khusus untuk proses produksi.

D. TAHAP MASUKAN (INPUT STAGE)

Dalam melakukan pembobotan, dilakukam dengan cara tanya jawab (wawancara) terhadap pemilik UKM Usaha Mandiri, bagian produksi dan operasi, dan bagian pemasaran.

1. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Pembobotan dan penilaian terhadap faktor eksternal dirumuskan dalam matriks External Factor Evaluation (EFE). Matriks EFE tertera pada Tabel 1 dan ditunjukkan bahwa total nilai EFE adalah sebesar 3,60. Nilai tersebut menunjukkan bahwa UKM Usaha Mandiri sudah cukup memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari ancaman terhadap usahanya. Namun usaha yang dilakukan belum sepenuhnya optimal sehingga UKM OAM seharusnya lebih memanfaatkan peluang-peluang yang ada dan mencari strategi untuk menghindari ancaman.

No.	Faktor Eksternal A. Peluang	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai c = a x b
1.	Memiliki banyak pelanggan	0,060	4	0,24
2.	Kebijakan pemerintah	0,079	2	0,237
3.	Kondisi ekonomi stabil	0,179	2,75	0,492
4.	Kurangnya ancaman dari produk pengganti	0,07	3	0,21
5.	Hambatan masuk industri tinggi	0,175	2,5	0,438
Jumlah A		0,563		1,617
B. Ancaman				
1.	Pesaing di dalam daerah	0,175	2,5	0,438
2.	Kekuatan tawar-menawar pembeli tinggi	0,187	2,5	0,468
3.	Kekuatan tawar menawar pemasok tinggi	0,075	1	0,075
Jumlah B		0,437		0,981
Total EFE (A + B)		1,00		2,598
Total Keseluruhan			3,60	

Gambar 3. Matriks EFE

2. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Pemberian bobot dan penilaian terhadap factor internal dan eksternal dirumuskan dalam sebuah matriks Internal Factor Evaluation (IFE). Matriks mengenai factor internal dapat dilihat pada Tabel. Pada Tabel 2. diperoleh total nilai EFE untuk UKM Usaha Mandiri adalah sebesar 2,598. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi yang kuat karena nilai yang diperoleh lebih dari rata-rata nilai IFE yaitu sebesar 3,18. Selama menjalankan usahanya perusahaan telah menjalankan strategi yang baik dan dapat meminimalisasi kelemahan UKM.

No.	Faktor Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai c = a x b
	A. Kekuatan			
1.	Produk yang dihasilkan	0,051	3,25	

2.	berkualitas Harga yang ditawarkan bersaing	0,143	3	0,165 0,429
3.	Lokasi dekat dengan pemasok	0,151	3	0,453
Jumlah A		0,345		1,047
B. Kelemahan				
1.	Ketenagaan yang kurang	0,051	2,5	0,127
2.	Manajemen keuangan belum teratur	0,31	2	0,31
3.	Manajemen Persediaan barang belum teratur	0,148	2,5	0,37
4.	Lahan kerja kurang luas	0,146	2,25	0,329
Jumlah B		0,655		1,446
Total IFE (A + B)		1,00		2,183
Total Keseluruhan			3,18	

REFERENCES

- Shofiyah, (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan ringan pada UMKM Kripik Bidara Herta Semarang. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Adhani Fryska Maike, (2017). Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan dalam Rangka Meningkatkan Omzet Penjualan Berbasis Matriks SWOT, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Yusup Ahmad, dkk. (2015). Usulan Strategi Pengembangan UKM Sentra Pengolahan Kicimpring dengan Menggunakan Matriks Perumusan Strategi. Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung.
- Egim Ash Shadiq, dkk. (2019). Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas Daerah di Kota Padang dengan Pengemasan dan Pemasaran Berbasis Teknologi. Jurusan Ekonomi, STIE Perbankan Indonesia, Padang.
- Meilani Difana, dkk. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produk Olahan Coklat. Jurusan Teknik Industri, Universitas Andalas.
- Priharjanto Soesetyo, dkk. (2012). Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan pada PD Sinar Berlian di Jakarta Barat, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Amalia Fatwatul, (2015). Strategi Pengembangan Klaster Usaha Kecil dan Menengah Kripik Apel di Kota Batu dengan Metode K-Means Clustering dan Analytical Hierarchy Process. Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Universitas Brawijaya Malang.
- Sumiatin Dwi, (2021). Strategi Pengembangan Usaha Industri Pembuatan Kripik Tempe di Desa Karangtengah Pradon Kabupaten Ngawi. Program Studi pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Karmini, dkk. (2020). Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Kelompok Makanan, Minuman dan Tembakau di Kota Tarakan. Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman.