

ANALISIS USAHA KRIPIK SINGKONG DENGAN METODE SWOT PADA UMKM BERLIAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PENJUALAN

Wuguh Pitono¹⁾

Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang, Indonesia

1) dosen02514@unpam.ac.id

ABSTRAK

Produksi kripik singkong Berlian yang sudah berjalan sejak tahun 2013 sampai saat ini masih terus berjalan dan terbukti usaha industri rumah tangga ini mampu melalui masa-masa sulit dimasa pandemi covid 19 yang sampai saat ini masih terasa dampaknya terhadap perkembangan ekonomi. Tentu bukan perjalanan yang mudah dalam proses usaha yang dimulai dari awal hingga mampu bertahan sampai sekarang. Meskipun manajemen operasinya dijalankan dengan sederhana tetapi usaha kripik singkong Berlian ini mampu memberikan kualitas yang berbeda diantara produk yang sama yaitu kripik singkong dengan berbagai varian rasa dan tekstur kripik yang renyak bagi penikmatnya. Kripik singkong berlian bisa tahan sampai satu bulan jika di simpan diruangan yang dikondisikan dengan suhu 18°C hingga 24°C. Saat ini produksi kripik singkong Berlian diproduksi dengan memenuhi permintaan harian guna menjaga kualitas produk agar tetap dapat memberikan pelayanan kepada konsumen untuk memperoleh produk yang selalau segar. Pelanggan kripik singkong Berlian ini kebanyakan pedagang yang membeli kripik untuk dikemas ulang dan dipasarkan lagi. Saat ini produk kripik Berlian masih di jual dengan kemasan polos dengan alasan lebih simple dan praktis. Atas dasar tersebut peneliti tertarik untuk menganalisis produksi kripik singkong Berlian ini. Dari hasil analisis dengan metode matrik SWOT diperoleh hasil dengan strategi *Strengths-Opportunities* (SO) dengan melakukan promosi dengan memanfaatkan kekuatan kualitas produk (S1), harga kompetitif (S2) dengan memanfaatkan kemajuan teknologi (O1), media sosial (O2), dengan strategi *Weakness-Opportunities* (WO) disarankan dengan menambah kapasitas produksi (W1), kapasitas produksi masih kecil (W2) kapasitas kecil dengan mengambil kesempatan memanfaatkan kemajuan teknologi (O2), membuka toko (O3) dan menambah kapasitas (O6) dan dengan strategi *Weakness-Threats* (WT) disarankan dengan melengkapi regulasi terkait ijin usaha untuk menutupi kelemahan-kelemahan seperti kemasan belum berlabel (W3), belum ada paten (W4), untuk menghindari ancaman persaingan dengan produk yang sama (T1) Peraturan pemerintah (T2) lokasi usaha di pemukiman(T3).

Kata kunci: Kripik Singkong, Analisis SWOT, Daya Saing.

ABSTRACT

The production of Berlian cassava chips, which has been running since 2013 until now, is still ongoing and it is proven that this home industry business has been able to get through difficult times during the COVID-19 pandemic, which is still having an impact on economic development. Certainly not an easy journey in the business process that started from the beginning to be able to survive until now. Although the operational management is carried out in a simple manner, this Berlian cassava chips business is able to provide a different quality between the same product, namely cassava chips with various flavors and crispy chips textures for the audience. Diamond cassava chips can last up to one month if stored in a room conditioned with a temperature of 18°C to 24°C. Currently, the production of Berlian cassava chips is produced by meeting daily demands in order to maintain product quality so that they can provide services to consumers to obtain products that are always fresh. Diamond cassava chips customers are mostly traders

who buy chips to be repackaged and marketed again. Currently, Berlian chips products are still sold in plain packaging for reasons that are more simple and practical. On this basis, researchers are interested in analyzing the production of this Berlian cassava chip. From the results of the analysis using the SWOT matrix_method, the results obtained with the Strengths-Opportunities (SO) strategy by carrying out promotions by utilizing the strength of product quality (S1), competitive prices (S2) by utilizing technological advances (O1), social media (O2), with Weakness-Opportunities (WO) are suggested by increasing production capacity (W1), production capacity is still small (W2) small capacity by taking the opportunity to take advantage of technological advances (O2), opening stores (O3) and increasing capacity (O6) and with the Weakness-Opportunities strategy. Threats (WT) are recommended by completing regulations related to business licenses to cover weaknesses such as unlabeled packaging (W3), no patents (W4), to avoid the threat of competition with the same product (T1) Government regulation (T2) business location in housing area(T3).

Keywords : Cassava Chips, SWOT Analysis, Competitiveness

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri bahwa penggerak ekonomi bangsa ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan omset dibawah 500 juta pertahun. Para pelaku ekonomi ini menjalankan aktivitas usahanya dengan fasilitas yang rata-rata masih sederhana dan di lakukan di lingkungan rumah atau biasa disebut sebagai industri rumah tangga. Kegiatan UMKM ini patut mendapat perhatian pemerintah maupun dari kalangan akademis untuk memberikan bantuan ataupun masukan-masukan yang dapat membangun usaha para pelaku UMKM karena para pelaku usaha ini adalah pilar ekonomi.

Usaha ini oleh para pelaku usaha di jalankan dengan manajemen usaha yang sangat sederhana dan sarana serta fasilitas seadanya selain keterbatasan modal usaha awal kebanyakan juga dari mereka berbekal pengalaman bekerja dan Produksi di bidang yang sama sebelumnya dan minim pengetahuan mengenai manajemen usaha yang meliputi perencanaan, riset pasar, laporan pembukuan dan promosi. Namun patut di apresiasi para pelaku usaha UMKM ini berani mencoba usaha dengan terus belajar dari setiap pengalaman yang didapat.

Salah satu UMKM yang berjalan saat ini adalah usaha keripik singkong Berlian yang berlokasi di kampung Kebon Kopi Desa Pengasinan Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor. Usaha ini sudah berjalan sejak tahun 2013 dengan produksi olahan dari bahan baku singkong yang di olah menjadi keripik. lokasi produksi

dilakukan di rumah dengan memanfaatkan fasilitas rumah tangga yang ada seperti dapur, alat penggorengan dan peralatan lainnya yang di butuhkan.

Keripik singkong adalah salah satu cemilan atau makanan ringan yang cukup populer di Indonesia dengan berbagai sentuhan cita rasa keripik singkong ini menjadi makanan ringan yang menarik untuk di nikmati pada waktu santai di rumah maupun dalam perjalanan karena kemasannya yang simple dan cara menyajikan dan makannya yang lebih praktis.

Demikian juga dengan memperhatikan kemasan akhir produk dari produk keripik Berlian ini masih menggunakan kemasan secara sederhana dikemas dengan plastik polos tanpa merk dengan kemasan 200 gram per kemasan. seiring berjalannya waktu sebagian orang sudah mulai mengenal produ keripik singkong Berlian dan berdasarkan informasi dari pemilik bahwa mulai ada yang beli langsung ke lokasi produksi secara tunai dengan kemasan langsung 1 kg untuk kemudian oleh para pembeli ini keripik akan dikemas ulang sesuai dengan keinginan para pedagang atau toko yang menjualnya. untuk barang-barang yang dititipkan dari pengelola awalnya setiap 2 hari sekali di control untuk menarik jumlah uang dari produk yang sudah laku sekaligus mengisi kembali di toko tempat penitipan.

Untuk pemasaran pada awalnya dilakukan dari pintu ke pintu dengan menawarkan produk ke toko-toko atau warung-warung di sekitarnya. Seiring berkembangnya waktu dan kemajuan

teknologi pengenalan produk sudah bisa dilakukan melalui sosial media sehingga pemilik tidak terlalu sulit untuk menyampaikan informasi mengenai produknya. sejauh ini media sosial yang di gunakan masih sebatas WA.

Seiring berjalannya waktu pertumbuhan usaha keripik singkong Berlian ini juga tumbuh dan saat ini sebagai salah satu strateginya adalah dengan membuka toko untuk displai produknya di kampung Kebon Kopi tidak jauh dari area produksinya. Konsumen yang akan membeli produk keripik singkong Berlian bisa di layani di toko ini. Toko buka dari jam 08.00 hingga 16.00 setiap hari senin sampai sabtu. Saat ini setiap hari usaha keripik singkong ini mampu menjual 5 kg hingga 10 kg keripik singkong perhari dengan beberapa varian rasa diantaranya keripik rasa balado, rasa coklat, rasa manis, rasa jagung dan ada juga keripik singkong rasa cabe ijo beberapa pilihan rasa ini juga memberikan daya tarik bagi penikmat cemilan keripik singkong ini.

Hal yang menarik yang dilakukan oleh pemilik usaha ini adalah produksi dilakukan dibatasi untuk kebutuhan perhari saja, hal ini bukan tanpa alasan tetapi untuk menjaga agar produk keripik singkong yang di jual dari toko Berlian ini tetap memberikan produk yang segar kepada konsumennya. Kripik sinking berlian ini berdasarkan informasi dari pemilik usaha mampu disimpan sampai satu bulan dalam suhu ruang yang dikondisikan dengan suhu 18°C-22°C, setelah satu bulan keripik masih renyah hanya warna mulai pudar. Dan disarankan oleh pemilik agar displai tempat keripik singkong untuk di perdagangkan jangan sampai terkena sinar matahari langsung karean hal ini dapat menyebabkan umur produk lebih pendek atau cepat rusak karena dengan terkena sinar matahari langsung akan menyebabkan aroma tidak enak pada keripik atau tengik.

Keunggulan keripik singkong Berlian selain memberikan produk yang segar dengan produksi untuk memenuhi kebutuhan perhari ada keunggulan lain dari produk keripik singkong Berlian ini adalah lebih *crispy* kalau dibandingkan produk sejenis yang diproduksi di area sekitar, potongan keripik singkong Berlian lebih tipis sehingga lebih lembut saat dimakan. Para konsumen juga banyak yang membeli produk keripik singkong Berlian ini untuk dijual lagi

sehingga pesanan bisa dikemas dengan ukuran yang lebih banyak karena produk akan di buka untuk dikemas ulang. Selain itu juga bagi pelanggan yang akan menjual lagi produk keripik singkong Berlian maka akan dapat potongan harga khusus karena selain akan dijual lagi belinya juga banyak maka konsumen ini perlu dijaga juga agar tetap loyal.

Dari uraian diatas bahwa cukup jelas bahwa keberadaan UMKM seperti keripik singkong Berlian ini mempunyai peran yang sangat mendasar bagi perekonomian selain berkembang dan memberikan keuntungan bagi pengelola juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi para pedagang untuk membeli keripik singkong Berlian kemudian di kemas ulang dan di jual lagi. Dari sisi ini kehadiran produk keripik Singkong memberikan dampak positif bagi lingkungan. Namun sebagai usaha yang mencari keuntungan demi perkembangan dan kelangsungan usaha dalam jangka panjang maka ada berapa hal yang perlu diperhatikan yaitu bagaimana mengontrol produk keripik singkong Berlian yang sudah bisa diterima oleh pasar dari sisi kualitas dan cita rasa ini tetap bisa menjadi ciri khas yang di miliki oleh keripik singkong Berlian.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi pemasaran peasaran produk keripik singkong Berlian.
2. Untuk menguji dan menganalisis strategi daya saing yang bagi usaha keripik singkong Berlian.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif dapat digunakan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari informan secara mendalam. Obyek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah usaha keripik singkong Berlian. Dalam penelitian kualitatif data yang di kumpulkan lebih banyak informasi dalam bentuk kata atau kalimat dan gambar dari pada angka. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

B. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis SWOT. Analisis dengan metode analisis matriks SWOT untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknes*), peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threat*) yang dimiliki perusahaan agar dapat dicari alternatif strategi yang kemungkinan besar dapat dilakukan dan berpotensi dapat meningkatkan daya saing penjualan pada perusahaan ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks SWOT digunakan untuk mengembangkan strategi perusahaan yang meliputi *strengths-opportunity* (SO), *weakness-opportunity* (WO), *strengths-Threat* (ST), dan *weakness-threats* (WT) untuk kemajuan perusahaan.

Matriks SWOT	<i>STRENGT HS (S)</i>	<i>WEAKNES S (W)</i>
	1. Kualitas produk 2. Harga kompetitif 3. Mampu produksi sendiri 4. Variasi rasa 5. Tempat usaha milik sendiri	1. Sarana dan fasilitas masih sederhana 2. Kapasitas kecil 3. Kemasan belum berlabel 4. Belum ada paten
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	<i>Strategi Strengths-Opportunities (SO)</i>	<i>Strategi Weakness-Opportunities (WO)</i>
1. Kemajuan teknologi 2. Media sosial untuk promosi 3. Membuka outlet/toko 4. Memperbaiki kemasan 5. Paten dan sertifikat halal 6. Meningkatkan kapasitas	1. Perluasan pasar dengan strategi (S1, S2, S4, O1, O2, O3, O4, O5) 2. Kerjasama dengan strategi (S1, S2,	1. Memperbaiki peralatan dengan strategi (W1, W3, W4, O1, O2, O4, O5) 2. Menambah

	S3, O1, O2, O3). 3. Promosi dengan strategi S1, S2, O1, O2)	kapasitas produksi dengan strategi (W1, W2, O1, O3, O6).
<i>THREATS (T)</i>	<i>Strategi Strengths - Threats (ST)</i>	<i>Strategi Weakness-Threats (WT)</i>
1. Persaingan dengan produk yang sama 2. Peraturan pemerintah 3. Lokasi usaha di pemukiman 4. Harga bahan baku yang cenderung naik 5. Upah pekerja	1. Meningkatkan kualitas dengan strategi (S1, S2, S4, T1, T4, T5). 2. Promosi dengan strategi (S1, S2, S4, T1). 3. Ijin usaha dan sertifikasi produk (S1, S4, S5, T1, T2, T3)	1. Memperbaiki peralatan dengan strategi (W1, W2, W3, T1, T3). 2. Menambah kapasitas produksi dengan strategi (W1, W2, T1, T4, T5). 3. Ijin usaha dan sertifikasi (W3, W4, T1, T2, T3)

Berdasarkan hasil analisis dengan matriks SWOT yang merupakan gabungan dari kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman maka didapatkan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh usaha keripik singkong Berlian. Berikut adalah alternatif strategi berdasarkan analisis SWOT dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Masalah	Strategi
1	Promosi	<i>Strengths-Opportunities (SO), Strengths-Threats (ST),</i>
2	Kerjasama	<i>Strengths-Opportunities (SO)</i>

3	Menambah kapasitas produksi	<i>Weakness-Opportunities (WO), Weakness-Threats (WT)</i>
4	Memperbaiki peralatan	<i>Weakness-Opportunities (WO), Weakness-Threats (WT)</i>
5	Perluasan pasar	<i>Strengths-Opportunities (SO)</i>
6	Meningkatkan kualitas	<i>Strengths-Threats (ST)</i>
7	Ijin usaha dan sertifikasi	<i>Strengths-Threats (ST), Weakness-Threats (WT)</i>

Dari analisis matrik SWOT diperoleh tujuh alternatif strategi. Dari tujuh alternatif strategi ini dapat dipilih beberapa strategi yang paling tepat yang diprediksi dapat meningkatkan daya saing penjualan pada usaha keripik singkong Berlian. Strategi alternatif yang dapat dipilih menurut peneliti yaitu dengan promosi, menambah kapasitas produksi, memperbaiki peralatan dan Ijin usaha dan sertifikasi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dengan matrik SWOT diperoleh alternatif strategi yang diprediksi dapat meningkatkan daya saing penjualan keripik singkong Berlian yaitu:

- Strategi *Strengths-Opportunities (SO)* dengan melakukan promosi dengan memanfaatkan kekuatan kualitas produk (S1), harga kompetitif (S2), dengan memanfaatkan kemajuan teknologi (O1), media sosial (O2).
- Strategi *Weakness-Opportunities (WO)* dengan menambah kapasitas produksi (W1), kapasitas produksi masih kecil (W2) kapasitas kecil dengan mengambil kesempatan memanfaatkan kemajuan teknologi (O2), membuka toko (O3) dan menambah kapasitas (O6)
- Strategi *Weakness-Threats (WT)* dengan melengkapai regulasi terkait ijin usaha untuk menutupi kelemahan-kelemahan seperti kemasan belum berlabel (W3), belum ada paten (W4), untuk menghindari ancaman persaingan dengan produk yang sama (T1)

Peraturan pemerintah (T2) lokasi usaha di pemukiman(T3).

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. 2012, "Komunikasi Pemasaran", Erlangga, Jakarta.
- Alma, B., 2009, "Manajemen Pemasaran & Jasa", CV. Alfabetha, Bandung.
- Armstrong Gary, 2007, "Marketing An Introduction", Baba arkha Nath Printers, New Delhi.
- Arikunto, S., 2013, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, S., 2012, "Manajemen Produksi Dan Operasi", LPFE Universitas Indonesia, Jakarta.
- Assauri, S., 2008, "Manajemen Produksi Dan Operasi", LPFE Universitas Indonesia, Jakarta.
- Basu S., 2004, "Asas-Asas Marketing", Liberty, Yogyakarta.
- Basu S., Irawan, 2008, "Manajemen Pemasaran Modern", Edisi Kedua Cetakan Ke Sebelas, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Creswell, J.W., 2010, "Research Design Pendekatan Kualitatif dan Mixed", Cetakan Ke Dua, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- David, F.R., 2016, "Manajemen Strategik, Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing", Edisi Ke 15, Salemba Empat, Jakarta.
- Eva Z., Lesley W., 20017, "Manajemen Pemasaran", Penerbit PPM, Jakarta.
- Faris Himawan., 2014, "Tesis Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Penjualan Pada Dapur Cempaka".UNPAM.

- Heizer, B., Render, B., 2012, “ *Manajemen Operasi*”, Edisi Kesembilan, Salemba Empat.
- Hikmat, M.M., 2011, “*Metode Penelitian*”, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Hurriyati, R., 2012, “*Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*”, CV. Alfabeta, Bandung.
- Kasmir, 2010, “*Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*”, Edisi Ke Enam, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G., 2012, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi Ke Dua Belas, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K., 2009, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Kedua Belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K., 2012, “*Manajemen Pemasaran*”, PT. Macaman Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Maleong, Lexy J. 2017, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Penerbit PT. Rosdakarya, Offset, Bandung.
- Muhardi, 2007, “*Strategi Operasi*”, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Nasition M. N 2017, “Manajemen Mutu Terpadu” Edisi Ketiga, Ghalia Indonesia.
- Noor, J., 2012, “*Metodologi Penelitian*”, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Nurrokhman, A. (2019). Analisis Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk Ayam Rempah dengan Metode Analisis Competitive Profile Matriks di Kawasan Kuliner Tmp Kalibata. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri)*, 1(2), 171-179.
- Nugroho, A.A., 2008, “*Manajemen Informasi*”, Graha Cipta, Jakarta.
- Poerwandari, E. Kristi, 1998, “Pendekatan Kualitatif dalam enelitian Psikologi”, LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Raco, J. R , 2010, “Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya)”, PT. Garmedia Widiarsan Indonesia, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. , 2009, “Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication”, Jakarta.
- Riduwan., 2014, “*Metode dan Teknik menyusun Tesis*”, Alfabeta, Bandung.
- Riduwan., 2014, “Metode dan Teknik menyusun Proposal Penelitian”, Alfabeta, Bandung.
- Sillalahi, U., 2012, “*Metode Penelitian Sosial*”, Cetakan Ketiga, Refika Aditama, Bandung.
- Stanton, W.J., 2010, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Sunarto, Kamanto, 2004, “*Pengantar Sosiologi*”, edisi ketiga, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Swasta, B., dan Handoko, 2010, “*Manajemen Pemasaran Moderen*”, BPFE, Yogyakarta.
- Shinta, A., 2011, “*Manajemen Pemasaran*”, Cetakan Pertama, UB Press, Jakarta.
- Supriyati, 2011, “*Metodologi Penelitian*” Labkat Pers, Bandung.
- Tambunan, Tulus, 2008. “*Ukuran daya saing Kopersai Dan UKM*”, Jurnal Pusat Studi Industri dan UKM.

Tjiptono, F., 2000, "*Manajemen Jasa*", Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, F., 2008, "*Manajemen Strategi*", BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga, ANDI: Yogyakarta.

Tjiptono, F., 2013, "*Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*", Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, F., 2013, "*Strategi Pemasaran*", Edisi keempat, Andi, Yogyakarta

Tjiptono, F., 2015, "*Strategi Pemasaran*", Edisi 4, Andi, Yogyakarta

Winardi, 2000, "*Kepemimpinan dalam Manajemen*", PT. Rineka Cipta, Jakarta