

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA COKELAT OLAHAN PADA INDUSTRI SA'ADAH AGENCY DI KOTA PALU

Development Strategies of Chocolate Processed Business in The Sa'adah Agency Industry in Palu City

Febrianto¹⁾, Christoporus²⁾, Karlina Muhsin Tondi²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

Email: feebrianto@gmail.com, christoporus70@yahoo.com, karlinamuhsin81@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the strategy for developing a processed chocolate business in the Sa'adah Agency industry in Palu City. Respondents in this study were 6 people consisting of 3 people from internal parties and 3 people from external parties. This research was conducted in the Sa'adah Agency industry in May - July 2020, the data used in this study consisted of primary data and secondary data. The results of the analysis using the IFAS and EFAS SWOT matrix show that the position of the Sa'adah Agency industry strategy is in quadrant I, namely in the position of the Strength - Opportunity (SO) strategy of several processed chocolate business development strategies that are appropriate for application in the Sa'adah Agency industry, namely) Utilizing adequate raw materials as best as possible so as to have good quality processed chocolate products, (2) Utilizing the product and providing several kinds of chocolate flavor variants so that they can compete with other IKMs, (3) Having affordable prices among the community so that enabling these products to be marketed in various circles as well as maintaining and improving product quality so that they can become the superior product of the Palu City government.

Keywords: Development Strategy, Chocolate, Sa'adah Agency.

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha cokelat olahan pada industri Sa'adah Agency di Kota Palu. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 6 orang yang terdiri dari 3 orang dari pihak internal dan 3 orang dari pihak eksternal. Penelitian ini dilaksanakan di industri Sa'adah Agency pada bulan Mei – Juli 2020, data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Hasil analisis dengan menggunakan matriks SWOT IFAS dan EFAS bahwa posisi strategi industri Sa'adah Agency berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi Kekuatan – Peluang (SO) beberapa strategi pengembangan usaha cokelat olahan yang tepat untuk diaplikasikan pada industri Sa'adah Agency yaitu (1) Memanfaatkan bahan baku yang memadai dengan sebaik mungkin sehingga memiliki produk cokelat olahan yang berkualitas baik, (2) Memanfaatkan produk serta memberikan beberapa macam varian rasa cokelat sehingga dapat bersaing dengan IKM-IKM lainnya, (3) Memiliki harga yang terjangkau di kalangan masyarakat sehingga memungkinkan produk tersebut dapat dipasarkan diberbagai kalangan serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menjadi produk unggulan pemerintah Kota Palu.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Cokelat, Sa'adah Agency.

PENDAHULUAN

Sulawesi Tengah merupakan provinsi terluas wilayahnya di Pulau Sulawesi dengan garis pantai terpanjang serta banyak sumberdaya alam dan komoditi unggulan yang harus dikembangkan (Yuliandi,2014).

Potensi komoditi unggulan Provinsi Sulawesi Tengah terdapat disektor pertanian, perikanan, jasa dan Pertambangan.Sektor pertanian komoditi yang diunggulkan yaitu subsektor Tanaman perkebunan dengan komoditi kelapa, kakao ,jagung. Sektor perikanan Komoditinya yaitu perikanan tangkap, budidaya laut, budidaya kolam dan budidaya tambak. Sektorjasa, bidang pariwisata menjadi unggulan provinsi ini, dengan unggulan wisata alam maupun wisata bahari. Sektor pertambangan komoditi utamanya yaitu tambang berupa biji besi,emas dan gas (Managanta dkk, 2019).

Komoditi unggulan yang dimiliki Provinsi Sulawesi Tengah pada subsector Tanaman perkebunan yaitu komoditi kakao. Menurut Wawan (2014) komoditi kakao memiliki peranan penting dalam perdagangan yaitu penghasilan devisa negara, dan juga dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu dapat menyerap tenaga kerja yang akan mengurangi angka pengangguran dan menambah devisa daerah ini (Kadek, 2015)

Tingginya produksi kakao dan ekspor kakao di Indonesia tidak disertai dengan tingginya harga kakao dipasar internasional. Hal ini diakibatkan mutu biji kakao Indonesia relative rendah. Penyebab utamanya yaitu total produksi kakao masih belum mendapatkan penanganan pasca panen yang baik, terutama belum dilaksanakannya proses fermentasi biji kakao (Mochtar dkk, 2011).

Strategi merupakan suatu cara bagi organisasi untuk menjalankan aktivitasnya serta sebagai target penentuan tujuan yang ingin dicapai dalam jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan,

divestasi, likuidasi dan *joint venture* (David, 2006). Strategi merupakan alat yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dimasa depan yang tidak pasti dan tidak jelas (Kuncoro, 2005).

Pengembangan usaha kecil dan menengah dalam menghadapi pasar regional dan global harus disasari pada upaya yang keras dan terus menerus diusahakan UKM sekurang-kurangnya mempunyai keunggulan komperatif, bahkan sangat diharapkan mempunyai keunggulan kompetitif. Pendekatan klaster bisnis merupakan upaya pengembangan usaha UKM secara sistemik, sehingga UKM yang ada didalamnya mempunyai peluang untuk menjadi usaha yang handal dan kompetitif. Strategi pengembangan usaha UKM harus atas dasar kekuatan dan tantangannya, oleh karena itu harus ditopang secara kuat terutama oleh adanya akses ke sumber dana, pasar, sumber bahan baku, teknologi dan informasi serta manajemen. Semua hal tersebut didukung penuh oleh pemerintah sehingga memiliki peluang yang cukup baik untuk dikembangkan (Sumadiwangsa, 2008).

Cokelat yang merupakan olahan dari biji kakao yang sudah menjadi makanan cukup populer disemua kalangan. Olahan cokelat ini memiliki kandungan gizi yang tinggi dan bermanfaat bagi kesehatan tubuh seperti vitamin, lemak, antioksidan, dan flavonoid yang berguna ntuk mencegah masuknya radikal bebas, serta meminimalisir tingkat stress. (Wahyudi, dkk. 2008).

Cokelat olahan merupakan salah satu komoditi hasil penelitian yang dimiliki prospek serta peluang pasar yang baik. Cokelat olahan memiliki nilai tambah yang besar dalam meningkatkan pendapatan industri yang mengolah cokelat olahan tersebut. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kota Palu menyatakan bahwa terdapat beberapa agroindustri yang memproduksi produk olahan cokelat.

Industri olahan cokelat tidak hanya didominasi oleh perusahaan besar tetapi usaha kecil dan menengah juga memberi andil dalam perekonomian Indonesia (Anisah, 2017).

Industri Sa'adah Agency merupakan salah satu usaha yang mengolah aneka jenis

cokelat olahan yang ada di Kota Palu, di mana usaha ini sudah cukup lama dijalankan yaitu pada tahun 2005 sampai sekarang. Industri Sa'adah Agency memiliki modal dan potensi yang dapat dikembangkan, hal ini dapat dilihat dari jumlah kebutuhan bahan baku per bulannya yang cukup banyak. Hal inilah yang menjadi dasar pemilik Sa'adah Agency cokelat bertahan dengan memiliki berbagai macam produk varian rasa dengan harga yang terjangkau, sehingga Sa'adah Agency berniat untuk melakukan pengembangan usaha karena melihat dari segi ketersediaan pasar dan adanya dukungan dari pemerintah serta berkembangnya media promosi saat ini. Pengembangan industri Sa'adah Agency telah ditopang oleh ketersediaan bahan baku yang cukup memadai akan tetapi jumlah tenaga kerja yang dimiliki belum mencukupi untuk melakukan pengembangan industri tersebut, sehingga tidak dapat melakukan produksi yang maksimal sedangkan bahan baku melimpah. Selain itu, industri Sa'adah Agency memiliki lokasi usaha kurang strategis dan kurangnya promosi atau periklanan. Sa'adah Agency juga memiliki ancaman berupa banyaknya pesaing industri sejenis serta daya beli konsumen menurun.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha produk cokelat Sa'adah Agency agar dapat memberikan gambaran kepada pemilik usaha Sa'adah Agency mengenai faktor-faktor internal dan eksternal dalam mengembangkan usaha agar dapat bersaing dengan industri cokelat lainnya yang ada di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di industri Sa'adah Agency di Kota Palu pada bulan Mei sampai Juli 2020. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan karena lokasi tersebut merupakan salah satu UMKM yang mengolah cokelat olahan Sulawesi Tengah yang telah memiliki Brand atau Merek yang bersertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI).

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan melakukan wawancara

secara langsung. Jumlah responden yang akan diwawancarai terdiri dari 6 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal terdiri dari 1 orang pimpinan industri, 2 orang karyawan, sedangkan responden dari pihak eksternal terdiri dari 3 orang konsumen, hal ini didasarkan dengan pertimbangan bahwa responden tersebut sangat berkopoten untuk memberikan informasi.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari instansi terkait, literature-literatur, serta Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi, dan penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan industri tersebut.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT yang digunakan untuk membuat strategi dalam pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha coklat pada Industri Sa'adah Agency di Kota Palu, dari sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh industri, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha (Rangkuti, 2009). Faktor-faktor strategi internal usaha IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor internal usaha dalam kerangka kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha. Kemudian Faktor-faktor strategi eksternal usaha selanjutnya yaitu EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor eksternal usaha dalam kerangka peluang dan ancaman pengembangan usaha.

Untuk mencapai tujuan penelitian digunakan analisis SWOT, maka lebih lanjut dijelaskan tahapan analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan strategi sebagai berikut :

1. Setelah faktor-faktor strategi internal usaha teridentifikasi, selanjutnya tahapan pengumpulan data menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dalam suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*), menyatakan untuk

merumuskan faktor-faktor internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha tersebut. Serta data eksternal diperoleh dalam tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), yang menyatakan untuk merumuskan faktor-faktor eksternal tersebut dalam kerangka peluang dan ancaman pengembangan usaha tersebut.

2. Tahap analisis : menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, menggunakan metode obyektif, yaitu faktor mana yang paling penting dan tidak penting (Yantu, 2012).
3. Nilai rating menunjukkan tingkat ketersediaan/keberadaan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan kegiatan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency tersebut. Adapun nilai rating adalah 1-4 sebagai berikut :

- Rating 1 = keberadaannya sangat terbatas/sangat rendah
- Rating 2 = keberadaannya terbatas/rendah
- Rating 3 = keberadaannya banyak/tinggi
- Rating 4 = keberadaannya sangat banyak/sangat tinggi

Penentuan rating juga menggunakan metode obyektif, yaitu persepsi responden. Bila IFAS dan EFAS lebih besar dari nilai rating tertinggi dibagi dua, maka perusahaan akan mampu merespon perubahan lingkungan internal dan eksternalnya. Penentuan bobot dihitung dengan menggunakan metode obyektif dengan rumus sebagai berikut :

$$Bi = \frac{Ri}{\sum Ri}$$

Keterangan :

- Bi = Bobot faktor ke-i
- Ri = Rating ke-i
- $\sum Ri$ = Total Rating ke-i

Tabel 1. Diagram Matriks SWOT dan Kemungkinan Strategi yang Sesuai

IFAS \ EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	<u>Strategi SO</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>Strategi WO</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treats (T)	<u>Strategi ST</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<u>Strategi WT</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2009

Keterangan :

- a. IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) yaitu faktor-faktor strategi internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan/organisasi.
- b. EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*) yaitu faktor-faktor strategi eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan/organisasi.

Matriks SWOT ialah alat pencocok yang penting, bertujuan untuk menghasilkan strategi alternatif yang layak bagi suatu usaha/perusahaan. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matriks SWOT terdiri dari empat tipe strategi sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) atau strategi kekuatan-peluang yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan eksternal.
2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) atau strategi kelemahan-peluang yaitu memperbaiki kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi ST (*Strengths-threats*) atau strategi kekuatan-ancaman yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) atau strategi kelemahan-ancaman merupakan taktik *defensive* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden maka diperoleh beberapa indikator faktor Internal dan faktor Eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency

Tabel 2. menunjukkan bahwa total skor yang diperoleh faktor internal tabel IFAS yaitu sebesar 3,28 dengan koefisien kekuatan (*Strengths*) sebesar 2,23 dan koefisien kelemahan (*Weakness*) sebesar 1,05.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri Sa'adah Agency lebih besar dari faktor kelemahan, oleh karena itu industri Sa'adah Agency dapat memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Tabel 2. Analisis SWOT matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Industri Sa'adah Agency

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1	Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
a.	Bahan Baku	0,16	4	0,64
b.	Memiliki Berbagai Macam Varian Rasa	0,15	4	0,60
c.	Harga Produk Terjangkau	0,13	3	0,39
d.	Memiliki Modal	0,15	4	0,60
	Sub Total 1	0,59	15	2,23
2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
a.	Lokasi Usaha Kurang Strategis	0,11	3	0,33
b.	Peralatan Tradisional/Sederhana	0,12	3	0,36
c.	Kurangnya Promosi/Periklanan	0,08	2	0,16
d.	Tenaga Kerja	0,10	2	0,20
	Sub Total 2	0,41	10	1,05
	Total (1+2)	1	25	3,28
	Sumbu X (Sub Total 1 – Sub Total 2)			1,18

Tabel 3. Analisis SWOT matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Industri Sa'adah Agency

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1	<i>Peluang (Opportunities)</i>			
a.	Tersedianya Pasar	0,24	4	0,96
b.	Adanya Dukungan Pemerintah	0,16	3	0,48
c.	Berkembangnya Media Promosi	0,20	3	0,60
	Sub Total 1	0,60	10	2,04
2	<i>Ancaman (Threats)</i>			
a.	Kenaikan Harga Bahan Pelengkap	0,13	2	0,26
b.	Banyaknya Pesaing Industri Sejenis	0,16	3	0,48
c.	Daya Beli Konsumen Menurun	0,11	2	0,22
	Sub Total 2	0,40	7	0,96
	Total (1+2)	1	17	3
	Sumbu Y (Sub Total 1 – Sub Total 2)			1,08

Setelah faktor-faktor strategis eksternal pada industri Sa'adah Agency teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), berdasarkan hasil perhitungan setiap rating. Maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai faktor eksternal. Pembobotan

Tabel 3. menunjukkan bahwa total skor yang diperoleh faktor eksternal tabel EFAS yaitu sebesar 3 dengan koefisien peluang (*Opportunities*) sebesar 2,04 dan koefisien ancaman (*Threats*) sebesar 0,96. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri Sa'adah Agency lebih besar dari faktor ancaman, oleh karena itu industri Sa'adah Agency dapat lebih memanfaatkan faktor peluang yang dimiliki untuk mengatasi faktor ancaman yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor eksternal industri Sa'adah Agency diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor peluang (*Opportunities*) dan total skor faktor ancaman (*Threats*). Hasil pengurangan yaitu $2,04 - 0,96 = 1,08$ yang dijadikan sebagai sumbu vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,08.

Strategi. Berdasarkan hasil perhitungan antara faktor internal dan faktor eksternal

pada industri Sa'adah Agency dapat diformulasikan pada diagram SWOT untuk mengetahui letak kuadran industri Sa'adah Agency. Titik tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan alternatif strategi yang sesuai dengan kuadran dimana titik tersebut berada. Hasil perhitungan yang diperoleh dari pengurangan dari total skor faktor kekuatan dan total skor kelemahan sebagai sumbu X yaitu 1,18, sedangkan hasil pengurangan dari total skor peluang dan total skor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,08. Posisi kuadran usaha cokelat olahan pada industri Sa'adah Agency yang diformulasikan dalam diagram SWOT dilihat pada gambar 1.

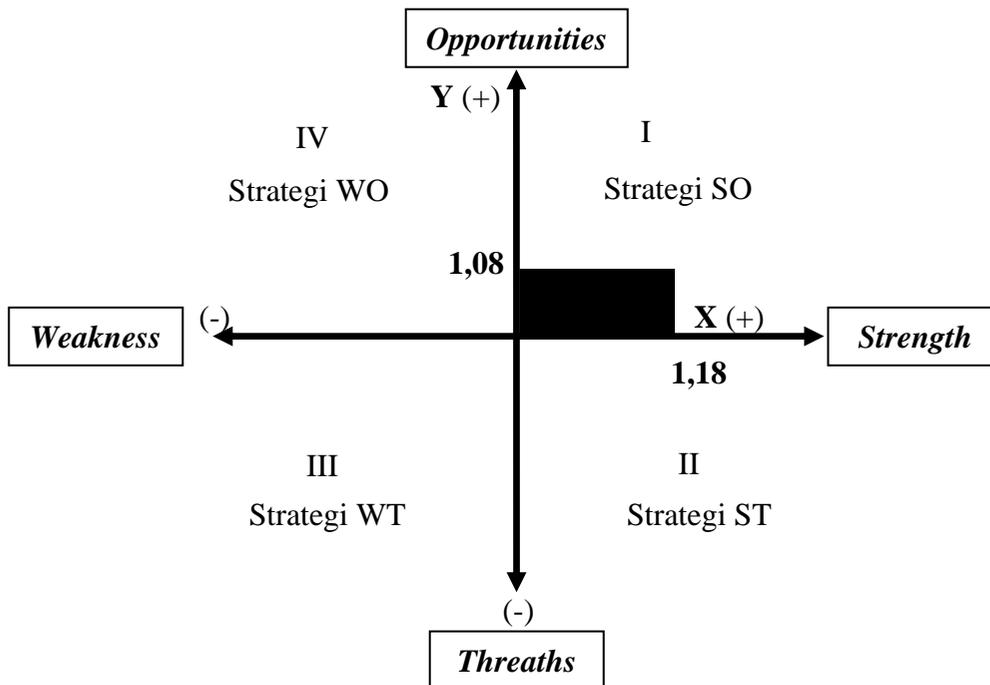
Berdasarkan diagram SWOT pada gambar 5 menunjukkan, posisi strategi untuk pengembangan usaha cokelat olahan pada industri Sa'adah Agency berada pada kuadran I yaitu pada posisi strategi Kekuatan – Peluang (SO). Posisi ini memberikan indikasi bahwa ada peluang untuk dilaksanakan pengembangan usaha, serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang.

Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Olahan Pada Industri Sa'adah Agency. Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal pada industri Sa'adah Agency, maka dapat

digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang.

Dari hasil kuadran diagram SWOT, maka penetapan strategi yang dapat digunakan pada industri Sa'adah Agency yaitu strategi SO.

Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan oleh industri Sa'adah Agency karena strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Strategi pengembangan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency dapat terlihat pada tabel 4 yang menjelaskan tentang Faktor External dan Internal.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Olahan pada Industri Sa'adah Agency di Kota Palu.

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Olahan Pada Industri Sa'adah Agency

<p>IFAS</p>	<p>Kekuatan (<i>Strenghts</i>) Bahan Baku Memiliki Berbagai Macam Varian Rasa Harga Produk Terjangkau Memiliki Modal</p>	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>) Lokasi Usaha Kurang Strategis Peralatan Tradisional/Sederhana Kurangnya Promosi/Periklanan Kurangnya Tenaga Kerja</p>
<p>EFAS</p> <p>Peluang(<i>Opportunities</i>) Tersedianya pasar Adanya dukungan pemerintah Berkembangnya Media Promosi</p>	<p>Strategi S-O Memanfaatkan media promosi yang semakin berkembang untuk mempromosikan produk olahan cokelat Meningkatkan kualitas produk yang mempunyai berbagai macam varian rasa dengan memanfaatkan dukungan yang diberikan oleh pemerintah Memaksimalkan penggunaan modal dalam biaya produksi sehingga harga produk tetap terjangkau dan bisa dipasarkan diberbagai kalangan.</p>	<p>Strategi W-O Memanfaatkan perkembangan media promosi saat ini untuk meningkatkan promosi produk olahan cokelat dengan tujuan agar lokasi industri dapat lebih dikenal lagi dikalangan konsumen Menggunakan peralatan tradisional/ sederhana dengan baik dalam melakukan proses produksi olahan cokelat serta mengaplikasikannya dengan dukungan pemerintah melalui kegiatan pelatihan Memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan cara menambah tenaga kerja agar mampu memenuhi permintaan pasar.</p>
<p>Ancaman(<i>Threaths</i>) Kenaikan Harga Bahan Pelengkap Banyaknya Pesaing Industri Sejenis Daya Beli Konsumen Menurun</p>	<p>Strategi S-T Meningkatkan kualitas produk yang memiliki berbagai macam varian rasa agar dapat mengantisipasi ancaman munculnya pesaing industri sejenis Memaksimalkan sebaik mungkin penggunaan modal yang ada dalam proses produksi olahan cokelat agar dapat mengantisipasi ancaman kenaikan biaya bahan pelengkap Mempertahankan kualitas dan harga produk yang memilki berbagai macam varian rasa yang terjangkau agar dapat mengantisipasi daya beli konsumen menurun.</p>	<p>Strategi W-T Memanfaatkan perkembangan media promosi saat ini untuk meningkatkan lagi promosi dan kualitas produk agar lebih dapat dikenal oleh masyarakat dan mengantisipasi adanya pesaing industri yang sejenis Meningkatkan tenaga kerja serta menggunakan peralatan tradisional yang ada dengan sebaik mungkin dalam proses produksi olehan cokelat agar dapat mempertahankan berbgai macam varian rasa yang ada agar dapat mengantisipasi penurunan daya beli konsumen.</p>

Sumber : *Data Primer Setelah Diolah, 2020.*

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha cokelat olahan industri Sa'adah Agency terletak pada strategi S-O. perusahaan berada pada pertumbuhan

yang dimana pada strategi S-O, yang dimana nilai dari kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*) lebih besar dibanding nilai kelemahan (*Weakness*) dan nilai ancaman (*Threaths*). Berikut adalah beberapa alternative strategi yang

dapat dijadikan sebagai suatu program pengembangan usaha, diantaranya :

1. Mengolah bahan baku coklat yang memadai dengan sebaik mungkin agar dapat menghasilkan produk coklat yang berkualitas dan disukai masyarakat.
2. Memanfaatkan produk serta memberikan berbagai macam varian rasa dari coklat, sehingga dapat bersaing dengan IKM-IKM lainnya.
3. Memiliki harga yang terjangkau dikalangan masyarakat sehingga memungkinkan produk coklat olahan tersebut dapat dipasarkan diberbagai kalangan anak-anak maupun dewasa serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk sehingga menjadi produk unggulan pemerintah Kota Palu.

Berdasarkan hasil perhitungan diagram SWOT didapatkan beberapa alternatif strategi pengembangan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency, beberapa kegiatan yang dilakukan terkait strategi pengembangan usaha coklat olahan sebagai berikut :

1. Mempertahankan berbagai macam varian rasa coklat guna untuk menangkap peluang agar tetap disukai oleh masyarakat sehingga perlu adanya pengolahan coklat yang lebih baik.
2. Menjadikan coklat khas sebagai bahan baku dalam menciptakan aneka coklat olahan yang lebih menarik konsumen sehingga mampu bersaing dengan IKM-IKM lainnya.
3. Meningkatkan jumlah produksi dengan menambahkan tenaga kerja yang terampil pada bidangnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian mengenai strategi pengembangan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency di Kota Palu dapat ditarik kesimpulan :

1. Kondisi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency yaitu faktor internal (Kekuatan : Bahan baku, memiliki berbagai macam varian rasa,

harga produk terjangkau, memiliki modal. Kelemahan: Lokasi usaha kurang strategis, peralatan tradisional/sederhana, kurangnya promosi/periklanan, tenaga kerja) dan faktor eksternal (Peluang : Tersedianya pasar, adanya dukungan pemerintah, berkembangnya media promosi. Ancaman: Kenaikan harga bahan pelengkap, banyaknya pesaing industri sejenis, daya beli konsumen menurun).

2. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha coklat olahan pada industri Sa'adah Agency di Kota Palu adalah strategi S-O. Strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan seluruh kekuatan internal pada industri Sa'adah Agency untuk memanfaatkan berbagai peluang eksternal.

Saran

Setelah melakukan analisis, maka saran yang dapat di berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk sesuai kemampuan yang dimiliki.
2. Membuka toko atau cabang perusahaan agar memperlancar proses distribusi dan pemasaran.
3. Mengembangkan strategi promosi pada industri Sa'adah Agency untuk menciptakan pasar yang lebih luas.
4. Pelatihan manajemen usaha yaitu manajemen sumberdaya manusia dan manajemen pemasaran oleh pemerintah.
5. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan meneliti lebih lanjut yang menfokuskan tentang strategi promosi untuk pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, 2017. *Strategi Pengembangan Cokelat Pasta pada Industri Twins Cocolate di Kota Palu*. Jurnal Agrotekbis vol4(3):361-368
- Andri Amaliel Managanta, Sumardjo, DwiSadono, Prabowo Tjitropranoto. 2019. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kompetensi Petani Kakao di Provinsi Sulawesi*

- Tengah. Jurnal Penyuluhan. Vol15*
(1):120-133.
- Atkinson; Catherine; Mary B; Christine M.
2010 *The Chocolate and Coffe Bible*.
Hermes House. ISBN 978-1-84477-
385-5.
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi : Bagaimana
Meraih Keunggulan Kompetitif*.
Erlangga. Jakarta
- David, F. R, 2006. *Konsep Manajemen
Strategi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mochtar. Hasizah, Darma. Rahim 2011.
*Prospek Industri Pengolahan Kakao
di Makassar: Analisis Potensi
Kelayakan Usaha*. Program Pasca
Sarjana Universitas Hasanuddin. Jurnal
Agrisistem, Juni 2011, Vol.7
No.1 ISSN2089-0036
- Ni Kadek, P, 2015. *Strategi Pengembangan
Agroindustri Berbasis Biji Kakao Di
Desa Poyuyanan Kecamatan Passi
Barat Kabupaten Bolaang
Mongondow*. Jurnal agribisnis Vol 11
(1) : 27-36
- Rafika, 2005. *Analisis SWOT*. PT.
DamarMuliaPustaka
- Risdayani, 2016. *Strategi Pengembangan
Usaha Coklat Pasta pada Industri
Rumah Cokelat di Kota Palu*. Jurnal
agrotekbis Vol 4 (3) : 361-368
- Rangkuti, 2009. *Mengembangkan strategi
dalam perhitungan SWOT,
Matriksdari Faktor*. Gramedia
Jakarta.
- Sumadiwangsa, 2008. *Pengembangan
Teknologi Pemanfaatan Hasil Hutan
Nikan Kayu*. Makala Seminar
Nasional Prospek Hasil Hutan Nikan
Kayu. IPB, Bogor.
- Yuliandi, 2014. *Srategi Pengembangan
Usaha Tani Kakao di Desa Sriba'ang
Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi
Moutong*. Jurnal
Agrotekbis, Vol.2(2):161-168
- Wahyudi, T.R Panggabean, Pujiyanto, 2008.
Panduan Lengkap Kakao. Penebar
Swadaya. Jakarta
- Wawan. 2014. *Pengembangan Strategi
Pemasaran Produk Banua Cokelat
pada Industri Rumah Sa'Adah Agency
di KotaPalu*. Jurnal agrotekbis vol 2
(1): 69-75