

STRATEGI PENGEMBANGAN JIPANG JAGUNG PADA INDUSTRI JIPANG INDAH DI KELURAHAN BAYAOGE KECAMATAN TATANGA KOTA PALU

The Strategy of Development on Puffed Corn Candy Industry Jipang Indah in Bayaoge Village Tatanga District Palu City

Ahmad Zainudin Nur,¹⁾ Dance Tangkesalu,²⁾ Moh Alfit A. Laihi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu,
E-mail :ahmadzainudinnur98@gmail.com

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
E-mail :dancetangkesalu@yahoo.com, Email :alfit_alfit@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to: (1) Identify the potential internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in the Jipang Indah Industry in Palu City. (2) Formulating a business development strategy for the Jipang Indah Industry in Palu City, by utilizing internal and external factors. The number of respondents who were interviewed were 5 respondents selected from internal and external parties. Respondents from internal parties are industry leaders and 2 workers from Jipang Indah Industry. Respondents from external parties are 2 consumers of Jipang Indah Industry. The analysis used is a SWOT analysis. The results of the analysis show that the right conditions to be applied in the marketing strategy are located in quadrant I, namely strategy (S-O). The resulting strategies are, (1) Utilizing product quality to further enhance promotions and maintain good relations with consumers or customers, (2) Utilize affordable prices in order to capture the lack of opportunities for competitors from the same product, (3) Use owned capital. to follow the development of promotional media and expand marketing.

Keywords: Strategy Development, Marketing, Jipang, SWOT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengidentifikasi potensi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada Industri Jipang Indah di Kota Palu. (2) Merumuskan Strategi pengembangan usaha pada Industri Jipang Indah di Kota Palu, dengan memanfaatkan faktor internal dan faktor eksternal. Jumlah responden yang diwawancarai sebanyak 5 orang responden dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu pimpinan industri dan 2 tenaga kerja Industri Jipang Indah. Responden dari pihak eksternal yaitu 2 konsumen Industri Jipang Indah. analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi yang tepat untuk diterapkan dalam strategi pemasaran tersebut adalah terletak pada kuadran I yaitu strategi (S-O). Strategi yang dihasilkan yaitu, (1) Memanfaatkan kualitas produk untuk lebih meningkatkan promosi dan menjaga hubungan baik dengan para konsumen atau langganan, (2) Memanfaatkan harga terjangkau guna untuk menangkap peluang minimnya para pesaing dari produk yang sama, (3) Menggunakan modal yang dimiliki untuk mengikuti perkembangan media promosi serta memperluas pemasaran.

Kata Kunci :Strategi Pengembangan, Pemasaran, Jipang, SWOT.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi terutama negara yang bercorak agraris seperti Indonesia. Pembangunan ekonomi menitik beratkan pada bidang pertanian dan industri yang berbasis pertanian atau biasa disebut agroindustri. Sistem agribisnis, agroindustri adalah salah satu subsistem yang bersama-sama subsistem lain membentuk agribisnis. Sistem agribisnis terdiri dari subsistem input (agroindustri hulu), usahatani (pertanian), sistem output (agroindustri hilir), pemasaran dan penunjang, dengan demikian pembangunan agroindustri tidak dapat dilepaskan dari pembangunan agribisnis secara keseluruhan. Pembangunan agroindustri dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian, pendapatan petani dan nilai tambah hasil pertanian (Soekartawi, 2015).

Potensi industri kreatif dan usaha mikro kecil merupakan peluang untuk mengembangkan kemandirian pangan suatu daerah berbasis pangan lokal. Industri kreatif adalah suatu industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeskplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. (Fitri Rahmawati, 2018).

Industri Jipang Jagung merupakan satu-satunya yang ada di Kota Palu Industri Jipang Indah sendiri didirikan sejak tahun 1999 membuat beberapa olahan makanan ringan yaitu jipang jagung dan jipang beras memiliki jumlah produksi yang cukup tinggi mencapai 10 ton pertahun dengan jumlah tenaga kerja 20 orang. Produk olahan yang dihasilkannya merupakan pendapatan utama bagi perusahaan atau industrinya tersebut.

Berdasarkan Observasi yang telah dilakukan masih terdapat kendala-kendala yang menjadi faktor kelemahan dan ancaman bagi usaha ini untuk lebih mengembangkan usahanya, dan faktor

eksternal yang belum maksimal dalam hal pemasaran kegiatan promosi dan pemasaran industri “Jipang Indah” tidak menggunakan media iklan, hanya melalui sistem operasi manual yang dilakukan sendiri oleh pihak industri yaitu dengan cara menjual langsung sesuai permintaan konsumen, sehingga mengakibatkan pendapatan industri jipang berfluktuasi, hal ini yang mendasari penulis tertarik untuk meneliti tentang Strategi Pengembangan Jipang Jagung pada Industri “Jipang Indah” di Kelurahan Bayaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu bagaimanakah kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada Industri Jipang Indah di Kota Palu? bagaimana Strategi Pengembangan pada Industri Jipang Indah di Kota Palu, dengan memanfaatkan faktor internal dan faktor eksternal?.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi potensi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada Industri Jipang Indah di Kota Palu dan merumuskan Strategi pengembangan usaha pada Industri Jipang Indah di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan Pada Industri “Jipang Indah” Jalan Buah Pala Kelurahan Bayaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu. Lokasi penelitian ini dipilih\ secara sengaja (*Purpossive*), dengan pertimbangan bahwa industri “Jipang Indah” memproduksi aneka jipang salah satunya jipang jagung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2021

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan mewawancarai secara langsung para responden. Jumlah responden yang diwawancarai sebanyak 5orang responden dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu 1 orang pimpinan industri dan 2 orang tenaga kerja industri Jipang Indah yaitu bagian produksi dan bagian pengemasan

dengan pertimbangan karyawan yang sudah cukup lama berkerja di Industri “Jipang Indah”. Responden dari pihak eksternal yaitu 2 orang atas konsumen.

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, maka analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut:

Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha Jipang Jagung industri “Jipang Indah”. Dari sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha (Rangkuti, 2015). Faktor-faktor strategi internal dan eksternal selanjutnya disusun dalam tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis*) untuk merumuskan faktor-faktor internal dan eksternal usaha jipang jagung Industri “Jipang Indah”.

Menurut Rangkuti (2015), tahapan analisis IFAS dan EFAS yaitu dengan memberi nilai rating dan bobot. Lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis pemberian nilai rating dan bobot dalam tabel IFAS dan EFAS

Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi internal pengembangan usaha. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, contohnya jika kelemahannya besar sekali nilainya 1, sedangkan jika lemah nilainya 4.

Masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi eksternal pengembangan usaha jipang jagung industri “Jipang Indah”. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluang kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman kebalikannya.

Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (Paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0). Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan dengan menggunakan rumus :

$$Bobot = \frac{Rating}{Total Rating}$$

Setelah menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal usaha ke dalam Tabel IFAS dan EFAS, maka dilakukan perumusan terhadap strategi dengan menggunakan diagram SWOT.

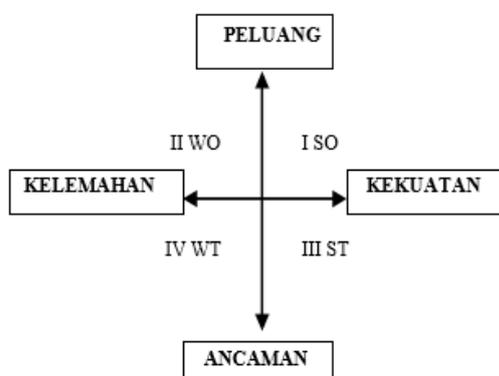


Diagram 1. Diagram Analisis SWOT

Keterangan :

Kuadran 1 : Merupakan situasi sangat menguntungkan, karena perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang diterapkan adalah kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka

panjang dengan dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Kondisi ini perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Sehingga dapat merebut atau memaksimalkan peluang yang lebih baik yang disebut dengan strategi *Turn-around*.

Kuadran 4 : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal dan diperlukan strategi bertahan atau defensif.

Faktor-faktor strategis usaha jipang jagung industri “Jipang Indah” kemudian disusun dalam suatu matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan 4 (empat) alternatif strategi.

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 (Singh, 2012).

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT.

IFAS/EFAS	<i>Strenghts</i> (S)	<i>Weaknesses</i> (W)
<i>Opportunities</i> (O)	<u>Strategi S-O</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<u>Strategi W-O</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>Treaths</i> (T)	<u>Strategi S-T</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<u>Strategi W-T</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 2. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Industri Jipang Indah 2021.

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<i>Kekuatan (Strenght)</i>	<i>Peluang (Opportunities)</i>
a. Harga yang terjangkau	a. Berkembangnya media promosi
b. Berpengalaman memproduksi Jipang	b. Perkembangan Teknologi semakin pesat
c. Penggunaan modal sendiri	c. Memiliki hubungan baik dengan konsumen
d. Tidak menggunakan pengawet	d. Minim pesaing dari produk yang sama
<i>Kelemahan (Weakness)</i>	<i>Ancaman (Threats)</i>
a. Masa produk yang kurang lama	a. Naik Turun Harga Bahan Baku
b. Tingkat Pendidikan pekerja masih rendah	b. Cuaca yang tidak menentu
c. Tempat Produksi Kurang Luas	c. Konsumen semakin sensitif terhadap produk.
d. Belum baiknya promosi	d. Kurangnya Loyalitas tenaga kerja

Sumber Data Primer Setelah Diolah, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden maka diperoleh beberapa indikator faktor internal dan eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi Strategi Pengembangan Industri Jipang Indah

Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Internal Setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang merupakan bagian internal dari perusahaan yang bila diidentifikasi dengan baik maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan 26 peluang dengan cara yang paling efektif dan dapat menghadapi

ancaman yang terdapat dalam lingkungan perusahaan (Wahyudi, 2015).

Analisis lingkungan internal dilakukan evaluasi secara periodik kekuatan dan kelemahan untuk variabel-variabel yang ada di dalam bidang pemasaran.

Analisis Faktor Kekuatan. Adalah karakteristik dari internal perusahaan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan strategis

a. Harga Terjangkau

Harga merupakan satu –satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran) disamping itu, harga merupakan unsur bauran yang bersifat fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, (Sumarni dan Sueprihanto, 2010).

Berdasarkan hasil penelitian harga jipang jagung kemasan dengan berat perkemasan 100 gram dibanding dengan harga Rp.500.00, dan Rp.5000.00 harga satu *Pack* dengan isi 10 kemasan berat 1 kilogram.

b. Berpengalaman Memproduksi Jipang

Pengalaman dalam menjalankan usaha merupakan prediktor terbaik bagi keberhasilan, terutama bila bisnis baru itu berkaitan dengan pengalaman bisnis sebelumnya. Kebutuhan akan pengalaman mengolah usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan (Riyanti, 2003)

Industri Jipang Indah sudah cukup lama menekuni usaha jipang ini selama ± 22 tahun telah berjalan, sebelumnya ia berjualan jipang di pasar menjajakan produknya di pasar tradisional dan mencari pelanggan-pelanggan sampai saat ini pelanggan sudah cukup banyak di wilayah dalam kota.

c. Penggunaan Modal Sendiri

Modal adalah faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu usaha. Usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya menumbuh

kembangkan usaha kecil dan menengah. Berdasarkan sumbernya modal dapat dibagi menjadi dua yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan dan modal asing (Mardiyatmo, 2008).

Untuk modal yang digunakan oleh industri Jipang indah yaitu modal sendiri sebesar Rp150.000.000. modal tersebut tanpa meminjam dari pihak bank ataupun koperasi

d. Tidak Menggunakan Pengawet

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2012).

Kualitas produk sangatlah penting dalam suatu industri contoh produk yang bebas pengawet yang dapat menunjang keberhasilan industri kedepannya karena dari segi kepuasan konsumen tentunya sangat memenuhi.

Analisis Faktor Kelemahan. Merupakan karakteristik dari internal perusahaan yang menghambat atau melemahkan kinerja perusahaan.

a. Masa *Expired* produk yang kurang lama
Umur simpan atau *shelf life* didefinisikan sebagai rentang waktu yang dimiliki suatu produk mulai dari produksi hingga konsumsi sebelum produk mengalami penurunan kualitas/rusak dan tidak layak untuk dikonsumsi dan hal ini berhubungan dengan kualitas pangan (Nuruk dkk, 2018)

Masa *expired* atau masa kadaluwarsa produk jipang jagung tergolong cepat hanya memakan waktu 4 sampai 6 hari produk jipang sudah tidak renyah atau melempem dan mengurangi kualitas dari produk tersebut, begitupun dengan perubahan rasa dari jipang tersebut.

b. Tingkat Pendidikan Masih Rendah

Kualitas dari tenaga kerja dapat dilihat dari tingkat pendidikan dan

pelayanan perusahaan terhadap karyawan. Pendidikan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi produktivitas kerjanya. Karena dengan pendidikan inilah seseorang memiliki modal untuk melakukan produktivitas didalam suatu pekerjaan (Neeyley dan Auken, 2010).

Industri Jipang indah memiliki tenaga kerja yang berpendidikan masih cukup rendah rata-rata lulusan SD dan SMP, pendidikan sangat penting guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia mengingat zaman semakin maju, yang mana membuat kita dituntut mengikuti perkembangan zaman dan harus bisa memanfaatkan teknologi-teknologi modern saat ini, guna meningkatkan pemasaran.

c. Tempat Produksi Kurang Luas

Lingkungan kerja adalah keseluruhan hubungan yang terjadi dengan karyawan di tempat kerja. Segala sesuatu yang berada di tempat kerja merupakan lingkungan kerja. Karyawan berada dalam sebuah lingkungan kerja ketika karyawan melakukan aktivitas pekerjaan, dan segala bentuk hubungan yang melibatkan karyawan tersebut termasuk dari lingkungan kerja. Indikator pengukuran lingkungan kerja didasarkan pada sub komponen dari lingkungan kerja tersebut, (Noah dan Steve, 2012)

Lingkungan kerja yang ada di Industri Jipang Indah cukup layak namun dalam hal tempat produksinya yang kurang luas di karenakan tempat produksi jipang dalam satu ruang dengan tempat pengemasan sehingga para karyawan yang bekerja sampai beraktifitas di teras rumah pemilik industri

d. Belum Baiknya Promosi

Merebaknya fasilitas internet diberbagai kalangan sehingga mengugah para pengusaha-pengusaha untuk meningkatkan pemasarannya secara online melalui media Internet, hal ini memungkinkan untuk memasarkan produk lokal yang mereka buat sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas, Promosi menjadi salah satu komponen penting yang

dibutuhkan dalam kegiatan pemasaran guna memberikan informasi mengenai produk yang dihasilkan, (Kotler dan Armstrong, 2009).

Industri Jipang Indah belum melakukan promosi melalui media cetak dan elektronik promosi hanya dilakukan melalui mulut kemulut oleh konsumen, dikarenakan kesulitan para pelaku usaha “Jipang Indah” memanfaatkan media promosi yang ada sehingga dapat dilihat belum maksimal dalam mempromosikan produk olahan industri Jipang Indah.

Faktor Lingkungan Internal, Analisis faktor internal pada strategi pengembangan Jipang Indah diarahkan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap *rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai rating faktor internal disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis SWOT matriks IFAS (*Internal Factor Summary*) Industri Jipang Indah, 2021.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
I Kekuatan			
A Harga yang terjangkau	0,14	4	0,56
B Berpengalaman memproduksi Jipang	0,14	4	0,56
C Penggunaan modal sendiri	0,14	3	0,42
D Tidak menggunakan pengawet	0,14	4	0,56
SubTotal I	0,56	15	2,1
II Kelemahan			
A MasaExpired proukkuranglamad	0,13	3	0,39
B Tingkat Pendidikan pekerja masih rendah	0,13	3	0,39
C Tempat Produksi Kurang Luas	0,10	3	0,3
D Belum baiknya promosi	0,08	2	0,16
Sub Total II	0,44	11	1,24
Total (Sub Total I + Sub Total II)	1,00	26	3,34
Sumbu X (Sub Total I – Sub Total II)			0,86

Sumber Data Primer Setelah Diolah 2021.

Diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor kekuatan (*Strengths*) dan total skor faktor kelemahan (*Weakness*). Hasil pengurangan yaitu $2,1 - 1,24 = 0,86$ yang dijadikan sebagai sumbu Horizontal atau sumbu X, maka sumbu X Diagram SWOT adalah 0,86.

Analisis Lingkungan Eksternal lingkungan eksternal adalah sekumpulan kondisi berupa peluang dan ancaman yang timbul dan berada di luar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan (Rapini dkk, 2019).

Analisis Faktor Peluang. Karakteristik lingkungan eksternal perusahaan yang dapat membantu dalam mencapai atau melampaui tujuan strategi

a. Berkembangnya media promosi

Melalui internet, para pemakai dapat berhemat karena komunikasi interlokal dan internasional dihitung dengan biaya lokal. Sejumlah informasi dapat diperoleh secara gratis, antara lain berita politik dan ekonomi, teknologi, kesehatan, lingkungan, pemerintahan, humor, cuaca, hobi, lapangan kerja, konsultasi, pendidikan, promosi dan topik lainnya. Tentu hal ini sangat relevan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dengan perusahaan-perusahaan bisnis dalam penekanan biaya, (Ahyuna dkk, 2013)

Tentunya dalam hal ini industri Jipang Indah bisa memanfaatkan sebagai peluang dalam melakukan promosi, beberapa media promosi yang bisa memanfaatkan seperti media cetak, media elektronik, dan saat ini paling berkembang yaitu media internet.

b. Perkembangan Teknologi semakin pesat

Industri kecil dan menengah harus mampu meningkatkan daya saing dalam menghadapi era globalisasi dan perdagangan bebas. Sehingga industri kecil dan menengah harus melakukan pembenahan diri dengan berorientasi pada pengkajian peluang dan tantangan yang berbasis teknologi agar mampu menjadi mesin pertumbuhan ekonomi

(*engine of economic growth*) bagi perekonomian negara-negara (Harits, 2004)

Perkembangan teknologi saat ini cukup mengalami peningkatan pesat khususnya pada alat-alat produksi skala industri rumah tangga di dukung oleh mesin-mesin modern yang dapat mengefisienkan waktu produksi sehingga dapat meningkatkan produksi.

c. Memiliki hubungan baik dengan konsumen

Menjalin hubungan dengan pelanggan atau konsumen berarti mendapatkan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan secara berkesinambungan. Paradigma tersebut dinamakan *relationship marketing* (Egan, 2001).

Adanya konsumen yang puas terhadap suatu produk merupakan suatu faktor yang baik bagi pengembangan industri dengan adanya konsumen yang puas dengan suatu produk yang dimiliki akan membuat konsumen menjadi langganan dan terus membeli produk ini merupakan suatu faktor peluang.

d. Minim pesaing dari produk yang sama

Adanya persaingan dalam dunia usaha melahirkan keuntungan dan dampak bagi pelaku usaha agar terus memperbaiki produk barang atau jasa yang dihasilkan dan terus melakukan inovasi, berupaya keras memberi produk barang atau jasa yang terbaik bagi konsumen serta menghasilkan produk barang atau jasa (Tiara, 2017)

Produk olahan jipang jagung merupakan produk olahan yang sampai saat ini belum ada pesaing dari produk olahan yang sejenis, hal ini merupakan salah satu faktor peluang cukup baik

Analisis Faktor Ancaman. Karakteristik lingkungan eksternal perusahaan yang dapat mencegah dalam mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan

a. Naik Turun harga bahan baku

Pemenuhan kebutuhan konsumen ditunjang oleh faktor ketersediaan produk di gudang. Sedangkan ketersediaan produk dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku,

sehingga dalam hal ini persediaan memiliki peranan penting untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, (Nuraini, 2017).

Tidak menentunya harga menjadi penghambat berlangsungnya industri, tidak adanya kepastian harga karena bahan baku jagung masih mengandalkan pengiriman dari Palolo, kenaikan bahan baku sendiri dikarenakan produksi jagung berfluktuasi, tentunya ini menjadi ancaman yang harus di hadapi oleh Industri Jipang Indah.

b. Cuaca yang tidak menentu

Curah hujan merupakan faktor pemberi dampak negatif (Hernanto dan Kwartatmono, 2001) suatu usaha tidak lepas dari berbagai ancaman mengingat dalam melakukan produksi perlu memperhatikan cuaca yang akan terjadi.

Kualitas bahan baku dipengaruhi juga oleh kondisi cuaca yang tidak menentu Dalam melakukan produksi jipang perlu melakukan penjemuran bahan baku terlebih dahulu sebelum diolah dengan tujuan menghilangkan kadar air yang terdapat dalam jagung oleh sebab itu faktor cuaca sangat penting harus di perhatikan dalam produksi jipang

c. Konsumen semakin sensitif terhadap produk

Konsumen cenderung semakin sensitif terhadap nilai yang ditawarkan setiap produk. Terlebih pada kondisi sekarang, pemasaran merupakan pertempuran persepsi konsumen dan tidak lagi sekedar pertempuran produk (Kartajaya, 2007)

Kenaikan harga bahan baku yang membuat harga produk mengalami peningkatan membuat para pelanggan sangat sensitif terhadap kenaikan harga produk yang di tawarkan.

d. Kurangnya loyalitas tenaga kerja.

Pentingnya loyalitas karyawan pada hasil kinerja perusahaan, maka perusahaan perlu meningkatkan perhatiannya terhadap usaha-usaha mempertahankan dan menjaga loyalitas karyawan tersebut atau membuat karyawan puas dan setia terhadap

perusahaan tersebut. Loyalitas karyawan berdampak positif terhadap pertumbuhan perusahaan, karena dengan kehilangan karyawan tentunya sama seperti kehilangan konsumen. (Antoncic et al., 2011)

Loyalitas karyawan sangat penting dan dibutuhkan di Industri Jipang Indah banyak karyawan yang berhenti bekerja dengan alasan yang beragam dan kini tinggal menyisahkan delapan orang pekerja yang masih aktif sampai sekarang.

Analisis faktor internal pada strategi pengembangan Jipang Indah diarahkan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap *rating*, maka diperoleh pembobotan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis SWOT matriks EFAS (*External Factor Analisis Summary*) Industri Jipang Indah, 2021.

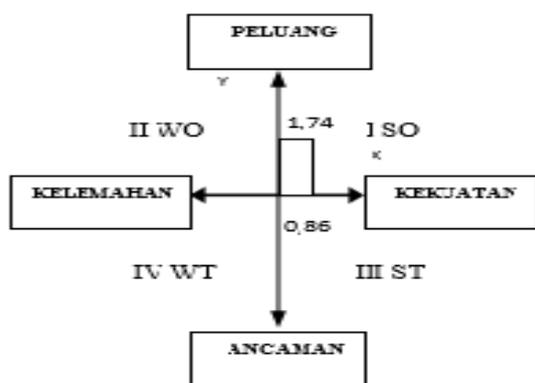
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
I Peluang			
A Berkembangnya media promosi	0,21	4	0,84
B Perkembangan Teknologi semakin pesat	0,16	3	0,48
C Memiliki hubungan baik dengan konsumen	0,16	3	0,48
D Minim pesaing dari produk yang sama	0,16	3	0,48
Sub total I	0,68	13	2,28
II Ancaman			
A Naik Turun Harga Bahan Baku	0,05	1	0,05
B Cuaca yang tidak menentu	0,11	2	0,22
C Konsumen semakin sensitif terhadap produk	0,11	2	0,22
D Kurangnya Loyalitas tenaga kerja	0,05	1	0,05
Sub Total II	0,32	6	0,54
Total (Sub Total I+ Sub Total II)	1,00	19	2,82
Sumbu Y (Sub Total I – Sub Total II)			1,74

Sumber : Data primer setelah diolah 2021.

Tabel 4. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Industri Jipang Indah, 2021

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor internal Kekuatan	0,86	Sumbu X
Faktor eksternal Peluang	1,74	Sumbu Y
Kelemahan		
Ancaman		

Sumber Data Primer Setelah Diolah 2021.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Industri Jipang Indah.

Tabel 3. Menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor eksternal tabel EFAS yaitu sebesar 2,82 dengan koefisien peluang (*opportunity*) sebesar 2,28 dan koefisien ancaman (*Threats*) 0,54.

Perumusan Strategi Hasil analisis kuantitatif faktor internal dan faktor eksternal pada industri Jipang Indah akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran industri Jipang Indah.

Berdasarkan hasil skoring yang didapatkan bahwa sumbu X memiliki nilai 0,86 dan sumbu Y memiliki nilai 1,74 maka dapat diketahui posisi kuadran strategi pengembangan industri Jipang Indah.

Berdasarkan Diagram SWOT pada Gambar 2 menunjukkan bahwa strategi pemasaran Industri Jipang Indah pada

pemetaan analisis menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal, seperti terlihat pada Tabel 5.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai strategi pengembangan pada Industri Jipang Indah dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi faktor-faktor terhadap perkembangan Industri Jipang Indah yaitu faktor internal (kekuatan: harga yang terjangkau, Berpengalaman memproduksi jipang, penggunaan modal sendiri, tidak menggunakan pengawet. Kelemahan: masa *Expired* produk kurang lama, Tingkat pendidikan pekerja masih rendah, tempat produksi kurang luas, belum baiknya promosi) dan faktor eksternal (peluang: berkembangnya media promosi, perkembangan teknologi semakin pesat, memiliki hubungan baik dengan konsumen, minim pesaing dari produk yang sama Ancaman: naik turun harga bahan baku, cuaca yang tidak menentu, konsumen semakin sensitif terhadap produk, kurangnya loyalitas tenaga kerja).
2. Strategi yang tepat untuk diterapkan dalam mendukung dan mengembangkan Industri Jipang Indah yaitu dengan menggunakan strategi S-O. Strategi S-O (strengths – opportunity) atau strategi kekuatan – peluang yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan/industri untuk memanfaatkan peluang eksternal, artinya dimana strategi ini dapat digunakan karena usaha atau industri tersebut memiliki kekuatan peluang sehingga dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada, strategi yang dapat diterapkan yaitu memanfaatkan kualitas produk untuk lebih meningkatkan promosi dan menjaga hubungan baik dengan para

konsumen atau langganan, memanfaatkan harga terjangkau guna untuk menangkap peluang minimnya para pesaing dari produk yang sama, dan memanfaatkan pengalaman yang dimiliki untuk meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki untuk mengikuti perkembangan media promosi serta memperluas pemasaran.

Saran

Saran yang dapat diberikan kepada Industri Jipang Indah dengan hasil penelitian adalah :

1. Meningkatkan jumlah produksi serta kualitas dan kuantitas produk sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.
2. Memanfaatkan pengalaman untuk meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki untuk lebih meningkatkan promosi dan memenuhi permintaan yang cenderung meningkat. yang perlu dilakukan ialah lebih memanfaatkan media informasi yang ada baik media cetak dan media online dalam mempromosikan produk Industri Jipang Indah.

Tabel 5. Diagram Matriks SWOT Pemasaran pada Industri Jipang Indah Kelurahan Bayaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu

EFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
	<p>IFAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang terjangkau 2. Berpengalaman memproduksi jipang 3. Penggunaan modal sendiri 4. Tidak menggunakan pengawet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masa <i>Expired</i> produk yang kurang lama 2. Tingkat pendidikan pekerja masih rendah 3. Tempat produksi kurang luas 4. Belum baiknya promosi
Peluang (O)	<u>Strategi SO</u>	<u>Strategi WO</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya media promosi 2. Perkembangan teknologi semakin pesat 3. Memiliki hubungan baik dengan konsumen 4. Minim pesaing dari produk yang sama 	<ol style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan kualitas produk untuk menjaga hubungan baik dengan para konsumen atau langganan (S4,O3) b. Memanfaatkan harga terjangkau guna untuk menangkap peluang minimnya para pesaing dari produk yang sama (S1,O4) c. Memanfaatkan pengalaman untuk meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki dengan memberikan pelatihan-pelatihan terkait <i>marketing</i> untuk mengikuti perkembangan media promosi serta memperluas pemasaran. (S2,O1) 	<ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan promosi untuk meraih peluang memiliki hubungan yang baik dengan para konsumen (W4,O3) b. Meningkatkan ketahanan kualitas produk dengan melalui perkembangan teknologi alat-alat produksi dan alat-alat pengemasan (W1,O2)
Ancaman (T)	<u>Strategi ST</u>	<u>Strategi WT</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Naik turun harga bahan baku 2. Cuaca yang tidak menentu 3. Konsumen semakin sensitif terhadap produk 4. Kurangnya loyalitas tenaga kerja 	<ol style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan harga yang terjangkau dalam mengantisipasi terhadap konsumen yang sensitif terhadap harga suatu produk (S1,T3) b. Memanfaatkan pengalaman yang dimiliki untuk mengatasi ancaman harga bahan baku yang naik dan turun (S2,T1) 	<ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan dan memperbaiki promosi dalam menghadapi konsumen yang semakin sensitif terhadap produk (W4,T3)

DAFTAR PUSTAKA

miah.pdf diakses pada tanggal 15 oktober 2020 11:23 WITA

- Ahyuna, M. Djabir Hamzah, dan M. Najib HM 2013 *Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha Di Kota Makassar*Jurnal Komunikasi KAREBA Vol.1 (2):38-40
- Antoncic, J. A and Antoncic, B. 2011. Employee Loyalty and Impact On Firm Growth. *International Journal of Management and Information System*. Vol.2(1):7-9
- Egan, Jon, 2001, *Relationship Marketing Exploring Relational Strategies in Marketing*, Prentice Hall.
- Harits, N.A. 2004. *Buku Panduan Sistem Informasi Penguatan Teknologidan Manajemen (SIPTekMan) Bagi Usaha Kecil Menengah dan Koperasi*. Jakarta : Deputy Menteri Riset dan Teknologi Bidang Pendayagunaan dan Pemasyarakatan IPTEK BPPT.
- Hermawan, 2010. *Manajemen Risiko*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Hernanto B, dan Kwartatmono D.N. 2001. Teknologi Pembuatan dan Kendala Produksi Garam di Indonesia. Prosiding Forum Pasar Garam Indonesia.
- Kartajaya, H. 2007. *Markplus on Marketing: The Second Generation*. Gramedia Pustaka Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2009. *Menejemen Pemasaran dan Promosi*, Erlangga, Jakarta.
- Mardiyatmo 2008 *kewirausahaan* <http://eprints.uny.ac.id/8760/3/bab%20%20-08404244001.pdf>. Diakses pada tanggal 15 oktober 2020 pukul 12:59 .
- Nuruk, Huda, dan Hamzah. D. 2018. *Pendugaan Umur Simpan Produk Pangan*. Universitas Bakrie. ISBN : 978-602-7989-15-3.
- Nuraini. 2017 Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Produksi Roti Wilton Kualasimpang. *Ejournal Fak.Ekonomi .Unv.Samudra* Vol 1(8):7-9.Edisi Juli 2017.
- Noah, Y. dan Steve, M. 2012. Work Environment and Job Attitude Among Employees in A Nigerian Work Organization. *Journal of Sustainable Society*. Vol.1(2):36-43.
- Neeyley dan Auken. 2010. Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Motivasi Wirausaha Terhadap Penggunaan Bootstrap Financing. <http://eprints.perbanas.ac.id/776/1/Artikelil>
- Rahmawati, R. 2018. *Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Curahan Jam Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Home Industry Olahan Singkong Di Desa Setail Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi* ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175(2018) *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Sosial Program Studi Agribisnis, Universitas Jember*.Vol.1(4):32-33
- Riyanti, B.P.D, 2003. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian.*: PT Grasindo. Jakarta
- Rapini, T. dkk 2019. *Strategi Pengembangan Produk Jipang Berbasiskan Pelatihan Manajemen Usaha dan Pemasaran Yang Kreatif*.ISSN:2580-2682 Vol.3(1):2-3.Edisi Desember 2019.
- Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekartawi.2015. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sumarni dan Sueprihanto 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar EkonoI Perusahaan)*, Edisi Ke 5. :Liberty Yogyakarta
- Singh, M., 2012. Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and SWOT Analysis (IOSRJBM)*, Vol 1(3): 40–45.
- Tjiptono, 2012.*Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif Dan Tingkatan)*<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>Diakses pada tanggal 15/10/2020 pukul13 :14
- Tiara, C.O, 2017. *Indikasi Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Aspek Tata Niaga Perdagangan Sapi Impor* jurnal Fakultas Hukum, P-ISSN : 2086-2695, E-ISSN : 2527-4716 Universitas Atmajaya Caturtunggal, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Wahyudi, A.S 2015, *Manajemen Strategik*, Jakarta, Penerbit Binarupa Aksara.