

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK NANGKA PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA “ TIARA ” DI KOTA PALU

Jackfruit Chips Business Development Strategy On the Home Industry Palu City "Tiara" In the Town of Palu

Tofan¹⁾ Alimudin Laapo²⁾ Arifuddin Lamusa²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
e-mail : thofanmuja106@yahoo.com

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
e-mail : alimudin_73@yahoo.com, e-mail : Lamusa.arif@yahoo.com

ABSTRACT

This research aims to find out how the business development strategy to make the right jackfruit can be diaplikasikan on home industry "Tiara" in the city of Palu. This research was carried out in February-March 2017, the number of respondents as many as 5 people, a digunakan analysis tool i.e. SWOT analysis, by analyzing the Internal factors and external factors of the home industry "Tiara" in the city of Palu. Based on the results of the SWOT analysis that the position of the Industrial Strategy of the household "Tiara" is located on the square I ups and opportunities (SO) the research results obtained by some business development Chief to make the right Jackfruit diaplikasikan on home industry "Tiara" in the town of Palu, namely (a) utilize the availability of raw materials to improve production in order to capture opportunities that high (b) utilize the product packaging that is attractive and affordable product pricing to menagka capture the opportunities through the development of a fast media promotion (c) continue to maintain the product quality in order to catch the existence of opportunities from the Government through the help-help as well as the activities of the Government are held as an exhibition.

Keywords: strategies to make Jack fruit, removing deprecated "Tiara", a SWOT analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha kripik nangka yang tepat dapat diaplikasikan pada Industri Rumah Tangga “Tiara” di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan Pada Bulan Februari – Maret 2017, jumlah responden sebanyak 5 orang, alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT, dengan menganalisis faktor Internal dan faktor Eksternal dari Industri Rumah Tangga “Tiara” di Kota Palu. Berdasarkan hasil analisis SWOT bahwa posisi Strategi Industri Rumah Tangga “Tiara” berada pada kuadrat I kekuatan dan peluang (SO) hasil penelitian didapatkan beberapa strategi pengembangan usaha Kripik Nangka yang tepat diaplikasikan pada Industri Rumah Tangga “Tiara” di Kota Palu yaitu (a) memanfaatkan ketersediaan bahan baku untuk meningkatkan produksi guna menangkap peluang yang tinggi (b) memanfaatkan kemasan produk yang menarik serta harga produk yang terjangkau guna menagka menangkap peluang melalui perkembangan media promosi yang cepat (c) Terus menjaga kualitas produk guna menangkap adanya peluang dari pemerintah melalui bantuan-bantuan serta kegiatan-kegiatan yang diadakan pemerintah seperti pameran.

Kata Kunci : Strategi Pengembang, Kripik nangka “Tiara”, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Strategi pengembangan usaha merupakan suatu cara bagi organisasi untuk menjalankan aktivitasnya serta target penentuan tujuan yang ingin dicapai dalam jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture (David, 2006). Strategi merupakan alat yang sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan dimasa depan yang tidak pasti dan tidak jelas. Strategi berusaha mengangkat kemanapun potensial untuk dapat beradaptasi terhadap perubahan-perubahan lingkungan dengan menimal kemungkinan kegagalan dan memaksimalkan keberhasilan mencapai tujuan (Hong alwi dan Rajendran, 2005).

Nangka adalah salah satu buah tropis yang belum mendapat prioritas, baik daerah maupun nasional tetapi berpotensi dikembangkan dalam skala agribisnis. Masyarakat umum menanam nangka hanya sebagai tanaman peneduh dipekarangan rumah ataupun sebagai tanaman tumpangsari dikebun. Masih jarang petani yang membudidayakan tanaman nangka secara khusus (Rukmana, 2002).

Nangka adalah species tanaman berbentuk pohon yang berkerabat dekat dengan cempedak, keluwih, dan sukun. Umur tanamannya panjang, dapat mencapai puluhan tahu. Tinggi tanaman dapat mencapai 25 m. Panjang buah nangka berkisar 30-90 cm, diameter 25-50 cm, dengan berat rata-rata 15-25 kg, walaupun ada yang mencapai 40-50 kg. Produksi buah nangka cukup beragam, ada yang bisa meghasilkan 60 buah perpohon per tahun.

Perkembangan tanaman nangka di Sulawesi Tengah merupakan bagian dari sektor pertanian yang dianggap pertumbuhannya paling konsistendari tahun ke tahun jika dilihat dari tanaman menghasilkan, produksi, dan hasil perpohonnya. Hal ini tertera pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan produksi tertinggi dihasilkan pada tahun 2012

sebesar 111.290 kw, dengan tanaman yang menghasilkan 55.329 pohon, dan hasil per pohonnya sebesar 2,01 kw/pohon sedangkan produksi terendah dihasilkan pada tahun 2013 sebesar 2.706 kw, dengan tanaman yang menghasilkan 53.610, dan hasil per pohonnya sebesar 0,05 kw/pohon.

Mengantisipasi turunnya harga jual produk pertanian (Nangka) serta mempertahankan perekonomian industri rumah tangga agar tetap stabil maka perludanya gagasan yang lebih luas, bermutu, dan bermanfaat serta berkualitas tinggi dengan memanfaatkan hasil pertanian dan mengolahnya menjadi keripik nangka. Kebutuhan akan keripik nangka ini biasa di jadikan cemilan setiap hari, jajanan khas dan oleh- oleh bagi keluarga. Bagi masyarakat produk keripik nangka merupakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri mulai dari rasa, penampilan dan bahan. Karena produk buah nangka diproses secara alami sehingga menghasilkan produk tanpa bahan pengawet. Sehingga permintaan keripik nagka semakin meningkat (Kurniawan, 2014).

Salah satu usaha kecil dan menengah di Kota Palu yang sedang berkembang saat ini adalah salah satunya Industri Rumah Tangga "Tiara". Industri ini memproduksi keripik nangka yang mana mendapat pemberian bantuan berupa 1 unit alat penggorengan lengkap. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (*Perindakop*) Kota Palu, menyatakan bahwa terdapat beberapa agroindustri yang memproduksi aneka keripik. Hal ini tertera pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa cukup banyak industri di Kota Palu yang memproduksi aneka keripik, salah satunya adalah industri rumah tangga "Tiara". Industri ini merupakan industri yang memproduksi keripik nangka sejak tahun 2008 dan berbagai macam keripik, diantaranya keripik Nangka, keripik Pisang dll. Industri Rumah Tangga "Tiara" merupakan salah satu industri yang mengelola Keripik Nangka di Kota Palu yang telah berproduksi

untuk mengembangkan usahanya, disaat persediaan bahan baku belum memadai. Kendala yang dihadapi oleh industri tersebut, yaitu kesulitan dalam memperoleh bahan baku dengan kualitas baik ini merupakan salah satu kelemahan atau ancaman industri RumahTangga “Tiara”. Dalam kegiatan promosikan dan pemasaran Industri “Tiara” cenderung pasif, hanya dari mulut ke mulut saja dikarenakan Industri tidak menggunakan media iklan. Hal ini mendasari peneliti untuk meneliti tentang strategi pengembangan usaha pada industri Rumah Tangga “Tiara”.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi faktor internal (Kekuatan dan kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) dalam mendukung pengembangan usaha keripik nangka pada industri “Tiara” di Kota Palu.
2. Mengetahui alternatif strategi pengembangan usaha keripik nangka pada industri “Tiara” di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada Industri “Tiara” di Kota Palu. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Industri “Tiara” ini merupakan industri rumah tangga dalam memproduksi keripik nangka yang memiliki prospek pengembangan usaha yang menjanjikan. Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Februari sampai bulan Maret 2017.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari Industri “Tiara” dengan observasi dan wawancara langsung dengan responden yaitu pemilik atau pimpinan industri dengan menggunakan daftar pertanyaan (*quesioner*). Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi yang terkait (BPS, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi beserta instansi terkait lainnya) dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tujuan penelitian ini dijawab dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha kripik nangka pada industri Kripik Nangka “Tiara”, 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, 2009).

Faktor internal terdiri atas faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Faktor kekuatan pada Industri Rumah Tamgga terdiri atas ketersediaan bahan baku, kemasan produk yang menarik, kualitas produk atau pelanggan, harga produk terjangkau, daya simpan produk tahan lama, teknologi yang digunakan (mesin), sedangkan faktor kelemahan terdiri atas lokasi usaha yang kurang strategi, belum efektif dalam melakukan promosi dan produksi masih rendah. Faktor eksternal terdiri atas faktor peluang dan ancaman. Faktor peluang pada industri permintaan yang tinggi, terbukanya peluang pasar, adanya dukungan pemerintah, dan berkembangnya media promosi sedangkan faktor ancaman pada industri Rumah Tangga “Tiara” terdiri atas munculnya industri sejenis, tingkat persaingan yang tinggi, kenaikan harga bahan baku dan selera konsumen yang berubah.

Menurut Rangkuti (2009), tahapan analisis IFAS dan EFAS yaitu dengan memberi nilai rating dan bobot. Lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis pemberian nilai rating dan bobot dala tabel IFAS dan EFAS, sebagai berikut :

1. Memberi rating (dalam kolom 3) 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 negatif kebalikannya, contohnya jika kelemahan besar sekali nilainya 1, sedangkan jika lemah nilainya 4.
- Memberi rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi eksternal pengembangan usaha kripik nangka pada industri Rumah Tangga. Pemberian 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 strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0).
 - Penentuan bobot akan dilakukan dengan jalan mengajukan indentifikasi faktor strategis internal dan eksternal kepada para responden dengan menggunakan metode “*paired comparison*” (David,2004). Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor strategis internal dan eksternal. Setiap variabel digunakan skala 1,2,3 dan 4 untuk menentukan bobot. Skala digunakan untuk menentukan bobot adalah:
 - 1 = jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertical
 - 2 = jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertical
 - 3 = jika indikator horizontal penting dari pada indikator vertical
 - 4 = jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertical

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan :

- α_i = Bobot faktor ke-i
- X_i = Rating ke-i
- $\sum X_i$ = Total Rating ke-i
- N = Jumlah Variabel
- i = 1, 2, 3,...n

Tabel 1 : Matriks SWOT.

Faktor Internal	Strength – S (Daftar Kekuatan dari Faktor Internal)	Weakness - W (Daftar Kelemahan dari Faktor Internal)
Faktor Eksternal	Opportunities – O (Daftar Peluang dari Faktor Eksternal)	Strategi WO Gunakan keuntungan/peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki
Threats – T (Daftar Ancaman dari Faktor Eksternal)	Strategi SO Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam mengambil keputusan	Strategi ST Gunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman
		Strategi WT Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Data Primer Setelah Diolah,2016.

Matriks SWOT digunakan untuk menetapkan strategi perusahaan. Matriks SWOT menghasilkan strategi dengan mencocokkan faktor eksternal kunci berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal kunci yaitu kekuatan dan kelemahan. Matriks SWOT merupakan alat yang sangat penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*) yaitu strategi untuk menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang

eksternal, Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yaitu strategi mengurangi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal, Strategi ST (*Strength-Threats*) yaitu strategi menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal dan Strategi WT (*Weakness-Threats*) yaitu strategi mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (David, 2004). Bentuk matriks Swot dapat terlihat pada Tabel 1.

Tabel 2. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Industri Rumah Tangga “Tiara”

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan bahan baku b. Kemasan produk menarik c. Kualitas produk yang mempunyai ciri khas d. Harga produk terjangkau <p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi usaha yang kurang strategis b. Promosi belum efektif dan meluas c. Kurangnya tenaga kerja d. Teknologi belum memadai 	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pasar yang luas dan terbuka b. Adanya dukungan pemerintah a. Berkembangnya media promosi d. Banyaknya skim kredit yang dikeluarkan pihak bank <p>Ancaman (<i>Threaths</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Adanya pesaing dengan industri sejenis b. Bahan mentah yang berkualitas semakin sulit diperoleh c. Selera konsumen yang berubah d. Kenaikan harga bahan baku

Sumber: Data Primer Setelah Diolah,2016.

Tabel 3. Analisis SWOT matriks IFAS(*Internal Factor Analisis Summary*) Industri Keripik Nangka “Tiara”

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
1. Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
a. Menggunakan bahan baku	0,18	4	0,72
b. Kemasan produk menarik	0,14	3	0,42
c. Kualitas produk yang mempunyai ciri khas	0,16	3	0,48
d. Harga produk terjangkau	0,15	3	0,45
Sub Total I	0,63	13	2,07
2. Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
a. Lokasi usaha yang kurang strategis	0,09	2	0,18
b. Promosi belum efektif dan meluas	0,09	2	0,18
c. Kurangnya tenaga kerja	0,10	2	0,20
d. Teknologi belum memadai	0,09	2	0,18
Sub Total II	0,37	8	0,74
Total (1+2)	1	21	2,81
Sumbu X (Sub total 1-Sub total			1,33

Sumber : Data primer setelah diolah 2017.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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 usaha Kripik Nangka. Hasil identifikasi faktor Internal dan Eksternal dapat dilihat pada tabel 2.

Setelah faktor-faktor strategis internal pada Industri “Tiara” teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFE (*Analisis Internal Factors Evaluation*). Berdasarkan hasil perhitungan setiap *Rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai faktor internal pembobotan untuk masing-masing nilai faktor internal Terlihat Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor Internal tabel IFAS yaitu sebesar 2,81 dengan koefisien Kekuatan (*Strenghts*) sebesar 2,07 dan koefisien Kelemahan (*Weakness*) sebesar 0,74. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh Industri Tiara lebih besar dari faktor kelemahan, oleh karena itu Industri Tiara dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahanyang ada untuk mengembangkan usaha kedepanya.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai *rating* dan bobot dari faktor internal Industri Tiarsa, diperoleh hasil dari pengurangan antara total skot faktor Kekuatan (*Strenghts*) dan total skor faktor Kelemahan (*Weakness*). Hasil pengurangan yaitu $2,07 - 0,074 = 1,33$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam Diagram SWOT adalah 1,33.

Tabel 5 menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor Eksternal tabel EFES yaitu sebesar 2,75 dengan koefisien peluang (*Opportunity*) sebesar 1,53 dan koefisien Ancaman (*Threats*) sebesar 1,22. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang

dimiliki oleh industri rumah tangga “Tiara” lebih besar dari faktor Ancaman, oleh karena itu industri rumah tangga “Tiara” dapat lebih memanfaatkan faktor peluang yang dimiliki untuk mengatasi faktor ancaman yang ada untuk mengembangkan usaha kedepanya. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai perhitungan dari nilai *rating* dan bobot dari faktor Eksternal Industri rumah tangga “Tiara” diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor Peluang (*Opportunity*) dan total skor faktor Ancaman (*Threats*). Hasil pengurangan yaitu $1,53 - 1,22 = 0,31$ yang dijadikan sebagai sumbu vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam SWOT adalah 0,31.

Hasil kualitatif antara faktor internal faktor eksternal yang berada pada usaha kripik nangka industri “Tiara” titik tersebut dapat dijadikan acuan dalam menentukan perumusan strategi dilihat dari sisi letak kuadrannya. Berdasarkan hasil pembobotan dapat disimpulkan bahwa total skor faktor internal yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar (1,33), sedangkan total faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara total faktor ancaman dan total faktor peluang sebagai sumbu Y yaitu sebesar (0,31) Terlihat tabel 3.

Berdasarkan tahapan dalam analisis SWOT, setelah analisis IFE dan EFE pada Tabel 10 dan Tabel 11 dan diagram SWOT pada gambar 6, maka tahap selanjutnya adalah membuat diagram matriks SWOT. Tujuan diagram matriks SWOT adalah untuk menetapkan strategi S-O (Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam mengambil keputusan), W-O (Gunakan peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki) S-T (Gunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman) dan strategi W-T (Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman).

Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal pada industri Tiara, maka dapat digunakan

pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang. Dari hasil kuadran diagram

SWOT pada Gambar 6, maka penetapan strategi yang dapat digunakan pada industri “Tiara” yaitu strategi SO.

Tabel 4. Analisis SWOT matriks EFAS(*External Factors Analisy Summary*) Industri Rumah Tangga “Tiara”

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
1 Peluang (<i>Opportunity</i>)			
a. Pasar yang luas dan terbuka	0,13	3	0,39
b. Adanya dukungan pemerintah	0,12	3	0,36
c. Berkembangnya media promosi	0,12	3	0,36
d. Banyaknya skim kredit yang dikeluarkan pihak bank	0,14	3	0,42
Sub Total I	0,51	12	1,53
2 Ancaman (<i>Threats</i>)			
a. Adanya pesaing dengan industri sejenis	0,12	3	0,36
b. bahan mentah yang berkualitas semakin sulit diperoleh	0,11	3	0,33
c. Selera konsumen yang berubah	0,11	3	0,33
d. Kenaikan harga bahan baku	0,10	2	0,20
Sub Total II	0,44	11	1,22
Total (1+2)	1	23	2,75
Sumbu Y (Sub total 1- Sub total 2)			0,31

Sumber: Data primer setelah diolah 2017.

Tabel 5. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Kripik Nangka pada Industri “Tiara”

	IFAS	Kekuatan (<i>Strengths</i>) a. Menggunakan buah nangka b. Kemasan produk menarik c. Kualitas produk yang mempunyai ciri khas d. Harga produk terjangkau	Kelemahan (<i>Weakness</i>) a. Lokasi usaha yang kurang strategis b. Promosi belum efektif dan meluas c. Kurangnya tenaga kerja d. Teknologi belum memadai
	EFAS	Strategi (S-O) a. Menggunakan buah nangka asli dalam memproduksi kripik nangka b. Meningkatkan kualitas produk yang mempunyai ciri khas c. Memiliki harga yang terjangkau dikalangan masyarakat sehingga memungkinkan produk tersebut dapat dipasarkan diberbagai kalangan	Strategi (W-O) a. Memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan cara menambah tenaga kerja agar mampu memenuhi permintaan pasar b. Memanfaatkan dukungan dari pemerintah untuk memasarkan produk melalui pameran yang di bentuk oleh pemerintah c. Memanfaatkan skim kredit yang dikeluarkan oleh pihak bank agar dapat mendukung dana yang digunakan oleh industry

Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan oleh industri rumah tangga “Tiara” karena strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki strategi pengembangan usaha kripik nangka pada industri “Tiara” dapat dilihat pada.

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha terletak pada strategi S-O. Perusahaan berada pada pertumbuhan yang dinamis pada strategi, dimana nilai dari kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) lebih besar dibanding nilai kelemahan (*weakness*) dan nilai ancaman (*threats*) terlihat tabel 5.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa. Strategi pengembangan usaha kripik nangka yang dapat diaplikasikan pada industri “Tiara” yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Strategi S-O). Posisi kuadran berada pada kuadran satu atau pada posisi terdiri dari strategi yaitu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Menggunakan buah nangka asli dalam memproduksi kripik nangka atau dalam mengolah buah nangka tanpa menggunakan bahan campuran lain, meningkatkan kualitas produk yang mempunyai ciri khas sehingga dapat bersaing dengan industri-indurti kripik yang ada di Kota Palu, memiliki harga yang terjangkau dikalangan masyarakat sehingga memungkinkan produk tersebut dapat dipasarkan diberbagai kalangan. Terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk sehingga menjadi produk unggulan di Kota Palu.

Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas Industri rumah tangga “Tiara” perlu meningkatkan produk kripik nangka, sehingga dapat meningkatkan permintaan yang tinggi, serta meningkatkan kerja sama dengan pihak pemerintah, guna mendukung program pengembangan usaha kripik nangka pada Industry Rumah Tangga “Tiara” di Kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Tirsa Pele. (2013) .*Strategi Pengembangan Kripik Singkong Balado Pada UKM “Puding Mas” Dikota Palu. Junrnal Agrotekbis Vol. 1 (5) Desember 2013, Hal 457-463.*
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategi*, Edisi Kesembilan. PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta
- David, F. R, 2006. *Konsep Manajemen Strategi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Hong GS, Alwi JR, dan Rajendra K. 2005. *Beyond Book Value. Lessons Learned From PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Ray Indonesia*. Jakarta
- Kurniawan, A. 2014. *Pengembangan Usaha Kripik Nangka. Proposal Program Studi Kewirausahaan IBI Darmajaya.*
- Marzuki, 2013. *Analisis Profitabilitas pada Usaha Peternakan Sapi Perah*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Semarang. *Jurnal Agribisnis 4 (2) : 18-29.*
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rukmana, R.2000. *Budidaya Nangka*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Saragih, 2000. *Pengembangan Agroindustri Melalui Peneliti Pengembangan Produk Yang Intensif dan Berkesinambungan*. *Jurnal Agroekonomi* Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UGM. Yogyakarta. 7 (1) :181-188.
- Ulima Mandasari.,Lubis Satia.,dan Supriana, 2014. *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Produk Olahan Kopi Bubuk Arabika (Coffea Arabica) di Desa Sait Buttu Saribu Kabupaten Simalungun*. *Jurnal Skripsi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara*. Maret (1). 76-88.

