

ANALISIS STRATEGI USAHA CAMILAN JAGUNG CAP BINTANG 9 DI DESA MANDING TIMUR KECAMATAN MANDING KABUPATEN SUMENEP.

Nurul Annisa Faradila¹⁾

¹⁾ Mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,
email: Nurulspectra30@gmail.com

ABSTRAK

Jagung merupakan salah satu komoditas tanaman palawija utama di Indonesia yang kegunaannya relatif luas, terutama untuk konsumsi manusia dan kebutuhan bahan pakan ternak. Jagung juga merupakan komoditas yang diminta di pasar dunia. Namun, jagung di Indonesia sebagaimana umumnya komoditas pangan lainnya merupakan hasil produksi petani-petani skala kecil. Komoditas jagung dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam berbagai bentuk olahan, tidak hanya sebagai pangan pokok tetapi juga sebagai lauk-pauk, makanan selingan, dan bahan setengah jadi yang dihasilkan oleh beragam jenis industri dan skala usaha. Salah satu yang memproduksi camilan jagung khususnya di daerah Sumenep yaitu camilan jagung cap bintang 9 yang berada di Desa Manding Timur Kecamatan Manding. Usaha jagung manding cap bintang 9 dalam menjalankan usahanya diperlukan sekali strategi usaha untuk mengembangkan usaha camilan jagung tersebut sehingga keuntungan yang diperoleh berdampak pada perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha camilan jagung cap bintang 9 di Desa Manding Timur Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep. (2) Untuk mengetahui alternatif strategi usaha camilan jagung cap bintang 9 di Desa Manding Timur, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan dengan sengaja (purposive) berdasarkan pertimbangan bahwa usaha camilan jagung cap bintang 9 merupakan salah satu usaha yang memproduksi camilan jagung. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dan matriks SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha camilan jagung cap bintang 9 memperoleh nilai IFAS sebesar 3,11 sedangkan memperoleh nilai EFAS sebesar 2,616 yang artinya nilai tersebut menempatkan usaha camilan jagung dalam posisi White Area (Bidang Kuat-Berpeluang). Dengan demikian, usaha camilan jagung cap bintang 9 di Desa Manding Timur Kecamatan Manding memiliki peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Matriks SWOT, Strategi Usaha, Camilan Jagung.

PENDAHULUAN

Salah satu hasil dari pertanian yaitu tanaman jagung. Tanaman jagung yaitu sebagai komoditas serta program

unggulan cukup beralasan, karena manfaatnya yang serba guna. Keuntungan agroindustri olahan jagung merupakan selisih antara besarnya jumlah nilai penerimaan dengan

besarnya jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Besarnya keuntungan yang diterima dapat digunakan sebagai tolok ukur dalam melihat perkembangan agroindustri olahan jagung tersebut dalam jangka panjang. Selanjutnya industri olahan jagung skala kecil dapat ikut memperluas lapangan kerja. Dengan sasaran akhir dapat memberikan dampak dan kontribusi dari agroindustri olahan jagung secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap perekonomian nasional.

Jagung merupakan salah satu komoditas tanaman palawija utama di Indonesia yang kegunaannya relatif luas, terutama untuk konsumsi manusia dan kebutuhan bahan pakan ternak. Jagung juga merupakan komoditas yang diminta di pasar dunia. Namun, jagung di Indonesia sebagaimana umumnya komoditas pangan lainnya merupakan hasil produksi petani-petani skala kecil. Instrumen kebijakan strategis diperlukan untuk meningkatkan pendapatan petani dan produksi jagung, karena dengan kebijakan *business as usual*, laju peningkatan produksi tidak akan dapat mengimbangi laju peningkatan permintaan (Kasryno et al. 2002).

Komoditas jagung dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam berbagai bentuk olahan, tidak hanya sebagai pangan pokok tetapi juga sebagai lauk-pauk, makanan selingan, dan bahan setengah jadi yang dihasilkan oleh beragam jenis industri dan skala usaha (Ariani dan Pasandaran 2005).

Salah satu tanaman jagung yang dapat diolah menjadi camilan yaitu camilan jagung yang banyak sekali disukai oleh masyarakat sekitar, selain rasanya yang enak camilan jagung juga

dapat dijadikan menu hidangan disaat-saat tertentu. Camilan jagung ini adalah salah satu dari sekian banyak usaha yang di jadikan sumber pendapatan bagi masyarakat.

Salah satu yang memproduksi camilan jagung khususnya di daerah sumenep yaitu camilan jagung Cap Bintang 9 yang berada di Desa Manding Timur Kecamatan Manding. Usaha camilan jagung Cap Bintang 9 dalam menjalankan usahanya diperlukan sekali strategi usaha untuk mengembangkan usaha camilan jagung sehingga keuntungan yang diperoleh berdampak pada perusahaan tersebut. berdasarkan latar belakang tersebut, maka saya tertarik untuk meneliti usaha camilan jagung Cap Bintang 9 dengan judul “Analisis Strategi Usaha Camilan Jagung Cap Bintang 9 di Desa manding Timur Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep”.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Manding Timur, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep, tepatnya pada Usaha Camilan Jagung Cap Bintang 9. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa Usaha Camilan Jagung Cap Bintang 9 merupakan salah satu usaha yang memproduksi camilan jagung di desa Manding Timur Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep dan produksinya setiap hari. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi yang efektif akan memaksimalkan kelemahan dan ancaman, hal ini berdasarkan asumsi Analisis SWOT. Tahap yang dilakukan dalam analisis ini adalah

mengidentifikasi faktor-faktor kondisi lingkungan internal dan eksternal dari usaha camilan jagung di Kecamatan Manding Timur. faktor-faktor tersebut dijelaskan pada Tabel 4.1. dan Tabel 4.2.

Tabel 4.1. Faktor-faktor Strategi Internal Camilan Jagung

No	Kekuatan		Bobot	Rating	Nilai
1	Mempunyai Karakter Rasa	S1	0,093	3	0,279
2	Modal Cukup	S2	0,093	3	0,279
3	Harga Bahan Jagung Murah	S3	0,125	4	0,5
4	Produk Tahan Lama	S4	0,093	3	0,279
5	Produk Tidak Mudah Rusak	S5	0,093	3	0,279
Jumlah			0,497	16	1,616
No	Kelemahan		Bobot	Rating	Nilai

1	Manajemen Perusahaan Sederhana	W1	0,071	2	0,142
2	Sistem Pemasaran Yang Kurang Baik	W2	0,071	2	0,142
3	Tenaga Kerja Tidak Mempunyai Skill	W3	0,107	3	0,321
4	Produktivitasnya Rendah	W4	0,142	4	0,568
5	Jumlah Tenaga Kerja Terbatas	W5	0,107	3	0,321
Jumlah			0,498	14	1,494
Total			0,995	30	3,11

No	Peluang		Bobot	Rating	Nilai
1	Peluang Pasar Luas	O1	0,133	4	0,532
2	Permintaan Meningkat	O2	0,1	3	0,3
3	Kepercayaan Konsumen	O3	0,1	3	0,3

4	Kebijakan Pemerintah	O4	0,1	3	0,3
5	Jumlah Penduduk semakin Meningkat	O5	0,066	2	0,132
Jumlah			0,499	15	1,564

No	Ancaman		Bobot	Rating	Nilai
1	Adanya Harga Produk lain Yang Murah	T1	0,055	1	0,055
2	Banyaknya Pesaing Produk Sejenis	T2	0,055	1	0,055
3	Konsumen Yang Beralih ke Produk Lain	T3	0,111	2	0,222
4	Pesaing Yang Lebih Dulu Memanfaatkan Informasi pasar Dalam Memasarkan Produknya	T4	0,111	2	0,222
5	Aspek Cuaca	T5	0,166	3	0,498
Jumlah			0,498	9	1,052
Total			0,997	24	2,616

Hasil perhitungan nilai faktor-faktor kondisi internal dan eksternal pada UD. Cap Bintang 9 (Lampiran 3), maka dapat dikompilasikan ke dalam matrik posisi kompetitif relatif pada gambar 4.2.

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor internal yang diperoleh nilai IFAS sebesar 3,11 dan hasil analisis faktor-faktor eksternal yang diperoleh nilai EFAS sebesar 2,616. Nilai tersebut menempatkan usaha camilan jagung dalam posisi White) Area (Bidang Kuat-Berpeluang), artinya usaha camilan jagung memiliki peluang pasar yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya. kekuatan yang dimiliki usaha camilan jagung yaitu: mempunyai karakter rasa, modal cukup, harga bahan jagung murah, produk tahan lama, produk tidak mudah rusak. Sedangkan peluang yang dimiliki yaitu: peluang pasar luas,

permintaan meningkat, kepercayaan konsumen, kebijakan pemerintah, jumlah penduduk semakin meningkat. Strategi yang agresif dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada adalah fokus strategi yang tepat bagi usaha camilan jagung dalam mengembangkan usahanya.

Alternatif Strategi Pengembangan Camilan Jagung

a. STRATEGI S-O

Mempertahan kualitas produk sehingga kepercayaan konsumen tetap ada. Bentuk strategi ini berupa upaya mempertahankan kualitas produk camilan jagung yang dapat dilakukan dengan cara lebih memperhatikan bahan baku yang akan diolah terutama bahan baku utama yaitu jagung dan juga kemasan dari camilan jagung yang higienis agar kepercayaan konsumen tetap ada.

- Meningkatkan kualitas produksi

- jagung petani lokal agar menjadi suplayer utama bahan baku produksi.
- 2) Bentuk strategi ini berupa meningkatkan kualitas produksi jagung petani lokal yang merupakan peran dari pemerintah dan instansi terkait dalam memberikan pembinaan dan penyuluhan bagi petani jagung agar menghasilkan jagung dengan kualitas yang baik sehingga bisa menjadi suplayer utama bahan baku produksi.
 - 3) Memperluas cakupan pasar Selama ini usaha camilan jagung telah memiliki konsumen tetap. Namun melihat potensi yang ada, memperluas cakupan pasar merupakan suatu langkah yang sangat berarti bagi perkembangan usaha camilan jagung. cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menarik konsumen di daerah lain dan memasarkan ke luar kota.
- b. STRATEGI W-O
- 1) Peningkatan kualitas SDM Strategi ini berupa pemberian pelatihan. Bentuk pelatihan yang diberikan tidak hanya terbatas pada bidang produksi saja, tetapi juga dalam hal manajemen keuangan, pemasaran, dan pengolahan camilan jagung.
 - 2) Meningkatkan hasil produksi maupun pemasaran Meningkatkan hasil produksi maupun pemasaran usaha camilan jagung dilakukan dengan menambah hasil produksi dari camilan jagung maupun menambah relasi untuk memasarkan camilan jagung.
- c. STRATEGI S-T
- 1) Meningkatkan kualitas terhadap kemasan
- Peningkatan kualitas terhadap kemasan dilakukan dengan cara melakukan perbaikan terhadap kemasan camilan jagung yang terdiri dari label serta kemasan yang tidak mudah rusak dan tahan lama. Serta membuat kemasan yang lebih menarik, baik dari sisi desain, warna, ukuran.
- 2) Menjaga system pelayanan terhadap konsumen Strategi yang dilakukan untuk menjaga sistem pelayanan terhadap konsumen pelayanan kepada konsumen adalah dengan cara pemberian petunjuk mengenai karakteristik camilan jagung yang baik, pemberian informasi manfaat camilan jagung, layanan pesan antar untuk konsumen yang merasa kesulitan menjangkau lokasi, serta berbagai bentuk jasa pelayanan lain yang dapat memuaskan konsumen.
 - 3) Memperkuat system pemasaran terhadap distributor produksi
 - 4) Memperkuat system pemasaran terhadap distributor produksi merupakan bentuk strategi yang dilakukan dengan cara mempertahankan dan memperkuat pemasaran dari distributo produksi camilan jagung ke konsumen, toko-toko camilan dan pelanggan tetap.
- d. STRATEGI W-T
- 1) Pemberian pembinaan dan pelatihan bagi pemilik usaha strategi ini berupa pemberian pembinaan dan pelatihan bagi pemilik usaha camilan jagung. Bentuk pembinaan dan pelatihan yang diberikan yaitu pelatihan teknologi produksi tepat guna, menciptakan pola kemitraan usaha, dan pengendalian mutu produk. tujuan dari pembinaan adalah

keberlanjutan dan pengembangan usaha.

- 2) Meningkatkan promosi produk strategi yang digunakan dalam meningkatkan promosi produk adalah memperkenalkan produk pada pameran tingkat lokal maupun nasional serta perluasan pemasaran camilan jagung.
- 3) Melakukan perbaikan dalam hal manajemen SDM
- 4) Bentuk strategi ini dapat berupa pengelolaan yang komprehensif dan berkelanjutan terhadap pemanfaatan sumber daya manusia. Hal ini dilakukan agar usaha camilan jagung dapat berjalan terus dan mampu meningkatkan pendapatan pemilik usaha camilan jagung.

KESIMPULAN

1. Pada usaha camilan jagung Cap Bintang 9 kekuatan yang harus dipertahankan dari internal perusahaan yaitu produk camilan jagung yang tahan lama serta produk yang tidak mudah rusak.
2. Kelemahan yang harus diminimalkan dari internal perusahaan yaitu sistem pemasaran yang kurang baik, sedangkan peluang yang harus dimanfaatkan dari eksternal perusahaan adalah peluang pasar yang luas dan permintaan yang meningkat dari camilan jagung Cap Bintang 9.
3. Ancaman yang harus diatasi dari eksternal perusahaan adalah banyaknya pesaing produk sejenis. camilan jagung cap bintang 9 adalah strategi S-O dimana strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki

perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Astrina dan martina, 2017. *Pengembangan Agroindustri Pangan Lokal Melalui Peningkatan Jaminan Mutu Pruduk dan Pengelolaan Keuangan*. file:///C:/Users/ASU S/Downloads/4516-12965-1-SM.pdf. Diakses pada tanggal 28 Februari 2019

Ariani dan Pasandaran, 2005. *Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/323503820> Strategi Pengembangan Agri bisnis Jagung di Indonesia Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2019

Anonima . 2011. *Budidaya Tanaman Jagung (Zea mays L.)*. Tersedia <http://www.ngambarsari.com/2011/04/budidaya-tanaman-jagung-zeamays-.html>. Diakses tanggal 10 Maret 2019.

Kasryno et al. 2002. *Strategi Indonesia* <https://www.researchgate.net/publication/323503820> Strategi Pengembangan Agri bisnis Jagung di Indonesia Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2019

Masnia, Samsudin. 2013. *Pemanfaatan Jagung Dalam Pembuatan Aneka Macam Olahan Untuk Memperluas Ketahanan Pangan*, Seminar Nasional Serealialia. Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2019

- Melkior N.N Sitokdina. 2016. *Strategi Pengembangan e- culture berbasis Ap Iwoll Menggunakan Secimodel*, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Sala Tiga. Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2019
- MA Arafat, 2009. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi PendidikanP- ISSN: 2548-7094 E-ISSN 2614-8021* Volume 4, No 1, Januari-Juni 2019 file:///C:/Users/ASUS/Downloads/2474-3658-1-PB.pdf Diakses Pada Tanggal 15 Juni 2019
- Makmur dan Saprijal, 2015. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos. Vol.3Pearch II dan Robinson (2007) <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7623/10/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf> Diakses Pada Tanggal 29 Juni 2019
- Nurricana, Swurani. 2016. *Teknologi Pengolahan Jagung*. Balai Besar Penelitian Dan Pengembangan Pasca Panen, Bogor Balai Penelitian Tanaman Serealia, Maros. Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2019
- Nasrudin, dkk. 2012. *Strategi Pengembangan Kawasan Jasa Dan Perdagangan Di Kecamatan Pamulang Barat Kota Tangerang Selatan (Studi Kasus Jalan Pamulang)*.
- Nur Richana dan Suarni, 2005. *Teknologi Pengolahan Jagung* <http://balitsereal.litbang.pertanian.gocontent/uploads/2016/11/dua tiga.pdf> Diakses Pada Tanggal 23 juli 2019.
- Quinn dalam YA Untoro, 2011. *ManajemenStrategi, Pengertian Raya, Kelurahan Pamulang Barat*. Jurnal Planesa Volume 3 Nomor 2. Tangerang Selatan. Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2019.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis. PT Ikrar Mandiriabadi. Jakarta.