

STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA ROTI PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA AISYAH BAKERY DI KOTA PALU

The Strategy of Increasing Bread Business Revenue in Aisyah Bakery Home Industry in Palu City

Nurafiah Huraerah ¹⁾, Max Nur Alam ²⁾, Dance Tangkesalu ²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

E-mail: nurafiahhuraerah@yahoo.com

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

E-mail: max.nuralam@yahoo.com, E-mail: dancetangkesalu@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the level of bread business income in the Aisyah Bakery home industry and how the right strategy to be applied in increasing bread business income in the Aisyah Bakery home industry in Palu City. This research was chosen deliberately (purposive). The number of respondents was 10 people consisting of 1 industry leader, 2 workers, 1 intermediary trader, 4 consumers, and 2 employees of Palu City Industry and Trade. The analysis used is income analysis and SWOT analysis. The income is Rp. 5.474.887. The total value obtained by the IFAS table is 3.24 with a strength score of 1.35 and a weakness score of 1.89, while the total value obtained by the EFAS table is 3.29 with an opportunity score of 2,33 and a threat score of 0,96. Based on the calculation of the rating value and internal factor weights of the strategy of increasing bread business income in the Aisyah Bakery home industry as the X axis is -0.54, while the external factors in the Aisyah Bakery home industry as the Y axis are 1.37. The right income increase strategy for the bread business in the Aisyah Bakery home industry is the WO strategy.

Keywords: Strategy, Income, Bread

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui tingkat pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery dan bagaimana strategi yang tepat untuk diterapkan dalam peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery di Kota Palu. Penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*). Jumlah responden 10 orang yang terdiri dari 1 pimpinan industri, 2 orang tenaga kerja, 1 orang pedagang perantara, 4 orang konsumen, dan 2 orang pegawai perindagkop Kota Palu. Analisis yang digunakan adalah analisis pendapatan dan analisis SWOT. Pendapatan diperoleh sebesar Rp. 5.474.887,-. Total nilai yang diperoleh tabel IFAS yaitu sebesar 3,24 dengan skor kekuatan 1,35 dan skor kelemahan sebesar 1,89, sedangkan total nilai yang diperoleh tabel EFAS yaitu sebesar 3,29 dengan skor peluang 2,33 dan skor ancaman sebesar 0,96. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery sebagai sumbu X yaitu -0,54, sedangkan faktor eksternal pada industri rumah tangga Aisyah Bakery sebagai sumbu Y yaitu 1,37. Strategi peningkatan pendapatan yang tepat untuk usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery adalah strategi WO.

Kata Kunci : Strategi, Pendapatan, Roti.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri di Indonesia saat ini semakin maju, hal ini terbukti dengan banyaknya industri-industri baru yang mengelola berbagai macam produk olahan jadi maupun mentah, dengan demikian kebutuhan akan faktor-faktor produksi di Indonesia menjadi bertambah banyak. Pembangunan sektor industri tidak saja ditujukan pada industri besar dan sedang, perhatian yang sepadan juga diarahkan pada industri kecil dan menengah (Lutfia, 2011).

Industri makanan dan minuman merupakan penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia, sehingga peranannya masih perlu ditingkatkan dalam membantu pertumbuhan ekonomi, peran peningkatan tersebut dengan cara melihat masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh pemilik industri makanan dan minuman yang ada di Indonesia. Seiring perkembangan bisnis yang di sertai persaingan yang begitu ketat sehingga menimbulkan beberapa masalah di antaranya keterbatasan sumber daya yang digunakan menyebabkan pelaku industri kecil berusaha keras untuk bertahan dalam persaingan pasar, untuk mengatasi hal seperti ini pemilik usaha harus mampu dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien dalam perusahaan dalam mencapai keuntungan maksimal (Firdaus, 2010).

Industri rumah tangga adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Industri rumah tangga (*home industry*) diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi dan pendapatan pelaku industri rumah tangga. Pengembangan bisnis kecil dapat meningkatkan pertumbuhan dan mengubah struktur ekonomi nasional menjadi lebih kokoh dan berimbang. Hasil ini diperoleh karena masyarakat berperan aktif dalam pengembangan usaha nasional yang didukung oleh kebijaksanaan yang lebih kondusif (Arumdyan, 2011).

Sejak dahulu, produk roti merupakan produk yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Namun, kebanyakan industri bakery masih menjual produknya dengan sistem yang sama, yaitu dengan menjual di outlet yang tidak memiliki tempat untuk menikmati produk bakery langsung di tempatnya. Produk yang disediakan oleh bakery dengan jenis seperti ini dimaksudkan untuk dibawa pulang dan dikonsumsi dirumah. Kemudian industri bakery semakin lama semakin berkembang dan mulai ada usaha bakery yang menyediakan tempat untuk menikmati produk bakery yang mereka produksi langsung ditempatnya. Tempat ini biasanya dibuat senyaman mungkin yang tidak hanya difungsikan sebagai tempat makan, tetapi sebagai tempat bersantai dan mengobrol sambil menikmati produk-produk bakery Roti adalah makanan yang terbuat dari tepung terigu, air, dan ragi yang pembuatannya melalui tahap pengulenan, fermentasi (pengembangan), dan pemanggangan dalam oven. Bahan dan proses yang dilaluinya membuat roti memiliki tekstur yang khas. Dilihat dari cara pengolahan akhirnya, roti dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu roti yang dikukus, dipanggang, dan yang digoreng. Bakpao dan mantao adalah contoh roti yang dikukus. Donat dan panada merupakan roti yang digoreng. Sedangkan aneka roti tawar, roti manis, pita bread, dan *baquette* adalah roti yang dipanggang (Trustinah, 2005).

Persaingan bisnis telah mendorong menuju ketinggian yang baru karena adanya perpaduan antara perkembangan teknologi dengan tingkat kepuasan pelanggan. Banyaknya industri berlomba-lomba untuk menarik minat pelanggan dengan menjual produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau dan dapat terpenuhi tepat pada waktunya. Apabila industri dapat beroperasi dengan efektif, maka aktivitas berproduksi dapat mendatangkan kemungkinan penurunan biaya produksi yang pada akhirnya harga jual produk yang

dihasilkan oleh industri tersebut mampu bersaing dan juga mampu memenuhi permintaan pelanggan tepat pada waktunya (Alicia, 2012).

Salah satu industri roti yang ada di Kota Palu yaitu industri Aisyah Bakery yang terletak di Jalan Mandala No. 99 tepatnya belakang Balai Karantina Pertanian Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Berikut ini adalah data industri roti dan kue yang ada di Kota Palu terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa cukup banyak industri di Kota Palu yang memproduksi produk roti. Salah satunya adalah Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery yang terletak di Jalan Mandala No.99 yang berdiri pada tahun 2008, industri ini merupakan industri rumah

tangga yang memproduksi jenis roti panggang yang merupakan produk unggulannya.

Tabel 2 menunjukkan bahwa kapasitas produksi roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery mengalami penurunan, terlihat pada bulan Januari dan Februari 2019 industri tersebut memproduksi sebanyak 15.600 kemasan, namun pada bulan Maret dan April 2019 kapasitas produksinya menurun sebanyak 1.300 kemasan. Pada bulan Mei 2019 kapasitas produksi industri tersebut semakin menurun sebanyak 2.600 kemasan. Hal itu disebabkan karena naiknya harga bahan baku dan bahan pelengkap sehingga hal ini menjadi salah satu ancaman bagi Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery.

Tabel 1. Nama-Nama Industri Roti dan Kue Yang Ada di Kota Palu, 2018.

No	Nama Industri	Alamat	Jenis Produk
1	Aisyah Bakery	Jl. Mandala No. 99	Roti
2	Bakery Coco	Jl. Bali No. 21	Roti dan Kue
3	Basma Bakery	Jl. Cemara I No. 144	Roti dan Kue
4	Bon-bon Cafe	Jl. W. Monginsidi No. 70	Roti dan Kue
5	Hosanna Bakery	Jl. Monginsidi No. 85	Roti dan Kue
6	Roti Cocola	Jl. Palu Nagaya 626/627	Roti, coklat, mocca dan vanilla
7	Roti Mandiri	Jl. Batu Bata Indah	Roti dan Aneka keripik
8	UD. Syariah	Jl. Cemara I No. 12	Roti mocca, coklat dan roti tawar
9	UD. Boga Nila Sari	Jl. Asam I No. 12	Roti dan Kue
10	Warda Bakery	Jl. Belibis	Roti dan Kue kering

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Palu, 2018.

Tabel 2. Kapasitas Produksi Roti Pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery, 2019.

No	Bulan	Kapasitas Produksi (Kemasan)
1	Januari	15.600
2	Februari	15.600
3	Maret	14.300
4	April	14.300
5	Mei	13.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tujuan keseluruhan aktifitas dari suatu usaha adalah untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery telah berjalan selama hampir 12 tahun yang seharusnya sudah memiliki pendapatan yang tinggi dan kapasitas produksi yang meningkat, namun pada kenyataannya kapasitas produksi yang dimiliki menurun. Besarnya biaya bahan-bahan pembuatan roti akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh dan belum sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu diperlukan alternatif strategi yang tepat yang dapat mendukung peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa besar pendapatan usaha roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Kota Palu ?
2. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan usaha roti yang tepat dapat diaplikasikan pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Kota Palu ?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui pendapatan usaha roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Kota Palu.
2. Mengetahui strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Jalan Mandala, Kelurahan Birobuli Utara, Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery

merupakan salah satu industri roti yang ada di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2019

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*Purposive*), yang dilakukan dengan mewawancarai yaitu sebanyak 10 orang yang akan dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu 1 orang pemilik industri dan 2 orang tenaga kerja dari Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery. Responden dari pihak eksternal yaitu 4 orang konsumen, 1 orang pedagang perantara dan 2 orang pegawai dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dengan pertimbangan bahwa responden sangat berkompeten untuk memberikan informasi sehubungan dengan kegiatan penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung pada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionary*), dan data sekunder diperoleh dari literatur, dan beberapa instansi terkait langsung dengan penelitian ini.

Analisis Data

Analisis Pendapatan. Analisis pendapatan adalah analisis yang digunakan untuk melihat seberapa besar pendapatan pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery. Pendapatan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Pendapatan (Rp)

TR = Total Revenue/jumlah penerimaan (Rp)

TC = Total Cost/jumlah biaya (Rp)

Dimana :

$$TR = P \cdot Q$$

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

P = Harga

Q = Produk

TC = Total Biaya
FC = Biaya Tetap
VC = Biaya Variabel.

Analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan dalam mencapai tujuan penelitian ini. Tahapan analisis SWOT dalam menyusun perencanaan strategi sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery yang berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman. Faktor ini dibuat dalam bentuk matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

2. Tahap Analisis

Menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, cara penentuan berdasarkan pengamatan lapangan untuk menentukan urutan prioritas yaitu faktor mana yang paling berpengaruh dan tidak berpengaruh. Total bobot sebesar satu untuk masing-masing kondisi (internal dan eksternal), selanjutnya memberi rating nilai secara obyektif (Yantu, 2012), yaitu nilai rating dengan skala 1,2,3,4 dengan kualifikasi sebagai berikut :

- a. Skor 1 = tidak berpengaruh
- b. Skor 2 = kurang berpengaruh
- c. Skor 3 = berpengaruh
- d. Skor 4 = sangat berpengaruh

Pemberian nilai rating berbanding terbalik antara peluang dan ancaman, juga antara kekuatan dan kelemahan. Semakin mendekati kenyataan, maka nilai peluang dan kekuatan semakin besar sehingga nilai kelemahan dan ancaman semakin kecil (Rangkuti, 2009)

3. Setelah pemberian rating, ditentukan bobot dari setiap rating. Menurut Yantu (2012), terdapat dua metode penentuan bobot yaitu metode obyektif dan metode

subyektif. Metode subyektif ialah pemberian bobot yang didasarkan atas pendapat peneliti. Metode obyektif ialah pemberian bobot didasarkan atas rating, dan dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Bi : Bobot faktor ke-i

Ri : Rating ke-i

$\sum Ri$: Total rating ke-i

4. Setelah pemberian rating dan bobot selanjutnya ditentukan nilai skor dengan mangalikan antara bobot dan rating.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery berdiri pada tahun 2008 dibawah pimpinan Ibu Marwiyah. Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery merupakan usaha yang dirintis langsung oleh Ibu marwiyah dan beliau selaku pemilik industri. Industri ini merupakan industri yang bergerak dalam bidang agroindustri yaitu hasil pertanian menjadi produk industri dalam rangka meningkatkan nilai tambah dimana bahan baku utama dari roti adalah tepung terigu yang berasal dari bulir gandum yang merupakan produk pertanian. Industri ini bertempat di Jalan Mandala No. 99 Kelurahan Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan.

Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery ini berdiri karena Ibu Marwiyah memiliki jiwa bisnis, semangat kerja dan kemauan yang kuat untuk berwirausaha, meskipun sempat beberapa kali jatuh bangun semangat Ibu Marwiyah untuk berbisnis usaha ini tidak mudah pudar dengan usaha yang kuat Ibu Marwiyah akhirnya sukses membuat usaha roti dan produknya pun banyak disukai masyarakat.

Industri Aisyah Bakery ini pada awalnya menggunakan modal sebesar Rp. 10.000.000 yang diperoleh dari modal sendiri. Roti yang diproduksi terbagi menjadi beberapa rasa yaitu coklat, keju,

cokelat kacang, dan cokelat pisang. Adapun jangkauan pemasaran produk roti industri rumah tangga Aisyah Bakery ini sudah menjangkau seluruh kota Palu.

Analisis Pendapatan. Analisis pendapatan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya tingkat pendapatan bersih atau keuntungan dalam usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery. Pendapatan bersih atau keuntungan yang diperoleh sangat tergantung dari total penerimaan dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produksi. Pendapatan mempunyai hubungan erat dengan tingkat produksi yang dicapai, jika produksi meningkat pendapatan juga akan meningkat.

Total nilai produksi roti industri rumah tangga Aisyah Bakery pada bulan Mei 2019 sebesar 13.000 kemasan dengan harga jual sebesar Rp. 2.000,- per kemasan. Penerimaan diperoleh dari hasil perkalian volume penjualan dengan harga jual, dengan total penerimaan sebesar Rp. 26.000.000,-

Pendapatan atau laba merupakan selisih antara penghasilan penjualan di atas semua biaya dalam periode tertentu. Jumlah pendapatan atau laba sangat tergantung pada jumlah penerimaan dan besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari selisih antara *total revenue* (TR) dengan *total cost* (TC), lebih jelasnya terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pendapatan Usaha Roti Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery Pada Bulan Mei, 2019

I	Penerimaan	26.000.000
II	Total Biaya	20.525.113
	Pendapatan	5.474.887

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil pendapatan bersih yang diperoleh usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery dengan penerimaan sebesar Rp. 26.000.000,- dikurangi dengan total biaya sebesar Rp. 20.525.113,-. Jadi pendapatan yang diperoleh pada bulan Mei 2019 yaitu sebesar Rp. 5.474.887,-. Hal ini berarti cukup baik untuk diusahakan karena memberikan pendapatan yang cukup untuk usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery tetapi masih perlu untuk meningkatkan pendapatan yang diperoleh.

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Berdasarkan hasil menganalisis faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta analisis faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), maka selanjutnya akan diidentifikasi untuk menentukan faktor-faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan. Dan faktor-faktor eksternal yang berupa peluang, dan ancaman. Hasil identifikasi tersebut digunakan untuk menyusun matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*). Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal terlihat pada tabel 4.

Faktor-faktor koefisien IFAS faktor kekuatan (*Strengths*) adalah sebesar 1,35 adapun koefisien IFAS faktor kelemahan (*Weaknesses*) adalah 1,89. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri rumah tangga Aisyah Bakery lebih kecil daripada faktor kelemahan.

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (*Strengths*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor kelemahan (*Weaknesses*) maka diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal yaitu $1,35 - 1,89 = -0,54$ maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah -0,54. Terlihat pada tabel 5.

Tabel 4. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Modal awal sendiri Harga produk yang terjangkau Alat yang digunakan dalam proses produksi sudah memadai Pengalaman usaha cukup lama Pilihan rasa bervariasi 	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Pasar tersedia Adanya dukungan pemerintah Berkembangnya media promosi Bahan baku mudah diperoleh Permintaan produk cenderung meningkat
<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Daya simpan produk lemah Lokasi usaha kurang strategis Kemasan produk kurang menarik Promosi belum efektif Manajemen produksi dan pemasaran lemah 	<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Naiknya harga bahan baku dan pelengkap Perubahan selera konsumen Adanya industri sejenis Munculnya roti dengan inovasi baru Tingkat persaingan yang tinggi

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019.

Tabel 5. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Usaha Roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery, 2019

No	Faktor Internal Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Modal awal sendiri	0,12	4	0,48
2	Harga produk yang terjangkau	0,05	2	0,1
3	Alat yang digunakan dalam proses produksi sudah memadai	0,07	2	0,14
4	Pengalaman usaha cukup lama	0,11	3	0,33
5	Pilihan rasa bervariasi	0,10	3	0,3
Sub Total I		0,45	14	1,35
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1	Daya simpan produk lemah	0,12	4	0,48
2	Lokasi usaha kurang strategis	0,12	4	0,48
3	Kemasan produk kurang menarik	0,11	3	0,33
4	Promosi belum efektif	0,10	3	0,3
5	Manajemen produksi dan pemasaran lemah	0,10	3	0,3
Sub Total II		0,55	17	1,89
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1,0	31	3,24

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019.

Faktor-faktor koefisien EFAS faktor peluang (*Opportunities*) adalah sebesar 2,33 adapun koefisien EFAS faktor ancaman (*Threats*) adalah 0,96. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri rumah tangga Aisyah

Bakery lebih besar daripada faktor ancaman. Hal ini berarti bahwa industri rumah tangga Aisyah Bakery dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk meningkatkan pendapatan usaha kedepannya. Telihat pada tabel 6.

Tabel 6. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Usaha Roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery, 2019.

No	Faktor Eksternal Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Pasar tersedia	0,13	4	0,52
2	Adanya dukungan pemerintah	0,12	4	0,48
3	Berkembangnya media promosi	0,12	4	0,48
4	Bahan baku mudah diperoleh	0,11	3	0,33
5	Permintaan produk cenderung meningkat	0,13	4	0,52
Sub Total I		0,61	19	2,33
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Naiknya harga bahan baku dan bahan pelengkap	0,09	3	0,27
2	Perubahan selera konsumen	0,07	2	0,14
3	Adanya industri sejenis	0,07	2	0,14
4	Munculnya roti dengan inovasi baru	0,09	3	0,27
5	Tingkat persaingan yang tinggi	0,07	2	0,14
Sub Total II		0,39	12	0,96
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1,0	31	3,29

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019.

Tabel 7. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery, 2019.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan dan Kelemahan	-0,54	Sumbu X
Faktor Eksternal		
Peluang dan Ancaman	1,37	Sumbu Y

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019.

Tabel 6 menunjukkan bahwa faktor koefisien EFAS faktor peluang (*Opportunities*) adalah sebesar 2,33 adapun koefisien EFAS faktor ancaman (*Threats*) adalah 0,96. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri rumah tangga Aisyah Bakery lebih besar daripada faktor ancaman. Hal ini berarti bahwa industri rumah tangga Aisyah Bakery dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk meningkatkan pendapatan usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery, yaitu total bobot x rating faktor peluang (*Opportunities*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor ancaman (*Threats*) maka diperoleh nilai Y sebagai sumbu vertikal yaitu $2,33 - 0,96 = 1,37$ maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,37.

Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan eksternal dapat

disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X yaitu -0,54 sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,37 terlihat pada tabel 7.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery yang diformulasikan pada diagram SWOT.

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery berada pada kuadran III, usaha roti Aisyah Bakery memiliki posisi yang lemah untuk meningkatkan pendapatan namun masih memiliki peluang. Maka perlu untuk menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini berarti berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Bayu Purnomo (2012), yang menyimpulkan bahwa faktor-faktor internal bobot kekuatan lebih kuat dibandingkan kelemahan. Dan faktor-faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang lebih kuat dibandingkan ancaman.

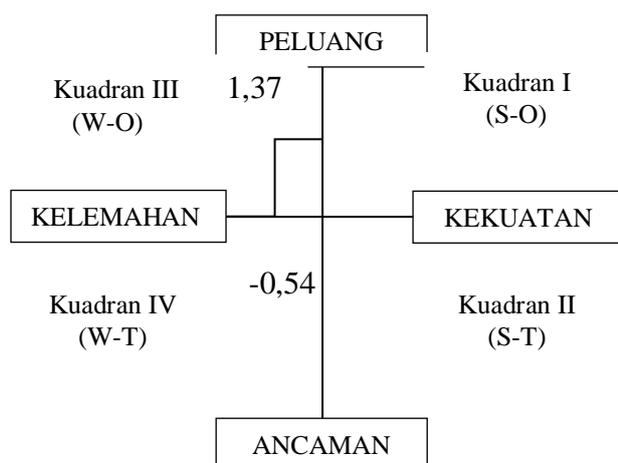


Diagram 1. SWOT Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Roti pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery

Penentuan Alternatif Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery, dapat digunakan pendekatan melalui matriks SWOT yang bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi yang tepat digunakan oleh usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT, maka penerapan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery menggunakan strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Ratih Indriyani (2016), yang menerapkan strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai strategi peningkatan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pendapatan bersih yang diperoleh industri rumah tangga Aisyah Bakery pada bulan Mei 2019 yaitu sebesar Rp. 5.474.887,-
2. Strategi yang tepat yang untuk diterapkan dalam mendukung dan meningkatkan pendapatan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery yaitu dengan menggunakan strategi W-O. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*) atau strategi kelemahan-peluang yaitu Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Alternatif

strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan usaha roti pada industri Aisyah Bakery yaitu, (1) Memperbaiki cara untuk mempromosikan hasil produksi dengan menggunakan media promosi, (2) Memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan cara menambah jumlah produksi agar dapat mampu memenuhi permintaan produk yang cenderung meningkat, (3) Memanfaatkan dukungan dari pemerintah untuk memasarkan produk melalui pameran-pameran yang dibentuk oleh pemerintah.

Saran

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

1. Memperbaiki manajemen produksi pada industri rumah tangga Aisyah Bakery.
2. Industri rumah tangga Aisyah Bakery perlu meningkatkan dan memperbaiki mutu kemasan produk agar lebih menarik minat konsumen sehingga produk penjualan dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alicia, 2012. *Pengendalian Persediaan Bahan Baku*. <http://koleksiskripsi.blogspot.com> 2012/04.html. Diakses pada Tanggal 28 Agustus 2018.
- Arumdyan K. 2011. *Home Industri*. <http://arumdyankhumalasari.Wordpress.com/2011/04/16/home-industri>. Diakses tanggal 28 Desember 2018.
- Bayu Purnomo, 2012. *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawamangu Kabupaten Karanganyar*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol 12 (1) : 58 – 69
- Firdaus, M. 2010. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Lutfia W, 2011. *Strategi Pengembangan Usaha*. <http://lutfiawulandari.blogspot.com/>. Diakses pada tanggal 21 Desember 2018.
- Rangkuti, 2009. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Ratih Indriyani, 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Pada Populer Bakery di Sidoarjo*. Universitas Kristen Petra. Surabaya. *Jurnal Agora*. Vol 4 (1).
- Trustinah, 2005. *Roti Bakery*. Malang.
- Yantu, M. R, 2012. *Analisis SWOT Penentuan Rating Menggunakan Metode Obyektif*. Pasca Sarjana Untad. Palu.
- Yulia, Fatimah., Ediwirman. 2013. *Produk Bakery Merupakan Roti Makanan Cemilan Buat Bersantai*. Universitas Tamansiswa. Padang. *Jurnal Agronomi* Vol. 13 : 13-20