

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SUKUN PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA CITRA LESTARI PRODUCTION DI KOTA PALU

### Strategy of Developing The Breadfruit Chip Business In The Home Industry of Citra Lestari Production In Palu City

*Auliah Anshori<sup>1)</sup>, Made Antara<sup>2)</sup>, Made Krisna Laksmayani<sup>3)</sup>*

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

<sup>2)</sup>Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

E-mail: [aauliah1997@gmail.com](mailto:aauliah1997@gmail.com), [yasinta90287@gmail.com](mailto:yasinta90287@gmail.com), [nana.laksmayani@gmail.com](mailto:nana.laksmayani@gmail.com)

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to find out appropriate strategies to be applied in the development of breadfruit chips in the household industry of “Citra Lestari Production” in Palu City. Respondent in this study consisted of six people namely, one leader, two employees, three consumers. The method used in sampling is done intentionally. The analysis used is SWOT analysis. The total value obtained in the IFAS Table is 3,23 with a strength score of 2,08 and a weakness score of 1,15. This shows that the household industry weakness factor “Citra Lestari Production” is greater than the strength, while the total value obtained in the EFAS Table is 3,18 with a probability score of 2,16 and a threat score of 1,02. This is an opportunity factor that is owned by the home industry “Citra Lestari Production” is greater than threat. Based on the calculation of the rating value and internal factor weights and external factors the strategy of developing breadfruit chip business in the home industry “Citra Lestari Production” found the right strategy for the development of breadfruit chips contained in quadrant I is to support the SO strategy with a value of 4,24 is to take advantage of existing market opportunities by maximizing promotion media and introduce products so that they can compete with other industries.

**Keywords** : Strategy Developing, Breadfruit, SWOT, Palu City.

#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat diterapkan dalam pengembangan keripik sukun pada industri rumah tangga “Citra Lestari Production” di Kota Palu. Responden pada penelitian ini terdiri dari 6 orang yaitu, 1 pimpinan, 2 karyawan dan 3 konsumen. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dilakukan dengan sengaja (*Purposive*). Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Total nilai yang diperoleh pada Tabel IFAS yaitu sebesar 3,23 dengan skor kekuatan 2,08 dan skor kelemahan 1,15. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan industri rumah tangga “Citra Lestari Production” lebih besar dari pada kelemahan, sedangkan total nilai yang diperoleh pada Tabel EFAS yaitu sebesar 3,18 dengan skor peluang 2,16 dan skor ancaman 1,02. Hal ini faktor peluang yang dimiliki oleh industri rumah tangga “Citra Lestari Production” lebih besar dari faktor ancaman. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal dan faktor eksternal strategi pengembangan usaha keripik sukun pada industri rumah tangga “Citra Lestari Production” didapatkan strategi yang tepat untuk pengembangan keripik sukun terdapat pada kuadran I adalah Mendukung Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan nilai 4,24 adalah Memanfaatkan Peluang Pasar Yang Ada Dengan Memaksimalkan Media Promosi Serta Mengenalkan Produk Sehingga Dapat Bersaing Dengan Industri Lainnya.

**Kata Kunci** : Strategi Pengembangan, Keripik Sukun, SWOT, Kota Palu.

## PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan sektor ekonomi khususnya industri. Pembangunan industri pengolahan hasil pertanian (Agroindustri) merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan nasional disektor perindustrian. Pembangunan agroindustri dimaksudkan untuk memanfaatkan seoptimal mungkin potensi sektor pertanian dan sektor terkait lainnya, dalam upaya meningkatkan produk nasional dan memperkuat struktur perekonomian. Efisiensi dan produktivitas dalam agroindustri perlu terus ditingkatkan guna memperkuat daya saing produk, baik di pasar internasional maupun domestik (Supriadi, 2013).

Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Agroindustri juga dapat meningkatkan devisa negara dengan menjangir nilai tambah, memperkuat struktur ekspor, mengurangi resiko fluktuasi harga komoditas dan mencegah penurunan nilai tukar (Saragih, 2006).

Pengolahan bahan baku bersumber dari produksi pertanian menjadi bahan jadi atau bahan setengah jadi merupakan sektor yang sangat besar peranannya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Pada prinsipnya usaha agroindustri adalah untuk meningkatkan nilai tambah bahan baku dan input lainnya yang digunakan dalam proses produksi. Dengan kata lain, nilai tambah merupakan imbalan jasa dari alokasi tenaga kerja dan margin pengrajin agroindustri (Soekartawi, 2001).

Adanya agroindustri mampu memberikan peluang maupun ruang yang baru bagi produsen untuk menggali kemampuannya untuk memproduksi serta mengolah produk pertanian supaya lebih diminati dan lebih menarik oleh konsumen. Sektor pertanian dalam wawasan agribisnis memiliki beberapa keunggulan, yaitu meningkatkan nilai tambah agroindustri tersebut. (Herdiyandi, 2016).

Pengembangan agroindustri pada hakikatnya merupakan salah satu sektor yang

mampu meningkatkan pendapatan pelaku agrobisnis serta dapat mampu meningkatkan perolehan devisa dan mendorong munculnya industri baru sehingga agroindustri merupakan salah satu hal yang mampu meningkatkan pembangunan nasional sumber daya alam agar lebih produktif dan menyerap banyak tenaga kerja dengan memanfaatkan keunggulan koparatif dan kompetitif yang dimilikinya. Subsektor ini diarahkan menciptakan keterkaitan yang erat antara sektor pertanian dan sektor industri (Irawan, 2014).

Tanaman sukun (*Artocarpus altilis park*) merupakan salah satu jenis komoditi yang dapat diolah lebih lanjut dalam kegiatan agroindustri. Sukun tergolong tanaman tropik sejati, tumbuh paling baik di daratan rendah yang panas. Tanaman ini tumbuh baik di daerah, tetapi juga dapat tumbuh di daerah yang sangat kering asalkan ada air tanah dan aerasi tanah yang cukup. Sukun bahkan dapat tumbuh baik dipulau karang dan pantai. Di musim kering, disaat tanaman lain tidak dapat atau merosot produksinya, justru sukun dapat tumbuh dan berbuah dengan lebat. (Koswara, 2006)

Sukun merupakan jenis tanaman serbaguna yang mempunyai nilai ekonomis karena menghasilkan buah dengan kandungan gizi yang tinggi. Diversifikasi pangan komoditas sukun memiliki peluang untuk dikembangkan untuk memberikan peluang usaha kecil dan menengah dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat serta membuka lapangan usaha dan buah sukun dapat diolah menjadi berbagai macam menu makanan sehingga dapat menunjang ketahanan pangan (Noer, 2011).

Tanaman sukun menghasilkan buah yang memiliki kandungan gizi tinggi, dan bisa dijadikan sebagai bahan makanan pokok alternatif pengganti beras. Olahan sukun memiliki potensi besar untuk diolah, dimanfaatkan dan dikembangkan lebih lanjut menjadi produk-produk bernilai tambah ekonomi tinggi. (Widoyoko, 2010).

Industri “Citra Lestari Production” memiliki kendala utama tentang ketersediaan

bahan baku dan juga belum adanya strategi promosi yang baik melalui media sosial, sehingga diperlukan alternatif strategi yang tepat untuk mendukung pengembangan usaha keripik sukun pada industri “Citra Lestari Production”. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha keripik sukun pada industri “Citra Lestari Production”. Adapun tujuan dari penelitian untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal untuk mendukung pengembangan usaha dan merumuskan alternatif strategi yang tepat pada industri “Citra Lestari Production” di Kota Palu.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di industri Citra Lestari Production Jl. Kimaja No. 9 Kelurahan Besusu Kecamatan Palu Timur di Kota Palu. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa Citra Lestari Production merupakan salah satu industri keripik sukun yang memiliki potensi untuk dikembangkan karena permintaan produk yang tinggi serta belum efektifnya promosi yang dilakukan oleh industri tersebut. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni – Agustus 2019 selama 3 bulan.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*), yang dilakukan dengan mewawancarai sebanyak 6 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu 1 orang pimpinan perusahaan, 2 orang karyawan industri Citra Lestari Production. Responden dari pihak eksternal 3 orang konsumen. Penentuan responden dilakukan dengan pertimbangan bahwa pimpinan dan karyawan bertanggung jawab dan mengetahui tentang keadaan industri selama berdirinya perusahaan sehingga bisa memperoleh hasil yang sesuai diharapkan dalam penelitian.

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.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) dimana analisis SWOT digunakan menghasilkan strategi pengembangan usaha pada industri rumah tangga “Citra Lestari Production”. Analisis SWOT adalah analisis yang berguna untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat. Analisis ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi dengan dasar logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). (Djalil, 2015).

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis dapat diambil suatu keputusan strategi suatu perusahaan. Membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi sebaik/nya dilakukan setelah perusahaan mengetahui terlebih dahulu posisi perusahaan untuk kondisi sekarang berada pada kuadran sebelah mana sehingga strategi yang dipilih merupakan strategi yang tepat karena sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh perusahaan (Zuhrotun, 2013).

Tahap 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 (Rangkuti, 2009), sebagai berikut:

1. Menghitung 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 yang bersifat negatif kebalikannya, contohnya jika kelemahannya besar sekali nilainya, sedangkan jika lemah nilainya 4.

2. Menghitung 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. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi +4, tetapi jika peluang kecil diberi nilai +1). Pemberian nilai yang rating ancaman kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
3. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0).
4. Penentuan bobot akan dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi 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.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Strategi yang diterapkan pada industri rumah tangga Citra Lestari Production saat ini.** Pelaksanaan produksi membuat produk dengan rasa *original* yang punya cita rasa tersendiri yang khas sehingga konsumen banyak menyukai produk tersebut, akan tetapi diharapkan kedepannya Citra Lestari Production dapat membuat keripik sukun dengan berbagai macam varian rasa agar para

konsumen tidak merasa bosan pada satu varian rasa saja. Strategi lainnya yang diterapkan oleh pemilik usaha yaitu, mempunyai hubungan yang baik dengan distributor serta pengalaman usaha yang cukup lama sehingga adanya pasar yang tersedia.

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan dengan menggunakan rumus:

$$Bi = \frac{Zi}{\sum_{i=1}^n xi}$$

Keterangan :

- Bi : Bobot faktor ke-i
- Zi : Nilai faktor ke-i
- n : Jumlah faktor
- i : 1,2,3,...n

**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. Faktor-faktor eksternal yang berupa peluang, dan ancaman. Setelah diperoleh faktor – faktor internal dan eksternal pada usaha keripik sukun “Citra Lestari Production” maka selanjutnya dibuatkan tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 2 menunjukkan bahwa faktor koefisien IFAS faktor kekuatan (*Strengths*) adalah sebesar 2,08 adapun koefisien IFAS faktor kelemahan (*Weaknesses*) adalah 1,15. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri rumah tangga Citra Lestari Production lebih besar daripada faktor kelemahan sehingga menguntungkan karena perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan yang besar sehingga kedepannya dapat lebih berkembang dari industri lainnya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Tabel 3 menunjukkan bahwa faktor koefisien EFAS faktor peluang (*Opportunities*) adalah sebesar 2,16 adapun koefisien EFAS faktor ancaman (*Threats*) adalah 1,02. Hal

ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri rumah tangga Citra Lestari Production lebih besar daripada faktor ancaman.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Usaha Keripik Sukun pada Industri Rumah Tangga Citra Lestari Production di Kota Palu, 2019.

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b> a. Pengalaman usaha cukup lama b. Kualitas produk dengan cita rasa khas c. Produk tahan lama d. Kemasan yang menarik e. Harga produk yang terjangkau	<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b> a. Permintaan konsumen yang tinggi b. Berkembangnya media promosi c. Pasar tersedia d. Hubungan baik dengan distributor e. Adanya dukungan pemerintah
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b> a. Ketersediaan bahan baku b. Kurangnya tenaga kerja c. Promosi belum efektif d. Produksi masih rendah e. Manajemen usaha kurang baik	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b> a. Adanya industri yang sama b. Fluktuasi harga bahan baku c. Perubahan selera konsumen d. Munculnya keripik dengan inovasi baru e. Meningkatnya tarif transportasi

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Tabel 2. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Usaha Keripik Sukun pada Industri Rumah Tangga Citra Lestari Production di Kota Palu, 2019.

No	Faktor Internal Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Pengalaman usaha cukup lama	0,13	4	0,52
2	Kualitas produk dengan cita rasa khas	0,12	4	0,48
3	Produk tahan lama	0,12	4	0,48
4	Kemasan yang menarik	0,10	3	0,30
5	Harga produk yang terjangkau	0,10	3	0,30
Sub Total I		0,57	18	2,08
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>				
1	Ketersediaan bahan baku	0,09	4	0,48
2	Kurangnya tenaga kerja	0,07	4	0,48
3	Promosi belum efektif	0,07	3	0,33
4	Produksi masih rendah	0,10	3	0,3
5	Manajemen usaha kurang baik	0,10	3	0,3
Sub Total II		0,43	17	1,15
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1,0	35	3,23

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Usaha Keripik Sukun pada Industri Rumah Tangga Citra Lestari Production di Kota Palu, 2019.

No	Faktor Eksternal Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Permintaan konsumen yang tinggi	0,13	4	0,52
2	Berkembangnya media promosi	0,13	4	0,52
3	Pasar tersedia	0,10	3	0,30
4	Hubungan baik dengan distributor	0,13	4	0,52
5	Adanya dukungan pemerintah	0,10	3	0,30
Sub Total I		0,59	18	2,16
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Adanya industri yang sama	0,10	3	0,27
2	Fluktuasi harga bahan baku	0,10	3	0,14
3	Perubahan selera konsumen	0,07	2	0,14
4	Munculnya keripik dengan inovasi baru	0,07	2	0,27
5	Meningkatnya tarif transportasi	0,07	2	0,14
Sub Total II		0,41	12	1,02
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1,0	30	3,18

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Berdasarkan hasil evaluasi faktor strategi internal dan eksternal dapat dilihat skor yang dicapai masing-masing faktor sebagai berikut :

Faktor Kekuatan (*Strenghts*) : 2,08

Faktor Kelemahan (*Weaknesses*) : 1,15

Faktor Peluang (*Opportunities*) : 2,16

Faktor Ancaman (*Threats*) : 1,02

Berdasarkan hasil nilai skor yang diperoleh pada matriks IFAS dan EFAS dibuat kembali gabungan matriks IFAS dan EFAS sebagai dasar perumusan asumsi strategi SWOT dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Matriks IFAS dan EFAS Strategi Pengembangan Usaha Keripik Sukun pada Industri Rumah Tangga Citra Lestari Production, 2019.

IFAS \ EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi (SO) $2,08 + 2,16 = 4,24$	Strategi (WO) $1,15 + 2,16 = 3,31$
Ancaman (T)	Strategi (ST) $2,08 + 1,02 = 3,10$	Strategi (WT) $1,15 + 1,02 = 2,17$

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019.

Berdasarkan data pada tabel 5 dapat dilihat perolehan nilai skor pada strategi SO (*Strenghts – Opportunities*) sebesar 4,24; Strategi WO (*Weaknesses – Opporunities*) sebesar 3,31; Strategi WT (*Weaknesses –*

*Threats*) sebesar 2,17; dan Strategi ST (*Strenghts – Threats*) sebesar 3,10. Nilai diperoleh dari hasil analisis IFAS dan EFAS. Diagram analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar diagram berikut:

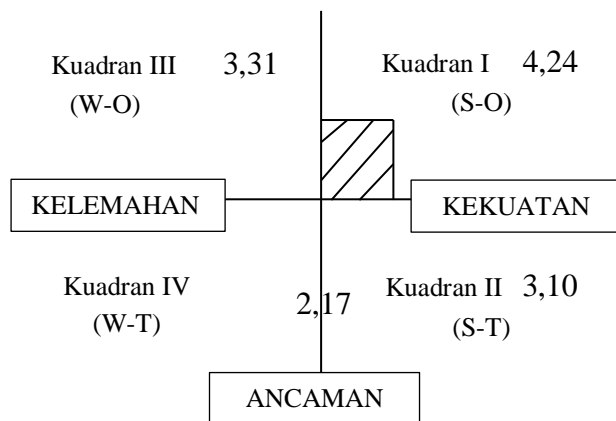


Diagram SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Sukun pada Industri Rumah Tangga Citra Lestari Production. 2019.

Berdasarkan hasil diagram SWOT diatas ada beberapa strategi pengembangan usaha keripik sukun pada industri sebagai berikut :

#### 1. Strategi *Strengths – Opportunities* (SO)

Strategi S-O merupakan strategi dalam menghadapi peluang pasar yang impensif dapat dikendalikan oleh kelemahan internal. Fokus strategi bagi perusahaan seperti ini adalah mengatasi kelemahan internal agar dapat lebih efektif dalam memanfaatkan peluang pasar. Didapatkan hasil ada dua program yang bisa dirumuskan yaitu :

- a. Memanfaatkan peluang permintaan produk yang tinggi dengan cara mempertahankan kualitas produk dengan cita rasa khas serta menambah sebanyak-banyaknya jumlah produksi keripik sukun dengan harga yang terjangkau (O1,S2, S5).
- b. Memaksimalkan peluang media promosi agar produk keripik sukun lebih dikenal oleh konsumen dengan bantuan pemerintah melalui pameran usaha. (O2, O5, S4).

Tabel 5. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Sukun pada Industri Rumah Tangga Citra Lestari Production, 2019.

<p style="text-align: center;">PELUANG</p> <p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p>	<p><b>Strengths (S)</b></p> <p>Kekuatan :</p> <p>S1 Pengalaman usaha cukup lama</p> <p>S2 Kualitas produk dengan cita rasa khas</p> <p>S3 Produk tahan lama</p> <p>S4 Kemasan yang menarik</p> <p>S5 Harga produk yang terjangkau</p>	<p><b>Weaknesses (W)</b></p> <p>Kelemahan :</p> <p>W1 Ketersediaan bahan baku mentah</p> <p>W2 Kurangnya tenaga kerja</p> <p>W3 Promosi belum efektif</p> <p>W4 Produksi masih rendah</p> <p>W5 Manajemen usaha kurang baik</p>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <p>Peluang :</p> <p>O1 Permintaan konsumen yang tinggi</p> <p>Berkembangnya media promosi</p> <p>Pasar tersedia</p> <p>Hubungan baik dengan distributor</p> <p>Adanya dukungan pemerintah</p>	<p><b>Strategi (S-O)</b></p> <p>Memanfaatkan peluang permintaan produk yang tinggi dengan cara mempertahankan kualitas produk dengan cita rasa khas serta menambah sebanyak-banyaknya jumlah produksi keripik sukun dengan harga yang terjangkau (O1,S2, S5)</p> <p>Memaksimalkan peluang media promosi agar produk keripik sukun lebih dikenal oleh konsumen dengan bantuan pemerintah melalui pameran usaha. (O2, O5, S4)</p>	<p><b>Strategi (W-O)</b></p> <p>Meningkatkan skill para karyawan sehingga manajemen usaha dapat lebih baik dan membangun kerja sama serta mencari pemasok penyedia bahan baku agar permintaan konsumen yang tinggi dapat terpenuhi. (W1,W2,W5, O1)</p> <p>Meningkatkan promosi melalui berbagai media sosial sehingga dapat bersaing dengan usaha lainnya. (W3, O2)</p>
<p><b>Threats (T)</b></p> <p>Ancaman :</p> <p>Adanya industri yang sama</p> <p>Fluktuasi harga bahan baku</p> <p>Perubahan selera konsumen</p> <p>Munculnya keripik dengan inovasi baru</p> <p>Meningkatnya tarif transportasi</p>	<p><b>Strategi (S-T)</b></p> <p>Mempertahankan kualitas produk serta menciptakan inovasi yang baru terhadap produk keripik sukun dan mengantisipasi perubahan selera konsumen dan juga ancaman industri lainnya. (S2, T3,T4)</p> <p>Mempertahankan harga untuk menghadapi tingkat persaingan yang cukup tinggi serta mengantisipasi kenaikan harga tarif transportasi bahan baku. (S5, T5)</p>	<p><b>Strategi (W-T)</b></p> <p>Menambah stok bahan baku serta tenaga kerja agar meningkatkan proses produksi sehingga dapat bersaing dengan produk industri lainnya. (W1, W2 dan T4)</p> <p>Mengembangkan produk keripik sukun dengan cara menambah varian rasa untuk menghadapi perubahan selera konsumen serta adanya industri yang sejenis. (W4, T3, T1)</p>

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019



Dari hasil rumusan strategi yang telah didapatkan di atas dapat digambarkan dalam tabel 6 sebagai berikut :

Strategi	Program	Kerja
SO	1. Memanfaatkan peluang permintaan produk yang tinggi dengan cara mempertahankan kualitas produk dengan cita rasa khas serta menambah sebanyak-banyaknya jumlah produksi keripik sukun dengan harga yang terjangkau.	a. Memperluas pasar dengan menjalin kemitraan dalam hal penyediaan bahan baku produk.
	2. Memaksimalkan peluang media promosi agar produk keripik sukun lebih dikenal oleh konsumen dengan bantuan pemerintah melalui pameran usaha.	a. Membuat bentuk promosi melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk terhadap konsumen.

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis SWOT didapatkan beberapa alternatif strategi pengembangan usaha keripik sukun pada industri Rumah Tangga Citra Lestari Production beberapa kegiatan yang dilakukan terkait strategi pengembangan usaha keripik sukun sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas produk serta mencari alternatif lainya untuk mendapatkan ketersediaan bahan baku lebih memadai sehingga dalam memproduksi keripik sukun lebih meningkat serta dapat memenuhi permintaan konsumen dan juga menambahkan varian rasa yang berbeda dari keripik sukun untuk mencegah adanya perubahan selera konsumen.
2. Memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan cara memaksimalkan media promosi melalui media sosial untuk mengenalkan produk ke konsumen sehingga dapat bersaing dengan industri rumah tangga lainya yang berada di Kota Palu.
3. Memanfaatkan kerja sama dan dukungan dari pemerintah terhadap industri seperti adanya pameran untuk bisa mengikuti kegiatan tersebut sehingga bisa dikenal luas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha keripik sukun yang dapat diaplikasikan pada industri rumah tangga Citra Lestari Production yaitu dengan meminimalisir kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang sebesar-besarnya sehingga kelemahan dapat tertutupi (Strategi S-O).

Posisi kuadran berada pada kuadran pertama dengan nilai skor 4,24 pada posisi strategi yaitu meminimalisir kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada pada industri. Meningkatkan kualitas produk serta mencari alternatif lainya untuk mendapatkan bahan baku yang cukup sehingga permintaan konsumen dapat terpenuhi, memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan memaksimalkan media promosi untuk mengenalkan produk konsumen sehingga dapat bersaing dengan industri-industri keripik yang ada di Kota Palu, memanfaatkan dukungan pemerintah dengan adanya pameran sehingga memberikan peluang produk lebih dikenal luas dengan harga produk terjangkau dikalangan masyarakat.

## Saran

Industri rumah tangga Citra Lestari Production kedepan perlu meningkatkan kuantitas dan kualitas produk keripik sukun sehingga bisa memenuhi permintaan konsumen yang tinggi serta lebih memaksimalkan peluang yang ada sehingga dapat meminimalisir kelemahan yang ada sehingga usaha ini dapat lebih berkembang kedepanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R., 2006. *Konsep Manajemen Strategi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Djalil. M., 2015. *Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu pada Industri Pundi Mas di Kota Palu*. J. Agrotekbis 3 (3) Hal. 390-401.
- Herdiyandi. 2016. *Analisis Nilai Tambah Agroindustri Tentang Tepung Tapioka di Desa Naratengah Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh Tasikmalaya 2 (2) Hal. 81.
- Irawan. D., 2014. *Strategi Pengembangan Usaha Kacang Goyang pada Industri Rumah Tangga Primajaya di Kota Palu*, J. Agrotekbis 2 (6) Hal. 620-627.
- Koswara. 2006. *Sukun sebagai cadangan pangan alternatif*.  
[http://ebookpangan.com/Artikel/Potensi\\_Sukun\\_Sebagai\\_Cadangan\\_Pangan\\_Nasionanl\\_.pdf](http://ebookpangan.com/Artikel/Potensi_Sukun_Sebagai_Cadangan_Pangan_Nasionanl_.pdf)
- Noer. 2011. *Strategi Pengembangan dan Peningkatan Kualitas Keripik Sukun di Kecamatan Ajung-Jember Universitas Jember*. Jurnal Agroteknologi 5 (1) Hal. 62-70.
- Rangkuti. 2009. *Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis*. : PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Saragih, 2000. *Pengembangan Agroindustri Melalui Peneliti Pengembangan Produk yang intensif dan berkesinambungan*. Jurnal Agroekonomi. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UGM. Yogyakarta. 7 (1) Hal. 181-188.
- Saragih, 2006. *Pembangunan Agroindustri sebagai Strategi Industrialisasi*. Makalah dalam Prosiding Kongres ISSEI XVI di Manado 18 – 20 Juni 2006.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Supriadi. 2013. *Penelitian tentang “Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng pada Usaha Bersama” Kabupaten Sigi, Palu*. J. Agrotekbis 1 (3) Hal. 282-287.
- Widoyoko. 2010. *Sukun Solusi Alternatif Atasi Krisis Pangan dan Mitigasi Dampak Perubahan Iklim*. Gibon Books Jakarta.
- Zuhrotun. 2013. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*, Gresik. Jurnal Ekbis Vol.9 No.2. Hal. 468-476.