

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KACANG GOYANG PADA IKM “SAL-HAN” DI KOTA PALU

Strategy of Development Goyang Beans Business at IKM Sal-Han in Palu City

Suandi¹⁾, Hadayani²⁾, Made Krisna Laksmayani²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako.

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.

Jl. Soekarno-Hatta Km 9. Tondo-Palu 94118. Sulawesi Tengah. Tlp. 0451-429738

E-mail : suandikacoci@gmail.com, hadayaniyani1@gmail.com, nana.laksmayani@gmail.com

DOI <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v13i1.2473>

Submit 5 Maret 2025, Review 13 Maret 2025, Publish 24 Maret 2025

ABSTRACT

This study aims to determine the condition of internal factors (Strengths-Weaknesses) and external factors (Opportunities-Threats) in supporting the development of the Goyang Beans business at IKM "Sal-Han". Determination of respondents is determined intentionally (Purposive). The number of respondents was 7 consisting of 1 leader, 2 employees, 2 consumers, 1 person from the trade and industry office and 1 similar IKM designer in Palu City. The analysis used in this research is descriptive analysis and SWOT analysis. It can be concluded that the business development strategy implemented by IKM "Sal-Han" is the S-T strategy (using strength to reduce the impact of threats) where the Strength factor = 2.27 and Threat = 1.45 is greater than the Weakness factor = 0.95 and Opportunity = 1.35 with a ratio of internal factors = 1.32 (X axis) and external factors = -0.1 (Y axis). To apply the development of the Goyang Beans business to the "Sal-Han" IKM, it is in the S-T strategy, namely quadrant II, where in this position it overcomes existing threats by using the strengths it has. The alternative strategies are (1) Utilizing entrepreneur training so that the shake peanut product can be recognized by the community so that it can compete with similar IKM. (2) Maintaining an experienced workforce so that they are able to face competition with similar IKM. (3) Maximizing the technology (machine) used in order to be able to produce quality rocking beans so that they are able to face the competition of IKMs in Palu City.

Keywords : Goyang Beans, IKM Sal-Han, Strategy, Business, SWOT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi faktor internal (Kekuatan-Kelemahan) dan faktor eksternal (Peluang-Ancaman) dalam mendukung perkembangan usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han”. Penentuan responden ditentukan secara sengaja (Purposive). Jumlah responden 7 yang terdiri dari 1 orang pimpinan, 2 orang karyawan, 2 orang konsumen, 1 orang dinas perdagangan dan perindustrian dan 1 orang pesain IKM sejenis di Kota Palu. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskripsi dan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh IKM “Sal-Han” yaitu strategi S-T (menggunakan kekuatan untuk mengurangi dampak ancaman) di mana faktor Kekuatan = 2,27 dan Ancaman = 1,45 lebih besar dibandingkan faktor Kelemahan = 0,95 dan Peluang = 1,35 dengan perbandingan faktor internal = 1,32 (sumbu X) dan faktor eksternal = -0,1 (sumbu Y). Untuk menerapkan pengembangan usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han” berada pada strategi S-T yaitu kuadran II, di mana pada posisi ini mengatasi ancaman yang ada dengan cara menggunakan kekuatan yang dimiliki. Alternatif strategi yaitu (1) Memanfaatkan pelatihan wirausahawan agar produk kacang goyang

lebih bisa dikenali masyarakat sehingga mampu besaing dengan IKM sejenis. (2) Mempertahankan tenaga kerja yang berpengalaman agar mampu menghadapi persaingan dengan IKM sejenis. (3) Memaksimalkan teknologi (mesin) yang digunakan agar mampu memproduksi kacang goyang yang berkualitas sehingga mampu menghadapi persaingan IKM-IKM yang ada di Kota Palu.

Kata Kunci : Kacang Goyang, IKM Sal-Han, Pengembangan Usaha, Strategi, SWOT .

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan proses perubahan yang direncanakan dan merupakan suatu kegiatan yang berkesinambungan, berkelanjutan dan bertahap ketingkat yang lebih maju dan lebih baik untuk mewujudkan hal tersebut, maka pembangunan harus dilakukan secara bertahap di segala bidang dan sektor maupun sub sektor (Isbah dan Rita, 2016).

Sektor pertanian telah terbukti memiliki peranan penting bagi pembangunan perekonomian suatu bangsa. Hal ini di dasarkan pada kontribusi sektor pertanian yang tidak hanya berperan dalam pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto) dan penciptaan kesempatan kerja (Sukartini dan Solihin, 2013).

Perkembangan dunia industri di Indonesia saat ini semakin maju, hal ini terbukti dengan banyaknya industri-industri

baru yang mengolah berbagai macam produk olahan jadi, maupun mentah, dengan demikian kebutuhan akan faktor-faktor produksi di Indonesia menjadi bertambah banyak (Ismi, 2010).

Banyaknya industri berlomba-lomba untuk menarik minat pelanggan dengan menjual produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau dan dapat terpenuhi tepat pada waktunya. (Alicia, 2013).

Menurut Anwar (2015), harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen.

Salah satu komoditi tanaman pangan yang mampu mendukung berdirinya beberapa industri adalah tanaman Kacang Tanah. Munculnya industri dapat memberikan ruang baru bagi produsen untuk mengasah kemampuan dalam memproduksi produk pertanian agar lebih menarik dan disukai oleh konsumen (Soekartawi, 2015).

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Kacang Tanah menurut Kabupaten/Kota di Sulawesi Tengah Tahun 2021

No.	Kabupaten/Kota	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1.	Banggai Kepulauan	443,4	372,96
2.	Banggai	502,5	390,63
3.	Morowali	60,7	78,00
4.	Poso	119,8	151,99
5.	Donggala	392,4	407,97
6.	Toli-Toli	132,3	270,05
7.	Buol	44,5	130,94
8.	Parigi Moutong	178,2	202,27
9.	Tojo Una-Una	43,4	50,66
10.	Sigi	215,9	199,00
11.	Banggai Laut	16	25,11
12.	Morowali Utara	63,3	46,51
13.	Kota Palu	64,1	47,29
Jumlah		2.276,5	2.373,37
Rata-rata		175,1	182,56

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Sulawesi Tengah, 2022.

Perkembangan tanaman kacang tanah di Sulawesi Tengah merupakan bagian dari sektor pertanian. Adapun luas panen dan produksi tanaman kacang tanah di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2021, terlihat pada Tabel 1.

Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat 4 industri yang mengolah kacang tanah menjadi kacang goyang di Kota Palu Sulawesi Tengah. Pada Tahun 2020 usaha Prima Jaya menjadi usaha kacang goyang di Kota Palu yang memiliki produksi paling tinggi yaitu dengan produksi 12 Ton/tahun, sedangkan usaha kacang goyang terendah di Kota Palu adalah IKM Sal-Han dengan produksi 536 Kg/tahun.

Konsep teori yang dikemukakan oleh Adri, dkk (2013) mengatakan inovasi teknologi pertanian sangat penting untuk peningkatan peroduktifitas, kualitas produk, serta efisiensi produk pertanian. Ciri teknologi yang berorientasi agribisnis sangat dibutuhkan untuk mempercepat pengembangan agribisnis.

Kacang tanah adalah tanaman palawija yang tergolong dalam family Leguminosae sub famili Papilionoideae, genus Arachis dan Hypogea. Sebagai tanaman pangan, kacang tanah menduduki peringkat ketiga setelah padi dan kedelai, sedangkan dalam komoditas kacang-kacangan, kacang tanah menduduki peringkat kedua setelah kedelai kacang tanah mempunyai nilai ekonomi tinggi karena kandungan gizinya terutama protein dan lemak yang tinggi (Kasno dan Harnowo, 2014).

Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat pada usaha Kacang Goyang IKM “Sal-Han” di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada IKM “Sal-Han” yang terletak di Jalan Sis Al-Jufri Kota Palu. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (Purposive), dengan pertimbangan bahwa produksi kacang goyang di IKM “Sal-Han” termasuk rendah jika dibandingkan dengan produksi usaha lain yang ada di Kota Palu. Maka peneliti ingin mengetahui strategi pengembangan apa yang tepat digunakan oleh IKM “Sal-Han” agar dapat bersaing dengan IKM yang ada di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2022.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive). Jumlah responden yang diwawancarai yaitu sebanyak 7 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden pihak internal terdiri dari 1 orang pimpinan 1 orang konsumen dan 2 orang karyawan, sedangkan pihak eksternal terdiri dari 1 orang konsumen, 1 orang pemilik IKM sejenis atau pesaing, serta 1 orang dari Dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi, dengan pertimbangan bahwa responden sangat berkompeten untuk memberikan informasi sehubungan dengan kegiatan peneliti.

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan (Quesionare), sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian ini, dengan berbagai literatur.

Tabel 2. Nama-nama Industri yang Memproduksi Kacang Goyang di Kota Palu, 2020

No.	Nama-nama Industri	Alamat	Produksi (kg)
1.	Prima Rasa	Jl. Labu No. 35	600 Kg
2.	Prima Jaya	Jl. Kunduri No. 31	12.000 Kg
3.	Aneka Keripik	Jl. Delima	1.500 Kg
4.	IKM Sal-Han	Jl. Sis-Aljufri No. 48	536 Kg

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palu, 2021.

Analisis data yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha kacang goyang IKM Sal-Han di kota Palu. Pada sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh industri, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha (Rangkuti, 2016).

Kerangka analisis SWOT mengembangkan wawasan atau pandangan, bahwa suatu perusahaan hanya dapat meningkatkan kinerjanya, bila perusahaan itu dapat mengolah pemanfaatan peluang sekaligus meminimalisasi ancaman lingkungannya (Rangkuti, 2016).

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Perencana strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal Kekuatan (strengths) dan Kelemahan (weakness) yang dapat dilihat pada tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary).

Penentuan rating juga menggunakan metode obyektif, yaitu persepsi responden. Bila IFAS dan EFAS lebih besar dari nilai

rating tertinggi dibagi dua, maka perusahaan akan mampu merespon perubahan lingkungan internal dan eksternalnya. Penentuan bobot dihitung dengan menggunakan metode obyektif dengan rumus, sebagai berikut :

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

Keterangan :

Bi = Bobot faktor ke-i

Ri = Nilai faktor ke-i

$\sum Ri$ = Total Rating.

Faktor-faktor strategi IKM “Sal-Han” disusun dalam suatu matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan 4 (empat) alternatif strategi berikut (Rangkuti, 2016); terlihat pada Tabel 3.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil IKM “Sal-Han”. IKM “Sal-Han” didirikan oleh Ibu Ragwan Al Idrus yang berumur 51 tahun. Pendidikan terakhir adalah D3, dengan bermodalkan keahliannya, beliau mampu mendirikan IKM. Pada awalnya IKM “Sal-Han” hanya memproduksi bawang goreng saja, akan tetapi melihat prospek penjualan Kacang Goyang yang sangat luas dan menguntungkan. Selain itu, konsumen Kacang Goyang sangatlah luas baik remaja maupun dewasa. Oleh sebab itu Ibu Ragwan Al Idrus membuat produk baru yaitu Kacang Goyang yang dapat menambah keuntungan usahanya.

Tabel 3. Diagram Matriks Alternatif SWOT

IFAS/EFAS	<i>Strenghts (S)</i>		<i>Weakness (W)</i>	
Opportunities (O)	<u>Strategi SO I</u>		<u>Strategi WO II</u>	
	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang.	yang untuk	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.	
Threats (T)	<u>Strategi ST III</u>		<u>Strategi WT IV</u>	
	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan mengatasi ancaman.	yang untuk	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.	

Sumber : Rangkuti, 2016.

Struktur Organisasi IKM “Sal-Han”.

Organisasi adalah suatu kelompok dalam suatu wadah untuk tujuan bersama. Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat (Dwitama, 2009).

IKM “Sal-Han” dalam pelaksanaan kegiatan pengorganisasiannya menerapkan struktur organisasi (*line organization*) yang merupakan struktur organisasi sederhana dengan hanya dipimpin oleh seorang pemimpin saja, sehingga menugaskan rantai komando yang jelas dan sederhana. Pengaturan tersebut mencegah terjadinya penghindaran tanggung jawab, serta pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat karena pemimpin memiliki kewenangan penuh untuk mengawasi pekerjaan para bawahannya.

Karakteristik Responden. Responden dalam penelitian ini merupakan responden yang berkaitan dengan usaha Kacang Goyang, berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan responden maka karakteristik responden yang diambil meliputi umur dan tingkat pendidikan.

Umur Responden. Umur adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja suatu pekerjaan, baik secara fisik maupun mental dalam pengambilan suatu keputusan. Umumnya manusia yang berumur cenderung relatif muda dan sehat memiliki kemampuan fisik yang lebih baik dan semangat dalam melakukan suatu pekerjaan, sehingga faktor tersebut dapat meningkatkan kinerja-kinerja dalam melakukan proses produksi sehingga peluang pendapatan yang didapat lebih besar.

Umur responden sangat memengaruhi produktivitas kerja dan pengalaman dalam melakukan pengolahan dalam usahanya, yaitu dalam melakukan proses produksi Kacang Goyang. Umur produktif kisaran 15-64 tahun. Responden dalam penelitian ini tergolong pada kisaran umur produktif dan semakin lama karyawan bekerja pada suatu perusahaan, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki pada karyawan tersebut (Rahmawati, 2016).

Tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor pendukung dalam suatu kegiatan berusaha karena dengan pendidikan yang semakin tinggi maka pengambilan keputusan tentang inovasi-inovasi yang baru yang berkaitan dengan pengembangan suatu usaha akan lebih kreatif.

Tingkat pendidikan dari 7 responden ada 2 orang di antaranya telah sarjana S1 yakni memiliki usaha yang bernama Ragwan Al Idrus dan pegawai Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Palu yang bernama Eka, 1 orang pesaing atau usaha sejenis, 2 orang tenaga kerja atau karyawan dari IKM “Sal-Han” dan 2 orang konsumen Kacang Goyang dari IKM “Sal-Han”.

Proses Produksi Kacang Goyang. Proses produksi merupakan kegiatan inti dari suatu usaha yang dijalankan. IKM “Sal-Han” dalam melakukan proses produksi Kacang Goyang tentunya perlu melalui beberapa tahapan.

Tahap pertama dalam proses produksi Kacang Goyang di IKM “Sal-Han” yaitu menyiapkan alat dan bahan. Kemudian bahan-bahan yang disiapkan untuk produksi Kacang Goyang yaitu kacang tanah, gula putih, dan pewarna makanan (merah dan hijau).

Kacang tanah yang telah disiapkan kemudian akan di sangrai hingga matang, proses ini harus dilakukan dengan benar. Tahap selanjutnya adalah menyiapkan gula caramel dengan melelehkan gula putih dan air secukupnya, kemudian ditambahkan pewarna makanan.

Tahap berikutnya yaitu mencampurkan kacang tanah yang telah matang dengan gula caramel. Pada proses ini menggunakan mesin yang telah di modifikasi. Kacang Goyang yang telah siap kemudian akan dikeluarkan dari mesin dan dilakukan proses pendinginan dengan meletakkan Kacang Goyang di suhu ruang. Setelah Kacang Goyang dingin, maka Kacang Goyang siap untuk dikemas menggunakan kemasan plastik dengan ukuran 150 gram dan 250 gram.

Analisis SWOT. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha kacang goyang IKM Sal-Han di Kota Palu, pada sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh industri, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha (Rangkuti, 2016).

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar (David, 2011).

Upaya pengembangan bisnis pada awalnya ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan-

kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-
an caman). Hasil identifikasi ini kemudian banyak digunakan sebagai landasan untuk memformulasikan kegiatan dan menentukan standar keberhasilan usaha. SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Sekaran, 2012).

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden maka diperoleh beberapa indikator faktor Internal dan Eksternal yang menggambarkan kekuatan (Shreats), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) yang memengaruhi strategi pengembangan usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han”. Hasil indentifikasi faktor Internal dan Eksternal terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Indentifikasi Faktor Internal dan Eksternal IKM “Sal-Han”

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (Strenghts)	Peluang (Opportunities)
a. Dipercaya sebagai pelatih wirausahawan	a. Harga produk bervariasi
b. Tenaga kerja yang berpengalaman	b. Pelanggan tetap
c. Teknologi sudah memadai (mesin)	c. Dukungan dan binaan dari pemerintah
Kelemahan (Weaknesses)	Ancaman (Threats)
a. Kemasan mudah rusak	a. Produk mudah ditiru
b. Kurangnya tenaga kerja	b. Kenaikan harga bahan baku (Gula putih)
c. Kurangnya bahan baku (Gula putih)	c. Adanya pesaing sejenis

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Tabel 5. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Faktor-faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Skor (B x R)
I.	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
A	Dipercaya sebagai peelatih wirausahawan	0,22	4	0,88
B	Tenaga kerja yang berpengalaman	0,17	3	0,51
C	Teknologi sudah memadai (mesin)	0,22	4	0,88
	Sub Total I	0,61	11	2,27
II.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
A	Kemasan mudah rusak	0,11	2	0,22
B	Kurangnya tenaga kerja	0,17	3	0,51
C	Kurangnya bahan baku (Gula putih)	0,11	2	0,22
	Sub Total II	0,39	7	0,95
	Total (Sub total I + Sub total II)	1,00	18	3,22
	Sumbu X (Sub total I - Sub total II)			1,32

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Setelah faktor-faktor strategi internal dan eksternal pada industri Kacang Goyang teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (Internal Faktor Analysis Summary) pada Tabel 5 yang menunjukkan bahwa total faktor yang diperoleh faktor Internal atau IFAS yaitu sebesar 3,22 dengan koefisien Kekuatan (Strenghts) sebesar 2,27 dan koefisien Kelemahan (Weakness) 0,95. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Kekuatan yang dimiliki oleh IKM “Sal-Han” lebih besar dari faktor Kelemahan, oleh karena itu IKM “Sal-Han” dapat lebih memanfaatkan faktor Kekuatan yang dimiliki.

Hasil perhitungan nilai rating dari faktor Internal diperoleh hasil dari pengurangan antara total skor faktor Kekuatan (Strenghts) dan total skor Kelemahan (Weakness). Hasil pengurangan yaitu $2,27 - 0,95 = 1,32$ yang dijadikan sumbu horizontal (X), maka sumbu X diagram SWOT adalah 1,32.

Setelah faktor-faktor strategi internal pada IKM “Sal-Han” teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary) dan dapat dilihat pada Tabel 6 yang menunjukkan bahwa total yang diperoleh faktor Eksternal atau EFAS yaitu sebesar 2,8 dengan koefisien Peluang (*Oppertunity*) sebesar 1,35 dan koefisien Ancaman (*Thearts*) sebesar 1,45. Hal ini menyebabkan bahwa faktor Ancaman

pada IKM “Sal-Han” lebih kecil dari faktor Peluang, oleh karena itu IKM “Sal-Han” dapat meminimalkan Ancaman yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada guna mengembangkan usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor Eksternal IKM “Sal-Han”, diperoleh hasil pengurangan antara total skor faktor Peluang (*Oppertenity*) dan total skor faktor Ancaman (*Threats*). Hasil pengurangan yaitu $1,35 - 1,45 = -0,1$ yang dijadikan sebagai sumbu Vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam Diagram SWOT adalah $-0,1$.

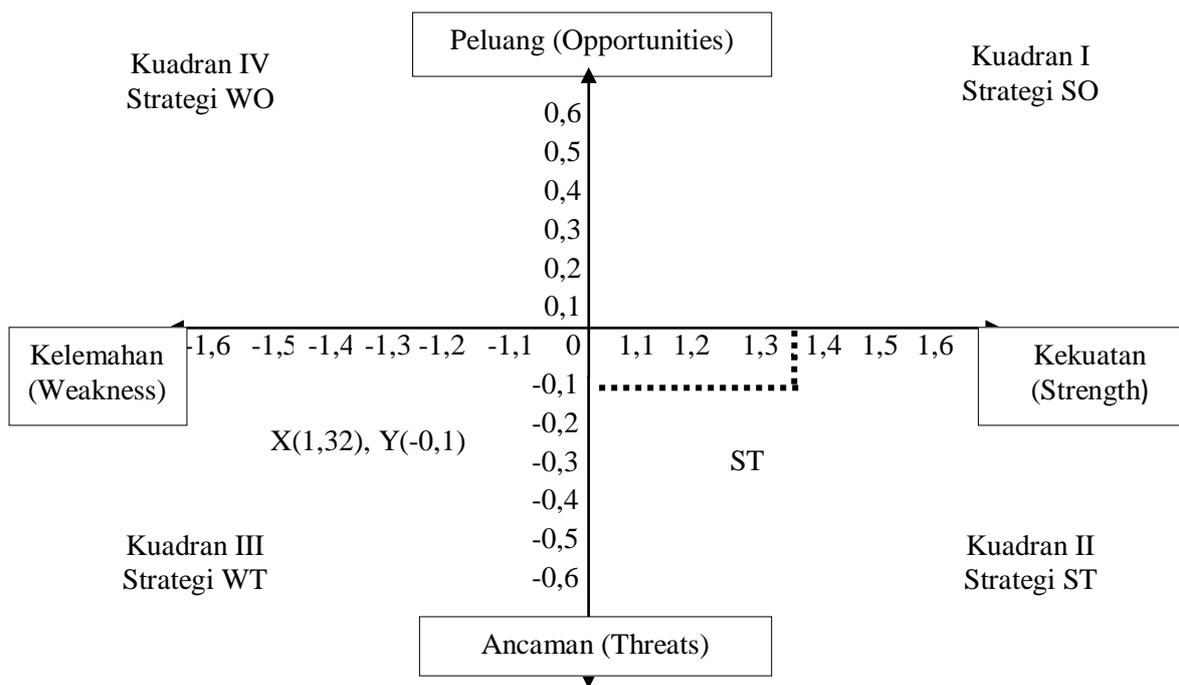
Strategi. Hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal diperoleh dalam hasil pengurangan dari total skor faktor kekuatan dan total skor faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar 1,32 sedangkan hasil pengurangan total skor faktor peluang dan total skor faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar $-0,1$, kemudian dapat dilihat dari sisi kuadrannya yaitu pada Tabel 7.

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi strategi untuk usaha pengembangan Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han” berada pada kuadran II yaitu pada strategi Kekuatan - Ancaman (ST), maka penetapan strategi yang dapat digunakan oleh IKM “Sal-Han” yaitu strategi ST.

Tabel 6. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

	Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
I.	Peluang (<i>Opportunities</i>)			
A	Harga produk bervariasi	0,15	3	0,45
B	Pelanggan tetap	0,15	3	0,45
C	Dukungan dan binaan dari pemerintah	0,15	3	0,45
	Sub Total I	0,45	9	1,35
II.	Ancaman (<i>Threats</i>)			
A	Produk mudah ditiru	0,2	3	0,6
B	Kenaikan harga bahan baku (Gula putih)	0,2	2	0,4
C	Adanya pesaing sejenis	0,15	3	0,45
	Sub Total II	0,55	8	1,45
	Total (Sub total I + Sub total II)	1,00	17	2,8
	Sumbu X (Sub total I - Sub total II)			-0,1

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.



Gambar 1. Posisi Strategi Pengembangan Usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han” Di Kota Palu Tahun 2022.

Tabel 7. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Pengembangan Usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han”

Kriteria	Koordinat	Ket
Faktor Internal		
Kekuatan	1,32	sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	-0,1	Sumbu Y
Ancaman		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Penentuan Alternatif Strategi yang Digunakan untuk Pengembangan Usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han”. Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han” terletak pada strategi S-T., yaitu memaksimalkan penggunaan modal dalam pembelian bahan baku yang digunakan untuk membeli kacang tanah dan gula putih sebagai bahan baku utama, mempertahankan cita rasa dengan cara merancang prosedur operasi standar atau SOP yang mencakup resep

Kacang Goyang, serta mempertahankan harga yang bervariasi sesuai kebutuhan konsumen, di mana kualitas bahan baku merupakan keseluruhan ciri atau sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Anastasia dan Yulia, 2014).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian metode yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan dengan IKM “Sal-Han” dengan menggunakan analisis SWOT, yakni menentukan faktor IFAS (Internal Faktor Summary) yaitu melihat bagaimana kekuatan dan kelemahan dari IKM “Sal-Han” dan EFAS (Eksternal Faktor Analisis Summary) yaitu melihat peluang dan ancaman pada IKM “Sal-Han”.

Hasil bobot dan rating yang didapatkan menunjukkan strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh IKM “Sal-Han” yaitu strategi S-T (menggunakan kekuatan untuk mengurangi dampak ancaman). Kemudian

untuk menerapkan pengembangan usaha Kacang Goyang pada IKM “Sal-Han” berada pada strategi S-T yaitu dengan memanfaatkan pelatihan wirausahawan, mempertahankan tenaga kerja yang berpengalaman dan memaksimalkan teknologi (mesin).

Saran

Bagi IKM “Sal-Han”, sebaiknya menggunakan alternatif strategi S-T yaitu kuadran II, di mana pada posisi ini mengatasi ancaman yang ada dengan cara menggunakan kekuatan yang dimiliki, kemudian bagi peneliti dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu referensi dan mengembangkannya dengan melakukan beberapa studi kasus dan dapat menerapkan SWOT, serta bagi pemerintah diharapkan dapat terus memberikan motivasi dukungan dan binaan kepada IKM “Sal-Han” untuk lebih meningkatkan kualitas produknya untuk mewujudkan pengembangan pada usaha Kacang Goyang IKM “Sal-Han” di Kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, Delvin dan Hersoelityorini, Wikanastri. 2013. *Aktivitas Antioksidan dan Sifat Organoleptik Teh Daun Sirsak (Annona muricata Linn.) Berdasarkan Variasi Lama Pengeringan*. Semarang : J. Pangan dan Gizi. 4 (7):1-12.
- Alicia, Y.P. 2013. *Pengendalian Persediaan Bahan Baku*. Universitas Negeri Padang.
- Anastasia, Ulva., dan Yulia Nurendah. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. J. Ilmiah Manajemen Kesatuan. 2 (2): 181-190.
- Anwar, I. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. J. Ilmu dan Riser Manajemen. 4 (12): 1-15.
- David, F.R. 2011. *Strategic Management*. Edisi 12. Salemba Empat. Jakarta.
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Sulawesi Tengah. 2022. *Luas Panen dan Produksi Kacang Tanah menurut Kabupaten/Kota Di Sulawesi Tengah Tahun 2021*.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palu. 2021. *Nama-nama Industri yang Memproduksi Kacang Goyang Di Kota Palu, 2020*.
- Isbah, Ufira dan Rita Yani Iyan. 2016. *Analisis Peran Sektor Pertanian dalam Perekonomian dan Kesempatan Kerja Di Provinsi Riau*. J. Sosial Ekonomi Pembangunan. 3 (19): 45-54.
- Ismini. 2010. *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Keripik Singkong Di Perusahaan Mickey Mouse Malang*. Agriika. 4 (2): 119-129.
- Kasno, A., dan Harnowo, D. 2014. *Karakteristik Varietas Unggul Kacang Tanah dan Adopsinya oleh Petani*. J. Penelitian Pertanian Tanaman Pangan. 9 (1): 13-23.
- Rahmawati, N. H. 2016. *Pengaruh Kompensasi dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan*. J. Ilmu dan Riset Manajemen. 5 (4): 1-15.
- Rangkuti, F. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dwitama R. 2009. *Pengertian Struktur Organisasi*. Alfabeta. Bandung.
- Sekaran, U. 2012. *Research Methods for Business (Metode Penelitian untuk Bisnis)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Soekartatawi. 2015. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sukartini, Ni Made. dan Solihin Achmad. 2013. *Respon Petani terhadap Perkembangan Teknologi dan Perubahan Iklim (Studi Kasus Subak Di Desa Gadungan, Tabanan, Bali)*. J. Ekonomi Kuantitatif Terapan. 6 (2): 128-139.