

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur

Ari Taliq Ramadhan², Ardiansyah Japlani²
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro

Abstrak

Dengan adanya pandemi covid-19 ini membuat penjualan keripik mengalami penurunan menunjukkan data penjualan keripik pisang di Kelurahan Yosodadi pada tahun 2016, 2017, 2018, 2019 mengalami kenaikan dan di tahun 2020 mengalami penurunan. Dengan menurunnya penjualan keripik pisang berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif karena bertujuan untuk menggambarkan keadaan atas fenomena di lapangan. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Kondisi usaha keripik tunas saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal bahwa dari lingkungan internal perusahaan keripik tunas memiliki kekuatan pada modal yang telah tercukupi. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, perusahaan berada pada posisi di kuadran I dengan strategi pengembangan yang dapat dipilih adalah Grow and Built dimana strategi yang cocok adalah Market Development strategy, Product Development strategy dan Market Penetration Strategy. Sebaiknya, perusahaan mengembangkan pemasaran produk yang dapat menjangkau diberbagai wilayah tidak hanya didalam Kota Metro akan tetapi diseluruh Kota yang ada di Provinsi Lampung. Sebaiknya para pengusaha melakukan efisiensi biaya produksi guna menekan biaya pengeluaran produksi keripik pisang.

Kata Kunci :Strategi Pengembangan, kuantitatif, IFE, EFE

Abstract

With the Covid-19 pandemic, the sales of chips have decreased. Shows data on sales of banana chips in the village of Yosodadi in 2016, 2017, 2018, 2018, 2019 experienced an increase and in 2020 it decreased. With a decrease in selling banana chips has an impact on the welfare of the community. This research was conducted using a quantitative descriptive research method because it aims to describe the state of phenomena in the field. (Sugiyono:35) research method. Quantitative research is a research method based on the philosophy of positivism, used to research on certain populations and samples, collecting data using instruments. Research, data analysis is quantitative/statistical, with the aim of testing the hypothesis that has been established. The current business condition of bud chips is based on internal and external factors that. The internal environment of the Tunas Chips company has strength in the capital that has been fulfilled. Based on the IFE and EFE matrices, the company is in a position in quadrant I with the strategy that can be chosen is Grow and Built where the suitable strategy is Market Development strategy, Product Development strategy and Market Penetration Strategy. Preferably, companies develop product marketing that can reach in various areas not only within the Metro City but throughout the city in Lampung Province. It is better for entrepreneurs to make production cost efficiency in order to reduce the cost of producing banana chips.

Keywords : Development Strategy, Quantitative,IFE,EFE**I. Pendahuluan**

Keberadaan pelaku usaha kecil menengah secara umum merupakan kekuatan roda penggerak perekonomian bangsa Indonesia. Kekuatan UKM menunjukkan situasi dan kondisi perekonomian yang berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat. Permasalahan UMKM yang terjadi saat ini di Indonesia adalah permasalahan modal untuk mengembangkan usaha UMKM. (Febriyanto: 2022). Melihat keadaan UKM saat ini dapat diukur dari parameter pendapatan, pelaku usaha harus mampu mensiasati perubahan lingkungan usaha dengan kebiasaan konsumen. Beberapa metode pemerintah untuk kegiatan dari rumah menjadi sasaran perubahan UKM melakukan kegiatan yang dapat menunjang usaha (Darung & Kristiane, 2020). Berbagai upaya terus dilakukan untuk mendukung sektor UKM agar tetap dapat bertahan dan bahkan dapat mengembangkan strategi bisnisnya.

Pisang merupakan salah satu komoditas buah yang banyak dijumpai di provinsi Lampung Pisang merupakan buah yang lezat dan memiliki rasa yang manis. Sejak dulu pisang sudah dikenal oleh manusia diseluruh dunia. Para ahli menceritakan bahwa masyarakat Asia Tenggara. Diduga pisang telah lama dimanfaatkan masyarakat daerah setempat itu mengawali dari berkebudayaan penggumpul, lalu menggunakan tunas dan pelepah pisang sebagai bagian dari sayur. bagian – bagian lain dari tanaman pisang pun telah dimanfaatkan hingga saat ini. Pisang termasuk tanaman pertama yang dipelihara ketika kebudayaan pertanian sudah mulai menetap. Ada beberapa bukti sejarah baik secara tertulis maupun berupa relief di tempat – tempat yang dianggap penting menunjukkan bahwa tanaman pisang telah lama dibudidayakan. Tulisan pertama tentang pemeliharaan pisang, yaitu berasal dari India.

Pisang mempunyai potensi dan nilai ekonomis yang cukup tinggi jika diusahakan dengan baik berdasarkan Badan Pusat Statistik (2015) data rata – rata produksi dari tahun 2009 – 2013 sebanyak 70,30% produksi pisang di Indonesia dipasok dari provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Lampung, Jawa Tengah dan Sumatera Utara, Provinsi Lampung menjadi salah satu penghasil produksi pisang terbesar di Indonesia hal ini dapat dilihat dari tabel produksi buah pisang dibawah ini.

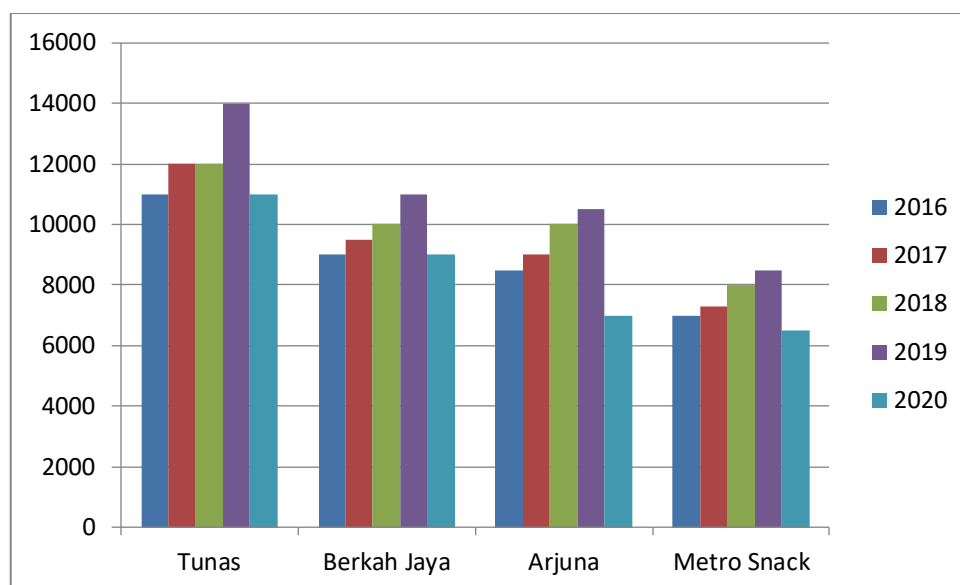
Tabel 1. Produksi Jumlah Pisang Provinsi Lampung 2006-2020

No.	Tahun	Pisang (Ton)
1	2016	1,517 004,00
2	2017	1,462 423,00
3	2018	1,438 559,00
4	2019	1,209 545,00
5	2020	1,209 545,00

Sumber : Badan pusat statistik (BPS) Provinsi Lampung 2021.

Berdasarkan data dari Tabel 1 jumlah hasil produksi buah pisang di provinsi Lampung mengalami penurunan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

Gambar 1. Grafik Penjualan Keripik Pisang Dikelurahan Yosodadi 2016-2020



Sumber :Usaha Keripik Pisang Di Yosodadi 2021.

Berdasarkan data tabel penjualan keripik pisang di kelurahan Yosodadi mengalami penurunan penjualan di tahun 2020, hal ini dikarenakan adanya dampak pandemi covid -19 yang melanda Indonesia dan hampir seluruh dunia (Syafrida,2020). Hal ini berdampak dengan tingkat kesejahteraan masyarakat di kelurahan Yosodadi dengan berkurangnya omset pendapatan karena menurunnya penjualan keripik pisang dengan hal tersebut para pengusaha keripik pisang di Kelurahan Yosodadi ingin mengembangkan usahanya dengan menaikkan jumlah penjualan keripik pisang agar dapat berkembang.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan sejumlah permasalahan di antara lain :

1. Bagaimana kondisi usaha keripik pisang di kelurahan Yosodadi saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk diterapkan pada usaha keripik pisang di kelurahan Yosodadi dalam menghadapi lingkungan usahanya?
3. Bagaimana pengembangan usaha dan kesejahteraan produsen keripik pisang di kelurahan Yosodadi ?

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan kondisi lingkungan industri usaha keripik pisang di kelurahan Yosodadi berdasarkan faktor internal dan eksternal
2. Menjelaskan strategi yang tepat untuk dapat dijalankan di industri keripik pisang guna pengembangan industri keripik pisang.
3. Untuk mengetahui pengembangan usaha dan yang mungkin dilakukan kepada industri keripik pisang, dengan hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan Usaha

Sedangkan menurut Pandji Anoraga. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar

Strategi Pengembangan Usaha

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan

Strategi pengembangan produk

Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru

Strategi Pengembangan Pasar

Menurut David (2009:259) ada enam pedoman tentang kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif yaitu :

- 1) Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik
- 2) Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya
- 3) Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum januh muncul
- 4) Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi
- 5) Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih
- 6) Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya

Strategi Inovasi

Strategi Inovasi menjadi perhatian bagi suatu perusahaan karena dalam banyak industri apabila baik dilakukan inovasi akan dapat meningkatkan timbulnya risiko yang dihadapi perusahaan itu

Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Pandji Anoraga (2007:90) ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain

a. Tahap I : Identifikasi Peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti :

- 1) Rencana produsen
- 2) Saran dan usul produsen kecil
- 3) Program pemertintah
- 4) Kadin atau asosiasi usaha sejenis

b. Tahap 2 : Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi berkumpul dan dianalisa maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

c. Tahap 3 : Seleksi Alternatif

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut :

d. Tahap 4 : Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih

e. Tahap 5 : Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Disamping itu juga di arahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

Kesejahteraan

Kesejahteraan menurut kamus bahasa Indonesia berasal dari kata sejahtera yang mempunyai makna aman, sentosa, makmur, dan selamat (terlepas dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya.)

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif karena bertujuan untuk menggambarkan keadaan atas fenomena di lapangan. (Sugiyono:35) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian teknik penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data melalui tiga cara yaitu dengan pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi.

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010). Bagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini. Penulis menggunakan metode random sampling yaitu sampling yang digunakan oleh peneliti apabila populasi dari sampel yang diambil merupakan populasi homogen yaitu yang mengandung satu ciri saja.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder : Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti. Data primer dari penelitian ini berupa kuisioner yang akan diisi oleh responden melalui wawancara dengan pemilik yang merangkap sebagai ketua, sekretaris dan bendahara. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari industri usaha keripik pisang di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur berupa data jumlah anggota dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian

Metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam melakukan penelitian adalah : wawancara, observasi, dokumentasi dan kuisioner. Menurut Sugiyono (2015:231) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Menurut Sugiyono (2015:145) observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri-ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain wawancara selalu berkomunikasi dengan orang. Maka observasi tidak terlepas pada orang tetapi juga objek-objek alam lain. Menurut Sugiyono (2018:2019) angket atau kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Alat analisis yang digunakan yaitu dengan analisis deskriptif, analisis SWOT dan analisis QSP. Analisis Deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran umum visi dan misi usaha. Analisis Deskriptif yang digunakan dapat juga digunakan untuk mendapatkan kondisi aktual perusahaan. Analisis Strategi menggunakan analisis efektivitas dan analisis SWOT atau analisis situasi untuk mengidentifikasi secara sistematis faktor – faktor lingkungan internal berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) disamping faktor-faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman. Quantitative Strategies Planning (QSP) adalah alat ukur terakhir yang dipergunakan peneliti untuk melakukan evaluasi pilihan strategis alternatif secara objektif, berdasarkan tahap-tahap sebelumnya yang telah diidentifikasi sebelumnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Singkat Usaha Keripik Pisang di Yosodadi

Usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi merupakan salah satu unit usaha yang mengembangkan hasil produk petani di wilayah sekitar yang diolah menjadi keripik pisang untuk menambah nilai tambah buah pisang dan sebagai salah satu cara untuk mencegah pembusukan buah pisang.

keripik pisang dikelurahan yosodadi ini menjadi cemilan khas dari kota Metro terdapat beberapa industri keripik pisang dikelurahan yosodadi kecamatan metro timur ini antara lain Tunas, Berkah Jaya, Arjuna dan Metro snack, untuk usaha keripik tunas ini sendiri sudah berdiri sejak tahun 2005 keripik pisang ini berada di Jl mujair, Yosodadi kecamatan Metro Timur, keripik pisang Berkah jaya berdiri dari tahun 2003 yang berada di Jl Sepat 1, No 16, RT 27 RW 11 Yosodadi kecamatan Metro Timur, sedangkan keripik pisang Arjuna sendiri sudah berdiri dari tahun 2015 untuk lokasi keripik pisang Arjuna ini berdekatan dengan keripik pisang Tunas di Jl Mujahir No 33, Yosodadi kecamatan Metro Timur dan Metro snack keripik pisang berada di Jl Lumba-Lumba kelurahan Yosodadi No 50 kecamatan metro timur yang sudah berdiri dari tahun 2014, Di sentra industri keripik pisang dikelurahan yosodadi ini banyak sekali berbagai jenis rasa dari keripik pisang mulai dari rasa coklat, jagung bakar, balado, keju dan masih banyak lagi semuavarian tersebut diolah dengan cara sederhana namun tetap menarik dari segi kemasan industri keripik pisang di kelurahan yosodadi sudah menggunakan plastik kedap udara dan memiliki label serta uji dari Bpom sehingga terjamin keamanan untuk dikonsumsi usaha industri keripik pisang dikelurahan ini rata – rata per umkm memiliki setidaknya 5 pegawai untuk membantu dalam pembuatan keripik.

B. Hasil Penelitian

1. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dan IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks EFE dan IFE Disusun dengan memberikan nilai, rating, dan Bobot terhadap setiap aspek yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya

Tabel 2. Matriks EFE

No.	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Skor	Rating	Bobot	Bobot x rating
1	Adanya kredit bagi usaha	1	4	0,20	0,80
2	Kota metro sebagai salah satu tempat tujuan wisata	1	4	0,20	0,80
Jumlah		2	8	0,40	1,60
No.	Ancaman (<i>Treath</i>)	Skor	Rating	Bobot	Bobot x rating
1	Harga bahan baku yang semakin meningkat	1	4	0,20	0,80
2	Banyaknya pesaing (Pengusaha keripik rumahan)	1	4	0,20	0,80
3	Pasokan bahan baku pisang kepok	1	3	0,20	0,60
Jumlah		3	11	0,60	2,20
Jumlah O + T		5	19	1	3,80

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Tabel 3. Hasil Matriks IFE

No	Kekuatan	Skor	Rating	Bobot	Bobot x rating
1	Keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja	1	4	0,10	0,40
2	Kondisi modal yang relatif tercukupi	1	4	0,10	0,40
3	Harga produk yang murah	1	4	0,10	0,40
4	Kemasan produk yang cukup bagus	1	3	0,10	0,30
5	Sudah memiliki sertifikat halal dan izin depkes	1	4	0,10	0,40
6	Kualitas produk	1	3	0,10	0,30
7	Letak usaha yang strategis	1	3	0,10	0,30
Jumlah		7	25	0,7	2,5
No.	Kelemahan	Skor	Rating	Bobot	Bobot x rating
1	Keterbatasan dalam pencatatan keuangan	1	4	0,10	0,40
2	Penggunaan alat produksi yang masih sederhana	0	2	0,00	0,00
3	Daerah pemasaran masih terbatas	1	3	0,10	0,30
4	Kegiatan promosi produk masih kurang	1	4	0,10	0,40
Jumlah		3	13	1,00	1,10
Total Kekuatan (S) + Kelemahan (W)					3,60

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel di atas, bahwa terdapat dua faktor dari matriks E3sFE (*External Factor Evaluation*) dan dua faktor IFE (*External Factor Evaluation*). Faktor Eksternal meliputi peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal meliputi kekuatan dan ancaman perusahaan. Adapun perhitungan dari nilai, rating, bobot dan skor bobot sebagai berikut:

1) Untuk mengetahui skor nilai:

Skor nilai merupakan skor jawaban dari responden atas pertanyaan yang diberikan. Item-item pernyataan yang memuat faktor peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dari perusahaan dijawab oleh responden, diberikan penilaian dengan skala 0-1. Faktor yang merupakan faktor penting bagi perusahaan diberi nilai 1, dan yang tidak penting diberikan skor 0.

2) Skor Rating

Skor rating yang terdapat dalam tabel juga merupakan jawaban responden atas kuisisioner yang diberikan. Rating merupakan skala nilai yang diberikan oleh responden berupa kekuatan kecil, kekuatan utama, kelemahan utama, dan kelemahan kecil bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnis. Rating dari masing-masing berkisar antara 1-4.

3) Bobot

Bobot diperoleh dari skor nilai dibagi dengan total nilai. Pada matriks EFE faktor Peluang nomor 1, diketahui skor nilai = 1, total skor = 5, maka nilai bobotnya dapat dihitung dengan perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Bobot} &= \frac{\text{Nilai}}{\text{Total Nilai}} \\ &= \frac{1}{5} \\ &= 0,20 \end{aligned}$$

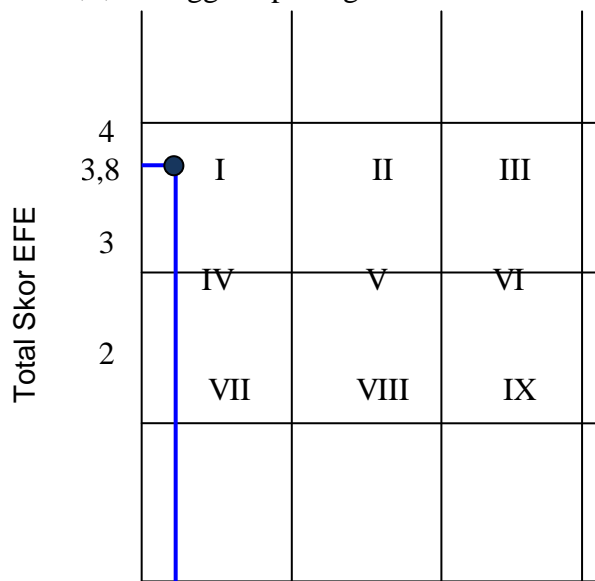
Dan seterusnya sampai semua faktor pada matriks EFE dan IFE. Selengkapnya pada Lampiran.

4) Skor terbobot

Skor terbobot diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating. Contoh perhitungan sebagai berikut: Pada faktor EFE no 1. Diketahui bobot = 0,20, dan rating = 4, maka diperoleh skor terbobotnya adalah:

$$\begin{aligned} \text{Skor terbobot} &= \text{Bobot} \times \text{Rating} \\ &= 0,20 \times 4 \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Demikian seterusnya hingga semua faktor dalam IFE maupun EFE. Berdasarkan hasil analisis matriks IFE dan EFE diperoleh skor untuk EFE adalah 3,6 dan skor IFE adalah 3,8, sehingga dapat digambarkan matriks IE sebagai berikut:



Gambar 4. Matriks Internal-Eksternal

peluang eksternal. Strategi S-O bagi usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi dirumuskan sebagai berikut :

1) Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang.

b. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O bagi usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi terdiri dari :

- 1) Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran
- 2) Memperbaiki sistim manajemen usaha

c. Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi S-T bagi usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi adalah :

- 1) Mengupayakan ketersediaan bahan baku secara continue
- 2) Melakukan efisiensi biaya produksi

d. Strategi W-T

Strategi W-T adalah strategi yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman lingkungan. Strategi W-T bagi usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi adalah :

- 1) Melakukan pengembangan atau diversifikasi produk untuk menghadapi barang substitusi yang tinggi.
- 2) Memperluas daerah pemasaran agar konsumen lebih mengenal keripik pisang Kelurahan Yosodadi

e. Tahap Formulasi Strategi Usaha keripik Pisang Dikelurahan Yosodadi

Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT (*Streangth, Weakess, Opportunity, and Threat*) diperoleh alternatif strategi sebanyak delapan alternatif. Alternatif strategi tersebut nantinya diharapkan dapat diterapkan didalam manajemen usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi setelah mendapatkan alternatif-alternatif strategi kemudian dilakukan penentuan prioritas.

3. Matriks QSPM

Tabel 8. IFAS - EFAS

IFAS – EFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weekness)
Peluang (Opportunities)	Strategi SO: Menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan peluang bisnis = $2,5 + 1,6 = 4,1$	Strategi WO: Memnimalikan kelemahan dengan memanfaatkan peluang = $1,1 + 1,6 = 2,7$
Ancaman (Treath)	Strategi ST: Menggunakan Kekuatan untuk mengatasi Ancaman: $2,5 + 2,2 = 4,7$	Strategi WT: Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman: $1,1+2,2 = 3,3$

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa strategi kombinasi SO diperoleh dari pembobotan dan rating dari Kekuatan sebesar 2,5 dan Peluang yang ada pada perusahaan sebesar 1,6 sehingga total nilai 4,1. Kemudian strategi kombinasi WO diperoleh dari pembobotan dan rating dari kelemahan sebesar 1,1 dan Peluang yang ada pada perusahaan sebesar 1,6 sehingga total nilai 2,7. Selanjutnya strategi kombinasi ST diperoleh dari pembobotan dan rating dari Kekuatan sebesar 2,5 dan ancaman yang ada pada perusahaan sebesar 2,2 sehingga total nilai 4,7, dan strategi kombinasi WT diperoleh dari pembobotan dan rating dari kelemahan sebesar 1,1 dan ancaman yang ada pada perusahaan sebesar 2,2 sehingga total nilai 3,3. Hal ini berarti bahwa strategi yang dapat digunakan adalah set strategi ST. Satu set strategi ST memiliki dua alternatif strategi. Dalam hal ini analisis metode QSPM berguna untuk mengurutkan pilihan dari strategi untuk menemukan strategi mana yang harus menjadi prioritas. Keputusan matriks QSPM merupakan alat analisis untuk mengambil keputusan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dan menjadi prioritas utama Pengambilan keputusan pada QSPM didasarkan pada matriks IE dan SWOT. Alternatif Strategi yang dipilih adalah :

- 1) Strategi Pengembangan Pasar (*Marketing Development Strategy*) (*MDS*)
- 2) *Product Development strategy* (*PDS*)
- 3) *Market Penetration Strategy* (*MPS*)

Tabel 9.Matriks QSPM

Faktor Internal dan Eksternal	Bobot	Strategi 1		Strategi 2	
		AS	TAS	AS	TAS
Strength					
Keharmonisan hubungan antara pemilik dan pekerja	0,10	0	0		0
Kondisi modal yang relatif tercukupi	0,10	4	0,4	3	0,3
Harga produk yang murah	0,10	4	0,4	3	0,3
Kemasan produk yang cukup bagus	0,10	0	0		0
Sudah memiliki sertifikat halal dan izin depkes	0,10	0	0		0
Kualitas produk	0,10	4	0,4	3	0,3
Letak usaha yang strategis	0,10	0	0		0
Weaknes					
Keterbatasan dalam pencatatan keuangan	0,10	0	0	3	0,3
Penggunaan alat produksi yang masih sederhana	0,00	4	0		0
Daerah pemasaran masih terbatas	0,10	0	0		0
Kegiatan promosi produk masih kurang	0,10	0	0		0
Opportunity					

Adanya kredit bagi usaha	0,20	3	0,6	4	0,8
metro sebagai salah satu tempat tujuan wisata	0,20	0	0	4	0,8
Treatth					
Harga bahan baku yang semakin meningkat	0,20	4	0,8	3	0,6
Banyaknya pesaing (Pengusaha keripik rumahan)	0,20	0	0	3	0,6
Pasokan bahan baku pisang kepok	0,20	4	0,8	4	0,8
Total			3,40		4,80

Berdasarkan matriks QSPM di atas bahwa Strategi yang memiliki nilai terbesar adalah *Product Development Strategy (PDS)* dengan skor TAS tertinggi yaitu sebesar 4,8 dan kedua adalah strategi Penetrasi pasar (*Market Development Strategy*) sebesar 3,4. Hal ini berarti strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah:

- a. *Product Development Strategy (PDS)*
- b. *Market Development Strategy (MDS)*

4. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di kelurahan Yosodadi

Berikut ini adalah tingkat kesejahteraan masyarakat dikelurahan yosodadi berdasarkan hasil penelitian menggunakan metoden wawancara (*interview*) dan observasi yang ditunjukan langsung kepada pengusaha keripik pisang dikelurahan yosodadi :**Pendapatan.**

Dari hasil wawancara didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 10. Pendapatan sebelum dan sesudah menjadi pengusaha keripik pisang

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Sebelum menjadi pengusaha keripik pisang	< Rp 5.000.000	4	100%
		Rp.5.000.000-Rp 10.000.000	-	
		>Rp.10.000.000	-	-
Total				100%

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Setelah menjadi pengusaha keripik pisang	< Rp 5.000.000	-	-
		Rp.5.000.000-Rp 10.000.000	4	100%
		>Rp.10.000.000	-	-
Total				100%

Dari tabel diatas,dapat diketahui bahwa kesejahteraan ekonomi pengusaha keripik pisang dikelurahan yosodadi sebelum menjadi pengusaha keripik pisang merata dengan penghasilan <Rp 5.000.000 yaitu sebanyak 4 orang atau 100% setiap bulan nya dengan pak bambang

sebagai pemilik tunas jaya dan pak agus sebagai pemilik berkah jaya yang memiliki pendapatan kisaran Rp 3.000.000/bulan sedangkan pak budi sebagai pemilik arjuna dan pak deni sebagai pemilik metro snack dengan kisaran pendapatan Rp 2.500 000 dan setelah menjadi pengusaha keripik pisang penghasilan yang didapatkan meningkat dengan penghasilan Rp.5.000.000-Rp 10.000.000 yaitu sebanyak 4 orang atau 100% setiap bulan nya

a. Perumahan dan Pemukiman

Tabel 11. Kepemilikan rumah sebelum dan sesudah pengusaha keripik pisang

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Sebelum menjadi pengusaha keripik pisang	Milik Sendiri	4	100%
		Sewa	-	-
		Milik Orang Tua	-	-
		Lainya		
Total				100%

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Setelah menjadi pengusaha keripik pisang	Milik Sendiri	4	100%
		Sewa	-	-
		Milik Orang Tua	-	-
		Lainya		
Total				100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 4 orang atau 100% responden sudah memiliki rumah/tempat usaha sendiri baik sebelum menjadi pengusaha maupun sesudah menjadi pengusaha keripik pisang dengan dibuktikanya surat Imb dan juga surat Akta Tanah yang dapat sebagai bukti bahwa 4 responden ini sudah memiliki tempat usaha sendiri .selain kepemilikan rumah keadaan rumah juga dapat menjadi tolak ukur dalam indikator perumahan. Dan keadaan rumah pengusaha keripik pisang dikelurahan yosodadi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12. Jenis lantai rumah sebelum dan sesudah menjadi pengusaha keripik pisang

No	Kondisi	klasifikasi	jumlah	%
1	Sebelum menjadi pengusaha keripik pisang	Tanah	-	-
		Semen	4	100%
		Keramik	-	-
		Lainya		
Total				100%

No	Kondisi	klasifikasi	jumlah	%
1	Setelah menjadi pengusaha keripik pisang	Tanah	-	-
		Semen	-	-
		Keramik	4	100%
		Lainya		
Total				100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 4 orang atau 100% responden sudah mempunyai rumah yang layak huni dengan sebelum menjadi pengusaha keripik pisang lantai rumah tersebut masih menggunakan semen tetapi setelah menjadi pengusaha keripik pisang mengalami perubahan lantai rumah yang sebelumnya hanya dengan semen sekarang sudah menggunakan keramik, selain juga sebagai bukti bahwa kesejahteraan pengusaha meningkat hal tersebut juga untuk memperindah kondisi rumah dan dapat membuat lebih nyaman kondisi rumah dari sebelumnya hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat dikelurahan yosodadi setelah menjadi pengusaha keripik pisang . Hal ini menunjukkan bahwa perumahan dan lingkungan pengusaha keripik pisang di kelurahan yosodadi termasuk memiliki lingkungan yang bersih, rapi dan nyaman untuk ditempati.

Tabel 13. Penerangan sebelum dan sesudah menjadi pengusaha keripik pisang

No	Kondisi	klasifikasi	jumlah	%
1	sebelum menjadi pengusaha keripik pisang	Listrik PLN	4	100%
		Listruk non PLN	-	-
		Petromax	-	-
		Lainya		
Total				100%

No	Kondisi	klasifikasi	jumlah	%
1	Setelah menjadi pengusaha keripik pisang	Listrik PLN	4	100%
		Listruk non PLN	-	-
		Petromax	-	-
		Lainya		
Total				100%

Selanjutnya jenis penerangan rumah yang juga menjadi tolak ukur kesejahteraan dalam indikator perumahan atau sebuah pemukiman. diKelurahan Yosodadi sudah lama menggunakan penerangan menggunakan penerangan dengan listrik karena sudah terdapat listrik PLN yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat kelurahan yosodadi. Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil wawancara dan observasi bahwa sebanyak 4 orang atau 100% responden telah menggunakan fasilitas listrik PLN dan juga sudah tidak mendapatkan subsidi listrik dari pemerintah setelah menjadi pengusaha keripik pisang.

b. Pendidikan

Tabel 14. Tingkat Pendidikan sebelum dan sesudah menjadi pengusaha keripik pisang

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Sebelum menjadi pengusaha keripik pisang	Perguruan Tinggi	-	-
		SMA	4	100%
		SMP	-	-
Total				100%

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Setelah menjadi pengusaha keripik pisang	Perguruan Tinggi	4	100%
		SMA	-	-
		SMP	-	-
Total				100%

Tingkat pendidikan juga dapat menjadi sebagai indikator dalam menilai sebuah kesejahteraan dari tabel diatas dapat diliat bahwa sebelum menjadi pengusaha keripik pisang 4 pengusaha keripik pisang atau 100% responden sudah mampu menyekolahkan anak-anaknya hingga lulus dari jenjang SMA dan setelah menjadi pengusaha keripik pisang. sekarang ke empat pengusaha keripik pisang dapat menyekolahkan anak-anaknya hingga lulus dari jenjang perguruan tinggi hal ini menunjukkan adanya peningkatan kesejahteraan bagi para penngusaha keripik pisang di Kelurahan Yosodadi

c. Kesehatan

Tabel 15. Kesehatan sebelum dan sesudah menjadi pengusaha keripik pisang

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Sebelum menjadi pengusaha keripik pisang	BPJS	4	100%
		Non BPJS	-	-
Total				100%

No	Kondisi	Klasifikasi	jumlah	%
1	Sesudah menjadi pengusaha keripik pisang	BPJS	4	100%
		Non BPJS	-	-
Total				100%

Berdasarkan tabel diatas,seluruh pengusaha keripik pisang dikelurahan yosodadi memiliki kesejahteraan kriteria bagus 100%. Kesehatan dan gizi dinilai dari kondisi kesehatan keluarga dan ketercukupan asupan gizi keluarga.dan sebanyak 4 orang atau 100% responden di kelurahan yosodadi ini sudah dapat mengikuti program BPJS dan rutin melakukan iuran BPJS tiap bulan. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pengusaha keripik pisang sudah cukup terpenuhi untuk kebutuhan asupan gizi dan memiliki kondisi kesehatan yang bagus

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Kondisi usaha keripik tunas saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal bahwa dari lingkungan internal perusahaan keripik tunas memiliki kekuatan pada modal yang telah tercukupi, memiliki kualitas produk yang baik, dan sudah memiliki sertifikat halal. Sedangkan kelemahannya perusahaan belum memiliki laporan penjualan yang terperinci, dan kurangnya pemasaran produk yang belum menjangkau wilayah yang lebih luas. Dilihat dari faktor luar, muncul berbagai pesaing yang menjual produk yang sama dan

sulitnya untuk mencari ketersediaan bahan baku yang sesuai dan dapat dilakukan secara kontinyu.

2. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, perusahaan berada pada posisi di kuadran I dengan strategi yang dapat dipilih adalah *Grow and Built* dimana strategi yang cocok adalah *Market Development strategy, Product Development strategy* dan *Market Penetration Strategy* Strategi pengembangan usaha keripik pisang dikelurahan yosodadi yang harus diterapkan dalam usahanya adalah yang pertama melakukan efisiensi biaya produksi, kenaikan harga minyak goreng dan bahan-bahan lainnya membuat usaha keripik pisang ini harus melakukan efisiensi biaya produksi yang kedua mengupayakan ketersediaan bahan baku secara continue strategi ini diperlukan untuk menjamin keberlanjutan usaha keripik pisang ini
3. Kesejahteraan pengusaha keripik pisang dikelurahan yosodadi semakin meningkat terbukti dari perumahan yang layak huni, aliran listrik di tempat usaha keripik pisang yang sudah tidak lagi menggunakan subsidi pemerintah, pendidikan masyarakat yang sudah semakin meningkat hingga mampu meluluskan anak-anaknya hingga perguruan tinggi dan tingkat kesehatan pengusaha keripik pisang yang sudah baik serta ikut dalam BPJS dan mampu melakukan iuran tiap bulan.

B. Saran

1. Sebaiknya, perusahaan mengembangkan pemasaran produk yang dapat menjangkau diberbagai wilayah tidak hanya didalam Kota Metro akan tetapi diseluruh Kota yang ada di Provinsi Lampung.
2. Sebaiknya para pengusaha melakukan efisiensi biaya produksi guna menekan biaya pengeluaran produksi keripik pisang
3. Ketersediaan bahan baku pisang kepok sebaiknya lebih terjamin, melalui kordinasi dengan pihak terkait, antara lain petani pisang, pemasok, pemerintah dan pengusaha sendiri. Hal tersebut untuk meminimalisir terjadinya fluktuasi harga bahan baku pisang kepok. Selain dari kota metro dan lampung timur bahan baku diperoleh dari daerah lain agar permintaan produk keripik pisang dapat terpenuhi

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas Dkk.2017”Strategi pengembangan usaha mikro,kecil dan menengah dalam pengusaha kerakyatan,jurnal penelitian *sosiohumaniora*, vol.19 No 2 juli 2017:114-120. Universitas Negeri Makassar.
- David, F.2004 manajemen strategi : konsep-konsep ,Edisi ketuju. indeks jakarta
- Gregorius Chandra Dkk 2012 “Pemasaran Strategik”. Penerbit CV. ANDOOFFSET. Yogyakarta.
- Harusko Hirawati,Manajemen Sumber Daya Manusia,(Malang:UB Press, 201,
- I wayang Dkk.2019 “Pemberdayaan kelompok wanita tani desa Karang Sidemen melalui pengolahan keripik pisang dalam upaya meningkatkan taraf ekonomi masyarakat “ Vol 1 No. 2 Juli 2019
- Jayanti, O. S., & Febriyanto, F. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pemahaman Akuntansi Dan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Pelaporan Keuangan UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kelurahan Sumbersari). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(3), 593-602.

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 2. No. 4 (2022)

- Larisang Dkk.2021”Analisa strategi pengembangan usaha perusahaan ekspedisi pada PT. Uwais Global logistik menggunakan metode SWOT dan QSPM
- Pandji Anoraga,Pengantar Bisnis pengelolaan bisnis dalam era globalisasi (Rineka Cipta,jakarta 2007),h 90
- Retno Murti setyorini, Buku saku prakarya(kerajinan), sidoarjo :uwais i nspirasi Indonesia 2019), h 68-70
- Samina Naton Dkk.2020“Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan usaha pengolahan pisang pada UMKM keripik pisang tiga bujang di Kota Pontianak” Jurnal sosial ekonomi pertanian Vol. 16. 2 Juni 2020
- Sri herwanto dwi hatmo Dampak pandemi Covid-19 terhadap Efektivitas pembelajaran jauh secara daring.
- Sudjana,Strategi pembelajaran. Falah production , bandung ,2000, hlm.5.Departemen pendikan dan kebudayaanrepublik indonesia ,kamus besar bahasa indonesia ,balai pustaka,jakarta 1989,hlm 964
- Sugiono. 2011 “MetodePenelitianKuantitatifdanR&D”.BandungAlfabeta.
- Vinny Makarawung Dkk. 2017 “ Analisis nilai tambah buah bisang menjadi keripik pisang pada industri rumah tangga di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe. Vol 13 No 2A, Juni 2017.
- W.J.S Poerwadarminto, kamus besar bahasa Indonesia (jakarta:balai pustaka,1999).H.887
- Wijaksana Dkk.2017“Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran pada penggunaan jasa PO MSP TRANS”. e-Proceeding of Management Vol. 4 No. 2 Agustus 2017.
- Fitriani Dkk.2021” Strategi Pemasaran kedai kopi”*COFFE ET BIEN*” Kota Metro”vol.15 No 1 April 2021