

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA NATA DE COCO  
DI CV. BINTANG MAS KECAMATAN JATEN  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**Dhila Psiki Maurerha<sup>1</sup>, Mohd. Harisudin<sup>2</sup>, Wiwit Rahayu<sup>3</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl.Ir.Sutami No.36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457

Email :mdhilapsiki@gmail.com (Hp : 085645892589)

**Abstract:** *This research aims to identify the revenue, the cost and profit, to find out internal and external factors that influence the business development, to know alternative strategies, and determine the most effective priority strategy applied in develop businesses nata de coco in CV. Bintang Mas. This research uses descriptive analytical basis. Research locations selected intentionally (purposive) in CV. Bintang Mas. Determination of the key informant intentionally (purposive). This research uses primary and secondary data. Data collecting technique was done by interview, observation, and registration. Data analysis techniques use: (1) Analysis of costs, revenues and profit, (2) IFE and EFE Matrix, (3) SWOT Matrix, (4) QSPM. CV. Bintang Mas's revenue on March 2016 is Rp 46.000.000,00, the total cost is Rp 36.205.965,00, and the profit is Rp 9.794.035,00. The main strength of internal environmental factor is regularly produced the product with 0.5422 scores. The main weakness of internal environmental factor is low diversification product with 0.0712 scores. The main opportunity of external environmental factor is there is no the same industry in this area with 0.6020 scores. The main threat of external environmental factor is the production process is influenced by season with 0.5664 scores. Alternative business strategies of nata de coco CV. Bintang Mas are increase the quantities of nata de coco product, establish SOP (Standard Operational Procedure) to maintain the quality of nata de coco product, develop nata de coco product and market, and expand the market of product. The priority strategy which can do on nata de coco business CV. Bintang Mas is development of nata de coco product.*

**Keyword:** *Nata de Coco, profit, development strategy, SWOT, QSPM*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya penerimaan, biaya dan keuntungan, mengetahui faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha, mengetahui alternatif strategi, dan mengetahui prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha nata de coco di CV. Bintang Mas. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif dan menggunakan teknik penelitian studi kasus. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) yaitu di CV. Bintang Mas. Pengambilan responden dilakukan dengan cara *purposive* (sengaja). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan pencatatan. Metode analisis data menggunakan: (1) analisis usaha, (2) matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), (3) matriks SWOT (*Strengths Weakness Opportunities Threats*), dan (4) QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Penerimaan yang diterima CV. Bintang Mas selama bulan Maret 2016 adalah sebesar Rp 46.000.000,00, total biaya sebesar Rp 36.205.965,00, dan keuntungan sebesar Rp 9.794.035,00. Faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama yaitu produksi berjalan dengan teratur dengan nilai skor sebesar 0,5422. Faktor lingkungan internal yang menjadi kelemahan utama yaitu adalah diversifikasi produk rendah dengan nilai skor sebesar 0,0712. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang utama yaitu tidak ada industri yang sama di daerah setempat dengan skor 0,6020. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi ancaman utama yaitu musim mempengaruhi proses produksi dengan skor 0,5664. Alternatif strategi usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah meningkatkan kuantitas hasil produksi, menetapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) untuk menjaga kualitas produk nata de coco, membuat pengembangan produk nata de coco dan pengembangan pasar dan perluasan pasar. Prioritas strategi yang dapat dilakukan pada usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah membuat pengembangan produk nata de coco.

**Kata Kunci:** *Nata de Coco, Keuntungan, Strategi Pengembangan, SWOT, QSPM*

Keterangan :1). Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNS  
2,3). Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNS

## **PENDAHULUAN**

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting bagi kehidupan setiap manusia baik secara fisiologis maupun psikologis. Pembangunan pangan dilakukan sebagai upaya pembangunan di lintas sektor yang berkaitan dalam mencukupi kebutuhan pangan masyarakat secara merata baik dalam jumlah maupun gizinya. Keberhasilan pembangunan pangan masyarakat Indonesia akan dipengaruhi oleh kemampuan dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran dan pendistribusian pangan. Hal ini dapat terealisasi apabila didukung oleh kemampuan sektor industri pengolahan yang memadai. Industri pengolahan pangan merupakan industri yang bergerak dalam pengolahan hasil pertanian, baik nabati maupun hewani menjadi produk pangan olahan. Pengembangan industri pengolahan pangan didukung oleh sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai produksi olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal. Saat ini Indonesia memiliki banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal dan diolah secara tradisional. Dengan berkembangnya produk lokal maka jumlah dan jenis produk pangan menjadi semakin banyak jumlahnya (Seto, 2011).

Salah satu tanaman yang dapat dimanfaatkan untuk industri pengolahan pangan yaitu kelapa. Kelapa mempunyai kegunaan yang sangat banyak, mulai dari batang hingga buahnya. Kelapa tidak hanya menghasilkan buah saja, melainkan juga menghasilkan air kelapa. Air kelapa ini sangat bermanfaat bagi kesehatan

manusia, diantaranya dapat berguna untuk melancarkan pencernaan. Air kelapa bisa dimanfaatkan dalam pembuatan nata de coco. Di tengah situasi semakin maraknya konsumsi berbagai ragam minuman ringan dengan label minuman kesehatan oleh masyarakat, nata de coco memiliki prospek yang cerah sebagai salah satu makanan kesehatan yang alamiah dari air kelapa. Nata de coco merupakan makanan kesehatan karena memiliki kandungan serat yang tinggi tetapi rendah kalori sehingga hal ini menjadi salah satu usaha yang memiliki prospek bisnis yang menguntungkan.

Amin dan Prabandono (2014) menyatakan bahwa, pembuatan nata de coco sangat mudah dan sederhana, sehingga dapat dibuat di rumah sebagai industri rumah tangga. Hanya saja dibutuhkan tingkat kebersihan dan kecermatan yang tinggi dalam proses pembuatannya. Semua peralatan harus steril, begitu juga botol, baki, air harus bersih, air kelapa harus disaring sebelum direbus. Menurut beberapa cerita perajin nata de coco, tingkat kegagalan cukup tinggi terutama pada masa awal produksi. Ada yang mengalami kegagalan sampai dua bulan. Kegagalan pada umumnya disebabkan tingkat kebersihan yang kurang dan ruang fermentasi yang terlalu panas atau dingin.

Salah satu industri pengolahan pangan nata de coco yaitu CV. Bintang Mas yang beralamat di Jaten, Karanganyar. CV. Bintang Mas merupakan salah satu industri yang mampu mengolah air kelapa menjadi produk nata de coco. Hasil produksi nata de coco dari CV. Bintang Mas

merupakan produk setengah jadi. Produk setengah jadi nata de coco tersebut kemudian dipasarkan ke industri-industri yang siap mengolah produk tersebut menjadi produk jadi. Hasil produksi CV. Bintang Mas disalurkan ke daerah-daerah industri wilayah Sukoharjo dan Semarang.

Prospek pemasaran produk nata de coco cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya produk minuman dengan tambahan nata de coco yang biasa dijual di toko-toko swalayan atau sebagai bahan pelengkap minuman es buah yang biasa dijual di kaki lima. Melihat hal tersebut, CV. Bintang Mas dapat mengembangkan usahanya, sehingga jangkauan pemasaran produknya dapat secara luas dan dapat tetap bertahan dalam menjalankan usahanya. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha nata de coco CV. Bintang Mas agar usahanya lebih berkembang. Permasalahan utama yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha nata de coco CV. Bintang Mas di Kecamatan Jatèn, Kabupaten Karanganyar, antara lain: 1) Berapa besar penerimaan, biaya dan keuntungan yang diterima pengusaha nata de coco di CV. Bintang Mas, Kecamatan Jatèn, Kabupaten Karanganyar?, 2) Faktor internal dan eksternal apa saja yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha nata de coco di CV. Bintang Mas?, 3) Alternatif strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha nata de coco di CV. Bintang Mas?, dan 4) Prioritas strategi apa yang paling efektif

diterapkan dalam mengembangkan usaha nata de coco di CV. Bintang Mas ?

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Dasar Penelitian**

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus.

### **Metode Penentuan Lokasi dan Responden**

Penentuan lokasi dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive*. Penelitian ini dilaksanakan di CV. Bintang Mas Kecamatan Jatèn, Kabupaten Karanganyar yang memiliki potensi untuk lebih dikembangkan usahanya sehingga pemasaran produknya dapat secara luas dan dapat tetap bertahan dalam menjalankan usahanya. Penentuan responden dalam penelitian ini secara *purposive*.

### **Validitas Data**

Penelitian ini menggunakan validitas data dengan teknik triangulasi data atau sumber.

### **Analisis Usaha**

Menurut Sukirno (2002), untuk mengetahui jumlah penerimaan yang diperoleh dapat diketahui dengan menggunakan rumus:

$$TR = Q \times P$$

Keterangan: **TR**=Total penerimaan (Rp), **P**= Harga produk (Rp), **Q**= Jumlah produk (kg).

Biaya total merupakan nilai penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel dan dinyatakan dalam satuan rupiah.

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan: **TC**= Biaya Total (Rp), **TFC** = Biaya Tetap Total (Rp), **TVC** = Biaya Variabel Total (Rp).

Menurut Sharma (1981) dan Debertin (1986) dalam Suwanto (2011) keuntungan usahatani dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

keterangan:

$\pi$  : keuntungan, **TR**: *total revenue*, **TC**: *total cost*.

### **Analisis Faktor Internal dan Eksternal**

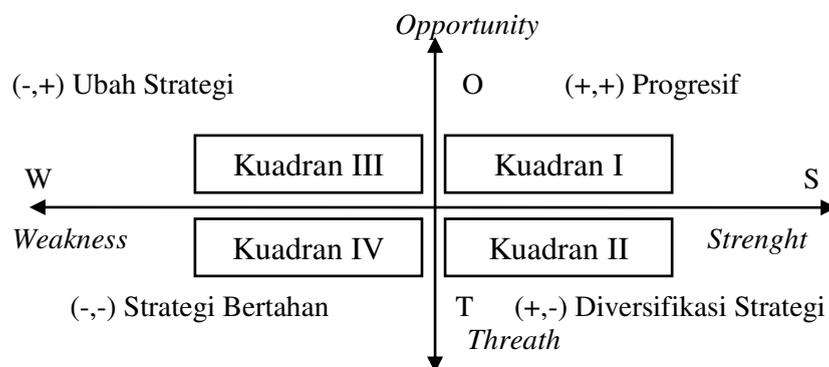
Matriks IFE digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal, mengklasifikasikannya menjadi kekuatan dan kelemahan bagi CV. Bintang Mas, kemudian dilakukan pembobotan. Begitu pula dengan matriks EFE, digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal, mengklasifikasikannya menjadi peluang dan ancaman bagi CV. Bintang Mas, kemudian dilakukan pembobotan (David, 2011).

### **Analisis Alternatif Strategi**

Hasil data dari matriks IFE dan matriks EFE dimasukkan kedalam matriks SWOT dengan pendekatan kuantitatif. Sebelumnya diperlukan nilai titik koordinat sumbu *x* dan nilai titik koordinat sumbu *y*. Nilai titik koordinat sumbu *x* diperoleh dari matriks IFE dan nilai titik koordinat

sumbu *y* diperoleh dari matriks EFE. Kemudian dianalisis pada kuadran SWOT berikut ini. Kuadran I (positif, positif), posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Kuadran II (positif, negatif), posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Kuadran III (negatif, positif), posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Kuadran IV (negatif, negatif), posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan yang besar.

Perumusan alternatif strategi pengembangan usaha nata de coco di CV. Bintang Mas digunakan analisis Matriks SWOT Kualitatif. Analisis SWOT digambarkan ke dalam Matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O strategies), strategi kelemahan-peluang (W-O strategies), strategi kekuatan-ancaman (S-T strategies), dan strategi kelemahan-ancaman (W-T strategies) (David, 2011).



Gambar 1. Kuadran SWOT (*Strength-Weakness-Opportunity-Threats* Matriks)

### **Analisis Prioritas Strategi**

Penentuan prioritas strategi dalam pengembangan usaha nata de coco di CV. Bintang Mas digunakan analisis Matriks QSP. Matriks QSP digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan lingkungan eksternal dan internal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSP merupakan strategi yang paling baik (David, 2011).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Penerimaan, Biaya, dan Keuntungan Usaha CV. Bintang Mas**  
 Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui besarnya penerimaan tergantung pa-

da jumlah produk yang dihasilkan dan harga jual produk. Jumlah produksi nata de coco pada bulan Maret 2016 sebanyak 18.400 kg dengan harga Rp 2.500,00/kg, maka perusahaan memperoleh penerimaan sebesar Rp. 46.000.000,00.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa biaya terbesar terdapat pada biaya penyusutan alat sebesar Rp 889.708,33. Hal ini dikarenakan alat yang digunakan untuk menjalankan usaha produksi nata de coco terdiri dari banyak jenis. Total biaya tetap pada bulan Maret 2016 sebesar Rp 1.136.165,00.

Tabel 1. Penerimaan Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas Bulan Maret, 2016

<b>Uraian</b>	<b>Jumlah</b>
Produksi (Kg)	18.400
Harga (Rupiah)	2.500
<b>Penerimaan (Rupiah)</b>	<b>46.000.000</b>

Sumber : Analisis Data Primer 2016

Tabel 2. Biaya Tetap Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas Bulan Maret, 2016

<b>Nama Biaya Tetap</b>	<b>Jumlah Biaya (Rupiah)</b>
Penyusutan	889.708,33
Bunga Modal Investasi	192.290,00
Pajak Tanah dan Bangunan	54.166,67
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>1.136.165,00</b>

Sumber : Analisis Data Primer 2016

Tabel 3. Biaya Variabel Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas Bulan Maret, 2016

<b>Nama Biaya Variabel</b>	<b>Jumlah Biaya (Rupiah)</b>
Bahan baku	18.689.800,00
Transportasi	250.000,00
Kayu bakar	230.000,00
Tenaga kerja (TK Luar dan TK Dalam)	12.500.000,00
a. Laki-laki	5 orang x Rp 1.250.000,00
b. Wanita	10 orang x Rp 625.000,00
Gaji Pemilik	3.000.000,00
Biaya Listrik	400.000,00

<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>35.069.800,00</b>
-----------------------------	----------------------

Sumber : Analisis Data Primer 2016

Berdasarkan tabel 3 total biaya variabel usaha nata de coco CV. Bintang Mas pada bulan Maret 2016 sebesar Rp 35.069.800,00. Diketahui bahwa biaya variabel terbesar terdapat pada biaya bahan baku dengan Rp 18.689.800,00. Sedangkan, biaya variabel terendah adalah pada kayu bakar sebesar Rp 230.000,00.

Berdasarkan tabel 4 total biaya usaha nata de coco CV. Bintang Mas pada bulan Maret 2016 sebesar Rp

36.205.965,00. Diketahui bahwa biaya variabel usaha nata de coco CV. Bintang Mas lebih besar dibandingkan biaya tetap. Biaya variabel sebesar Rp 35.069.800,00. Sedangkan, biaya tetap yaitu sebesar Rp 1.136.165.00.

Berdasarkan tabel 5 selisih antara penerimaan dengan biaya total akan menghasilkan keuntungan usaha. Keuntungan usaha nata de coco CV. Bintang Mas pada bulan Maret 2016 sebesar Rp 9.794.035,00.

Tabel 4. Total Biaya Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas Bulan Maret, 2016

<b>Nama Biaya</b>	<b>Jumlah Biaya (Rupiah)</b>
Biaya Tetap	1.136.165,00
Biaya Variabel	35.069.800,00
<b>Total Biaya</b>	<b>36.205.965,00</b>

Sumber : Analisis Data Primer 2016

Tabel 5. Keuntungan Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas Bulan Maret, 2016

<b>Uraian</b>	<b>Jumlah (Rupiah)</b>
Penerimaan	46.000.000,00
Total Biaya	36.205.965,00
<b>Keuntungan</b>	<b>9.794.035,00</b>

Sumber : Analisis Data Primer 2016

### **Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas**

Tabel 6. Analisis Faktor Internal Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Sumber daya manusia	- Tenaga kerja terpercaya	- Tidak ada pelatihan kerja - Tidak ada spesifikasi pekerjaan yang jelas
Pemasaran	- Pendistribusian mencapai luar kota	- Minimnya promosi dan periklanan
Keuangan	- Penggunaan modal sendiri atau warisan	- Pembukuan keuangan tidak dilakukan secara tertib
Produksi	- Produksi berjalan dengan teratur	- Rawan terjadi kegagalan produk
Produk	- Produk tidak menggunakan bahan pengawet	- Diversifikasi produk rendah

Sumber: Analisis Data Primer 2016

Tabel 7. Analisis Faktor Eksternal Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Ekonomi	- Harga bahan baku murah	- Harga bahan penolong fluktuatif
Sosial dan Budaya	- Mendapat respon yang baik dari masyarakat	
Teknologi	- Teknologi produksi telah tersedia di daerah setempat	
Persaingan	- Tidak ada industri yang sama di daerah setempat	- Berkembangnya industri yang sama di lain tempat yang lebih besar
Pemasok		- Adanya pemasok yang tidak jujur - Kualitas bahan baku beragam
Pembeli	- Pembeli mempunyai hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan	
Kondisi alam		- Musim mempengaruhi proses produksi

Sumber: Analisis Data Primer 2016

**Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas**

Tabel 8. Matrik IFE Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas

No.	Faktor - faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Kekuatan</b>				
1	Tenaga kerja terpercaya	0,0477	3	0,1430
2	Pendistribusian mencapai luar kota	0,1219	4	0,4875
3	Penggunaan modal sendiri atau warisan	0,0332	3	0,0997
4	Produksi berjalan dengan teratur	0,1356	4	0,5422
5	Produk tidak menggunakan bahan pengawet	0,1162	3	0,3486
Total Kekuatan		0,4545		1,6211
<b>Kelemahan</b>				
1	Tidak ada pelatihan kerja	0,1519	1	0,1519
2	Tidak ada spesifikasi pekerjaan yang jelas	0,0996	2	0,1992
3	Minimnya promosi dan periklanan	0,0915	1	0,0915
4	Pembukuan keuangan tidak dilakukan secara tertib	0,0438	2	0,0877
5	Rawan terjadi kegagalan produk	0,0874	1	0,0874
6	Diversifikasi produk rendah	0,0712	1	0,0712
Total Kelemahan		0,5455		0,6889
<b>Selisih (Total Kekuatan - Total Kelemahan)</b>				0,9322

Sumber: Analisis Data Primer 2016

Faktor kekuatan yang direspon cukup baik dalam strategi pengembangan usaha nata de coco didasarkan pada skor bobot faktor kekuatan yang nilainya terbesar. Faktor kekuatan tersebut adalah produksi berjalan dengan teratur sebesar 0,5422. Faktor kelemahan yang dianggap sebagai kelemahan yang besar didasarkan pada skor bobot faktor kelemahan yang

nilainya terkecil. Faktor kelemahan tersebut adalah diversifikasi produk rendah bobot sebesar 0,0712. Berdasarkan matriks IFE tersebut dapat diketahui bahwa selisih dari nilai skor kekuatan dan kelemahan sebesar 0,9322. Nilai skor tersebut menunjukkan bahwa kondisi internal perusahaan berada dalam posisi positif karena lebih dari 0 (Perace dan Robinson, 2013). Hal ini berarti

perusahaan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kekuatan me-

ngurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

Tabel 9. Matrik EFE Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas

No.	Faktor - faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Peluang</b>				
1	Harga bahan baku murah	0,0770	4	0,3080
2	Mendapat respon yang baik dari masyarakat	0,0752	3	0,2257
3	Teknologi produksi telah tersedia di daerah setempat	0,0521	3	0,1562
4	Tidak ada industri yang sama di daerah setempat	0,1505	4	0,6020
5	Pembeli mempunyai hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan	0,1452	4	0,5807
Total Peluang		0,5000		1,8727
<b>Ancaman</b>				
1	Harga bahan penolong fluktuatif	0,0494	1	0,0494
2	Berkembangnya industri yang sama di lain tempat yang lebih besar	0,0346	2	0,0691
3	Adanya pemasok yang tidak jujur	0,1405	2	0,2809
4	Kualitas bahan baku beragam	0,0868	4	0,3472
5	Musim mempengaruhi proses produksi	0,1888	3	0,5664
Total Ancaman		0,5000		1,3130
<b>Selisih (Total Peluang – Total Ancaman)</b>				0,5597

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

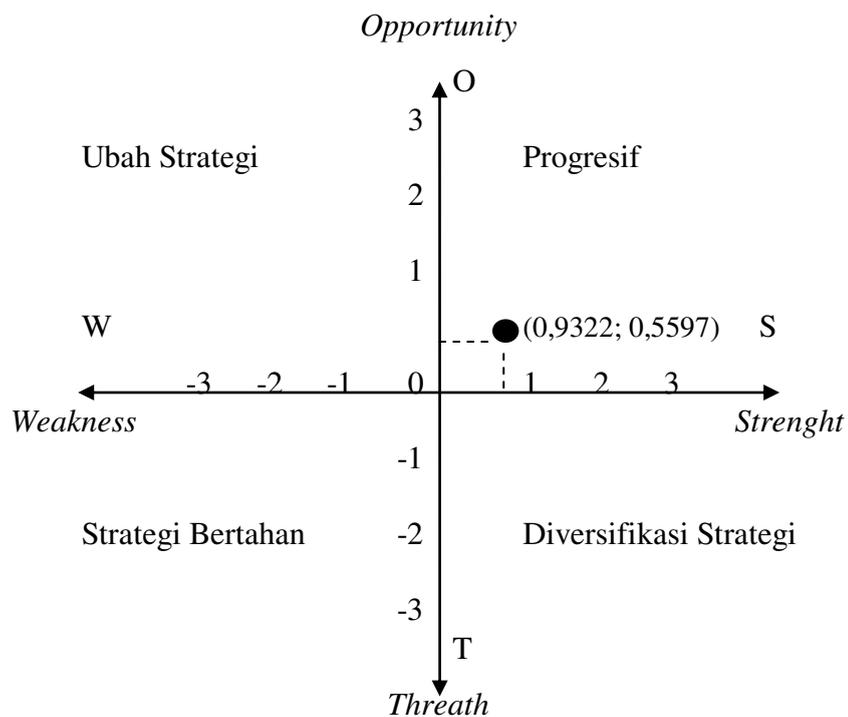
Faktor peluang yang direspon cukup baik oleh perusahaan dalam strategi pengembangan usaha nata de coco adalah tidak ada industri yang sama di daerah setempat dengan skor bobot sebesar 0,6020. Faktor ancaman yang dianggap sebagai ancaman yang besar didasarkan pada skor bobot faktor ancaman yang nilainya terbesar adalah musim mempengaruhi proses produksi dengan skor bobot sebesar 0,5664. Berdasarkan nilai skor matriks EFE tersebut diperoleh selisih dari nilai skor peluang dan ancaman sebesar 0,5597. Nilai skor tersebut menunjukkan bahwa kondisi eksternal perusahaan berada dalam posisi positif karena lebih dari 0 (Perace dan Robinson, 2013). Hal ini berarti perusahaan memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang serta menghindari ancaman dari luar perusahaan.

### **Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas**

Perolehan hasil dari Matriks IFE dan Matriks EFE dapat disusun pada Matriks SWOT dengan pendekatan kuantitatif yang dapat menunjukkan posisi perusahaan dalam tampilan 4 kuadran. Pada sumbu *x* dari Matriks SWOT pendekatan kuantitatif diperoleh dari mengurangi skor bobot kekuatan dengan skor bobot kelemahan dari Matriks IFE usaha nata de coco CV. Bintang Mas dan diperoleh angka sebesar 0,9322 yang menunjukkan bahwa sumbu *x* bernilai positif (+). Pada sumbu *y* dari Matriks SWOT pendekatan kuantitatif diperoleh dari mengurangi skor bobot peluang dengan skor bobot ancaman dari Matriks EFE usaha nata de coco CV. Bintang Mas dan diperoleh angka sebesar 0,5597 yang menunjukkan bahwa sumbu *y* bernilai positif (+). Gambar 2 menunjukkan bahwa usaha nata de coco

CV. Bintang Mas berada pada kuadran I yaitu progresif. Pada kuadran ini, strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memaksimalkan kekuatan serta memanfaatkan peluang perusahaan. Alternatif strategi tersebut dapat berupa strategi pertumbuhan terkonsentris melalui pengembangan pasar, pengembangan produk atau kombinasi keduanya. Strategi lain adalah integrasi melalui akuisisi perusahaan

baik integrasi vertikal maupun integrasi horizontal, strategi diversifikasi konsentris yaitu dengan mengakuisisi atas bisnis-bisnis yang berkaitan dengan perusahaan, serta strategi ventura bersama melalui penggabungan beberapa perusahaan membentuk bisnis yang dimiliki bersama dan beroperasi untuk keuntungan bersama (Pearce dan Robinson, 2013).



Gambar 2. Kuadran SWOT Pendekatan Kuantitatif

Tabel 10. Matriks SWOT Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas

		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal		1. Tenaga kerja terpercaya	1. Tidak ada pelatihan kerja
		2. Pendistribusian mencapai luar kota	2. Tidak ada spesifikasi pekerjaan yang jelas
		3. Penggunaan modal sendiri atau warisan	3. Minimnya promosi dan periklanan
		4. Produksi berjalan dengan teratur	4. Pembukuan keuangan tidak dilakukan secara tertib
		5. Produk tidak menggunakan bahan pengawet	5. Rawan terjadi kegagalan produk
Faktor Eksternal			6. Diversifikasi produk rendah
Peluang (O)		Strategi S-O	Strategi W-O
1. Harga bahan baku murah		1. Meningkatkan kuantitas hasil produksi (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3, O5)	
2. Mendapat respon yang baik dari masyarakat		2. Menetapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) untuk menjaga kualitas produk nata de coco (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3)	
3. Teknologi produksi telah tersedia di daerah setempat		3. Membuat pengembangan produk nata de coco (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3, O4)	
4. Tidak ada industri yang sama di daerah setempat		4. Pengembangan pasar dan perluasan pasar (S2, S3, S4, S5, O2, O4, O5)	
5. Pembeli mempunyai hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan			
Ancaman (O)		Strategi S-T	Strategi W-T
1. Harga bahan penolong fluktuatif			
2. Berkembangnya industri yang sama di lain tempat yang lebih besar			
3. Adanya pemasok yang tidak jujur			
4. Kualitas bahan baku beragam			
5. Musim mempengaruhi proses produksi			

Sumber: Analisis Data Primer, 2016

### **Prioritas Strategi Pengembangan Usaha Nata de Coco CV. Bintang Mas**

Berdasarkan analisis menggunakan Matriks QSP diperoleh strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah membuat pengembangan produk nata de coco dengan nilai STAS 5,8660. Strategi membuat pengembangan produk nata

de coco dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran. Strategi ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, mengolah produk nata de coco mentah menjadi produk jadi yang telah dikemas dan memberi kemasan produk nata de coco mentah. Perusahaan dapat mengembangkan produk dengan mengolah produk nata de coco mentah menjadi produk

jadi yang telah dikemas. Produk nata de coco jadi atau siap makan tersebut dapat diberi kemasan dan ditambah varian rasa agar dapat menarik minat konsumen. Memberi kemasan pada produk nata de coco jadi dapat dilakukan dengan menggunakan cup berukuran 240 ml. Penambahan varian rasa dapat dilakukan dengan menambahkan berbagai rasa, misalnya rasa jeruk, rasa apel, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk menambah rasa nikmat ketika dimakan. Perusahaan juga dapat mengembangkan produk dengan memberi kemasan produk nata de coco mentah. Pemberian kemasan tersebut bertujuan untuk memberi tampilan yang lebih menarik. Pemberian kemasan pada produk nata de coco mentah dapat dilakukan dengan menggunakan plastik kemasan berukuran 1 liter.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Pengembangan Usaha Nata de coco CV. Bintang Mas di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut : 1) Penerimaan yang diterima CV. Bintang Mas selama bulan Maret 2016 adalah sebesar Rp. 46.000.000,00. Total biaya sebesar Rp 36.205.965,00. Keuntungan sebesar Rp. 9.794.035,00. 2) Faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah sebagai berikut : a) Faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan dari usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah tenaga kerja terpercaya, pendistribusian mencapai luar kota, penggunaan modal sendiri atau warisan, produksi berjalan dengan ter-

atur, dan produk tidak menggunakan bahan pengawet. Faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama yaitu produksi berjalan dengan teratur dengan nilai skor sebesar 0,5422. b) Faktor lingkungan internal yang menjadi kelemahan dari usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah tidak ada pelatihan kerja, tidak ada spesifikasi pekerjaan yang jelas, minimnya promosi dan periklanan, pembukuan keuangan tidak dilakukan secara tertib, rawan terjadi kegagalan produk, dan diversifikasi produk rendah. Faktor lingkungan internal yang menjadi kelemahan utama yaitu adalah diversifikasi produk rendah dengan nilai skor sebesar 0,0712. c) Faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang dari usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah harga bahan baku murah, mendapat respon yang baik dari masyarakat, teknologi produksi telah tersedia di daerah setempat, tidak ada industri yang sama di daerah setempat, dan pembeli mempunyai hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang utama yaitu tidak ada industri yang sama di daerah setempat dengan skor 0,6020. d) Faktor lingkungan eksternal yang menjadi ancaman dari usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah harga bahan penolong fluktuatif, berkembangnya industri yang sama di lain tempat yang lebih besar, adanya pemasok yang tidak jujur, kualitas bahan baku beragam dan musim mempengaruhi proses produksi. Faktor lingkungan eksternal yang menjadi ancaman utama yaitu musim mempengaruhi proses produksi dengan skor 0,5664. 3) Alternatif stra-

tegi pengembangan usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah sebagai berikut : a) Meningkatkan kuantitas hasil produksi. b) Menetapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) untuk menjaga kualitas produk nata de coco. c) Membuat pengembangan produk nata de coco. d) Pengembangan pasar dan perluasan pasar. 4) Prioritas alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha nata de coco CV. Bintang Mas adalah membuat pengembangan produk nata de coco.

Dari penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut: 1) Mengembangkan produk nata de coco dengan mengolah produk nata de coco jadi (siap makan) yang telah dikemas dan ditambah varian rasa, serta memberi kemasan pada produk nata de coco setengah jadi (mentah). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan. 2) Memperluas pemasaran ke wilayah-wilayah pemasaran yang baru dan menetapkan sasaran pemasaran yang baru guna untuk meningkatkan hasil penjualan perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan promosi yang menggunakan berbagai alat, misalnya iklan, surat kabar, dan lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, S dan Prabandono, K 2014.*Cocopreneurship Aneka Peluang Bisnis dari Kelapa*. Lily Publisher. Yogyakarta.
- David, F. R 2011.*Manajemen Strategis*.Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Pearce, A. and Robinson. 2013. *Manajemen Strategis Edisi 10*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, F 2000.*Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Seto, S 2001.*Pangan dan Gizi : Ilmu Teknologi, Industri dan Perdagangan*. Jurusan Teknologi Pangan dan Gizi. Fakultas Teknologi Pertanian. IPB. Bogor.
- Sukirno, S 2002.*Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 3 Cetakan 17*.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suwarto 2011.*Kelembagaan Lahan dan Tenaga Kerja pada Usahatani*.UNS Press. Surakarta.