

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAWANG GORENG
PADA UMKM “USAHA BERSAMA” DI DESA BOLUPOUNTU JAYA
KECAMATAN SIGI BIROMARU KABUPATEN SIGI**

**Business Development Strategy Of Fried Onions SMEs "Business
Together" Bolupountu Jaya Village District Sigi Biromaru, Sigi**

Supriadi R¹⁾, Marhawati M²⁾, Arifuddin Lamusa²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.

²⁾ Staf Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

ABSTRACT

Small medium enterprise (SME) named "Usaha Bersama", this produces home industry fried onions. This SME is located in the village of Bolupountu Jaya subdistrict of Biromaru -Sigi. The purpose of the study was to determine alternative business development strategy of fried onions on "Usaha Bersama" SME. Data were analyzed by using SWOT analysis. The results showed that the Internal factors have a total value of 3.4 with a score of 1.83 as strength and a score 1.57 as weakness. This shows the strength factor is greater than weakness factor, while external factors have a total value of 3.17 with a score of 2.35 as opportunities and 0.82 as threat. This shows the opportunity is greater than the threat factor, thus the SME fried onion "Usaha Bersama" can use SO to create strategies to gain advantages from the existing opportunities .

Keywords : fried onion , strategy development , SME .

ABSTRAK

UMKM “Usaha Bersama” merupakan salah satu usaha rumah tangga yang memproduksi bawang goreng. UMKM tersebut berada di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi alternatif pengembangan usaha bawang goreng pada UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor perkembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal memiliki total nilai sebesar 3,4 dengan skor kekuatan 1,83 dan skor kelemahan 1,57. Hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternal memiliki total nilai sebesar 3,17 dengan skor peluang 2,35 dan skor ancaman 0,82. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki lebih besar dari faktor ancaman, sehingga disimpulkan bahwa alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana usaha bawang goreng pada UMKM “Usaha Bersama” dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci : Bawang goreng, strategi pengembangan, UMKM.

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan sektor ekonomi khususnya industri. Pengembangan industri pengolahan hasil pertanian merupakan

salah satu prioritas dalam pembangunan nasional di sektor perindustrian. Pengembangan agroindustri dimaksudkan untuk memanfaatkan seoptimal mungkin potensi sektor pertanian dan sektor terkait lainnya dalam upaya

meningkatkan produk nasional dan memperkokoh struktur perekonomian (Soekartawi, 2003).

Pembangunan pertanian diarahkan untuk peningkatan produksi dan pendapatan petani khususnya di Sulawesi Tengah. Salah satu komoditi andalan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani adalah komoditi bawang merah lokal Palu. Komoditi ini sangat sesuai dengan kondisi iklim, tanah dan tersedianya peluang pasar untuk mengembangkan komoditi tersebut.

Bawang merah Lokal Palu sebagai salah satu komoditi pertanian yang dapat memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki prospek serta peluang pasar yang cukup baik. Sulawesi Tengah mempunyai lahan yang mendukung untuk budidaya tanaman bawang. Bawang ini juga lebih dikenal dengan bawang Palu yang kesehariannya diolah masyarakat menjadi bawang goreng. Prospek bawang goreng Palu sangat menjanjikan, hal ini yang membuat banyak perusahaan memproduksi bawang goreng dalam jumlah yang cukup banyak dan dipasarkan sampai keluar kota.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dikaji atau diidentifikasi dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha serta bagaimana alternatif strategi pengembangan usaha bawang goreng pada UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi ?

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan pada usaha bawang goreng pada UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli-September 2012. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa UMKM “Usaha Bersama” merupakan salah satu pengelola usaha bawang goreng.

Penentuan responden secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa responden dapat memberikan informasi mengenai UMKM tersebut. Pengumpulan

data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dimana data primer diperoleh dari observasi yakni, wawancara langsung dan pengisian daftar pertanyaan (*questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur dan instansi-instansi yang terkait dalam penelitian.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis SWOT, analisis tersebut mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Treaths*). Proses pengambilan keputusan strategi berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Perencanaan strategi harus dapat menganalisis faktor-faktor strategi (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat tersebut (Rangkuti, 2009).

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Treaths*) dengan faktor internal kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*), sehingga dapat diambil suatu keputusan strategi suatu perusahaan. Membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi sebaiknya dilakukan setelah perusahaan mengetahui terlebih dahulu posisi perusahaan untuk kondisi sekarang berada pada kuadran sebelah mana sehingga strategi yang dipilih merupakan strategi yang tepat karena sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh perusahaan (Marimin, 2004).

Posisi perusahaan/institusi dapat dikelompokkan dalam 4 kuadran, yaitu: kuadran I, II, III, dan IV. Pada kuadran I strategi yang sesuai adalah strategi agresif, kuadran II strategi diversifikasi, kuadran III strategi *turn around* dan kuadran IV strategi defensif. Dengan mengetahui posisi perusahaan pada kuadran yang tepat maka perusahaan dapat mengambil keputusan dengan lebih tepat (Rangkuti, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal UMKM “Usaha Bersama”. Berdasarkan hasil penelitian pada responden UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Diperoleh faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan usaha Bawang Goreng pada UMKM “Usaha Bersama” yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan total yang diperoleh Tabel IFAS yaitu sebesar 3,4 dengan skor kekuatan 1,83 atau 53,82% dan skor kelemahan sebesar 1,57 atau 46,18%. Hal ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki oleh UMKM tersebut lebih besar dari faktor kelemahan, sehingga UMKM “Usaha Bersama” dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usaha ke depan. Hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu $1,83 - 1,57 = 0,26$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 0,26.

Analisis Faktor Eksternal UMKM “Usaha Bersama”. Berdasarkan hasil penelitian pada responden UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru

Kabupaten Sigi. Diperoleh faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha Bawang Goreng pada UMKM “Usaha Bersama” yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan total skor yang diperoleh Tabel EFAS yaitu sebesar 3,17 dengan skor peluang 2,35 atau 74,13% dan skor ancaman sebesar 0,82 atau 25,87%. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UMKM “Usaha Bersama” lebih besar dari faktor ancaman. Oleh karena itu UMKM “Usaha Bersama” dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya ke depan. Hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu $2,35 - 0,82 = 1,53$ yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,53.

Berdasarkan hasil dari pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar 0,26, sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,53 seperti tersaji pada Tabel 3.

Tabel 1. IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) UMKM “Usaha Bersama” Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2012

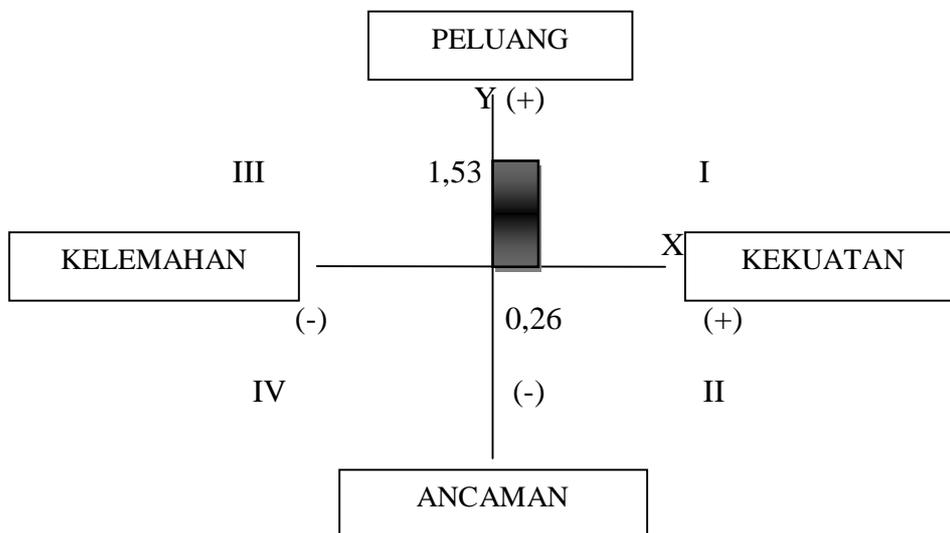
No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan				
1	Bahan Baku	0,18	4	0,72
2	Tenaga Kerja	0,11	3	0,33
3	Harga Terjangkau	0,2	3	0,6
4	Daya Simpan Produk	0,06	3	0,18
Sub Total		0,55	13	1,83
Kelemahan				
5	Letak yang Kurang Strategis	0,07	2	0,14
6	Kemasan	0,03	2	0,06
7	Belum efektifnya Promosi	0,03	3	0,09
8	Modal	0,32	4	1,28
Sub Total		0,45	11	1,57
Total (I+II)		1,00	24	3,40

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*) UMKM “Usaha Bersama” Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2012

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang				
1	Pasar Tersedia	0,22	4	0,88
2	Adanya Hubungan Kerjasama	0,13	3	0,39
3	Dukungan Pemerintah	0,36	3	1,08
Sub Total		0,71	10	2,35
Ancaman				
5	Ancaman Pendetang Baru	0,19	3	0,57
6	Tingkat Persaingan yang Tinggi	0,05	3	0,15
7	Daya Beli Konsumen Menurun	0,05	2	0,1
Sub Total		0,29	8	0,82
Total (I+II)		1,00	18	3,17

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2012.



Gambar 1. Posisi Pengembangan Strategi Usaha Bawang Goreng UMKM “Usaha Bersama”

Tabel 3. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Bawang Goreng UMKM “Usaha Bersama”.

Kriteria	Koordinat	Ket
Faktor Internal		
Kekuatan	0,26	Sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	1,53	Sumbu Y
Ancaman		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui

posisi kuadran usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang. Hasil kuadran SWOT di atas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan UMKM “Usaha Bersama” yaitu strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha/industri

memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 4.

Berdasarkan matriks SWOT IFAS dan EFAS, dapat ditetapkan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan dalam mendukung perkembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi sebagai berikut:

1. Memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang cukup memadai untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Meningkatkan kualitas tenaga kerja melalui pelatihan usaha sehingga mendorong masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja.
3. Meningkatkan promosi melalui media elektronik maupun media cetak sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk bawang goreng yang dihasilkan oleh UMKM “Usaha Bersama”.
4. Menciptakan citra merek seperti halnya produk, citra merek juga perlu dikomunikasikan kepada masyarakat

terutama di kalangan pasar. Tujuan dari mengkomunikasikan citra merek adalah untuk mendapatkan kepedulian dari pasar/konsumen terhadap produk bawang goreng yang dihasilkan oleh UMKM “Usaha Bersama”.

5. Melakukan riset produk, bertujuan agar produk yang dihasilkan memiliki kelengkapan guna memasuki pasar modern seperti swalayan, hypermarket dan sebagainya. Syarat yang harus dipenuhi oleh produk agar dapat masuk dan bersaing dipasar modern selain harga dan kualitas adalah dari segi kemasan produk tersebut harus mencantumkan tanggal kadaluarsa produk, izin produk dan komposisi produk.
6. Menjaga kualitas produk agar tidak timbul ketidakpuasan konsumen terhadap bawang goreng yang dihasilkan.
7. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar konsumen merasa nyaman dan tetap setia terhadap produk yang dihasilkan oleh UMKM “Usaha Bersama”.
8. Memperluas pemasaran dengan cara masuk kedalam pasar modern.

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Pengembangan Usaha Bawang Goreng UMKM “Usaha Bersama” di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2012

IFAS EFAS	<i>Strenghts (S)</i> a. Bahan Baku b. Tenaga Kerja c. Merk/Brand d. Daya simpan Produk	<i>Weaknesses (W)</i> a. Letak yang Kurang Strategis b. Kemasan c. Belum Efektifnya Promosi d. Modal
<i>Opportunities (O)</i> a. Pasar Tersedia b. Adanya Hubungan Kerjasama c. Dukungan Pemerintah	<u>Strategi SO</u> 1. Memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang cukup memadai untuk memanfaatkan peluang. 2. Meningkatkan kualitas TK melalui pelatihan usaha sehingga mendorong masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja 3. Memanfaatkan Dukungan pemerintah guna perkembangan usaha kedepannya. 4. Memaksimalkan hubungan kersama guna perkembangan usaha.	<u>Strategi WO</u> 1. Meningkatkan promosi melalui berbagai media guna bersaing agar memperoleh pasar.
<i>Treaths (T)</i> a. Acaman Pendatang Baru b. Tingkat Persaingan c. Daya Beli Konsumen Menurun	<u>Strategi ST</u> 1. Mempertahankan harga guna menghadapi pesaing yang ada.	<u>Strategi WT</u> 1. Memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat melalui pameran-pameran sebagai media promosi.

KESIMPULAN

Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal strategi pengembangan usaha bawang goreng pada UMKM “Usaha Bersama” yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal memiliki total nilai yaitu sebesar 3,4 dengan skor kekuatan 1,83 dan skor kelemahan 1,57 ini menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternal memiliki total nilai yaitu

sebesar 3,17 dengan skor peluang 2,35 dan skor ancaman 0,82 ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UMKM “Usaha Bersama” lebih besar dari faktor ancaman. Alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Marimin, 2004. *Teknik dan Aplikasi :Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo. Jakarta.
- Rangkuti, 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.