



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SANG PISANG
(Studi Kasus : Kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda No. 47 A,
Kelurahan Babura, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan)**

FRISKA JULIANA SIMBOLON¹

¹ *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia*
Email : simbolonfriska16@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian dan untuk menganalisis alternatif strategi yang perlu dilakukan dalam upaya pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian. Metode analisis data yang digunakan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan menguraikan dan menginterpretasikan data yang di peroleh dari hasil wawancara langsung kepada produsen. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan. Informan dalam penelitian ini adalah informan kunci yaitu pengusaha sang pisang dan informan utama yaitu sebelas orang karyawan sang pisang dan 50 orang konsumen yang datang membeli sang pisang secara langsung ke outlet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha sang pisang berada pada kuadran 1 (satu) dalam matriks analisis SWOT. Strategi yang tepat untuk usaha ini adalah strategi agresif yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi usaha sang pisang karena usaha sang pisang memiliki peluang yaitu: menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi, konsumen dapat membeli sang pisang secara online, permintaan konsumen untuk mengkonsumsi sang pisang tinggi, produk sang pisang sudah terkenal dikalangan masyarakat, akses transportasi memadai, dengan memanfaatkan kekuatan pada usaha sang pisang tersebut yaitu : ketersediaan bahan baku, memiliki varian rasa yang berbeda-beda, pengelolaan sang pisang mudah, kemasan yang menarik, pelayanan karyawan ramah terhadap konsumen, lokasi penjualan strategis, menggunakan mobil *food truck* dalam penjualan sang pisang, dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat.

Kata kunci: Pisang, Strategi, Pengembangan, Metode, Analisis.

PENDAHULUAN

Indonesia dengan struktur perekonomian yang cenderung agraris harus memperoleh sector pertanian melalui strategi pembangunan sektor pertanian yang semakin tangguh. Pengembangan agribisnis sebagai salah satu strategi pembangunan pertanian merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan antara lain menarik dan mendorong industry baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah (*value added*), meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki distribusi pendapatan (Kaban, 2018).

Salah satu komoditas hortikultura dari kelompok buah-buahan yang saat ini cukup diperhitungkan adalah tanaman pisang. Pengembangan komoditas pisang bertujuan memenuhi kebutuhan akan konsumsi buah-buahan, seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi dimana pisang merupakan sumber vitamin, mineral dan juga karbohidrat. Selain rasanya lezat, bergizi tinggi dan harganya relatif murah, pisang juga merupakan salah satu tanaman yang mempunyai prospek cerah karena di seluruh dunia hampir setiap orang gemar mengkonsumsi buah pisang (Setiadi dkk, 2015).

Adapun jenis usaha yang sedang marak saat ini yakni usaha di sektor industri. Salah satu industri yang banyak diminati ialah industri makanan ringan dan faktanya dapat kita lihat disepanjang jalan besar di Kota Medan banyak outlet yang menjual makanan ringan dengan berbagai rasa, bentuk yang berbahan baku pisang. Objek dalam penelitian ini adalah Sang Pisang yang dijual di Jalan Iskandar Muda No 47 A. Jenis usaha ini yang sedang marak saat ini di

Kota Medan karena usaha sang pisang secara umum merupakan bagian dari industri makanan jadi, dimana salah satu jenis industri yang di kelompokkan dalam agroindustri hilir yang memanfaatkan buah pisang sebagai salah satu bahan baku produksinya. Sang Pisang berbentuk nugget yang di beri varian topping yang menarik dan kekinian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dalam penelitian, yaitu :

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian
2. Apa alternatif strategi pengembangan yang perlu dilakukan dalam upaya pengembangan sang pisang di daerah penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguraikan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian.
2. Untuk menganalisis alternatif strategi yang perlu dilakukan dalam upaya pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian.

METODE PENELITIAN

1. Metode Penentuan Daerah Penelitian

Pemilihan daerah penelitian dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang ada. Daerah penelitian dilakukan di Kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda No. 47 A Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru, Kota Medan. Dasar pemilihan daerah penelitian ini yaitu karena melihat letak usaha yang strategis dan mudah dijangkau bagi konsumen dan sangat unik karena memiliki beberapa manajemen usaha.

2. Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini berdasarkan informan yang dapat memberi informasi mengenai usaha sang pisang. Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis informan yang digunakan menjadi sampel dalam mengumpulkan data, yaitu :

- 1) Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, Metode penentuan sampel dilakukan secara *purposive*, sehingga dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah pengusaha sang pisang yaitu Bapak Chandra. Dengan pertimbangan bahwa pengusaha mengetahui secara mendalam tentang usaha sang pisang tersebut.
- 2) Informan utama adalah mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Penentuan informan utama dilakukan secara *accidental* (secara kebetulan), sehingga dalam penelitian ini yang menjadi informan utama yaitu 11 orang karyawan usaha sang pisang dan 50 orang konsumen yang datang langsung ke outlet untuk membeli sang pisang.

3. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian. Pengumpulan data primer tersebut juga dapat dilakukan dengan hasil wawancara langsung dengan produsen sampel dan informan lainnya menggunakan daftar pertanyaan (Kuesioner) yang telah dipersiapkan terlebih dahulu serta pengamatan langsung.

Sedangkan Data Sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari lembaga-lembaga, instansi atau dinas terkait dengan penelitian ini ataupun data statistik yang terkait dengan penelitian yang dilakukan

4. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan terlebih dahulu ditabulasi secara sederhana dan selanjutnya dianalisis dengan metode analisis yang sesuai.

Untuk **rumusan masalah pertama** dianalisis dengan menggunakan metode analisis *deskriptif kualitatif* yaitu metode penelitian yang menggunakan data primer dengan wawancara langsung kepada produsen untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Untuk **rumusan masalah kedua** digunakan metode analisis SWOT, untuk menentukan strategi pengembangan usaha sang pisang. Sesuai dengan teori yang telah dikemukakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti digambarkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (<i>Strength</i>) Tentukan faktor kekuatan internal	Kelemahan (<i>Weakness</i>) Tentukan faktor kelemahan internal
	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang

peluang eksternal	menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (Threat) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber : Rangkuti, 2013)

Sebelum melakukan analisis data di atas, maka terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan model matriks faktor strategi internal. Matriks faktor strategi internal seperti tabel 2 berikut.

Tabel 2. Keterangan Rating Menurut Kategori

Ratin g	Kategori	Faktor Internal	Faktor Eksternal
4	Sangat Tinggi	Kekuatan	Peluang
3	Tinggi	Kekuatan	Peluang
2	Cukup Tinggi	Kekuatan	Peluang
1	Rendah	Kekuatan	Peluang
4	Rendah	Kelemahan	Ancaman
3	Cukup Tinggi	Kelemahan	Ancaman
2	Tinggi	Kelemahan	Ancaman
1	Sangat Tinggi	Kelemahan	Ancaman

Langkah ketiga, diperoleh total nilai dengan cara menjumlahkan seluruh nilai per indikator untuk setiap sampel. **Langkah keempat**, diperoleh nilai bobot dengan cara membagikan total nilai dengan jumlah sampel. **Langkah kelima**, untuk mencari relatif bobot dapat ditentukan dengan membagi jumlah bobot per indikator internal atau eksternal dengan jumlah total bobot seluruh indikator internal atau eksternal. Total relatif bobot faktor internal atau eksternal nilainya tidak lebih dari 1 atau 100%. Artinya, penjumlahan relatif bobot kekuatan dan peluang serta kelemahan dan ancaman tidak lebih dari 1.

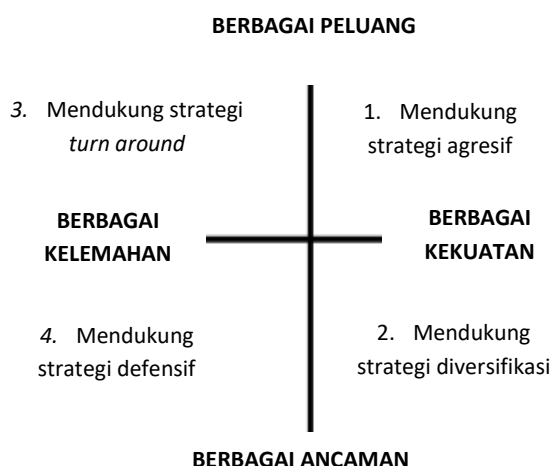
Langkah keenam, menentukan rating. Rating adalah analisis kita terhadap kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka pendek (misalnya satu tahun ke depan). Nilai rating untuk variabel kekuatan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 jika kemungkinan indikator tersebut kinerjanya semakin menurun dibandingkan pesaing utama. Diberi nilai 2 jika indikator itu kinerjanya sama dengan pesaing utama. Sedangkan diberi nilai 3 atau 4 jika indikator tersebut lebih baik dibandingkan pesaing utama. Semakin tinggi nilainya, artinya kinerja indikator tersebut akan semakin baik dibandingkan pesaing utama.

Nilai rating variabel kelemahan diberi nilai 1 sampai 4. Diberi nilai 1 jika indikator tersebut semakin banyak kelemahannya dibandingkan pesaing utama. Sebaliknya diberi nilai 4 jika kelemahan indikator tersebut semakin menurun dibandingkan pesaing utama pada tahun depan. Artinya pemberian nilai rating untuk variabel kelemahan atau variabel ancaman berkebalikan dengan pemberian nilai rating untuk variabel kekuatan dan variabel peluang.

Langkah ketujuh, nilai skor diperoleh berdasarkan hasil nilai relatif bobot dikali rating.

Total nilai skor untuk faktor internal menunjukkan bahwa semakin nilainya mendekati 1, semakin banyak kelemahan internal dibandingkan kekuatannya. Sedangkan semakin nilainya mendekati 4, semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya. Begitu juga dengan total nilai skor untuk faktor eksternal. Semakin total nilai skor mendekati 1, semakin banyak ancamannya dibandingkan dengan peluang. Sedangkan apabila total nilai skor mendekati 4, artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancaman. Setelah semua tahapan selesai, maka dapat ditentukan matriks internal eksternalnya.

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses) yang menghasilkan pilihan strategi. Pilihan strategi tersebut dapat dilihat dari diagram SWOT berikut ini:



Gambar 1. Diagram SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Faktor Internal Usaha Sang Pisang

Faktor internal adalah faktor-faktor yang terdiri dari faktor kekuatan (*strengths*) dan faktor kelemahan (*weakness*) untuk menentukan strategi dalam strategi pengembangan usaha sang pisang di Kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda No 47 Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru Kota Medan. Setelah melakukan wawancara dengan sampel berdasarkan hasil kuesioner serta masukan dari produsen dan karyawan serta beberapa konsumen di peroleh faktor-faktor strategis internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam strategi pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths*) Pada Usaha Sang Pisang di Daerah Penelitian

- a) Ketersediaan bahan baku
- b) Memiliki varian rasa yang berbeda-beda
- c) Pengelolaan sang pisang mudah
- d) Kemasan yang menarik
- e) Pelayanan karyawan ramah terhadap konsumen
- f) Lokasi penjualan strategis
- g) Menggunakan mobil food truck dalam penjualan sang pisang
- h) Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat

2. Kelemahan (*Weakness*) Pada Usaha Sang Pisang di Daerah Penelitian

- a) Bahan baku mudah busuk
- b) Produk tidak tahan lama

B. Faktor Eksternal Usaha Sang Pisang

Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang terdiri dari faktor peluang dan faktor ancaman untuk menentukan strategi dalam strategi pengembangan usaha sang pisang di kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda No 47 A Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru Kota Medan. Setelah melakukan wawancara dan mengambil kesimpulan berdasarkan hasil kuesioner serta masukan dari produsen, konsumen, dan karyawan di tempat penelitian maka di peroleh faktor-faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman dan peluang dalam strategi pengembangan usaha sang pisang di daerah penelitian sebagai berikut :

1. Peluang (*opportunity*) Pada Usaha Sang Pisang di Daerah Penelitian

- a) Menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi
- b) Konsumen dapat membeli sang pisang secara online
- c) Permintaan konsumen untuk mengkonsumsi sang pisang tinggi
- d) Akses transportasi memadai
- e) Produk sang pisang sudah terkenal dikalangan masyarakat

2. Ancaman (*Threats*) Pada Usaha Sang Pisang di Daerah Penelitian

- Banyaknya produk lain yang berbahan baku sama
- Fluktuasi harga bahan baku
- Kurang memanfaatkan teknologi dengan baik
- Banyaknya pesaing baru yang bermunculan

C. Strategi Pengembangan Usaha Sang Pisang

Penentuan strategi pengembangan usaha sang pisang dapat dilakukan dengan menggunakan matriks faktor strategi internal dan matriks faktor strategi eksternal.

1. Matriks Faktor Strategi Internal

Matriks ini di gunakan untuk menilai dan mengevaluasi faktor – faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan usaha sang pisang di Kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda NO 47 A Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru Kota Medan. Hasil dari identifikasi faktor-faktor internal usaha sang pisang dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Usaha Sang pisang

No	Faktor-Faktor Internal	Total Nilai	Bobot	Relatif Bobot	Rating	Skor
A. Indikator Kekuatan						
1	Ketersediaan Bahan Baku	215	3,4	0,10	3	0,3
2	Memiliki Varian Rasa yang Berbeda beda	252	4	0,12	4	0,48
3	Pengelolaan Sang Pisang Mudah	184	2,9	0,08	3	0,24
4	Kemasan yang Menarik	185	2,9	0,09	4	0,36
5	Pelayanan karyawan yang ramah terhadap konsumen	168	2,7	0,08	3	0,24
6	Lokasi penjualan strategis	246	3,9	0,11	4	0,44
7	Menggunakan mobil food truck	129	2,0	0,06	3	0,18

	dalam penjualan					
8	Dapat dikonsumsi oleh banyak kalangan masyarakat	148	2,3	0,07	3	0,21
Sub Total		1527	24,1	0,71		2,45
B. Indikator Kelemahan						
1	Bahan baku mudah busuk	126	1,9	0,06	1	0,06
2	Produk tidak tahan lama	108	1,7	0,05	1	0,05
3	Harga produk yang mahal	181	2,9	0,08	2	0,16
4	Sering terjadi keributan	204	3,1	0,1	3	0,3
Sub Total		619	12,4	0,29		0,57
TOTAL (Kekuatan + Kelemahan)		2313		1		3,02

2. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Matriks ini digunakan untuk menilai dan mengevaluasi faktor – faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman usaha sang pisang di Kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda No 47 A Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru Kota Medan. Hasil dari identifikasi faktor-faktor eksternal usaha sang pisang dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

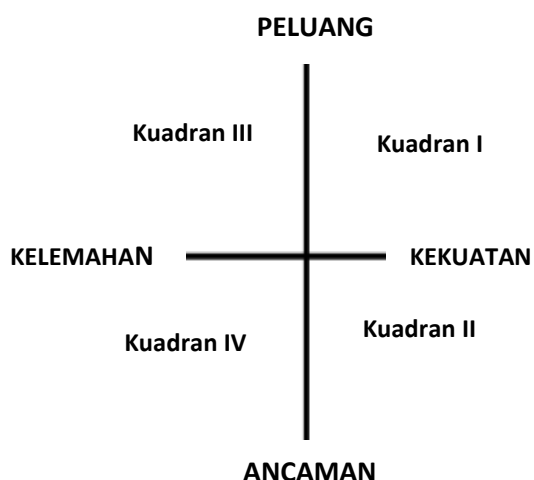
Tabel 4. Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) Usaha Sang Pisang

No	Faktor-Faktor Eksternal	Total Nilai	Bobot	Relatif Bobot	Rating	Skor
A. Indikator Peluang						
1	Menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi	252	4	0,15	4	0,6
2	Konsumen dapat membeli sang pisang secara online	252	4	0,15	4	0,6
3	Permintaan sang pisang tinggi	189	3	0,11	3	0,33
4	Akses transportasi memadai	252	4	0,15	4	0,6
5	Produk	203	3,2	0,11	3	0,33

	sang pisang sudah terkenal di kalangan masyarakat					
Sub Total		1.148		0,67		2,46
B. Indikator Ancaman						
1	Banyaknya produk lain yang berbahan baku sama	119	1,9	0,07	2	0,14
2	Harga bahan baku yang berfluktuasi	157	2,5	0,09	1	0,09
3	Kurang memanfaatkan teknologi dengan baik	191	3,0	0,11	2	0,22
4	Banyaknya pesaing baru yang bermunculan dengan harga produk yang lebih murah	111	1,8	0,06	1	0,06
Sub Total		578		0,38		0,51
Total		1.726		1		2,97

3. Diagram Analisis SWOT

Posisi strategi pengembangan usaha sang pisang dianalisis dengan menggunakan matriks posisi, sehingga menghasilkan titik koordinat (x,y). nilai x diperoleh dari selisih factor internal dan nilai y diperoleh dari selisih factor eksternal sehingga diperoleh nilai selisih factor internal yaitu sebesar 1,88 dan nilai selisih dari factor eksternal yaitu sebesar 1,95. Oleh karena itu dapat dilihat posisi titik koordinat usaha sang pisang pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan penggabungan pada matriks faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui posisi strategi pengembangan usaha sang pisang di Kedai Rakyat Jalan Iskandar Muda No 47 A Kelurahan Babura Kecamatan Medan Baru Kota Medan, terletak pada kuadran 1 (strategi agresif). Posisi tersebut sangat menguntungkan bagi usaha sang pisang karena usaha sang pisang memiliki peluang (menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi, konsumen dapat membeli sang pisang secara online, permintaan konsumen untuk mengkonsumsi sang pisang tinggi, produk sang pisang sudah terkenal di kalangan masyarakat, akses transportasi memadai) dengan memanfaatkan kekuatan (ketersediaan bahan baku, memiliki varian rasa yang berbeda-beda, pengelolaan sang pisang mudah, kemasan yang menarik, pelayanan karyawan ramah terhadap konsumen, lokasi penjualan strategis, menggunakan mobil *food truck* dalam penjualan sang pisang, dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat).

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, maka hasil dari matriks SWOT secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Pembobotan dari Hasil Analisis SWOT

IFAS	S = 2,45	W = 0,57
EFAS		
O = 2,46	SO = 4,91	WO = 3,03
T = 0,51	ST = 2,96	WT = 1,08

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa matriks IFAS menghasilkan nilai *Strength* sebesar 2,45 dan *Weakness* sebesar 0,57 sedangkan matriks EFAS menghasilkan nilai *Opportunity* sebesar 2,46 dan *Threats* sebesar 0,51. SO

diperoleh dari penjumlahan *Strength* dan *Opportunity*. ST diperoleh dari penjumlahan penjumlahan *Strength* dan *Threats*. WO diperoleh dari penjumlahan *Weakness* dan *Opportunity*. WT diperoleh dari penjumlahan *Weakness* dan *Threats*.

Dengan Urutan alternatif strategi SWOT, diperoleh bahwa *Strength - Opportunity (SO)* menghasilkan bobot tertinggi, dimana strategi yang menghasilkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

4. Matriks SWOT

Setelah dilakukan analisis identifikasi faktor internal dan eksternal serta posisi kuadran SWOT, selanjutnya adalah melakukan perumusan strategis dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha sang pisang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Adapun matriks SWOT dari usaha sang pisang ini dapat digambarkan dengan jelas pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Matriks SWOT

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Ketersediaan bahan baku	1. Bahan baku mudah busuk
	2. Memiliki varian rasa yang berbeda beda	2. Produk tidak tahan lama
	3. Pengelolaan sang pisang mudah	3. Harga produk yang mahal
	4. Kemasaan yang menarik	4. Sering terjadi keributan di lokasi usaha
	5. Pelayanan karyawan ramah terhadap konsumen	
	6. Lokasi	

	penjualan yang strategis 7. Menggunakan mobil food truck dalam penjualan sang pisang 8. Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat	
Peluang (O) 1. Menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi 2. Konsumen dapat membeli sang pisang secara online 3. Permintaan konsumen untuk mengkonsumsi sang pisang sangat tinggi 4. Produk sang pisang sudah terkenal di kalangan masyarakat 5. Akses transportasi memadai	Strategi SO 1. Menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi untuk menjelaskan berbagai varian rasa sang pisang yang berbeda-beda dengan menggunakan kemasan yang menarik untuk menarik perhatian konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan sang pisang 2. Mempertahankan pelayanan yang baik terhadap konsumen agar konsumen semakin berminat membeli sang	Strategi WO 1. Mengurangi minimnya modal yang dimiliki dengan memanfaatkan permintaan konsumen yang tinggi terhadap produk sang pisang, serta konsumen yang membeli sang pisang secara online untuk meningkatkan penjualan kenyamanan lokasi usaha dengan mengurangi harga produk dan menyediakan fasilitas yang baik seperti: wifi, AC dll

	pisang dan produk pisang menjadi semakin dikenal di kalangan masyarakat . 3. Meningkatkan penjualan pisang dengan memanfaatkan lokasi yang strategis sehingga konsumen dapat membeli pisang secara langsung 4. Meningkatkan produksi dengan memanfaatkan ketersediaan bahan baku sehingga dapat meningkatkan keuntungan melalui penjualan produk menggunakan mobil <i>food truck</i> maupun penjualan di outlet.	
Ancaman (T) 1. Banyaknya produk yang berbahan baku sama dengan produk sang	Strategi ST 1. Memanfaatkan varian rasa, kemasan yang menarik serta ketersediaan bahan baku yang mudah	Strategi WT 1. Memanfaatkan teknologi dengan menyediakan fasilitas yang baik agar dapat lebih bersaing dengan

pisang 2. Harga bahan baku yang berfluktuasi 3. Kurang memanfaatkan teknologi dengan baik 4. Banyak pesaing baru yang bermunculan	diperoleh, untuk tetap dapat bersaing dengan produk lain yang berbahan baku sama 2. Meningkatkan cita rasa dengan membuat ciri khas agar produk tidak mudah ditiru oleh produk yang lain, sehingga masyarakat lebih menyukai produk sang pisang.	produk yang berbahan baku sama 2. Meningkatkan modal dengan mengoptimalkan harga bahan baku 3. Menjaga suasana usaha agar pelanggan tidak beralih ke tempat usaha yang lain.
---	--	---

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di kedai rakyat usaha sang pisang jalan Iskandar Muda No 47 A kelurahan babura kecamatan medan baru kota medan mengenai strategi pengembangan usaha sang pisang maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat beberapa kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha sang pisang yaitu : kekuatan usaha sang pisang adalah ketersediaan bahan baku, memiliki varian rasa yang berbeda-beda, pengelolaan sang pisang mudah, kemasan yang menarik, pelayanan karyawan ramah terhadap konsumen, lokasi penjualan strategis, menggunakan mobil food truck dalam penjualan dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat sedangkan kelemahan usaha sang pisang adalah bahan baku mudah busuk, produk tidak tahan lama, modal yang terbatas,

- sering terjadi keributan dilokasi usaha.
2. Terdapat beberapa peluang dan ancaman yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha sang pisang yaitu : peluang usaha sang pisang adalah menggunakan media sosial sebagai kegiatan promosi, konsumen dapat membeli sang pisang secara online, permintaan konsumen untuk mengkonsumsi sang pisang tinggi, akses transportasi memadai, produk sang pisang sudah terkenal di kalangan masyarakat sedangkan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha sang pisang adalah banyaknya produk lain yang berbahan baku sama, fluktuasi harga bahan baku, kurang memanfaatkan teknologi dengan baik, banyak pesaing baru yang bermunculan.
 3. Berdasarkan hasil dari tabel matriks IFAS dan matriks EFAS, di ketahui bahwa usaha sang pisang memperoleh skor total IFAS sebesar 3,02 dan skor total EFAS sebesar 2,97. Dengan demikian dapat dilihat bahwa pada matriks IFAS dan EFAS usaha sang pisang berada dalam kuadran I, yaitu kondisi pertumbuhan yang agresif (Strategi agresif).

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B. 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Ambarita Y, Bayu S, Setiada H. 2015. Identifikasi Karakter Morfologis Pisang (*Musa spp*) di Kabupaten Deli Serdang. Jurnal Agroteknologi. Vol 19. No 1.25-43.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Kecamatan Medan Baru Dalam Angka 2018. Medan. Bayu. 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Jurnal Agrista Universitas Sebelas Maret Surakarta. Vol 1. No 2. 1713- 2302.
- Cahyono. Bambang. 2016. Sukses Budidaya Pisang diperkebunan Dan Perkebunan. Mina : Jakarta.
- David, F R. 2011. Manajemen Strategis : Konsep Salemba Empat : Jakarta
- Djalil, Majeni dan Sulaeman. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Krifik Ubi Kayu pada Industri Pundi Mas di Kota Palu. Jurnal Agrotekbis Volume 3 Nomor 3 Tahun 2015. Hal 390-401.
- Hafsah, M J. 2010. Bisnis Ubi Kayu Indonesia. Pustaka Sinar Harapan : Jakarta
- Kaban,D N. 2018. Nilai Tambah Pengolahan Kacang Kedelai Menjadi Tahu Dan Kelayakan Usahanya. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia, Medan.
- Mahaerani A, Rochdiani D, Noormansyah Z. 2016. Strategi Pengembangan Agroindustri Santan Kelapa pada PT. Pacific Eastern Coconut Utama di Desa Sukaresik Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh. Vol 1. No 2. 80-84.
- Mamuja, C dan Aida, Y. 2015. Karakteristik Gizi Abon Jantung Pisang (*Musa P.*) Dengan Penambahan Ikan Layang (*Decapterus sp*). Jurnal Agroteknologi Universitas Sam Ratu Langi. Vol 4. No 1. 1911-1924.
- Rangkuti, F. 2013. Analisis SWOT Teknis Membeda Kasus Bisnis

Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Gramedia Pustaka : Jakarta

Rusdiansyah, D. 2013. Potensi Dan Peluang Investasi Serta Permasalahan Komoditi Pisang Di Kalimantan Timur, Badan Perizinan.

Sitorus, Syahputri Anggraini. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Pada Aneka Keripik Dan Roti Selasih di JL Jahe Lk IV Sentang Kota Kisaran. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Medan.

Silaban, M. 2019. Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Wortel Menjadi Keripik di Kecamatan Pahae Kabupaten Tapanuli Utara. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia, Medan.

Solihin, Ismail. 2012. Manajemen Strategik. Erlangga : Jakarta.

Suhartanto, R M dan S S Hryadi. 2012. Program Pengembangan Pisang. Diunduh dari <http://www.ipb.ac.id> pada 13 desember 2019.

Suryana. 2013. Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Gramedia Pustaka : Jakarta

Tambarta, E. 2017. Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan olahan Kopi Arabika Di Kabupaten Bener Meriah Aceh. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.