



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

"Tema 5 : Kewirausahaan, Koperasi, dan UMKM"

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RENGGINANG LORJUK DI KABUPATEN SUMENEP

Asadullah¹, Banun Diyah Probowati², dan Khoirul Hidayat³

¹Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

²Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

³Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

ABSTRAK

Rengginang lorjuk merupakan kerupuk yang terbuat dari beras ketan yang mengandung lorjuk (*Sollen Sp*). Pengembangan usaha rengginang ini menemui beberapa permasalahan. Strategi pengembangan usaha sangat diperlukan agar usaha ini dapat mengatasi permasalahan sehingga dapat terus berproduksi. Oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha serta menyusun strategi pengembangan usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah kekuatan usaha dengan nilai faktor tertinggi yaitu produk rengginang yang dihasilkan memiliki varian yang beragam, kelemahan usaha dengan nilai faktor tertinggi yaitu kurangnya ketersediaan bahan baku ketan. Peluang usaha rengginang lorjuk dengan nilai faktor tertinggi yaitu terdapat pembinaan bantuan peralatan dari Dinas Perdagangan Kabupaten Sumenep. Ancaman usaha dengan nilai faktor tertinggi yaitu banyak produk tiruan yang sama. Strategi pengembangan usaha yang dapat diusulkan berdasarkan pemetaan pada kuadran strategi yang mendukung strategi agresif (kuadran I) yaitu dengan strategi SO. Strategi ini dapat berupa mempertahankan dan menambah varian produk rengginang lorjuk agar tetap diminati oleh masyarakat yang didukung dengan kelengkapan legalitas usaha serta memanfaatkan bantuan teknologi produksi dari Dinas Perdagangan Daerah agar mempermudah dalam kegiatan proses produksi.

Kata kunci: Rengginang lorjuk, pengembangan usaha, analisis SWOT

ABSTRACT

Rengginang lorjuk was a cracker made from rice containing lorjuk (*Sollen Sp*). The business development of it had several problems. A business development strategy was necessary to overcome problems so that it could continue to produce. The objectives of the research were to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in developing a business and develop a business development strategy. The method used in this research was the SWOT method. The results of this research were the various variants of the product as the highest factor value of the business strength and the lack of sticky rice raw materials availability of business weakness. The highest factor score of the business opportunity was the equipment training assistance from the Regional Trade service in



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

Sumenep Regency. The highest factor value of the business threat was there were many copies of the same product. The development strategies that can be proposed were based on the mapping quadrant strategy. It showed the strategy in quadrant I or the aggressive strategy that represented the SO strategy. The maintaining and adding product variants of that remained popularized. By supporting a complete business legality and utilizing production technology assistance from the Regional Trade Service to make production process activities easier.

Keywords: Sollen Sp, Rice Cracker, business development, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Strategi pengembangan usaha menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya (Warcito dan Saleh, 2016; Supriatna *et al.* 2014) Sifat strategi pengembangan usaha adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan usaha mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (Afridal 2017).

Perencanaan strategi memiliki tiga tahapan utama. Fase pertama adalah menyalurkan kepentingan organisasi dengan kepentingan para pemangku kepentingan (stakeholder), yaitu setiap pihak yang berkontribusi terkena dampak dari berbagai aktivitas yang dilakukan organisasi. Fase kedua adalah memformulasikan atau merumuskan apa strategi organisasi, yang dimulai dengan penyusunan visi dan misi. Hasil spesifik yang ingin dituju untuk dapat mencapai misi yang telah direncanakan. Fase ketiga adalah menyusun rencana bisnis, kemudian mengimplementasikan rencana strategi yang telah disusun (Assauri 2014).

Perkembangan usaha industri makanan dapat ditingkatkan dengan cara menambah kapasitas produksi berupa penambahan kapasitas mesin, penambahan sumber daya manusia (SDM), dan lain-lain. Perkembangan usaha makanan ringan sangat bergantung pada minat pasar terhadap produk-produk yang dihasilkan. Usaha makanan ringan tersebut apabila tidak dapat memenuhi kompetensi-kompetensi tersebut, maka akan menjadi masalah bagi usaha tersebut (Ongkoraharjo, 2015).

Inovasi terhadap produk dalam teori perkembangan usaha merupakan suatu bagian penting. Inovasi yang dilakukan untuk rengginang lorjuk demikian juga. Inovasi sebaiknya dengan inovasi produk dan kemasan agar lebih menarik dan meningkatkan minat konsumen. Hal ini agar makanan tradisional lebih menarik, sehingga dapat dijual dengan harga lebih tinggi (Lestari *et al.* 2020).

Kabupaten Sumenep adalah salah satu kabupaten di Pulau Madura yang memproduksi makanan atau oleh-oleh khas Madura yaitu rengginang lorjuk. Rasa dan tekstur pada rengginang ini menggunakan kerang pisau atau lorjuk asli. Rengginang lorjuk ini merupakan sejenis kerupuk tebal yang biasanya dibuat dari ketan yang dicampur dengan taburan lorjuk dan dikeringkan dengan cara dijemur di bawah sinar matahari (Fiatarico *et al.* 2019). Rengginang yang masih memiliki tekstur basah pada proses penggorengan menjadi kurang mengembang dan mempunyai tekstur yang keras dan alot. Berbeda dengan rengginang yang memiliki tekstur kering pada saat dilakukan pemasakan akan menghasilkan tekstur yang renyah. Proses pengeringan yang terjadi karena adanya perbedaan tekanan udara pengeringan dengan rengginang yang dikeringkan, melalui proses pengeringan kandungan air yang diturunkan 35-45% (Saptariana *et al.* 2014).

Usaha produksi rengginang lorjuk ini mengalami beberapa permasalahan yang dapat menghambat usahanya. Hal ini menunjukkan ada permasalahan dalam usaha rengginang lorjuk. Kekuatan dan kelemahan usaha rengginang lorjuk perlu untuk diketahui lebih lanjut. Peluang dan hambatan dalam pengembangan usaha ini juga harus diketahui. Strategi pengembangan usaha yang tepat akan dapat dirumuskan sehingga usaha rengginang lorjuk menjadi semakin berkembang. Oleh sebab itu tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha rengginang lorjuk (2) untuk menyusun strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha rengginang lorjuk.



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di salah satu sentra penghasil rengginang di Dusun Pesisir, desa Prenduan, Kecamatan Pragaan, Kabupaten Sumenep dari bulan Januari sampai Agustus 2022. Penelitian terdiri dari 2 tahap yaitu tahap identifikasi dan pemetaan faktor eksternal dan faktor internal, tahap analisis SWOT dan tahap perumusan strategi.

Tahap identifikasi dan pemetaan faktor internal dan faktor eksternal

Identifikasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal bertujuan untuk memperoleh faktor-faktor strategi berupa: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Langkah-langkah pemetaan yaitu :

1. Melakukan identifikasi dan pendataan masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Melakukan pembobotan pada item-item tersebut mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting). Jumlah keseluruhan bobot harus sama dengan 1,0.
3. Memberikan peringkat atau *rating* untuk masing-masing faktor mulai dari 4 (sangat baik) sampai 1 (sangat buruk), berdasarkan respon pemilik usaha terhadap setiap faktor tersebut. Setiap *rating* merupakan penilaian yang menunjukkan bahwa pemilik usaha sedang menghadapi faktor-faktor internal tersebut.
4. mengalikan bobot setiap item dengan *rating* untuk memperoleh skor terbobot.
5. menjumlahkan keseluruhan bobot untuk memperoleh skor terbobot total yang dimiliki oleh pemilik usaha rengginang lorjuk.

Tahap Analisis SWOT

Informasi yang diperoleh berupa faktor internal dan faktor eksternal akan menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dalam usaha rengginang lorjuk. Hasil dari pengolahan data akan disusun dalam bentuk matriks SWOT untuk dilakukan analisis selanjutnya. Strategi yang berhasil diidentifikasi akan dicocokkan berdasarkan hasil pemetaan dalam kuadran matriks SWOT, apakah berada pada kuadran 1, 2, 3 ataukah 4. Strategi yang tepat, baik dari strategi Strength-Opportunities (SO), strategi Weaknesses-Opportunities (WO), strategi Strength-Threats (ST) atau strategi Weaknesses-Threats (WT) akan dipilih sehingga membantu pemilik usaha rengginang lorjuk dalam melakukan pengembangan usaha.

Tahap Perumusan Strategi.

Perumusan strategi *SWOT* dilakukan dengan mengkaji masing-masing strategi yang dipetakan dalam matriks analisis *SWOT*. Kajian tersebut berdasarkan dampak positif dan negatif masing-masing strategi dalam pengembangan usaha rengginang lorjuk. Rumusan strategi yang dapat dilakukan mengembangkan usaha rengginang lorjuk akan dapat diusulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi terhadap berbagai yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam kelangsungan usaha rengginang lorjuk selanjutnya akan dipetakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor yang telah teridentifikasi akan dikelompokkan menjadi dua bagian.



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"
17-18 Oktober 2023
Purwokerto

Faktor internal yang ditemukan pada industry rengginang lorjuk akan dibedakan menjadi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*). Hasil identifikasi dan diambil masing-masing 5 faktor.

Kekuatan (strength)

Faktor kekuatan merupakan unsur-unsur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dalam mengembangkan dan memajukan perusahaan yang berupa sumberdaya dan kemampuan yang dapat digunakan perusahaan sebagai dasar untuk mengembangkan usaha (Hidayat *et al.* 2019). Faktor-faktor tersebut yaitu :

1. Produk rengginang yang dihasilkan memiliki varian yang beragam

Produk rengginang yang dihasilkan memiliki varian yang beragam mempunyai nilai skor bobot tertinggi yaitu 0,58, sehingga dapat diartikan faktor ini sangat berpengaruh sebagai kekuatan. Varian rengginang lorjuk yang dimiliki cukup banyak. Varian inovasi dari produk rengginang lorjuk ini dikemas menjadi beberapa varian dengan harga sama tetapi kemasan berbeda. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak jenuh melihat bentuk rengginang seperti pada umumnya yaitu berbentuk bulat. Varian produk rengginang lorjuk ini berupa varian rengginang lorjuk oval, rengginang lorjuk mini, rengginang lorjuk cincin. Varian produk bisa ditambah lagi dengan meningkatkan inovasi produk agar perusahaan memiliki nilai jual yang semakin bertambah dan juga bisa memberikan keistimewaan dari produk rengginang lorjuk sendiri.

2. Informasi terkait produk pada label kemasan yang jelas

Informasi terkait produk pada label kemasan yang jelas mempunyai skor bobot 0,55. Informasi terhadap produk merupakan komponen besar terhadap syarat-syarat legalitas dari produk itu sendiri, dengan adanya informasi produk konsumen bisa mengetahui rincian dari produk rengginang lorjuk dan bisa mengetahui apakah rengginang yang dibeli konsumen merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi. Informasi produk yang terletak pada label kemasan berisi tentang nama produk, nama produsen dan aspek pendukung lain. Informasi seperti ini seringkali tidak dihiraukan oleh produsen lain.

3. Harga yang murah dan terjangkau masyarakat

Harga yang murah dan terjangkau masyarakat memperoleh skor bobot 0,28. Faktor ini juga menjadikan rengginang lorjuk merupakan pilihan masyarakat yang menginginkan produk dengan harga yang murah. Dampak dari harga murah ini adalah kontinuitas penjualan rengginang lorjuk. Harga yang berbeda untuk berbagai varian produk, dan masih relatif lebih murah dibandingkan dengan produk lain akan menjadikan rengginang lorjuk sebagai pilihan pembelian. Penetapan harga ini sangat efektif untuk memperdaya saing pasar rengginang, sehingga masyarakat bisa memilih berbagai varian produk rengginang lorjuk dan meminimalisir pengeluaran konsumen.

4. Pemasaran telah sampai luar kota

Pemasaran telah sampai luar kota mempunyai skor bobot 0,47. Hal ini menunjukkan faktor ini berpengaruh besar terhadap kekuatan perusahaan. Peminat atau konsumen dari produk rengginang lorjuk bukan hanya berasal dari lokal Madura tetapi juga berasal dari berbagai kabupaten di Propinsi Jawa Timur dan juga wilayah lain di Indonesia. Perluasan wilayah pemasaran rengginang lorjuk hingga luar Madura bertujuan agar konsumen rengginang lorjuk tidak kesulitan dalam memperoleh rengginang lorjuk. Hal ini juga untuk mengenalkan produk lokal camilan khas Madura.

5. Penggunaan tenaga kerja yang bersifat tetap

Faktor tenaga kerja memperoleh skor bobot 0,53. Faktor ini menempati urutan skor ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan tenaga kerja bersifat tetap dapat menjadi kekuatan usaha. Tenaga kerja di usaha rengginang lorjuk ini terdiri dari dua macam yaitu tenaga kerja tetap dan tenaga kerja harian. Tenaga kerja tetap adalah tenaga kerja yang mempunyai hak penuh dalam proses produksi rengginang lorjuk mulai dari proses awal sampai akhir dan mempunyai jadwal rutin di perusahaan, sedangkan tenaga kerja harian adalah tenaga kerja yang tidak mempunyai hak penuh dalam proses produksi dan ditempatkan di proses pembentukan dan proses pengemasan. Tenaga



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

kerja harian hanya bekerja ketika perusahaan memproduksi rengginang lorjuk dan tidak terikat dengan jadwal rutin. Pembagian tenaga kerja ini bertujuan agar masyarakat yang tidak mempunyai pekerjaan bisa berkesempatan untuk bekerja dan memperoleh hasil dari seberapa banyak rengginang yang dapat dicetak dan dikemas.

Data hasil identifikasi faktor kekuatan menunjukkan bahwa skor tertinggi pada faktor kekuatan yaitu produk rengginang yang dihasilkan memiliki varian yang beragam (S1) dengan nilai skor bobot 0,58. Hasil total skor bobot ini didapat dari perkalian bobot dan *rating* yang masing-masing mempunyai rata-rata 0,17 dan *rating* sebesar 3.

Matrik strategi internal faktor kekuatan (*strength*) memperoleh hasil skor bobot 2,41. Skor bobot S ini lebih besar dari nilai total skor bobot yang diperoleh faktor kelemahan (*weaknesses*) yaitu sebesar 1,60. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kesempatan yang cukup besar dalam mengembangkan perusahaan dari kekuatan yang dimiliki oleh pemilik usaha.

Kelemahan (weaknesses)

Faktor kelemahan merupakan faktor yang berakibat pada penurunan hasil produksi maupun penerimaan. Hasil produksi mengalami penurunan karena produk yang dihasilkan kurang maksimal dan tidak sesuai dengan target. Kelemahan yang terdapat pada usaha rengginang lorjuk ini bisa menjadi kekuatan bagi perusahaan lain. Faktor-faktor kelemahan ini adalah sebagai berikut:

1. Sarana distribusi pengangkutan yang masih kurang

Sarana distribusi pengangkutan yang masih kurang dengan skor kelemahan 0,32. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ini dapat memperlemah perusahaan. Sarana distribusi sangatlah penting untuk kemajuan perusahaan dalam aktivitas pemasaran sehingga berakibat pada peningkatan penghasilan melalui penjualan produk. Distribusi pada setiap permintaan dapat dimaksimalkan agar penyaluran produk bisa memenuhi permintaan konsumen. Faktor ini berdampak pada jumlah permintaan yang tidak dapat dipenuhi.

2. Aktivitas promosi yang kurang

Aktivitas promosi yang kurang dengan skor bobot kelemahan sebesar 0,34. Faktor ini menempati urutan kedua setelah faktor kurangnya ketersediaan bahan baku ketan. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas promosi yang kurang merupakan kelemahan perusahaan sehingga faktor ini memungkinkan menjadi kekuatan bagi perusahaan lain. Pemilik usaha rengginang lorjuk melakukan aktivitas promosi hanya pada konsumen tetap. Hal ini kurang memaksimalkan pemasaran produk untuk konsumen yang masih belum mengetahui bagaimana produk rengginang lorjuk. Faktor kurangnya aktivitas promosi dapat diatasi dengan cara melakukan promosi melalui media-media yang telah banyak bermunculan di era sekarang agar dapat meminimalisir kelemahan.

3. Kurangnya ketersediaan bahan baku ketan

Kurangnya ketersediaan bahan baku ketan mempunyai skor bobot tertinggi pada faktor kelemahan yaitu sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kurangnya ketersediaan bahan baku ketan merupakan kelemahan perusahaan dan bisa menjadi kekuatan bagi perusahaan lain. Bahan baku yang digunakan oleh perusahaan berupa beras ketan yang diambil dari produsen beras ketan premium dari daerah Subang Jawa Barat. Bahan baku yang kedua yaitu lorjuk atau kerang bambu juga sangat sulit diperoleh dari nelayan setempat dan nelayan luar daerah Sumenep. Pemilik usaha pernah melakukan pengambilan bahan baku dari lokal madura tetapi produk yang dihasilkan tidak dapat memenuhi kriteria rengginang lorjuk yang ditetapkan perusahaan sehingga masih tetap menggunakan bahan baku yang telah didistribusi meskipun berdampak pada kelangsungan proses produksi.

4. Penggunaan teknologi yang masih sederhana

Penggunaan teknologi yang masih sederhana mempunyai skor bobot 0,26. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi yang masih sederhana merupakan kelemahan perusahaan. Pemilik usaha masih mempertahankan proses produksi secara tradisional yang telah diturunkan dari awal berdirinya perusahaan sampai sekarang. Hal ini bertujuan agar kualitas produk yang dihasilkan



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

tetap sama dan tetap mempunyai keistimewaan yang telah banyak diketahui oleh konsumen rengginang lorjuk.

5. Penggunaan peralatan produksi yang belum maksimal

Penggunaan peralatan produksi yang belum maksimal memperoleh skor bobot sebesar 0,29. Hal ini menunjukkan bahwa kurang maksimalnya penggunaan alat produksi merupakan salah satu faktor kelemahan perusahaan. Alat-alat produksi yang kurang dimaksimalkan penggunaannya pada proses produksi berupa: kompor gas, tabung elpiji, dandang, dan tampah. Hal ini disebabkan proses produksi yang dilakukan setiap hari. Pihak perusahaan dapat menggunakan semua alat yang ada dengan hasil yang sama dan dapat memperkirakan agar waktu produksi lebih singkat dari pada sebelumnya.

Faktor kelemahan dengan skor bobot tertinggi sebesar 0,39 yaitu kurangnya ketersediaan bahan baku ketan. Hasil ini diperoleh dari perkalian antara rata-rata skor bobot (0,14) dan rata-rata skor *rating* (3).

Peluang (*opportunity*)

Faktor Peluang (*opportunity*) adalah faktor eksternal perusahaan yang mempunyai pengaruh besar serta dapat mengembangkan perusahaan untuk lebih maju dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Data hasil skor tertinggi pada faktor peluang (*Opportunity*) adalah faktor terdapat pembinaan bantuan peralatan dari dinas perdagangan Kabupaten Sumenep (O2) yang mendapatkan skor 0,58, skor bobot ini didapatkan dari hasil perkalian antara rata-rata skor bobot 0,15 dan rata-rata *rating* 4.

1. Rengginang hanya merupakan jenis makanan camilan

Faktor Rengginang hanya merupakan makanan camilan memperoleh skor bobot tertinggi urutan kedua dengan skor 0,45. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor Rengginang hanya merupakan makanan camilan masyarakat sangat berpengaruh terhadap peluang untuk mengembangkan perusahaan. Ketertarikan masyarakat akan produk rengginang lorjuk sangat membantu keberhasilan pemasaran usaha sehingga daya perkembangan yang diperoleh mempunyai peluang penuh untuk kondisi perusahaan ke depan.

2. Terdapat pembinaan bantuan peralatan dari Dinas Perdagangan Kabupaten Sumenep

Faktor pembinaan dan bantuan alat dari Dinas Perdagangan memperoleh skor tertinggi pada faktor peluang (*opportunity*) yaitu 0,58. Hal ini menunjukkan bahwa pembinaan bantuan peralatan dari Dinas Perdagangan Kabupaten Sumenep sangat memengaruhi peluang usaha. Dinas Perdagangan Kabupaten Sumenep sangat memperhatikan UMKM yang ada di Sumenep, yang telah lama berdiri dan mempunyai kemajuan yang sangat pesat dari tahun-tahun. Bantuan berbentuk barang telah diterima dari pihak perusahaan sebanyak dua kali yang berupa: gas elpiji, dan kompor gas. Perusahaan sangat mengapresiasi hal tersebut namun juga mengharapkan pembinaan terhadap perusahaan dan tenaga kerja.

3. Adanya legalitas usaha

Faktor adanya legalitas usaha memperoleh skor bobot 0,45 yang menunjukkan bahwa faktor adanya legalitas usaha berpengaruh terhadap peluang kemajuan perusahaan. Legalitas yang dimiliki sudah mencakup syarat sah UMKM termasuk legalitas dalam pemasaran seperti: IP-IRT, NPWP, BPOM, dan sertifikat HALAL-MUI. Semua perizinan yang dimiliki perusahaan harus dipertahankan dan pihak perusahaan masih menjaga agar tidak ada kesalahan yang menimbulkan surat-surat izin tersebut dicabut. Pemilik usaha sangat memperhatikan semua proses produksi yang dilaksanakan serta menjaga hubungan baik dengan pihak dinas setempat.

4. Penggunaan *market place* secara virtual

Faktor penggunaan *market place* secara virtual mempunyai skor bobot 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penggunaan *market place* secara virtual cukup mempunyai pengaruh terhadap peluang usaha. *Virtual market place* sangat dibutuhkan pada era saat ini untuk sarana pemasaran.



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

Hal ini memudahkan untuk aktivitas pemasaran secara langsung juga untuk meningkatkan penjualan kepada konsumen yang berada di luar wilayah jangkauan pemasaran langsung. *Virtual market place* juga mempermudah konsumen dalam pengelolaan pesanan (Adiyanto 2020). *Virtual market place* yang digunakan perusahaan berupa *E-commerce* seperti: Tokopedia, Lazada, Shopee.

5. Terdapat teknologi produksi yang lebih modern

Faktor Terdapat teknologi produksi yang lebih modern memperoleh skor bobot 0,41. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi yang *modern* mempunyai pengaruh terhadap faktor peluang usaha. Pemilik usaha menggunakan proses produksi secara tradisional sejak didirikan. Hal ini disebabkan karena pemilik usaha masih belum menemukan peralatan atau teknologi yang tepat dan mempunyai hasil yang sama dengan hasil produksi yang digunakan. Hal ini dilakukan terutama dalam proses penjemuran yang merupakan inti dari keberhasilan proses produksi.

Faktor peluang (*opportunity*) yang telah dipaparkan di atas merupakan segala aspek peluang yang mendukung pengembangan usaha. Faktor peluang dari faktor O1 sampai dengan O5 didapatkan skor bobot 2,20. Skor ini didapatkan dari jumlah keseluruhan skor bobot faktor peluang yang ada. Peluang ini diharapkan bisa diraih dalam mengembangkan usaha, terutama dalam penggunaan teknologi dan produksi perusahaan.

Ancaman (threat)

Faktor ancaman (*treat*) adalah faktor eksternal yang dapat menjadi penghambat bagi mengembangkan usaha. Faktor ancaman ini berupa banyaknya kompetitor produk, penjiplakan dan kenaikan harga bahan baku sehingga menyulitkan dalam mengembangkan usaha. Data hasil identifikasi terhadap faktor ancaman (*threat*) menunjukkan adanya produk tiruan yang sama dengan skor bobot tertinggi yaitu sebesar 0,42. Segala faktor ancaman yang ada harus dihadapi dengan menggunakan kekuatan yang ada semaksimal mungkin. Kelima faktor ancaman (*threat*) yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Adanya pencemaran lingkungan yang dapat mengganggu usaha

Faktor Adanya pencemaran lingkungan yang dapat mengganggu usaha memperoleh skor bobot ancaman 0,29. Hal ini menunjukkan bahwa pencemaran lingkungan dapat mengancam pengembangan usaha. Limbah industri merupakan hal yang dapat memberikan dampak dalam pemukiman masyarakat. Komplain dan kritikan masyarakat terkait limbah yang mencemari lingkungan akan diperoleh. Oleh sebab itu pemilik usaha harus membenahi penampungan limbah yang tersedia atau menambah lebih banyak saluran pembuangan dan tempat sampah di setiap lokasi produksi.

2. Kenaikan harga BBM

Faktor kenaikan harga BBM mempunyai skor bobot 0,31. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga BBM dapat mengancam pengembangan usaha. BBM merupakan hal penting untuk produksi rengginang lorjuk. Banyak digunakan untuk bahan bakar transportasi dan juga bahan bakar mesin penggilingan bumbu yang digunakan setiap hari. Kenaikan harga BBM adalah termasuk kebijakan pemerintah jadi sehingga belum bisa mengatasi hal ini dan masih mengandalkan bagaimana keputusan yang harus diterima setiap ada perubahan dari harga BBM.

3. Kompetitor sejenis di lingkungan industri

Faktor kompetitor sejenis di lingkungan industri memperoleh skor bobot terendah dalam faktor ancaman yaitu 0,29. Hal ini menunjukkan bahwa kompetitor yang ada mempunyai pengaruh yang kecil terhadap usaha rengginang lorjuk.

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu kabupaten dengan UMKM terbesar yang memproduksi rengginang. Pemilik usaha dalam sentra mempunyai strategi khusus untuk tetap mempertahankan kualitas dari produk sehingga tetap menjaga kepercayaan konsumen dan menjadikan rengginang lorjuk sebagai produk andalan, sehingga bisa mengurangi ancaman dari kompetitor lain.

4. Adanya pungutan pajak pada pendapatan

Faktor Adanya pungutan pajak pada pendapatan mempunyai skor bobot 0,34. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pajak dapat mengancam pengembangan usaha. Pajak adalah salah satu proses berjalan



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

lancarnya suatu perusahaan dan telah diatur dalam undang-undang negara. Pemilik usaha merasa keberatan dengan adanya pajak, karena mengurangi *saving* pendapatan. Hal ini mempunyai nilai berat bagi keseluruhan perusahaan kemudian perusahaan yang memilih *saving* beberapa dari pendapatan untuk dialokasikan pembayaran pajak. Pemilik usaha juga mengharapkan kepada pemerintah negara agar melakukan keringanan terhadap pajak yang dimiliki UMKM.

5. Banyak produk tiruan yang sama

Faktor banyak produk tiruan yang sama mempunyai skor tertinggi pada faktor ancaman yaitu 0,42. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ini merupakan ancaman yang sangat besar terhadap perkembangan perusahaan. Rengginang lorjuk merupakan makanan oleh-oleh yang banyak disukai oleh konsumen sehingga banyak oknum-oknum yang mencoba untuk membuat produk yang sama dengan kualitas dan harga yang jauh beda dengan harga produk aslinya. Peniruan rengginang lorjuk tidak hanya dilakukan pada label yang ada akan tetapi juga menggunakan kontak atas nama usaha ini. Inovasi perubahan logo serta label produk rengginang juga dilakukan untuk mengatasi hal ini. Segala aspek penanggulangan sudah dilakukan oleh pihak perusahaan akan tetapi masih banyak produk tiruan yang ditemukan dari berbagai wilayah Jawa Timur dan sekitarnya.

Matrik strategi internal dan eksternal terdapat peluang dan ancaman dengan perolehan jumlah skor bobot peluang (*opportunity*) sebesar 2,20 dan jumlah skor bobot ancaman (*threat*) sebesar 1,66. Jumlah skor bobot peluang dan skor bobot ancaman ini sebanyak 3,86. Hal ini menunjukkan peluang untuk mengembangkan usaha agar lebih maju.

Penyusunan Matriks IE

Penyusunan matriks IE dilakukan berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Matrik IE menunjukkan hasil skor total faktor internal yang terletak pada sumbu horizontal dengan keterangan *strength* (S) yang memiliki skor 2,41. Hal ini menunjukkan bahwa titik S berada pada nilai positif sedangkan untuk *weaknesses* (W) memiliki skor 1,60 dan berada sumbu negatif dalam kuadran matrik IE, sehingga titik W bernilai negatif. Penentuan koordinat titik untuk faktor internal pada sumbu horizontal X bernilai positif sebesar 0,81. Total faktor eksternal yang terletak pada sumbu vertikal dengan keterangan *opportunity* (O) memiliki skor 2,20 yang mempunyai arti bahwa titik O berada pada nilai positif sedangkan untuk *threat* (T) memiliki skor 1,66 sehingga bernilai negatif dalam kuadran SWOT. Titik pada sumbu vertikal Y menunjukkan sebesar 0,54.

Skor total antara faktor internal dan eksternal ini menunjukkan koordinat (0,81; 0,54). Koordinat ini menunjukkan bahwa rengginang lorjuk akan dapat menjadi lebih baik melalui strategi yang dapat meningkatkan daya tumbuh secara maksimal. Pemilik usaha harus mempertahankan kekuatan internal dan kemampuan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dikembangkan oleh usaha rengginang lorjuk pada posisi ini adalah strategi SO.

Faktor internal menunjukkan kinerja yang sangat kuat seperti pada matrik SWOT atau matriks kuadran strategi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dapat dijadikan tolak ukur dan faktor kelemahan cukup dapat ditekan dengan strategi pertumbuhan dan perkembangan. Pemilik usaha harus berupaya untuk menghadapi persaingan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki serta mengelola kelemahan-kelemahan yang ada agar dapat mendukung perkembangan usaha. Kelemahan yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha yaitu kurangnya ketersediaan bahan baku ketan (W3).

Faktor eksternal berada pada posisi kinerja yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman mendapat respon perusahaan dengan intensitas yang kuat terhadap perkembangan usaha yang akan datang. Peluang yang besar akan mudah dicapai oleh perusahaan dalam mengembangkan produksi yang akan datang meskipun ada ancaman yang menghambat perkembangan.

Faktor peluang yang dimanfaatkan dan ancaman yang dikelola akan meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi persaingan industri. Ketidakstabilan produksi yang dilakukan dan lingkungan eksternal yang terus berubah menyebabkan perusahaan harus menciptakan strategi tumbuh dan berkembang dengan mengelola peluang dan ancaman yang ada.

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa terdapat delapan rumusan strategi yaitu



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

”Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII”
 17-18 Oktober 2023
 Purwokerto

terdiri dari dua strategi SO, dua strategi ST, dua strategi WO, dan dua strategi WT. Strategi tersebut adalah sebagai berikut:

Strategi SO

1. Mempertahankan dan menambah varian produk rengginang lorjuk agar tetap diminati oleh banyak masyarakat dengan kemasan yang memuat informasi produk secara lengkap (S1, O1, S2, O3)
2. Memanfaatkan bantuan teknologi produksi secara optimal dari Dinas Perdagangan Kabupaten Sumenep agar mempermudah dalam kegiatan proses produksi (O2, O5, S5, S4, O4)

Strategi WO

1. Mencari pemasok bahan baku yang lain agar proses produksi berjalan secara kontinyu (W3, W1, O2, O5, W5).
2. Mencoba promosi dan memasarkan produk secara *virtual* melalui *market place* (W2, O4).

Strategi ST

1. Menjalinkan Kerjasama dengan Dinas Perdagangan dan masyarakat untuk menolak produk tiruan di pasaran (S2, S4, S3, T5, T4)
2. Membenahi penampungan limbah yang tersedia atau menambah lebih banyak saluran pembuangan dan tempat sampah di setiap lokasi produksi (T1, T2, T3, S3, S5)

Strategi WT

1. Memaksimalkan penggunaan alat produksi agar produk yang dihasilkan semakin banyak (W5, W4, T3, T5)
2. Meningkatkan kualitas bahan baku dan mengefektifkan penggunaan biaya produksi rengginang (T4, T2, T1, W3, W2, W1).

Data hasil penilaian SWOT strategi pengembangan usaha rengginang lorjuk berada pada sumbu horizontal 0,81 dan sumbu vertikal 0,54. Hal ini menunjukkan bahwa data hasil perhitungan SWOT secara kuantitatif berada pada posisi kuadran I, seperti terlihat pada **Gambar 1**. Kuadran I menunjukkan bahwa usaha rengginang lorjuk ini mempunyai situasi yang sangat menguntungkan serta memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dan harus menerapkan strategi agresif dalam pengembangan usahanya. Hal ini sejalan dengan Rahayu *et al.*(2020) bahwa dalam pengembangan usaha terdapat unsur-unsur penting dalam menjalankan perannya.



Gambar 1. Kuadran Strategi SWOT Rengginang Lorjuk

Berdasarkan Gambar 1, maka yang harus diterapkan dalam usaha rengginang lorjuk ini yaitu mendukung strategi agresif. Oleh sebab itu strategi SO (*Strength - Opportunity*) yang tepat untuk



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

pengembangan usaha rengginang lorjuk ini. Strategi ini yaitu:

1. Mempertahankan dan menambah varian produk rengginang lorjuk agar tetap diminati masyarakat dengan kelengkapan legalitas usaha sebagai informasi produk. Usaha rengginang lorjuk dengan kekuatan adanya produk yang beragam dan adanya legalitas usaha, diharapkan mampu untuk menjadi inovasi bagi UMKM lain maupun konsumen rengginang lorjuk. Variasi bentuk dan rasa rengginang lorjuk untuk meraih pasar dapat dilakukan.
2. Memanfaatkan bantuan teknologi produksi dari Dinas Perdagangan Daerah agar mempermudah kegiatan proses produksi. Proses produksi yang dilakukan semenjak awal berdiri masih menggunakan alat yang tradisional sehingga diharapkan bisa mengembangkan teknologi produksi agar dapat memperoleh hasil dan kualitas yang sama dengan adanya bantuan dinas perdagangan daerah.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: (1) usaha rengginang lorjuk ini memiliki kekuatan dengan nilai faktor tertinggi yaitu produk rengginang yang dihasilkan memiliki varian yang beragam, dan kelemahan usaha dengan nilai faktor tertinggi berdasarkan bobot dan *rating* adalah kurangnya ketersediaan bahan baku ketan. Usaha ini juga memiliki peluang dengan nilai faktor tertinggi yaitu pembinaan bantuan peralatan dari Dinas Perdagangan Daerah agar mempermudah dalam kegiatan proses produksi dan ancaman usaha dengan nilai faktor tertinggi yaitu banyak produk tiruan yang sama. (2) Strategi pengembangan usaha yang dapat diusulkan berdasarkan pemetaan pada kuadran strategi yang mendukung strategi agresif (kuadran I) yaitu dengan strategi SO. Strategi ini dapat berupa mempertahankan dan menambah varian produk rengginang lorjuk agar tetap diminati oleh masyarakat yang didukung dengan kelengkapan legalitas usaha serta memanfaatkan bantuan teknologi produksi dari Dinas Perdagangan Daerah agar mempermudah dalam kegiatan proses produksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Trunojoyo Madura yang sudah memberikan dana untuk penelitian ini melalui hibah penelitian mandiri skema Grup Riset tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Rengginang di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Ekonomika*, 13(2):267-268.
- Afridal, M. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3):223-233.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali pers. Jakarta.
- Hidayat, M.T., Supriyanto, and Ardila, R. 2019. Strategi Pengembangan Usaha Lorjuk pada Kelompok Wanita Pesisir dalam Peningkatan Perekonomian. *Jurnal Masyarakat Merdeka*, 2(2):37-39.
- Lestari, N.F.I., Lestari, D.A.H., and Suyani, A. 2020. Kepuasan, Loyalitas Konsumen dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Bawang di Kota Bandar Lampung. *JIIA*, 8(3):446-447.
- Ongkoraharjo, E.P. 2015. Formulasi Usaha Startegi Usaha Makanan Tradisional Ny. Gan Surabaya.



Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers

"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

gora, 3(2):665-667.

Rahayu, W., Umi B., and R.U. Fajarningsih. 2020. Startegi Pengembangan Usaha Tani Jagung Pada Lahan Kering Di Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Agrisepe*, 19(1):207-209.

Saptarani., Putri, M.F. dan T. Agustina. 2014. Peningkatan Kualitas Produksi Rengginang Ketan Menggunakan Teknologi Pengeringan Buatan. *Rekayasa*, 12(1):10-12.

Supriatna, S. dan M. Aminah. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(2):228-230.

Warcito dan A. Saleh. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Usaha Pengolahan Pangan (*Development Strategy For Micro And Small Business Food Processing*). *Jurnal Manajemen*, 7(2):173-175.