

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA GULA SEMUT DI DESA
KARANGGADUNG KECAMATAN PETANAHAN KABUPATEN KEBUMEN UNTUK
MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT**

Fatimatuz Zahro¹, Minar Ferichani², Isti Khomah³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta Jl. Ir. Sutami
No. 36A Kentingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457

Email: fatimatuz_zahro@student.uns.ac.id¹, ferichani.minar0331@gmail.com²,
istikhomah_fp@yahoo.com³

ABSTRACT: This research aims to determine strategic priority in developing ant sugar business in Karanggadung village. The basic method of analytical descriptive research. The research location is Karanggadung. The data used in this study are primary data and secondary data. Data analysis used IFE, EFE, SWOT, and QSPM. The results showed that internal factors that influence are human resources, marketing, finance and production. External factors that influence are government, consumers, suppliers, competitors, and marketing agency. SWOT analysis produces strategy are apply appropriate methods to improve product quality and increase market share, improve the quality of more attractive and aggressive advertising, enhance marketing partnership to expand the marketing network, maintain customer loyalty by using the bonus package, and starting to develop the central area of sugar ants as a tourist, industrial and educational. The analysis of QSPM is to use a strategy improve the quality of more attractive and aggressive advertising.

Keyword: Strategi development, IFE, EFE, SWOT, QSPM

ABSTRAK: Penelitian bertujuan merumuskan strategi pengembangan usaha gula semut di Desa Karanggadung. Metode dasar penelitian adalah deskriptif analitis. Penelitian dilakukan di Desa Karanggadung. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, pencatatan dan dokumentasi. Analisis data meliputi *IFE, EFE, SWOT, dan QSPM*. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal yang mempengaruhi adalah sumber daya manusia, bauran pemasaran, keuangan dan produksi. Faktor eksternal meliputi pemerintah, konsumen, pesaing dan lembaga pemasaran. Analisis SWOT menghasilkan strategi sebagai berikut menerapkan metode tepat guna untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik atau promosi yang lebih agresif, meningkatkan kemitraan untuk memperluas jaringan pemasaran, menjaga loyalitas pelanggan dengan menggunakan paket bonus, dan mulai mengembangkan kawasan sentral gula semut sebagai kawasan wisata, industri dan edukasi. Analisis QSPM menghasilkan strategi meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik dan lebih agresif.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, IFE, EFE, SWOT, QSPM

PENDAHULUAN

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi alam cukup tinggi. Salah satunya Kecamatan Petanahan memiliki sumber daya tanaman kelapa sebanyak 216.876 batang (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen, 2019). Tanaman kelapa merupakan bahan baku dari gula semut. Gula semut merupakan inovasi dari gula kelapa yang berbentuk bubuk dan dibuat dari nira kelapa. Crysse Zuliana dkk (2016) menyatakan kelebihan dari gula semut adalah mudah larut, mudah dikemas, mudah dibawa, daya simpan yang lebih lama dan jaminan kemurniannya lebih tinggi.

Menurut Sarah Hanifa dan Nia Rosiana (2020) yang menyatakan bahwa permintaan barang gula semut mengalami peningkatan dan berbanding lurus dengan kesadaran petani penderes dan konsumen dengan manfaat produk gula semut. Tahun 2015 pemerintah Kabupaten Kebumen bekerja sama dengan LPPSH (Lembaga Penelitian dan Pengembangan Sumber daya Lingkungan Hidup) untuk mengadakan pelatihan dan mengembangkan usaha gula semut di Kabupaten Kebumen. Kebijakan pemerintah untuk mengembangkan usaha gula semut di Kabupaten Kebumen ialah membentuk desa sentra usaha gula semut di beberapa kecamatan yaitu di Kecamatan Petanahan, Kecamatan Ayah, Kecamatan Buayan dan Kecamatan Puring pada tahun 2017.

Syahdan dan Husnan (2019) menyatakan bahwa langkah dalam pengembangan usaha meliputi pendekatan makro untuk menciptakan pasar yang kondusif, menghilangkan pasar monopoli, meningkatkan kemitraan, dan memperkuat asosiasi untuk memperkuat bargaining dan persaingan. Penerapan pengembangan ini diperlukan strategi yang tepat dengan mempertimbangkan lingkungan intenal dan eksternal dari lingkungan usaha gula semut di Desa Karanggadung. Menurut Saleh dkk (2014) menyatakan bahwa permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha mikro adalah rendahnya produktivitas usaha, dan terbatasnya akses pelaku usaha terhadap

sumber daya yang produktif, permodalan, teknologi, informasi dan pasar. Hal ini sesuai dengan kondisi hambatan dalam pengembangan usaha gula semut di Desa Karanggadung yaitu kurang menariknya pasar dari gula semut

Manfaat adanya pengembangan usaha rumah tangga adalah meningkatkan perekonomian masyarakat dalam aspek pemerataan yang dapat menumbuhkan banyak wiraswasta, aspek penyebaran lokasi usaha yang mendorong pembangunan daerah, maupun dalam menunjang program ekspor non migas dan melestarikan seni budaya bangsa. Potensi pasar gula semut secara umum mengalami peningkatan sebanding dengan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan. Akan tetapi, manfaat ini belum terlihat di pasar gula semut Desa Karanggadung. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha gula semut di Desa Karanggadung. Manfaat adanya strategi pengembangan ini adalah untuk meningkatkan perekonomian.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dasar deskriptif analitis

Metode Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja atau *purposive* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu dengan bertujuan agar data yang diperoleh lebih representatif (Sugiono, 2012). Pertimbangan ini adalah perkembangan usaha gula semut di desa yang kurang optimal. Hal ini dikarenakan kurang menariknya pasar gula semut dari Desa Karanggadung dan rumitnya dalam proses produksi gula semut.

Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang terus-menerus. Responden dari penelitian ini

sebagai berikut:(a) Pemerintah Dinas Pertanian Kabupaten Kebumen yaitu Ibu Murtiningsih,(b) Pemerintah Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kebumen yaitu Bapak Mengga,(c) Pemerintah Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kebumen yaitu Bapak Guruh Dwi Putra,(d) Pesaing gula semut di Kabupaten Kebumen yaitu Bapak Siswo dan Bapak Hartanto Wicaksono,(e) Pengrajin Gula Semut yaitu Bapak Ahmad Thalibin, Bapak Sarijan, Bapak Supardi, Bapak Saidal,(f) Distributor gula semut yaitu Bapak Maidan dan Bapak Setya Widodo,(g) Konsumen terakhir gula semut yaitu Ibu Pungki.

Jenis Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, dan tidak tersedia dalam bentuk file (Nariwati, 2013). Data primer dalam penelitian berupa gambaran kondisi lingkungan usaha gula semut di Desa Karanggadung, Kecamatan Petanahan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian. Instansi yang terkait meliputi Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen, Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kebumen, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kebumen, Kantor Kecamatan dan Kantor Kepala Desa, serta literatur-literatur lain yang terkait.

Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode wawancara yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah wawancara menggunakan pedoman kuisioner dan berkembang sesuai dengan situasi dan informasi yang dibutuhkan, sehingga terjadi wawancara interaktif antara peneliti dan responden.

2. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung tentang kondisi keadaan responden serta keadaan yang terjadi di daerah penelitian. Observasi langsung ini

digunakan untuk mengamati kondisi lingkungan usaha gula semut, proses produksi, penyadapan nira kelapa, dan program bantuan pemerintah.

3. Pencatatan

Peneliti melakukan pencatatan data-data yang diperlukan. Pencatatan observasi yang dapat membantu peneliti dalam mendeskripsikan perilaku alami subyek dan lingkungannya. Pencatatan naratif pengamat tidak boleh melakukan interpretasi secara menyeluruh dan kejadiannya.

4. Dokumentasi

Dokumentasi ini bertujuan untuk menggali data-data yang bersifat historis. Dokumentasi yang diperoleh dalam penelitian ini berupa foto kegiatan proses produksi gula semut, program pemerintah Kabupaten Kebumen, profil Desa Karanggadung, dan peraturan bupati tentang UMKM.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis dan identifikasi lingkungan internal (IFE)

Matriks IFE merupakan cara menyusun strategi dengan meringkas dan mengevaluasi faktor internal yang ada dalam lingkungan usaha gula semut di Desa Karanggadung. Penelitian ini fokus pada faktor internal berupa sumber daya manusia, pemasaran (harga, distribusi, promosi dan produk), keuangan, dan produksi. Adapun langkah dari analisis dan identifikasi ini adalah :

- a. Membuat daftar faktor internal kunci dan identifikasi dalam proses audit internal. Faktor internalnya meliputi kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi usaha gula semut di Desa Karanggadung.
- b. Membuat bobot untuk setiap faktor, dengan nilai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot mengindikasikan kepentingan relatif bahwa faktor itu sukses di usaha gula semut Desa Karanggadung. Jumlah dari semua bobot harus sama dengan 1,0.

- c. Memberikan rating antara 1 hingga 4 bagi setiap faktor internal kunci. Rating ini mengindikasikan seberapa efektif pelaku usaha gula semut saat ini merespons terhadap faktor itu, dimana 4= responsnya superior, 3= responsnya di atas rata-rata, 2= responsnya rata-rata, 1= responsnya buruk.
 - d. Mengalikan bobot setiap faktor dengan ratingnya untuk menentukan skor pertimbangan.
 - e. Menjumlahkan skor tertimbang setiap variabel untuk menentukan skor total tertimbang bagi unit usaha
- Total skor tertimbang berkisar dari rendah sebesar 1,0 hingga tinggi sebesar 4,0 dengan skor rata-rata menjadi 2,5. Total skor tertimbang di bawah 2,5 mengindikasikan bahwa unit usaha memiliki kelemahan internal, sementara skor di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat

2. Analisis dan identifikasi lingkungan eksternal (EFE)

Matriks EFE merupakan cara menyusun strategi dengan meringkas dan mengevaluasi faktor eksternal yang ada dalam lingkungan usaha gula semut di Desa Karanggadung. Faktor eksternal dalam penelitian ini meliputi pemerintah, konsumen, pesaing, lembaga pemasaran. Langkah dalam mengembangkan Matriks EFE sama dengan langkah seperti matriks IFE. Perbedaannya terletak di faktor yang diidentifikasi merupakan kesempatan dan ancaman.

3. Identifikasi Alternatif Strategi dengan matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan cara untuk mencocokkan dan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang dihadapi oleh suatu usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. 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*).

4. Identifikasi Prioritas Strategi dengan Matriks QSP

Matriks QSP digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi yang cocok dengan lingkungan eksternal dan internal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSP merupakan strategi yang paling baik. Enam tahapan dalam pembuatan matriks QSP yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Membuat daftar faktor eksternal dan faktor internal.
- b. Memberi bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (amat penting). Bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor eksternal. Jumlah seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1,0.
- c. Memeriksa matriks SWOT dan mengenali strategi-strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan.
- d. Menentukan Nilai Daya tarik (AS) sebagai angka yang menunjukkan daya tarik relatif masing-masing strategi pada suatu rangkaian alternatif tertentu. Cakupan nilai daya tarik adalah: 1= tidak menarik, 2= agak menarik, 3= wajar menarik, dan 4= sangat menarik.
- e. Menghitung TAS (Total Nilai Daya Tarik). Total nilai daya tarik didefinisikan sebagai hasil mengalikan bobot (langkah b) dengan nilai daya tarik di masing-masing baris (langkah d). Total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif dari masing-masing strategi alternatif, dan mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan krisis eksternal dan internal yang berdekatan. Semakin tinggi nilai total daya tarik, semakin menarik strategi alternatif tersebut.
- f. Menghitung Jumlah Total Nilai Daya Tarik. Strategi yang memiliki jumlah total nilai daya tarik (STAS)

merupakan strategi paling menarik dalam rangkaian alternatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan sentra usaha gula semut di Desa Karanggadung terjadi pada tahun 2015 oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen. Hal ini dikarenakan adanya kelompok petani penderes Manggar Sari dan tersedianya bahan baku di Kecamatan Petanahan. Awal mula masyarakat kebumen mengenal gula semut yaitu pada tahun 2014 Pak Hartanto mengajak beberapa petani penderes belajar memproduksi gula semut di Kabupaten Banyumas. Beberapa petani yang diajak adalah Pak Maidan, Pak Sarijan, dan Pak Tholibin.

Perkembangan usaha gula semut di Desa Karanggadung mengalami penurunan. Hal ini terlihat dari menurunnya jumlah petani penderes yang memproduksi gula semut pada saat penelitian sebesar 4 petani penderes. Beberapa alasan dari menurunnya

ini adalah kurang menariknya pasar terhadap gula semut, sulitnya proses produksi gula semut dan kurangnya regenerasi kepada pemuda dalam proses produksi gula semut. Oleh karena itu, dilakukan beberapa langkah sebagai berikut untuk merumuskan strategi pengembangannya:

Analisis dan Identifikasi Faktor Internal

Analisis dan identifikasi faktor internal merupakan sebuah langkah untuk menghasilkan sebuah bahan masukan atau pertimbangan dalam menentukan strategi pengembangan usaha gula semut. Menurut Kottler (1999) menyatakan bahwa faktor internal merupakan faktor yang bersumber dari dalam unit usaha gula semut. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, bauran pemasaran (Harga, Distribusi, Promosi, Produk), keuangan, dan produksi. Hasil dari identifikasi faktor internal menghasilkan beberapa kelemahan dan kekuatan yang dapat dilihat pada Tabel 1

Faktor Internal Kunci	Bobot	Peringkat	Skor
KEKUATAN			
1 Pengalaman produksi dari pengrajin gula semut sudah lama, sehingga para pengrajin sudah memahami ciri-ciri bahan baku yang baik	0,046	4	0,184
2 Komitmen pengrajin untuk menjaga kualitas produk tinggi	0,060	4	0,240
3 Adanya hubungan kemitraan antar pengrajin yaitu terikat pada kelompok petani penderes Manggar Sari	0,045	3	0,135
4 Kualitas gula semut sesuai dengan standar SNI gula semut	0,056	3	0,168
5 Banyak kandungan yang bermanfaat dalam gula semut	0,064	3	0,192
6 Kontinyuitas produksi pengrajin terjaga, hasil produksi minimal sebanyak 3 kg/ pengrajin dalam setiap harinya	0,042	3	0,126
7 Tempatnya strategis karena dekat dengan destinasi wisata dan juga dilalui jalan antar propinsi (jalan lingkar selatan)	0,039	3	0,177
8 Terdapat hubungan yang baik antara pengrajin dan lembaga pemasaran	0,066	4	0,264
9 Setiap pelaku pasar gula semut melakukan metode promosi yang berbeda-beda	0,053	4	0,212
10 Lengkapnya sarana dan prasarana produksi di pengrajin Desa Karanggadung	0,043	3	0,129
KELEMAHAN			
1 Metode penanaman tanaman kelapa menggunakan sistem tumpang sari dan semi organik dengan tanaman semusim	0,064	1	0,064
2 Kemasan produk kurang menarik karena hanya di tempel stiker. Sehingga produk belum sesuai dengan segmentasi pasar.	0,053	1	0,053
3 Harga gula semut relatif mahal, sehingga belum menjangkau ke segmen semua pasar	0,048	1	0,048
4 Distribusi gula semut di Desa Karanggadung hanya terletak dipasar lokal, karena belum memenuhi standar ekspor yaitu sertifikasi	0,049	2	0,098

	organik			
5	Sosialisasi dan sistem edukasi yang dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat akan manfaat gula semut kurang maksimal	0,056	1	0,056
6	Usaha gula semut di Desa Karanggadung masih berskala rumah tangga	0,041	2	0,082
7	Kurangnya modal untuk pengembangan gula semut	0,038	2	0,076
8	Menurunnya jumlah pengrajin gula semut yang mengakibatkan produktivitasnya masih tergolong rendah	0,039	2	0,078
9	Proses produksi gula semut masih tradisional dan bergantung dengan cuaca	0,054	1	0,054
10	Kurang minatnya para petani penderes dalam memproduksi nira menjadi gula semut	0,038	1	0,038
TOTAL			1	2,414

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Total nilai yang diperoleh dari matriks IFE sebesar 2,414. Menurut David (2016), posisi nilai tersebut berada di bawah nilai rata-rata tertimbang (2,5). Kondisi tersebut menunjukkan secara internal posisi usaha gula semut di Desa Karanggadung saat ini kurang baik dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang ada.

Analisis dan Identifikasi Faktor Eksternal

Analisis dan identifikasi faktor eksternal bertujuan untuk melihat peluang serta merespon ancaman yang muncul dalam lingkungan eksternal dari usaha gula semut di Desa Karanggadung. Faktor eksternal yang diamati dalam penelitian ini adalah pemerintah, konsumen, pesaing dan lembaga pemasaran. Hasil dari identifikasi faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2 Matrik EFE

Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Rating	Skor	
PELUANG				
1	Perluasan akses pasar yang memungkinkan dapat dilakukan oleh sesama produsen secara bersama-sama	0,056	2	0,122
2	Image gula semut lebih menyehatkan dan lebih terjamin kemurniannya	0,056	3	0,168
3	Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kandungan gizi dan manfaat gula semut kelapa	0,053	3	0,159
4	Adanya perkembangan teknologi internet yang mendukung berkembangnya media promosi	0,049	4	0,196
5	Adanya perkembangan ekspedisi pengiriman yang memudahkan distribusi barang	0,056	4	0,224
6	Perkembangan destinasi wisata di Kebumen yang berpeluang menjadi pasar sentra oleh-oleh kebumen	0,049	3	0,147
7	Banyaknya lembaga yang menawarkan peminjaman modal	0,042	2	0,084
8	Minat masyarakat terhadap pariwisata alam meningkat	0,039	2	0,078
9	Latar belakang dari masyarakat Desa Karanggadung adalah penderes kelapa, sehingga berpotensi untuk berkembangnya produsen gula semut	0,058	3	0,174
10	Kebijakan pemerintah mengenai umkm dan koperasi yang mendukung berkembangnya UMKM	0,042	1	0,042
ANCAMAN				
1	Fluktuasi permintaan produk oleh konsumen	0,059	3	0,177
2	Sulitnya dan mahalnya persyaratan untuk memperoleh sertifikasi organik	0,053	3	0,159
3	Tuntutan standar mutu ekspor yang tinggi	0,051	2	0,102

4	Pengaruh eksportir dalam menentukan harga gula semut	0,051	3	0,153
5	Perhatian pemerintah yang kurang terhadap perkembangan gula semut di Desa Karanggadung	0,043	2	0,086
6	Adanya produk substitusi gula semut yaitu gula cetak dan gula ravinasi, yang menjadi saingan pasar gula semut	0,037	3	0,111
7	Daya beli konsumen terhadap gula semut rendah, hal ini karena belum banyak masyarakat yang mengetahui manfaat gula semut	0,049	3	0,147
8	Belum adanya pengendalian pasar oleh pemerintah dan instansi	0,046	3	0,138
9	Meningkatnya persaingan pemasaran gula semut di dunia online	0,058	4	0,232
10	Kondisi perekonomian masyarakat yang belum mendukung konsumsi gula semut untuk kehidupan sehari-hari	0,050	2	0,100
TOTAL		1,00		2,789

Sumber: Data Primer, 2019

Total nilai yang diperoleh dari matriks EFE sebesar 2,789. Menurut David (2006), posisi nilai tersebut berada di atas rata-rata tertimbang (2,5). Kondisi tersebut menunjukkan secara eksternal bahwa usaha gula semut di Desa Karanggadung saat ini sudah baik dalam memanfaatkan peluang dan berupaya untuk mengatasi ancaman yang ada.

Identifikasi Alternatif Strategi dengan Matriks SWOT

Hasil dari identifikasi dan pencocokan menghasilkan beberapa strategi yang dapat diterapkan di usaha gula semut Desa Karanggadung. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal, sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha gula semut Desa Karanggadung. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T.

1. Strategi S-O (*Strength-Opportunity*)

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif Strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah: (a) Menerapkan metode tepat guna untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pangsa pasar, (b) Meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik atau promosi yang lebih agresif

2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi meminimalkan kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat diterapkan adalah: Meningkatkan kemitraan pemasaran gula semut untuk memperluas jaringan

3. Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Strategi S-T (*Strength-Threat*) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dan menghindari ancaman dari eksternal. Alternatif strategi S-T yang dapat diterapkan adalah: Menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan paket bonus.

4. Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi W-T (*Weakness-Threat*) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal untuk mencapai tujuan. Alternatif strategi yang dapat diterapkan mulai mengembangkan kawasan sentral gula semut sebagai kawasan wisata, industri, dan edukasi mengenai proses produksi gula semut untuk kalangan pelajar dan bekerjasama dengan kedinasan yang terkait

Menentukan Prioritas Strategi dengan menggunakan QSPM

QSPM merupakan alat untuk menentukan atau memprioritaskan alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dalam usaha gula semut di Desa Karanggadung. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yang

dapat diterapkan bagi pengusaha gula semut di Desa Karanggadung. Untuk menentukan atau memprioritaskan strategi yang tepat, maka dilakukan menggunakan matriks QSP. Matriks QSP memberikan penilaian terhadap kelebihan-kelebihan dari berbagai

alternatif strategi yang sudah ada. Kemudian memberi dasar untuk memilih atau menentukan alternatif yang akan diterapkan. Beberapa prioritas alternatif strategi digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3 Matriks QSP Pengembangan Usaha Gula Semut di Desa Karanggadung

FAKTOR-FAKTOR KUNCI	Bobot	Alternatif Strategi										
		I		II		III		IV		V		
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
Peluang												
1	Perluasan akses pasar yang memungkinkan dapat dilakukan oleh sesama produsen	0,056	4	0,224	3	0,168	2	0,112	3	0,170	3	0,168
2	Image gula semut lebih sehat dan lebih terjamin kemurniannya	0,056	2	0,112	4	0,224	3	0,168	1	0,060	4	0,224
3	Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kandungan gizi dan manfaat gula semut	0,053	4	0,212	3	0,159	3	0,159	1	0,050	1	0,053
4	Adanya perkembangan teknologi internet	0,049	4	0,196	4	0,196	2	0,098	3	0,150	1	0,049
5	Adanya perkembangan ekspedisi pengiriman	0,056	1	0,056	3	0,168	3	0,168	1	0,060	1	0,056
6	Perkembangan destinasi wisata di Kabupaten Kebumen	0,049	2	0,098	4	0,196	3	0,147	1	0,050	3	0,147
7	Banyaknya lembaga yang menawarkan peminjaman modal	0,042	3	0,126	3	0,126	3	0,126	2	0,080	2	0,084
8	Minat masyarakat terhadap pariwisata alam meningkat	0,039	1	0,039	1	0,039	1	0,039	1	0,040	1	0,039
9	Latar belakang masyarakat Desa Karanggadung adalah pendere	0,058	3	0,174	1	0,058	1	0,058	1	0,060	2	0,116
10	Kebijakan pemerintah mengenai umkm dan koperasi	0,042	3	0,126	1	0,042	1	0,042	1	0,040	1	0,042
Ancaman												
1	Produktivitas pekerja sangat bergantung dengan pekerjaan utama	0,059	3	0,177	1	0,059	3	0,177	3	0,180	2	0,118
2	Kondisi non teknis dari alam yang mempengaruhi kualitas nira	0,053	2	0,106	1	0,053	2	0,106	2	0,110	2	0,106
3	Tuntutan standar mutu ekspor yang tinggi	0,051	3	0,153	1	0,051	1	0,051	1	0,050	1	0,051
4	Pengaruh eksportir terhadap penentuan harga gula semut	0,051	2	0,102	1	0,051	1	0,051	1	0,050	1	0,051
5	Perhatian pemerintah yang kurang	0,043	1	0,043	2	0,086	2	0,086	1	0,040	1	0,043
6	Adanya produk substitusi gula semut	0,037	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Daya konsumen terhadap gula semut rendah	0,049	1	0,049	1	0,049	3	0,147	3	0,150	3	0,147
8	Fluktuasi permintaan produk oleh konsumen	0,046	1	0,046	1	0,046	1	0,046	1	0,050	1	0,046
9	Meningkatnya persaingan pemasaran gula semut di dunia online	0,058	2	0,116	3	0,174	2	0,116	1	0,060	1	0,058
10	Kondisi perekonomian masyarakat yang belum mendukung konsumsi gula semut	0,050	1	0,050	2	0,100	1	0,050	1	0,050	1	0,050
Kekuatan												
1	Pengalaman produksi dari pengrajin gula semut sudah lama	0,046	3	0,138	2	0,096	1	0,046	3	0,140	1	0,046
2	Komitmen pengrajin untuk menjaga kualitas produk tinggi	0,060	4	0,240	1	0,060	2	0,120	3	0,180	1	0,060
3	Adanya hubungan kemitraan antara pengrajin	0,045	3	0,135	1	0,045	1	0,045	1	0,050	2	0,090
4	Kualitas gula semut sesuai dengan standar SNI	0,056	1	0,056	2	0,112	1	0,056	1	0,060	2	0,112
5	Banyak kandungan yang bermanfaat dalam gula semut	0,064	1	0,064	4	0,256	2	0,128	2	0,130	1	0,064
6	Kontinuitas produksi pengrajin terjaga	0,042	2	0,084	2	0,084	1	0,042	1	0,040	2	0,084
7	Tempatnya strategis	0,039	2	0,078	4	0,156	2	0,078	2	0,080	4	0,156
8	Terdapat hubungan yang baik antar pengrajin dengan distributor	0,066	2	0,132	2	0,132	1	0,066	2	0,130	2	0,132
9	Setiap pelaku pasar gula semut melakukan metode promosi yang berbeda-beda	0,053	3	0,159	4	0,212	3	0,159	3	0,160	3	0,159

10	Lengkapnya sarana dan prasarana Kelemahan	0,043	4	0,172	2	0,086	2	0,086	2	0,090	3	0,129
1	Metode penanaman tanaman kelapa menggunakan sistem tumpang sari	0,064	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	Kemasan produk kurang menarik	0,053	2	0,106	4	0,212	2	0,106	2	0,110	3	0,159
3	Harga gula semut relative mahal	0,048	1	0,048	3	0,144	1	0,048	1	0,050	4	0,192
4	Distribusi gula semut hanya terletak di pasar lokal	0,049	3	0,147	3	0,147	1	0,049	2	0,100	1	0,049
5	Sosialisasi dan sistem edukasi manfaat produk kurang optimal	0,056	2	0,112	4	0,224	2	0,112	2	0,110	4	0,224
6	Industri gula semut di Desa Karanggadung masih berskala rumah tangga	0,041	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Ketakutan pengrajin dalam menggunakan jasa peminjaman	0,038	4	0,152	3	0,114	2	0,076	2	0,080	1	0,038
8	Menurunnya jumlah pengrajin gula semut	0,039	4	0,156	1	0,039	1	0,039	1	0,040	2	0,078
9	Proses produksi gula semut masih tradisional dan bergantung dengan cuaca	0,054	3	0,162	2	0,108	1	0,054	1	0,050	2	0,108
10	Petani penderes enggan memproduksi nira sebagai gula semut	0,038	3	0,114	2	0,076	1	0,038	1	0,040	1	0,038
				4,460		4,464		3,295		3,100		3,607

Sumber : Analisis Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil matriks QSP pada Tabel 3 matriks QSP Gula Semut di Desa Karanggadung diperoleh beberapa alternatif strategi berdasarkan jumlah nilai daya tarik tertinggi. Dari jumlah nilai daya tarik tertinggi dapat dihasilkan prioritas alternatif strategi. Prioritas alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh pengusaha gula semut kelapa di Desa Karanggadung sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik atau promosi yang lebih agresif

Kondisi persaingan usaha saat ini sangat tajam, Hal ini terlihat dari banyaknya jenis iklan yang ditampilkan oleh setiap produk untuk berlomba-lomba mengenalkan produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk. Penerapan dalam strategi ini lebih difokuskan untuk mengenalkan kelebihan dan manfaat dari produk gula semut melalui upaya periklanan. Hal ini dikarenakan produk dari gula semut itu merupakan produk alternatif untuk hidup sehat. Oleh karena itu jenis iklan yang diterapkan harus komunikatif dan mengajak pola hidup sehat kepada masyarakat.

Kelebihan dari strategi ini adalah hemat biaya, tidak memerlukan banyak pihak yang terlibat dalam menerapkannya, dan juga memiliki pengaruh besar ketika strategi berhasil. Adapun untuk kekurangannya ialah

belum adanya relawan yang mampu dan mau mengajarkan pelaku usaha untuk membuat dan melaksanakan periklanan yang efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan kondisi pelaku usaha saat penelitian masih belum memahami sepenuhnya tentang teknologi.

2. Menerapkan metode tepat guna untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pangsa pasar

Menerapkan metode tepat guna untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pangsa pasar merupakan salah satu strategi yang dapat menjadi alternatif strategi dalam mengembangkan usaha gula semut di. Solusi ini dilatarbelakangi oleh adanya komitmen dari para pengrajin untuk memproduksi gula semut. Akan tetapi sistem produksi dan pemasarannya tradisional, dan gula semut memiliki pasar yang kurang menarik. Harapan dari penerapan metode tepat guna ini adalah dapat mengoptimalkan proses produksi gula semut, meminimalkan biaya operasional produksi gula semut, dapat memotivasi petani penderes dan dapat menjadikan gula semut sebagai produk unggulan Kabupaten Kebumen.

Kelebihan dari strategi ini adalah secara jangka panjang bisa menjadikan gula semut sebagai produk unggulan di Kabupaten Kebumen dan bisa mengoptimalkan berbagai macam kluster konsumen di masyarakat.

Kekurangan dari strategi ini ialah memerlukan biaya yang besar, dan juga penerapannya tidak bisa spontan ataupun totalitas. Hal ini dikarenakan strategi ini membutuhkan kerjasama banyak pihak.

3. Mulai mengembangkan kawasan sentral usaha gula semut sebagai kawasan wisata, industri, dan edukasi

Berdasarkan hasil pengamatan selama masa penelitian, dapat dilihat bahwa wilayah sekitar petanahan memiliki potensi antara lain:(a) Pada sektor pertanian hortikultura dengan komoditas belimbing madu, pepaya karnivora, dan jambu kristal,(b) Pada sektor perikanan, terdapat tambak udang dan tambak bandeng,(c) Pada sektor peternakan, sebagian masyarakat beternak sapi, ayam, dan domba,(d) Pada sektor umkm, terdapat gabungan kelompok tani penderes Manggar Sari yang bergerak di usaha gula semut.

Potensi ini berpotensi untuk di kembangkan dan disinergikan menjadi sebuah wisata edukasi. Menurut Gasson (1990 dalam Yoeti 2014) bahwa komponen utama industri pariwisata adalah daya tarik wisata yang berupa atraksi alam dan budaya, sedangkan komponen pendukungnya antara lain berupa transportasi lokal, kuliner, perbankan, dan manufaktur. Kondisi lapang komponen utama dari kawasan Kecamatan Petanahan adalah atraksi alam yang berupa keindahan alam baik alami maupun buatan yaitu gelombang air laut dan budaya masyarakat yang beranekaragam. Komponen pendukung untuk berkembangnya strategi ini adalah Petanahan merupakan tempat yang strategis, banyak kuliner yang berkembang di Petanahan, banyaknya lembaga yang menawarkan penanaman modal untuk berkembangnya wisata dan umkm. Kondisi ini dapat menambah wawasan bagi pengunjung dan kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya alam.

Setiap segala sesuatu pasti memiliki kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan dari strategi ini memiliki pengaruh yang besar dan memiliki tujuan yang lebih visioner. Hal ini dikarenakan dapat mengembangkan banyak sektor lainnya. Kekurangan dari strategi ini adalah memerlukan banyak usaha untuk menerapkannya. Sehingga dalam menerapkan strategi ini memerlukan banyak pihak untuk ikut andil dan memerlukan banyak biaya.

Berdasarkan ketiga alternatif strategi yang diperoleh dari penelitian dan telah dijelaskan bahwa alternatif strategi yang diprioritaskan adalah alternatif strategi yang pertama yaitu meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik atau promosi yang lebih agresif. Prioritas alternatif strategi ini diharapkan dapat diterapkan oleh pelaku usaha gula semut di Desa Karanggadung dan bekerja sama dengan pihak yang terkait, agar dapat berkembang menjadi usaha skala besar dan dapat meningkatkan jumlah produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang cukup luas

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha Gula Semut di Desa Karanggadung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal dari lingkungan usaha gula semut (kekuatan dan kelemahan) yang mempengaruhi perkembangannya meliputi faktor sumber daya manusia, bauran pemasaran, keuangan dan produksi.
2. Faktor eksternal dari lingkungan usaha gula semut (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi perkembangannya berasal dari faktor pemerintah, konsumen, pesaing, dan lembaga pemasaran.
3. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah:(a) Menerapkan metode tepat guna untuk meningkatkan kualitas produk dan pangsa pasar,(b) Meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik atau promosi yang lebih agresif,(c) Meningkatkan kemitraan

pemasaran dan memperluas jaringan pemasaran,(d) Menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan paketan bonus,(e) Mulai mengembangkan kawasan central gula semut sebagai kawasan wisata, industri, dan edukasi.

4. Prioritas strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha gula semut di Desa Karanggadung adalah meningkatkan kualitas periklanan yang lebih menarik atau promosi yang agresif.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Kebumen. 2019. *Kabupaten Kebumen dalam Angka 2019*. Kebumen: BPS Kabupaten Kebumen
- David, Fred R. 2008. *Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Pustaka Utama Jakarta
- Nariwati, Umi. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media 9
- Saleh, A. Rokhani, Rizal B. 2014. Pengembangan Modal Sosial dan Kewirausahaan melalui Posdaya. *Laporan Penelitian. Kerjasama Dikti dan IPB*. Bogor
- Sarah, Hanifa dan Nia Rosiana. 2020. Kelayakan Pengembangan Usaha Gula Semut CV Agroberdikari di Kecamatan Sempor, Kabupaten Kebumen. *Forum Agribisnis*. Vol 10(2)
- Sugiono. 2012. *Metode penelitian Pendidikan dan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syahdan dan Husnan. 2019. Peran Industri Rumah Tangga (Home industry) pada Usaha Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *J Manajemen dan Ilmu Pendidikan*. Vol 1(1)

Zuliana, Crysse dkk. 2016. Pembuatan Gula Semut Kelapa (Kajian pH Gula Kelapa dan Konsentrasi Natrium Bikarbonat. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. Vol 4(1).