

Strategi Pengembangan UKM Pengolahan Produk Nanas di Jalancagak Kabupaten Subang

Gipy Andri Susilo, Ima Amaliah, Nurfahmiyati.

Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung,

Bandung, Indonesia

email: gipyandrisusilo06@gmail.com

Abstract—The results of the analysis show the factors that are a strength for the pineapple product processing SMEs in Jalancagak District, namely Access to get raw materials easily, Location is close to raw material suppliers, the quality of raw materials is quite good, the number of workers is quite a lot, has its own design, the quality of pineapple processed products better and collaborate with other SMEs. As for the factors that are weaknesses are expensive raw materials, difficult to predict raw materials, limited capital, poorly functioning cooperatives, still using manual tools, not broad market reach. An analysis of the external environment that presents an opportunity is that the Government does not limit the production of processed pineapple, the Government helps businesses in providing production facilities. The threat factor is that the business development of pineapple processed products is that the Government does not provide capital, the Government does not provide training to workers, the emergence of other products in the regions. The strategy that is considered appropriate is the strategy to increase the amount of venture capital.

Keywords—Development Strategy, SWOT Analysis, UKM (Independent Small Business).

Abstrak—Perkembangan UKM di Kabupaten Subang berkembang dengan baik, ini dibuktikan dengan nilai investasi yang sangat besar. Ada banyak produk olahan di Kecamatan Subang salah satunya adalah produk olahan nanas yang terkenal di Kecamatan Jalancagak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman suatu strategi pengembangan olahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang dianalisis melalui pendekatan SWOT. Hasil analisis menunjukkan faktor yang merupakan kekuatan bagi UKM pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak, yaitu Akses mendapatkan bahan baku mudah, Lokasi dekat dengan pemasok bahan baku, kualitas bahan baku cukup baik, jumlah tenaga kerja cukup banyak, memiliki desain sendiri, kualitas produk olahan nanas lebih baik dan menjalin kerjasama dengan UKM lain. Adapun faktor yang merupakan kelemahan adalah Bahan baku mahal, bahan baku sulit diprediksi adanya, modal yang terbatas, koperasi kurang berfungsi, masih menggunakan alat manual, jangkauan pasar tidak luas. Analisis lingkungan eksternal yang menjadi peluang adalah Pemerintah tidak membatasi produksi olahan nanas, Pemerintah membantu pelaku usaha dalam menyediakan sarana produksi. Faktor ancaman adalah dari pengembangan usaha produk olahan nanas adalah Pemerintah tidak memberikan permodalan, Pemerintah tidak memberikan pelatihan terhadap tenaga kerja, munculnya produk lain yang ada di daerah. Strategi yang dianggap tepat adalah strategi menambah jumlah modal usaha.

Kata Kunci—Strategi Pengembangan, Analisis SWOT,

UKM (Usaha Kecil Mandiri).

I. PENDAHULUAN

Pembangunan UKM menjadi suatu hal yang krusial mengingat UKM mempunyai peranan yang demikian penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah negara termasuk di negara Indonesia. UKM di Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 99,74% dari total serapan nasional dan memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp. 1.013,5 triliun. Besarnya kontribusi ini, menunjukkan bahwa UKM mempunyai kemampuan untuk memperkuat sektor perekonomian nasional Prawirokusumo, (2001). Meskipun secara ekonomi UKM mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, namun dalam perkembangannya memiliki berbagai permasalahan. Menurut penelitian Winarni (2006) permasalahan yang dihadapi UKM, disarikan sebagai berikut: a) Kurang permodalan; b) Kesulitan dalam pemasaran; c) Struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku; d) Kualitas manajemen rendah; e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah; f) Kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan; g) Aspek legalitas lemah; dan h) Rendahnya kualitas teknologi.

Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UKM, maka pengembangan UKM di Indonesia berjalan dengan cepat. Permasalahan yang dihadapi UKM dapat direduksi, dan UKM mempunyai keunggulan yang lebih kompetitif Hafsa, (2004). Dengan demikian, semua permasalahan yang dihadapi UKM sebaiknya dijadikan input atau bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pengembangannya agar strategi tersebut bersifat komprehensif dan dapat berjalan secara komprehensif dan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Berbagai penelitian tentang strategi pengembangan UKM di Indonesia telah dilakukan oleh Situmorang (2008). Pada dasarnya strategi pengembangan UKM yang diusulkan oleh para peneliti tersebut tidak berbasis keunggulan atau potensi lokal (potensi UKM) dan peluang-peluang eksternal, serta strategi pengembangan yang diusulkan masih didasarkan pada pendekatan kualitatif. Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses pemerintah (daerah) dan masyarakatnya mengelola sumber daya alam yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja atau kesempatan kerja berdasarkan

pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, kewajiban masing-masing daerah adalah memaksimalkan potensi ekonomi daerahnya untuk mencapai tujuan-tujuan pembangunan yang sudah direncanakan, termasuk penciptaan lapangan pekerjaan yang dibutuhkan oleh perekonomian tersebut. Keberhasilan pembangunan sebaiknya dapat diukur dengan parameter yang lebih luas dan lebih strategis yang meliputi semua aspek kehidupan baik materi dan non materil. Untuk mengetahui potensi pertumbuhan ekonomi suatu wilayah diperlukan suatu metode yang berguna untuk mengkaji dan memproyeksi pertumbuhan ekonomi. Potensi ekonomi disini diartikan sebagai kemampuan suatu pertumbuhan ekonomi yang belum terwujud maupun sudah terwujud dalam mengembangkan kemajuan sektor-sektor ekonomi di wilayah tersebut.

Kabupaten Subang merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Barat yang memiliki sumber daya alam (SDA) yang melimpah. Pembangunan ekonomi di Kabupaten Subang sedang memantapkan pembangunan secara menyeluruh dengan menekankan pembangunan keunggulan kompetitif perekonomian yang berbasis SDA yang tersedia, SDM yang berkualitas, serta kemampuan IPTEK. Di setiap wilayah Kabupaten Subang diharapkan adanya kesesuaian dalam fungsi dan peranannya sebagai motor penggerak perekonomian wilayah sekaligus menjadi pendukung bagi perkembangan pembangunan dan pertumbuhan wilayah melalui koordinasi dan keterpaduan (*integration district*) agar daerah tertinggal dan belum berkembang dapat ditingkatkan pertumbuhannya ekonominya.

Jika dilihat dari sumber-sumber pertumbuhan ekonomi Kabupaten Subang terlihat bahwa sektor pertanian merupakan penyumbang terbesar bagi PDRB Kabupaten Subang (28,56%) tahun 2017, disusul sektor perdagangan sebesar (14,90%) dan industri pengolahan sebesar (12,03%). Dari tahun ke tahun sektor tersebut cukup dominan sebagai sumber pertumbuhan di Kabupaten Subang.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah : “Strategi Pengembangan UKM Pengolahan Produk Nanas Di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang?”. selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah : “1. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UKM pengolahan nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang., 2. Strategi pengembangan ukm pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang.”

II. LANDASAN TEORI

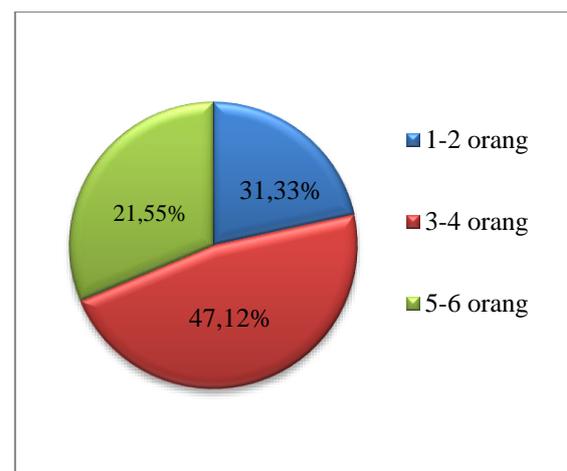
Suatu komite untuk pengembangan ekonomi mengajukan konsep tentang Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dengan lebih menekankan pada kualitas atau mutu dari pada kriteria kuantitatif untuk membedakan perusahaan usaha kecil dan menengah dan besar. Ada empat aspek yang dipergunakan dalam konsep UKM tersebut, yaitu Pertama, kepemilikan; Kedua, operasinya terbatas pada lingkungan atau kumpulan pemodal; Ketiga, wilayah operasinya terbatas pada lingkungan sekitar, meskipun pemasaran

dapat melampaui wilayah lokalnya; Keempat, ukuran dari perusahaan lainnya dalam bidang usaha yang sama. Ukuran yang dimaksud bisa jumlah pekerjaan atau karyawan atau satuan lainnya yang signifikan (Partom dan Soejodono, 2004). Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, deinisi UKM adalah:

1. Usaha Kecil adalah usaha kecil produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.
2. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara terstruktur dengan arah produktifitas dan daya saing adalah tujuan dan peran UKM dalam menumbuhkan wirausahawan yang tangguh. Secara umum UKM dalam perekonomian nasional memiliki peran:

1. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi
2. Penyediaan lapangan pekerjaan terbatas
3. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat.
4. Penciptaan pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca pembayaran (Departemen Koperasi, 2008).

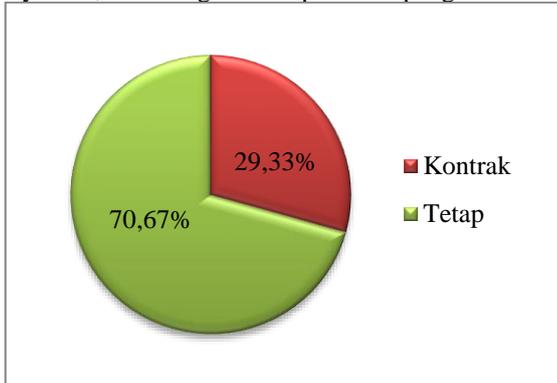


Gambar 3.1

Data Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

Sumber: Hasil Penelitian (data olah)

Berdasarkan hasil olah data terhadap 80 responden pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang, maka diperoleh gambaran mengenai jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh industri pengolahan produk nanas banyak menggunakan tenaga kerja sebanyak 3-4 orang, karena industri pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang masih dikatakan usaha kecil menengah jadi rata-rata industri pengolahan produk nanas memiliki jumlah pegawainya sebanyak 3-4orang dengan presentase terbesar sebanyak 47,12% dengan hasil produksi pengolahan nanas.

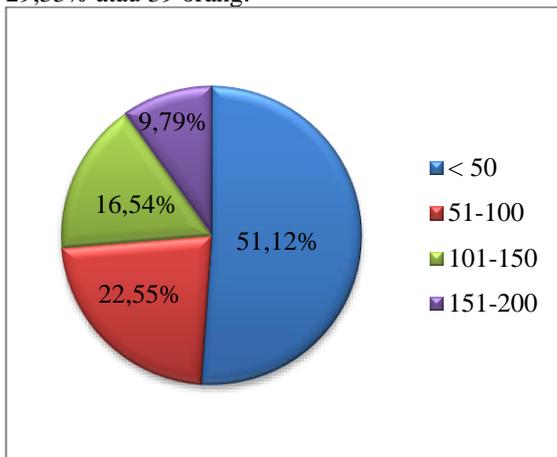


Gambar 3.2

Data Responden Berdasarkan Status Pegawai

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Gambar 3.2 menunjukkan bahwa rata-rata status pegawai yang bekerja di pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang memiliki tenaga kerja tetap, tenaga kerja di Kecamatan Jalancagak bekerja > 5 tahun. Dari hasil pengolahan data yang didapat jumlah status pegawai yang bekerja sebagai pegawai tetap di industri pengolahan produk nanas sebanyak 70,67% atau sebanyak 94 orang, dan untuk pegawai kontrak sebanyak 29,33% atau 39 orang.

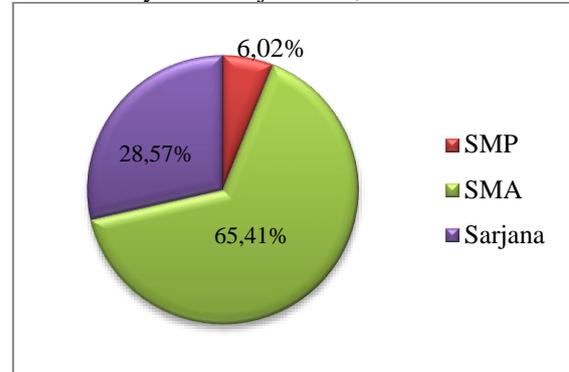


Gambar 3.3

Karakteristik Jumlah Produksi

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Dari Gambar 3.3 terlihat bahwa pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang 51,12% atau 79 industri pengolahan produk nanas memproduksi olahan nanas sebanyak >50 perbulan tetapi adapun industri pengolahan produk nanas yang memproduksi olahan nanasnya sebanyak 151-200 olahan nanas perbulannya, pelaku industri olahan nanas yang memproduksi olahan nanas sebanyak itu berjumlah 9,79%.

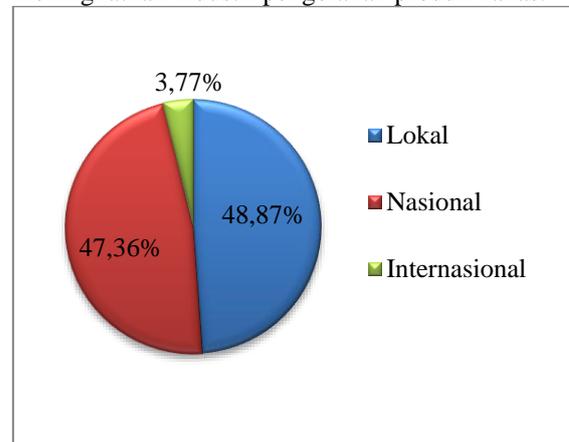


Gambar 3.4

Karakteristik Tingkat Pendidikan

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Pada Gambar 3.4 dalam tingkat pendidikan pengusaha sebagian besar tamatan sekolah SMA dengan tidak memperlmasalahkan masalah pendidikan. Sebagian industri pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak berpendapat bahwa pendidikan bukan hal yang penting bagi industri pengolahan produk nanas keterampilan dan kepribadian adalah hal yang paling utama untuk meningkatkan industri pengolahan produk nanas.



Gambar 3.5

Karakteristik Jangkauan Pasar

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Gambar 3.4 menyatakan bahwa para pelaku industri pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak menjual produk yang mereka buat ke daerah lokal itu dapat dilihat dari gambar 3.4 yang menyatakan bahwa jangkauan pasar ke daerah Lokal berjumlah 48,87% sedangkan jangkauan

pasar yang ke Nasional sebanyak 47,36% dan Internasional sebanyak 3,77%. Hal ini menunjukkan bahwa jangkauan pasar pengolahan produk nanas masih belum luas.

III. HASIL PENELITIAN

Strategi Pengembangan internal dan eksternal yang mempengaruhi UKM. Berdasarkan hasil identifikasi terdapat beberapa faktor internal yang berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dan beberapa faktor eksternal yang berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*), yang berpengaruh terhadap peningkatan Strategi Pengembangan UKM di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang, antara lain:

A. Strategi Pengembangan UKM di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang

Berdasarkan hasil perhitungan analisis SWOT kuantitatif, maka diperoleh bahwa strategi S-O (*Strength-Opportunity*) adalah strategi paling optimal untuk meningkatkan pengembangan UKM di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang. Dari hasil perumusan faktor-faktor kekuatan (S) dan peluang (O) utama, terdapat lima strategi yang diperoleh, yaitu:

1. Jumlah tenaga kerja cukup banyak di Kecamatan Jalancagak.
2. Kualitas produk olahan nanas lebih baik di bandingkan dengan produk lain.
3. Mengoptimalkan pengelolaan usaha dengan memanfaatkan modal pinjaman dari bank dan koperasi.
4. Meningkatkan dan memperluas kegiatan promosi produk agar dalam menjangkau pasar yang lebih luas.
5. Menciptakan produk dengan baik dalam hal mendesain kemasan, pemilihan bahan baku yang baik, dan penambahan produk yang memiliki daya tarik yang tinggi, sehingga tidak ditiru oleh produk lain.

Dalam merumuskan alternative strategi yang diperlukan dalam peningkatan strategi pengembangan industri pengolahan produk nanas di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang di gunakan analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat di padukan dengan kekuatan dan kelemahan internal, sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan olahan produk nanas.

Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternative strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T.

B. IFAS

Kekuatan (S)

1. Akses mendapatkan bahan baku mudah
2. Lokasi dekat pemasok bahan baku
3. Kualitas bahan baku cukup baik
4. Modal sendiri
5. Adanya bantuan dari Bank Konvensional

6. Jumlah tenaga kerja cukup banyak di Kecamatan Jalancagak
 7. Pengalaman usaha
 8. Tenaga kerja memiliki skill / keterampilan
 9. Sarana Produksi milik sendiri
 10. Memiliki desain kemasan produk sendiri
 11. Kualitas produk olahan nanas lebih baik di bandingkan dengan produk lain
 12. Kerjasama dengan perusahaan lain
- Kelemahan (W)
1. Bahan baku mahal
 2. Bahan baku sulit diprediksi adanya
 3. Modal yang terbatas
 4. Koperasi tidak berfungsi
 5. Pendidikan sangat rendah
 6. Upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang bekerja sangat rendah
 7. Masih menggunakan alat manual
 8. Desain tidak dipatenkan
 9. Jangkauan pasar tidak luas
 10. Pesaing dari tetangga

C. EFAS:

Opportunity (O)

1. Pemerintah membantu dalam menyediakan sarana produksi
2. Memproduksi cukup baik
3. Pelaku usaha mematenkan desain produknya
4. Pelaku usaha mempunyai ciri khas desain sendiri

Strategi (SO)

1. Memperluas pemasaran produk ke luar subang
2. Mengoptimalkan pengelolaan usaha dengan memanfaatkan modal pinjaman dari bank

Strategi (WO)

1. Menambah jumlah modal usaha
2. Mengaktifkan kembali koperasi
3. Mengoptimalkan kerjasama dengan perbankan untuk pendanaan
4. Pemerintah menjual alat modern secara kredit kepada pelaku usaha melalui koperasi
5. Meningkatkan pelatihan dan pembinaan keterampilan usaha
6. Memperkuat desain produk kemasan yang dibuat

Treath (T)

1. Tidak memberikan pelatihan terhadap tenaga kerja

Strategi (ST)

1. Melakukan pengembangan produk untuk menghadapi persaingan
2. Meningkatkan dan memperluas kegiatan promosi produk agar dalam menjangkau pasar yang lebih luas
3. Mempertahankan ciri khas desain produk dan meningkatkan kualitas produk lokal

Strategi (WT)

1. Menyelenggarakan pameran-pameran diluar daerah
2. Menciptakan produk dengan baik dalam hal

mendesain kemasan, pemilihan bahan baku yang baik, dan penambahan produk yang memiliki daya tarik yang tinggi, sehingga tidak ditiru oleh produk lain

3. Mengadakan kerjasama dengan pedagang yang berada di luar wilayah
4. Meningkatkan efisiensi proses produksi melalui teknologi yang lebih moderen.

Dari Matrix IFES diketahui bahwa yang merupakan sumber kekuatan Unisba untuk Pengembangan diri kedepan adalah sarana dan prasarana fisik yang dimiliki Unisba.

Namun demikian ada kelemahan yang sangat mendasar yang dimiliki Unisba yaitu lamanya masa tunggu alumni untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai, harga yang mahal serta tidak adanya Jaminan kerja. Dengan melihat gambaran tersebut maka persepsi positif yang telah terbangun harus dimanfaatkan untuk menarik calon mahasiswa dengan melakukan perbaikan diri sisi akademik sehingga mahasiswa memiliki kemampuan akademik yang lebih baik untuk dapat bersaing dalam pasar kerja. Perbaikan atmosfi akademik dapat dilakukan melalui pembenahan dalam kurikulum yang mampu memenuhi kebutuhan pasar kerja. (Ima Amaliah dan Westi Riani, 2013).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal utama dalam Strategi Pengembangan UKM Pengolahan Produk Nanas di Jalancagak Kabupaten Subang adalah :

UKM pengolahan produk nanas merupakan suatu usaha yang memiliki potensi untuk dilakukan pengembangan lebih lanjut, mengingat industri olahan nanas ini mampu menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi.

Pengolahan nanas di Kecamatan Jalancagak memiliki kekuatan dan peluang yang bisa mendukung usaha serta memiliki kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha.

1. Kekuatan : Akses mendapatkan bahan baku mudah, lokasi dekat dengan pemasok bahan baku, kualitas bahan baku cukup baik, jumlah tenaga kerja cukup banyak di Kecamatan Jalancagak, memiliki kualitas produk yang baik dibandingkan dengan UKM yang ada di daerah lainnya. Kelemahan : Bahan baku mahal, bahan baku sulit diprediksi adanya, modal yang terbatas, upah yang diberikan kepada tenaga kerja rendah, masih menggunakan alat manual, kemasan tidak dipatenkan, jangkauan pasar tidak luas, pesaing dari tetangga. Peluang : Pemerintah tidak memberikan permodalan, Pemerintah tidak memberikan pelatihan terhadap tenaga kerja. Banyak muncul produk olahan nanas yang ada di Kecamatan Jalancagak.
2. Strategi : Setelah identifikasi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka dirumuskan strategi pengembangan industri ukm

pengolahan produk nanas sebagai berikut : 1) strategi menambah jumlah modal usaha, 2) strategi mengoptimalkan kerjasama dengan perbankan untuk pendanaan, 3) strategi mengadakan kerjasama dengan pelaku usaha yang berada di luar wilayah, 4) strategi mengoptimalkan usaha dengan memanfaatkan modal pinjaman dari bank, 5) strategi meningkatkan dan memperluas kegiatan promosi produk agar dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

V. SARAN

Untuk dapat melakukan pengembangan UKM pengolahan produk nanas. Pelaku usaha mudah mendapatkan bahan baku serta hampir mudah mendapatkan modal usaha yang akan dijalaninya. Dengan adanya kemudahan dalam meminjam modal pelaku usaha dapat memproduksi bahan baku yang dibutuhkan. Mempethankan kualitas bahan baku yang baik meskipun bahan baku sulit untuk di dapat. Kurangnya adanya pelatihan khusus kepada para UKM baru yang mengakibatkan karyawan pada UKM kurang begitu mengerti dan paham untuk memulai bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Departemen Koperasi (2008). "Peran UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dalam Perekonomian Nasional.
- [2] Hafisah, M.J. (2004). "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)." Infokop Nomor 25 Tahun XX.
- [3] Hafisah, J.M., (2000), "Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi." Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- [4] Ima Amaliah, Westi Riani. (2013) "Strategi Pengembangan Unisba Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bandung." Universitas Islam Bandung.
- [5] Kementrian Riset dan Teknologi. (2000). "Potensi Pengembangan Nanas." Jakarta.
- [6] Partomo, T.K. dan A.B. Soejoedono. (2004). "Ekonomi Skala Kecil/Menengah." Bogor Selatan: Gali Indonesia.
- [7] Winarni dan G. Sugiyarso. 2006. Administrasi Gaji dan Upah. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka.