

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 571 / Manajemen

**LAPORAN TAHUNAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING**



**PENGEMBANGAN MODEL STRATEGI BISNIS PENGUSAHA KERIPIK DI KAWASAN
SENTRA INDUSTRI KERIPIK KELURAHAN SEGALA MIDER BANDAR LAMPUNG**

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

TIM PENGUSUL

Ardansyah, S.E.,M.M. (0228026501) : Ketua Tim
Dra. Sapmaya Wulan, M.S. (0024085701) : Anggota Tim
Hepiana Patmarima, S.E., M.M. (0211016601) : Anggota Tim

**UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG
NOVEMBER 2016**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN
Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat
L1.4 Gedung D Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon: (021) 57946042 Fax: (021) 57946085
Laman: www.dikti.go.id

Nomor : 0581 /E3/2016
Lampiran: 1 (satu) berkas
Hal : Penerima Penugasan Penelitian
di Perguruan Tinggi Tahun 2016

24 Februari 2016

Yth. 1. Rektor/Direktur/Ketua Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta
2. Koordinator Kopertis Wilayah I s/d XIV

Diberitahukan dengan hormat bahwa Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) telah melakukan seleksi proposal Penelitian untuk pendanaan tahun 2016. Bersama ini kami sampaikan daftar nama penerima penugasan penelitian tahun 2016 sebagaimana terlampir.

Kami informasikan bahwa penerima penugasan penelitian tahun 2016 adalah pengusul yang proposalnya dinyatakan lolos seleksi, dan yang bersangkutan juga telah mengisi serta mengunggah dalam SIMLITABMAS dokumen-dokumen pelaporan, hasil pelaksanaan kegiatan penelitian tahun 2015 meliputi,

1. Laporan Penggunaan Anggaran;
2. Laporan Akhir; dan
3. Berkas Seminar Hasil (Artikel Ilmiah, Borang Capaian Kegiatan, Poster, dan Profil) bagi yang sudah selesai di tahun 2015.

Berkenaan dengan hal tersebut, DRPM mengucapkan selamat kepada penerima penugasan penelitian tahun 2016. DRPM mengucapkan terima kasih kepada pengusul yang telah berpartisipasi dan apabila nama pengusul tidak tercantum, maka dapat mengusulkan kembali proposal penelitian untuk pendanaan tahun 2017.

Selanjutnya, kami mohon bantuan Saudara untuk menyampaikan informasi di atas kepada masing-masing penerima Penelitian tahun 2016.

Hal-hal lain yang terkait dengan mekanisme penyaluran dana dan pelaksanaan Penelitian akan diinformasikan kemudian melalui laman: <http://simlitabmas.dikti.go.id>

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat,

TTD

Ocky Karna Radjasa
NIP 19651029 199003 1001

Tembusan yth.:

1. Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan;
2. Ketua LP/LPPM/LPM Perguruan Tinggi;
3. Sekretaris Pelaksanaan Kopertis Wilayah I s/d XIV.

Kode PT	Nama PT	NIDN	Nama Ketua	Judul	Skim	Status
		0021046301	SRI MULATSIH	EVALUASI PERTUMBUHAN DAN HASIL LIMA BELAS GENOTIPAD HASIL PERSELANSAN PADI GOGO GOWAL BENGKULU PADA IF POLA TANAM TUMPANDSARI PADI-JAGUNG	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0020086401	SUNARTI	APLIKASI PUPUK ORGANIK PELEPAH SAWIT PADA SISTEM PERTANIAN ORGANIK DENGAN POLA TANAM PADI-KEDELAI	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0304076503	YULFPERIUS	Tegung Tongkol Jagung Sebagai Pengganti Dedak Dalam Formulasi Pakan Ikan Ramah Lingkungan	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021006	Universitas Palembang	0004106601	NEHI MARLINA	Optimalisasi Pemanfaatan Pupuk Organik Hayati terhadap Hasil Padi di Lahan Pasang Surut Tanjung Lago Tipe Luapan C II	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021007	Universitas IBA	0030036801	EVRIANI MAREZA	Upaya Peningkatan Produktivitas Padi (Oryza sativa L.) melalui Optimalisasi Lahan Pasang Surut dengan Budidaya Padi Varietas Unggul Baru Berpotensi Ratan Tinggi pada Sistem Tanam Berih Langung	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0226026701	MIRUL HUSNA	POTENSI BIOCHAR SEBAGAI PEMBEHAH TANAH UNTUK MENGATASI CEKAMAN Fe dan Kadm P DI TANAH SULFAT MASAM	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021010	Universitas Muhammadiyah Bengkulu	0005036802	JAFRIZAL	Pengembangan Model Pemanfaatan Limbah Pertanian dan Peternakan dalam Rangka Mengembangkan Usaha Sayuran Organik Berbasis Sumberdaya Lokal di Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0023126312	RIANA FODESTA	Evaluasi Keragaan dan Produktivitas Tanaman Kedelai (Glycine max L. Merril) yang Diberi Aplikasi Bioaktivator Pupuk Cair Darah Sapi	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0225127301	NEU OKSWATI	ANALISIS KUANTITAS DAN KUALITAS (GIZ) LIMBAH ORGANIK (SAYURAN DAN BUAH-BUAHAN) PASAR TRADISIONAL UNTUK PAKAN TERNAK DI KOTA BENGKULU	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021012	Universitas Bandar Lampung	0006035408	CHAIRUL ANWAR	Analisis kinerja keuangan pemerintah daerah di Indonesia pasca opini BPK RI untuk meningkatkan kualitas implementasi peraturan mengenai besangan tentang pemberian dana insentif daerah	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0009095901	ERLINA B	Prospek Kain Tapis Sebagai Kerajinan Tradisional Masyarakat Lampung Dalam Perlindungan Hukum Indikasi Geografis	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0010127401	USMAN RIZAL	E-Arsip berbasis Image Archives Management Process Model Untuk Meningkatkan Efektifitas Pengelolaan Arsip	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0015126201	IDA FARIDA	DINAMIKA MASYARAKAT TRANSMIGRASI JAWA DAN MASYARAKAT LAMPUNG DI KABUPATEN PESAWARAN PROPINSI LAMPUNG	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru

Kode PT	Nama PT	NIDN	Nama Ketua	Judul	Skim	Status
		0021047401	APRIZAL	Kajian Potensi Pemanenan Air Hujan (Rain Water Harvesting) Sebagai Antisipasi Perubahan Iklim Global dan Pemenuhan Kebutuhan Air di Kota Bandar Lampung.	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0021095104	LINTIE ANNA MARPAUNG	Analisis Yuridis Sumberdaya Alam Dalam Rangka Pengembangan Kawasan Wisata Teluk Kulan Lampung Berbasis Kearifan Lokal	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0023047301	ANY NURHASANAH	Pengembangan Pola Peta Jalur Evakuasi di Pesisir Pantai Lampung	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0024085701	SAPMAYA WULAN	Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Equity Universitas Bandar Lampung	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0025097401	ANDALA RAMA PUTRA B	ANALISIS KEPUKSIAN MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI PROVINSI LAMPUNG	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0029066609	UNGARDI	PEMODELAN KINCIR AIR UNTUK KEBUTUHAN AIR BERSIH, AIR TANAM DAN PEMBANGKIT LISTRIK	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0029125701	SOEWITO	Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Kelompok Belajar Usaha (Studi pada PKBM Karang Gemilang) Kelurahan Kota Karang, Kec. Teluk Betung Barat, Bandar Lampung.	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0201016301	RISWAN	Efektifitas Pemekaran Wilayah kabupaten/kota Pada Masa Desentralisasi Fiskal Daerah di Indonesia	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0201086201	ANGRITA DENZIANA	Model Pelaporan Keberlanjutan (sustainability) Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia Berdasarkan Pedoman Global Reporting Initiative G 4 Th 2013	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0202056200	TOTON	Studi Tingkat Kepuasan Penerimaan CSR / TISL Pada Masyarakat di Kawasan Industri Propinsi Lampung	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0208126201	YADI LUSTIADI	Pengembangan Model Strategi Peningkatan Angka Partisipasi Kasar Sekolah Menengah Tingkat Atas (APK-SMTA), di Propinsi Lampung.	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0213116801	MUHAMMAD YUSUF S BARUSMAN	Analisis Segmentasi dan Peta Posisi Perguruan Tinggi Swasta di Provinsi Lampung	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0215056701	ZULFI DIANE ZAINI	aspek hukum penyelesaian Bank bermasalah dalam sistem perbankan nasional di Indonesia	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0218086301	SUGITO	REKAYASA BALOK LAMINASI PEREKAT DENGAN MENGGUNAKAN KAYU CEPAT TUMBUH	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0219116201	NAJAMUDIN	Peningkatan Kualitas Kekuatan Bahan Plat Dinding Corong Tuang (Hopper) Melalui Proses Chromizing Sebagai Usaha Untuk Meningkatkan Jumlah Produksi Batu Bara	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0224051800	VERONIKA SHPTIN	PELAYANAN DAN WANGSUCARA PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: KASUS DARI INDONESIA)	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0226047501	YUTHSI APRILINDA	Pengembangan E-Learning Berbasis Multimedia Untuk Efektivitas Pembelajaran Jarak Jauh	Penelitian Hibah Bersaing	Baru

Kode PT	Nama PT	NIDN	Nama Ketua	Judul	Skim	Status
		0228026501	ARDANSYAH	Pengembangan Model Strategi Bisnis Pengusaha Keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0321036002	AGUS WAHYUDI	MODEL PENGEMBANGAN PERGURUAN TINGGI BERBASIS KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0916106602	MALIK	PENGEMBANGAN MODEL PELAYANAN PUBLIK MELALUI PROGRAM E-GOVERNMENT DI PROVINSI LAMPUNG	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021015	Universitas Batunaja	0206077003	YULHASMIR	Peningkatan Source Tanaman Utama Dan Translokasi Aasmat Pada Padi Ratur	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021016	Universitas PGRI Palembang	0008126709	HOUTMAN	PENGEMBANGAN KAMUS PEMBELAJARAN BAHASA PALEMBANG HALUS (BEBASO)	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
021019	Universitas Bina Darma	0014064103	BOCHARI RACHMAN	PERKEMBANGAN KONVERGENSI IFRS DI INDONESIA II (DAMPAK IMPLEMENTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA) II	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0020036101	RENI LARI	BIOGAS ENCENG GONDOK DAN FESSES SAPI SEBAGAI ENERGI ALTERNATIVE	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0215118201	KUMRONI MAKMURI	Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) pada Pengembangan Produk Locker	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0218118001	ACHMAD SYARIFUDIN	INTERRELATION SISTEM JARINGAN DRAINASE KOTA PALEMBANG BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0227087508	NORMALIATY FITRI	PEMANFAATAN SOLAR CELL SEBAGAI BACK UP ENERGI PADA MESIN PENETAS TELUR AYAM	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0228076701	ERNA YULIWATI	OPTIMASI KOMPOSISI BETON GEOPOLIMER RAMAH LINGKUNGAN BERBAHAN BAKUL TULU, SIDA, DAN ADITIF	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0231076801	SUNDA ARIANA	PERANGKAT LUNAK IDENTIFIKASI DAN KOREKSI KESALAHAN BERBAHASA INDONESIA PADA KARYA ILMIAH	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
022001	Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya	0010055907	ANJAR SANUSI	Model Pengembangan Kualitas Perguruan Tinggi Berbasis E-Governance II melalui Riset, Kewirausahaan dan kapasitas Sumber Daya Manusia II (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis II Wilayah II Sumatera Bagian Selatan)	Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Baru
		0011035706	MIKE RAHAYU	PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS BERBASIS PROBLEM-BASED LEARNING (PBL) II	Penelitian Hibah Bersaing	Baru
		0203097701	ITRIA	PENGEMBANGAN APLIKASI MEDIA AJAR ONLINE GRATIS SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING SUMBER DAYA MANUSIA MENGHADAPI GLOBALISASI	Penelitian Hibah Bersaing	Baru



UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
(LPPM)

Jl. Z.A. Pagar Alam No : 26 Labuhan Ratu, Bandar Lampung Telp: 701979

SURAT KETERANGAN

Nomor : 206 / S.Ket/LPPM/XII/2016


Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Bandar Lampung dengan ini menerangkan bahwa :

1. a. Nama : Ardansyah
b. Jabatan : Dosen Tetap FE UBL (Ketua Tim Peneliti)
c. NIDN : 0228026501
2. a. Nama : Sapmaya wulan
b. Jabatan : Dosen Tetap FE UBL (Tim Peneliti)
c. NIDN : 0024085701
3. a. Nama : Hepiana patmarina
b. Jabatan : Dosen Tetap FE UBL (Tim Peneliti)
c. NIDN : 0211016601

Telah melaksanakan Penelitian dengan Judul :

:"Pengembangan Model Strategi Bisnis Pengusaha Keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung. Yang Telah Dilaksanakan Pada Bulan Maret 2016 s/d November 2016"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 12 Desember 2016
Ketua LPPM-UBL

Ir. Lilis Widodojoko, M.T

Tembusan:

1. Bapak Rektor UBL (sebagai laporan)
2. Yang bersangkutan
3. Arsip



UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

AKUNTANSI STATUS TERAKREDITASI "B" No: 392/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014
MANAJEMEN STATUS TERAKREDITASI "B" No: 437/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Jl. Z.A. Pagar Alam No. 26 Lb. Ratu, Bandar Lampung. Telp. : 701979 – 701463. Fax. 701467

SURAT TUGAS	Nomor Dokumen	FM.SD.FEB.007
	Nomor Revisi	-
	Tgl. Berlaku	Maret 2013
	Nomor Surat	18e/ST/FEB-UBL/III/2016
	Halaman	1

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung dengan ini memberi tugas kepada :

Nama : Ardansyah, S.E., M.M. (Ketua Tim)
Pekerjaan : Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung.

Nama : Dra. Saptmaya Wulan, M.S. (Anggota Tim)
Pekerjaan : Dosen PNS Dpk pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung.

Nama : Hepiana Patmarina, S.E., M.M. (Anggota Tim)
Pekerjaan : Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung.

Untuk melaksanakan Penelitian dengan judul " Pengembangan Model Strategi Bisnis Pengusaha Keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung". Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Maret 2016 sampai dengan Nopember 2016.

Demikian surat tugas ini kami sampaikan untuk dilaksanakan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Bandar Lampung, 15 Maret 2016

Dekan,

Dr. Andala Rama Putra Barusman, SE., MA.Ec.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
RINGKASAN.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	3
1.3. Tujuan Khusus	3
1.4. Keutamaan Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Konsep Strategi	6
2.2. Pengertian Strategi Bisnis	7
2.3 Jenis-jenis Strategi Bisnis	7
2.4 Penelitian Terdahulu	8
2.5 Studi Pendahuluan	9
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	10
3.1 Tujuan Penelitian	10
3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB IV. METODE PENELITIAN	11
4.1. Metode Penelitian	11
4.2 Lokasi Penelitian	11
4.3. Jenis dan Sumber Data	11
4.4 Populasi dan Sampel	12
4.5. Bagan Alir Penelitian	12
4.6. Metode Analisis	14
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
5.1. Deskripsi Karakteristik Responden	20
5.2. Analisis SWOT	22
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	30
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	31
7.1 Kesimpulan	31
7.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	33

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1	Kombinasi Strategi Matriks SWOT	16
2	Road Map Penelitian	19
3	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
4	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	20
5	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	21
6	Data Responden Berdasarkan Jumlah Pekerja	21
7	Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	22
8	Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	23
9	Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT	25
10	Kombinasi Strategi Matrik SWOT	25
11	Matrik Perencanaan Kombinasi Strategi Kuantitatif	28

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1	Identifikasi Masalah	2
2	Sumbangan UMK pada Total Ekspor Beberapa Negara	4
3	Bagan Alir Penelitian Pengembangan Model Strategi Bisnis	14
4	Kerangka Metode SWOT	17
5	Diagram Cartesius Analisis SWOT	18
6	Diagram Cartesius Analisis SWOT Pengusaha Keripik	24

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1	Biodata Ketua Tim Peneliti	33
2	Biodata Anggota Tim Peneliti 1	36
3	Biodata Anggota Tim Peneliti 2	42
4	Surat Pernyataan Ketua Peneliti	45

RINGKASAN

Penelitian ini ingin menghasilkan pengembangan model strategi bisnis di Kawasan Sentra Industri Keripik Kel. Segala Mider Bandar Lampung. Usaha ini sudah berjalan cukup lama, namun hingga saat ini belum menunjukkan peranan dalam mendukung perekonomian daerah, dikarenakan para pengusaha pada umumnya belum memiliki model strategi bisnis. Untuk menghadapi persaingan, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu dan tepat agar dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif serta inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Penelitian ini memiliki tujuan khusus yaitu: 1) Melakukan identifikasi faktor-faktor yang dapat menjadi penunjang pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, 2) Menyusun rancangan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, 3) Merumuskan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, 4) Melakukan pengujian terhadap implementasi pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung dan melakukan revisi model akhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan *action research*, dengan menggunakan sampel 34 pengusaha Data yang digunakan adalah primer diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan *Focus Group Discussion* (FGD). Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Model Analisis SWOT yang dipadukan dengan Diagram Kartesius. Untuk mencapai target penelitian, maka dilakukan penelitian pada tahun pertama dan kedua. Pada Tahun I dilakukan penelitian tentang: 1) riset model strategi bisnis (strategi produk, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia) yang digunakan saat ini; 2) penelitian tentang pengembangan model strategi produk, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Pada Tahun ke dua dilakukan riset tentang implementasi rancangan pengembangan model strategi bisnis (strategi produk, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia). Berdasarkan penelitian pada Tahun I diperoleh hasil: 1) kondisi model strategi bisnis yang digunakan pengusaha keripik, 2) rancangan pengembangan model strategi bisnis (strategi produk, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia) usaha keripik, dan 3) publikasi jurnal. Pada Tahun ke dua diperoleh: 1) pengembangan model strategi bisnis (strategi produk, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia) dan 2) publikasi jurnal.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Faktor Internal, Eksternal dan Analisis SWOT.

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil (UMK) memegang peran yang sangat strategis dalam pertumbuhan perekonomian. Hal ini dilihat dari peran dan kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, penyedia lapangan kerja, berperan penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, penciptaan pasar baru dan sumber inovasi.

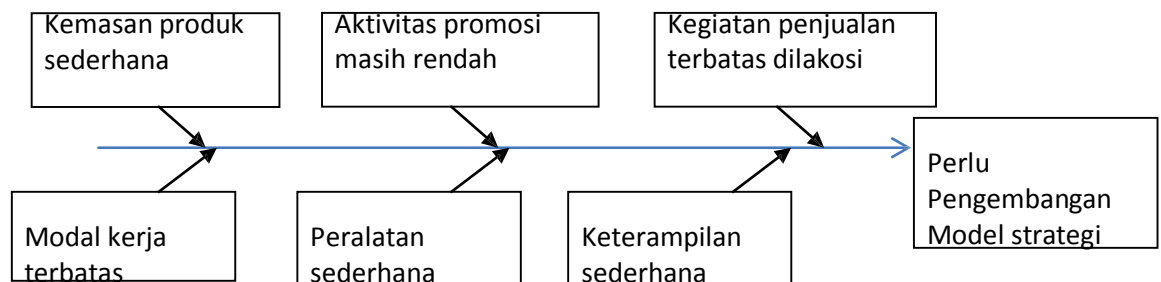
UMK yang pada umumnya merupakan usaha rumah tangga/keluarga dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak di bidang sektor informal. Banyaknya UMK mengakibatkan ketatnya persaingan sehingga membuat para pelaku bisnis bersaing untuk menjadi yang lebih unggul. Para pelaku bisnis dituntut untuk mencari kiat-kiat yang tepat agar tetap mampu bertahan menghadapi persaingan. Untuk menghadapi persaingan tersebut, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu dan tepat agar dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif serta inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Strategi bisnis yang dilakukan UMK merupakan strategi awal dalam mengembangkan usahanya di kemudian hari. Jika strategi tersebut berjalan sesuai dengan rencana maka kegiatan usaha diharapkan akan dapat bertahan dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil kajian Biro Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2011) ditemukan beberapa masalah UMK antara lain : Pelaku wirausaha belum mengetahui dan memahami tentang sistem administrasi keuangan dan manfaatnya, belum memiliki sistem administrasi keuangan. Selain itu berdasarkan hasil observasi dan wawancara tim peneliti kepada pengusaha keripik di kawasan sentra industri keripik diperoleh data sebagai berikut: 1) Aktivitas keuangan belum dikelola dengan baik sehingga belum bisa diketahui aliran cash flow usaha setiap periodenya yang berakibat tingkat keuntungan dan kerugian juga tidak dapat diketahui secara pasti. 2) Lokasi usaha tidak dilewati jalur angkutan umum sehingga mempengaruhi

pemasarannya. 3) Teknologi yang digunakan dalam produksi keripik masih sederhana, sebagai contoh proses pembuatan keripik, masih menggunakan alat yang sederhana. 4) Sulitnya akses untuk mendapatkan modal.

UMK yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pengusaha keripik yang berada di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Kota Bandar Lampung yang berdiri Tahun 2007. Usaha keripik ini sudah berjalan cukup lama, namun hingga saat ini belum menunjukkan peranan dalam mendukung perekonomian lokal. Hal ini dikarenakan para pengusaha pada umumnya dalam menjalankan usahanya belum memiliki model strategi bisnis yang dapat digunakan sebagai dasar dalam mengelola bisnisnya (Hasil wawancara dan observasi peneliti 2014).

Berdasarkan uraian masalah di atas dapat digambarkan dalam diagram fish born pada gambar 1 berikut:



Gambar 1 Identifikasi Masalah

1.2 Permasalahan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti, masalah penelitian yang ditemukan adalah :

Strategi bisnis yang digunakan masih sederhana, sehingga belum mampu meningkatkan daya saing; Strategi bisnis yang dilakukan masih sederhana, belum ada pengembangan model strategi bisnis. Masalah yang berkaitan dengan strategi bisnis meliputi: kemasan produk masih sederhana; aktivitas promosi masih relatif rendah; kegiatan penjualan terbatas dilokasi sentra; pengelolaan modal kerja terbatas; peralatan sederhana; dan keterampilan dan pengetahuan sdm masih sederhana.

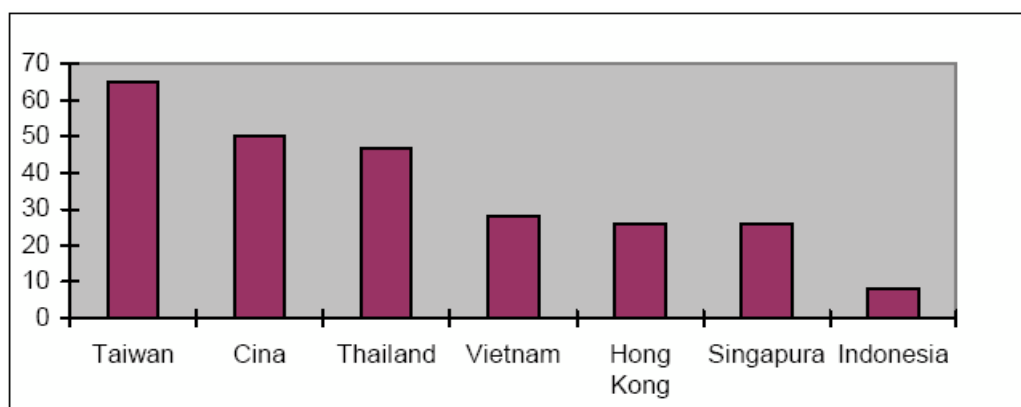
Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana kondisi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pengembangan model strategi bisnis, 2) Bagaimana kondisi model strategi bisnis saat ini yang digunakan pengusaha, 3) Bagaimana hasil rancangan pengembangan model strategi bisnis, serta 4) Bagaimana implementasi pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung tersebut dapat diuji hasilnya serta apakah perlu direvisi untuk menjadi model akhir.

1.2 Tujuan Khusus

Penelitian ini memiliki tujuan khusus sebagai berikut: 1) Melakukan identifikasi faktor-faktor yang dapat menjadi penunjang pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, 2) Menyusun rancangan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, 3) Merumuskan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, 4) Melakukan pengujian terhadap implementasi pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung dan melakukan revisi model akhir.

1.3 Keutamaan Penelitian

Keberadaan UMK yang kuat ternyata menjadi sumber utama kekuatan ekonomi negara maju, misalnya Jepang, Taiwan dan Korea Selatan. Di Jepang, keberadaan UMK-nya diakui telah memperkokoh perekonomian Jepang dan membawanya menjadi negara industri. Taiwan yang pada awal proses industrialisasinya masih mengandalkan pada IB, kemudian juga berubah dan lebih mengandalkan pada IKM. Sejak IKM-nya lebih diperhatikan, proses industrialisasi Taiwan berkembang dengan lebih pesat. Korea Selatan pada awalnya mengandalkan pengembangan ekonomi pada IB, tetapi kemudian menyusun ulang rencana industrialisasinya dan membuat konsep pengembangan industri yang berpola pada pengembangan IB dan IKM secara bersama (Tambunan, 2007;6). Gambar 2 menunjukkan peranan IKM-ekspor di beberapa negara Asia.



Sumber: Tambunan 2007

Gambar 2 Sumbangan UMK pada Total Ekspor Beberapa Negara

Studi tentang UMK sudah sangat sering dilakukan karena hampir semua pihak dan kalangan sudah memiliki pemahaman yang sama tentang pentingnya peranan UMK di masyarakat (Tambunan, 2007). UMK disadari memiliki potensi dalam penyerapan tenaga kerja, penyumbang APBN dan APBD atau PAD, serta menjadi *safety valve* ketika krisis ekonomi. Hampir semua aspek yang berkaitan dengan perkembangan UMK sudah diteliti, misalnya aspek permodalannya, kegiatan produksi dan pemasarannya, dan peningkatan kapasitas SDM-nya. Dari sekian banyak penelitian yang telah dilakukan, penelitian yang berkaitan

dengan pembentukan dan penerapan model strategi bisnis bagi UMK masih belum banyak dilakukan.

Penelitian ini diajukan sebagai upaya untuk pengembangan dan peningkatan kinerja pegusaha keripik dalam usaha memperbaiki kondisi pegusaha keripik. Melalui pengembangan model strategi bisnis pegusaha keripik, diharapkan dapat menghasilkan terobosan baru guna mengatasi permasalahan yang selama ini masih dihadapi oleh UMK.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Strategi

Chandler dalam Freddy Rangkuti (2006, 4) menyatakan bahwa: “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan”. Pemahaman mengenai konsep strategi sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

Distinctive Competence adalah tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dibanding pesaingnya (Freddy Rangkuti 2006, 4). Perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru pesaing adalah perusahaan yang memiliki “*Distinctive Competence*”. Menurut Porter dalam Rangkuti (2006, 6) ada tiga strategi untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu: a) *Cost Leadership*. Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing lebih tinggi dibanding pesaingnya jika dapat memberikan harga lebih murah daripada pesaingnya dengan nilai atau kualitas produk yang sama. Harga lebih rendah dapat dicapai dengan memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. b) *Diferensiasi*. Perusahaan dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya (keunggulan dan inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan *brand image* yang lebih unggul). c) *Focus*. Strategi fokus dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan. Menurut M. Porter (2007,74): ”Strategi fokus adalah strategi yang tepat untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri. Strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan persaingan”.

2.2 Pengertian Strategi Bisnis

Menurut Freddy Rangkuti (2006, 7) :

“Strategi Bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan”.

Menurut Wheelen dan Hunger (2006,145): “Strategi Bisnis adalah suatu fokus dalam meningkatkan posisi untuk bersaing dengan perusahaan atau unit bisnis lain baik dari segi produk maupun jasa didalam industri atau segmen pasar terhadap perusahaan atau unit bisnis yang sesuai”.

2.3 Jenis-Jenis Strategi Bisnis

Strategi bisnis dibagi dalam 4 jenis yaitu: strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi dan strategi devensif (David, 2004, 231-256) :

Strategi Integrasi. Jenis-jenis strategi integrasi ini adalah integrasi kedepan (*forward integration*), integrasi kebelakang (*backward integration*), dan integrasi horizontal (*horizontal integration*). Strategi integrasi kedepan bertujuan untuk memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor dan pengecer. Strategi integrasi kebelakang bertujuan untuk memiliki atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok. Strategi integrasi horizontal bertujuan untuk memiliki dan meningkatkan kendali perusahaan pesaing.

Strategi Intensif. Disebut strategi intensif karena memerlukan usaha-usaha intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan terhadap produk yang ada. Jenis strategi yang termasuk kedalam katagori strategi intensif adalah sebagai berikut: 1) Strategi Penetrasi Pasar (*marketing penetration strategy*). Strategi ini berusaha mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa yang sudah ada melalui usaha pemasaran yang lebih gencar. 2) Strategi Pengembangan Pasar (*market development strategy*). Strategi pengembangan terdiri dari upaya memperkenalkan produk atau jasa yang ada ke wilayah geografis baru. 3) Strategi Pengembangan Produk (*product development strategy*). Strategi pengembangan produk adalah strategi yang berupaya untuk meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada ataupun mengembangkan yang baru.

Strategi Diversifikasi. Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi yaitu: 1) Strategi Diversifikasi Konsentrasi (*concentric diversification strategy*). Strategi ini dilakukan dengan cara menambah produk dan jasa baru tetapi masih saling berhubungan (terkait). 2) Strategi Diversifikasi Horizontal (*horizontal diversification strategy*). Strategi ini dilakukan dengan cara menambah produk dan jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang ada. 3) Strategi Diversifikasi Konglomerat (*conglomerate diversification strategy*). Strategi ini dilakukan dengan cara menambah produk dan jasa baru yang tidak terkait untuk para pelanggan yang baru.

Strategi Devensif. Strategi ini terdiri dari: 1) Rasionalisasi Biaya (*Rentrenchment*). Rasionalisasi biaya terjadi jika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. 2) Divestasi. Strategi ini dilakukan dengan cara menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. 3) Likuidasi. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. 4) Joint Venture Strategi. Strategi ini merupakan strategi yang populer, yakni dimana terjadi pada saat dua atau lebih perusahaan membentuk suatu perusahaan temporer untuk tujuan kapitalisasi modal.

2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang strategi bisnis antara lain: 1) Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Aulia, dan Andri Ikhwana (2012), menyebutkan bahwa faktor internal yang mempengaruhi strategi bisnis antara lain: faktor keuangan, sistem manajemen mutu, struktur organisasi. Sedangkan faktor eksternal, antara lain: munculnya pabrik-pabrik baru yang bergerak dibidang yang sama dengan skala yang lebih besar, dan kesulitan dalam merebut pasar dikarenakan kurangnya promosi kepada konsumen, dan produk belum banyak dikenal di pasaran; 2) Penelitian Nurul Hidayati (2011), menyatakan bahwa strategi bisnis yang dilakukan oleh UMKM di Parengan, Kecamatan

Maduran-Lamongan, meliputi: strategi keuangan, strategi produksi, strategi manajemen sumber daya manusia, dan strategi pemasaran; 3) Penelitian Ratih Hurriyati (2010), menemukan bahwa informasi pemasaran merupakan titik tolak dasar untuk menyusun strategi. Keterbatasan informasi tersebut dapat mempengaruhi kualitas strategi pemasaran, dan strategi keunggulan bersaing yang pada gilirannya dapat mempengaruhi daya saing industri.

2.5 Studi Pendahuluan

Tim peneliti telah melakukan studi pendahuluan dengan cara melakukan studi literatur untuk mendapatkan gambaran tentang strategi bisnis usaha kecil; melakukan kunjungan ke dinas koperasi dan UMKM Bandar Lampung untuk mendapatkan gambaran dan data tentang hal-hal yang berkaitan dengan usaha keripik yang berada pada kawasan sentra keripik di kelurahan Segala Mider Bandar Lampung; melakukan observasi ke kawasan industri keripik untuk mendapatkan gambaran secara umum tentang pengusaha keripik dan melakukan observasi ke beberapa pengusaha keripik yang berada di kawasan industri untuk mendapatkan gambaran secara detail tentang pengelolaan usaha keripik.

Studi pendahuluan yang tim lakukan telah menghasilkan: a) Para pengusaha berada dalam satu kawasan sentra industri keripik yang berlokasi di Jalan ZA. Pagaralam sepanjang 2 km. Jumlah pengusaha sebanyak 34 pengusaha dengan berbagai skala ukuran usaha. b) Hasil kunjungan ke dinas koperasi dan UMKM diperoleh data tentang sejarah berdirinya sentra industri keripik yang sebelumnya didahului dengan berdirinya beberapa pengusaha keripik dan perkembangan usahanya, nama dan pemilik perusahaan, produksi, harga, jumlah tenaga kerja, dan investasi. c) Hasil observasi disertai wawancara ke pengusaha dan karyawan diperoleh data tentang: bahan baku (jenis, sumber, kuantitas dan kualitas bahan baku); tenaga kerja (jumlah dan keterampilan); proses produksi (secara tradisional) dengan cara dan alat-alat tradisional; hasil produksi (macam-macam keripik, macam-macam rasa); Promosi dan penjualan dilakukan hanya dikawasan sentra industri keripik, bersifat hanya menunggu pembeli yang datang ke lokasi sentra.

BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran Strategi Bisnis pengusaha keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung.
2. Melakukan identifikasi faktor-faktor yang dapat menjadi penunjang pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung.
3. Menyusun rancangan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik pada Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung.
4. Merumuskan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung.
5. Melakukan pengujian terhadap implementasi pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung dan melakukan revisi model akhir.

3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian tahun pertama ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai elemen berikut:

1. Bagi pengusaha keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik di Bandar Lampung. Hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan untuk menentukan kebijakan strategi dalam meningkatkan kualitas produk sehingga menjadikan produknya *marketable* (dicari oleh konsumen) dan akan berimbas pada peningkatan penjualan.
2. Bagi Pengelola/Pengurus Sentra Industri Keripik di Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung. Hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan untuk menentukan startegi pengembangan Sentra Industri Keripik menjadi sentra industri yang berdaya saing di Kota Bandar Lampung.
3. Bagi Pemerintah Kota Bandar Lampung. Hasil penelitian ini berguna untuk menentukan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan Sentra Industri Keripik di Bandar Lampung
4. Bagi Para peneliti sejenis. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi penelitian yang relevan baik secara konseptual maupun praktis

BAB. IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan *action research*. Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memastikan dan memampukan peneliti untuk menggambarkan karakteristik dari variable-variabel yang menjadi perhatian pada suatu situasi (Sekaran 2009: 158). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendapatkan suatu profil atau gambaran yang lengkap dari aspek-aspek relevan mengenai sebuah gejala yang menarik, yang terjadi pada suatu individu, organisasi, industri, atau hal-hal lainnya. Terkait dengan paparan mengenai metode penelitian deskriptif di atas, maka metode deskriptif dipilih karena pada studi ini dilakukan upaya-upaya untuk mendapatkan profil lengkap dari potensi UKM yang berada di sentra industri keripik kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, yang selanjutnya akan digunakan untuk mengembangkan model strategi bisnis.

Pendekatan *action research*, yakni kegiatan penelitian yang dilanjutkan dengan aksi/implementasi yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi berkaitan dengan UMK dalam rangka memberikan rekomendasi pengambilan kebijakan pembinaan dan pengembangannya.

4.2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kawasan Sentra Industri Keripik yang berada di wilayah Kota Bandar Lampung, yang beralamat di Jln. Z.A. Pagar Alam, Kelurahan Segala Mider, Kecamatan Tanjung Karang Barat Kotamadya Bandar Lampung yang berdiri pada Tahun 2007. Studi pendahuluan dilakukan selama 8 bulan.

4.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis Data yang dibutuhkan dalam Penelitian ini berdasarkan Sumbernya adalah, data: (1) Primer; dan (2) Sekunder. Data Primer diperoleh langsung dari sumber-sumber sebagai berikut: Pengusaha Kripik yang berada di kawasan Industri, Dinas-dinas terkait yang berkepentingan dengan pengembangan UKM: Dinas

Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan,, Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja, Dinas Pemberdayaan Perempuan, dan PTPN.VII sebagai Pembina UKM. Pengambilan Data dilakukan dengan Teknik wawancara, FGD (*Focus Group Discussion*) dan kuestioner untuk mendapatkan gambaran secara umum mengenai usaha kripik dan masukan untuk pengembangan UKM. Data primer juga diperoleh melalui observasi untuk melihat pengelolaan kripik secara teknis tentang kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha kripik (peralatan, proses produksi, dan lain-lain). Data sekunder diperoleh dari dinas koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung dalam bentuk dokumen, bahan-bahan literatur, hasil penelitian terdahulu, dan dari internet.

4.4. Populasi dan Sampel

Jumlah pengusaha di Sentra Industri Kripik Bandar Lampung sampai dengan tahun 2014 berjumlah 34 pengusaha. Dalam penelitian ini seluruh jumlah populasi di gunakan sebagai sampel.

4.5. Bagan Alir Penelitian

Sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni pengembangan model stategi bisnis pengusaha kripik pada kawasan sentra kripik di kelurahan Segala Mider Bandar Lampung, dan kemudian mengoptimalkan aplikasinya, maka penelitian ini menggunakan metode action research. Metode ini dipilih karena pada tahap pertama akan dilakukan kajian (*research*) terhadap model pengembangan yang sudah dilaksanakan dan kemudian berdasarkan hasil kajian merumuskan satu pengembangan model strategi bisnis pengusaha kripik. Kemudian pada tahun kedua akan dilaksanakan implementasi /tindakan (*action*) untuk menerapkan model yang sudah diperoleh pada tahap pertama, diikuti dengan revisi untuk menghasilkan model terakhir.

Secara keseluruhan kegiatan penelitian akan diselesaikan dalam dua tahap (dua tahun), dengan rincian kegiatan pada masing-masing tahap sebagai berikut.

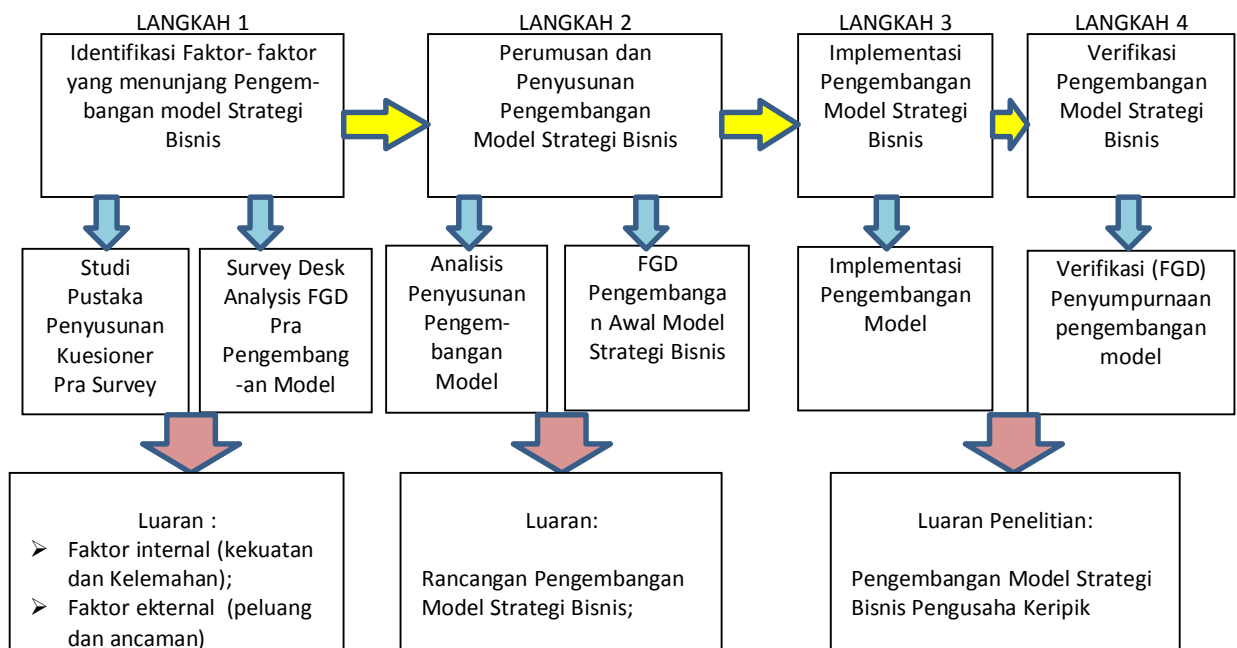
Tahap Pertama:

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan adalah untuk menghasilkan satu model strategi bisnis. Untuk mewujudkan hasil tersebut, akan dilaksanakan dua langkah: 1) Melakukan identifikasi faktor-faktor yang menunjang pengembangan model strategi bisnis, 2) Menyusun dan merumuskan pengembangan model strategi bisnis. Untuk memperoleh data tertentu, seperti mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi, digunakan metode diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*). Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode desk analysis menggunakan metode SWOT (Fredri Rangkuti, 2006).

Dari hasil analisis dengan model SWOT tersebut kemudian disusun „pra-model“ sebagai model awal. Model awal ini kemudian dimantapkan dengan metode diskusi terarah (*focus group discussion/FGD*) yang akan melibatkan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan kepedulian (*stakeholders*). Hasil FGD akan digunakan untuk melakukan finalisasi model sehingga dihasilkan model strategi bisnis pengusaha keripik di kawasan sentra keripik.

Tahap kedua:

Tahap kedua merupakan kegiatan lanjutan dari tahap pertama dan ditujukan untuk mengimplementasikan rancangan pengembangan model strategi bisnis yang telah dihasilkan dari kegiatan tahap pertama. Kegiatan pada tahap ini juga akan dilaksanakan dalam dua langkah sebagai kelanjutan langkah satu dan dua, meliputi langkah: 3) implementasi pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik, dan 4) verifikasi pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik. Pada langkah ketiga akan dilaksanakan implementasi rancangan pengembangan model, dengan metode aksi dan pendampingan. Setelah model diaplikasikan, kemudian akan dilaksanakan langkah keempat, yakni verifikasi model dan penyempurnaan model, dengan metode diskusi terarah (FGD). Dari seluruh kegiatan pada tahap kedua akan dihasilkan model final strategi bisnis. Secara ringkas, langkah dan target tahapan kegiatan digambarkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Bagan Alir Penelitian Pengembangan model Strategi Bisnis

4.6. Metode Analisis

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Sesuai dengan bagan alir penelitian, kegiatan awal yang akan dilaksanakan adalah studi pustaka dan penyusunan kuesioner. Sesudah kuesioner disempurnakan, pengumpulan data primer dilaksanakan maka data hasil survei kemudian dianalisis dengan metode desk analysis. Analisis dilaksanakan dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis awal tersebut kemudian akan dianalisis lebih lanjut untuk menyusun pengembangan model strategi bisnis.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif dengan menggunakan model analisis SWOT. Menurut Fredi Rangkuti: Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan permasalahan perusahaan (Fredi Rangkuti 2006,18). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat mamaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)

Menurut Fredi Rangkuti (2006, 21) proses analisis SWOT melalui 3 tahap yaitu:

Tahap Pengumpulan Data:

Kegiatan mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan berupa pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia. Dan faktor eksternal perusahaan adalah ekonomi, politik, sosial budaya. a) Memberikan kuesioner dengan alternatif jawaban yang diberi skor dengan berdasarkan skala likert. b) Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Cara menentukan faktor-faktor strategi internal dan eksternal adalah sebagai berikut : 1) Melakukan identifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman. 2) Setelah faktor-faktor teridentifikasi, maka dibuatlah Tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS).

Tahap Analisis:

Selanjutnya dilakukan pembobotan terhadap masing-masing faktor. Bobot dihitung dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut. Jumlah bobot untuk *strength* dan *weakness* adalah satu serta *opportunity* dan *threat* adalah satu.

Hitung rating masing-masing faktor dengan skala mulai dari 1 (dibawah rata-rata); 2 (rata-rata); 3 (di atas rata-rata); 4 (sangat baik). Pemberian rating untuk kekuatan bersifat positif, kekuatan yang semakin besar diberi rating + 4, jika kekuatannya kecil diberi rating +1. Pemberian rating kelemahan adalah kebalikannya, misalnya jika nilai kelemahannya sangat besar diberi rating + 1, dan jika nilai kelemahannya kecil, diberi rating + 4. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif, misalnya jika peluangnya semakin besar diberi rating + 4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating + 1, pemberian rating ancaman kebalikannya. Misalnya jika nilai ancamannya sangat besar, maka diberi rating + 1. Sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya + 4.

Mengalikan bobot dengan rating, hasilnya adalah nilai skor pembobotan untuk masing-masing skor. Selanjutnya menjumlahkan nilai skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai faktor internal dan eksternal disusun dan dijabarkan dalam matriks SWOT dan

dianalisis untuk memperoleh strategi yang tepat untuk dilaksanakan.

Tahap Pengambilan Keputusan:

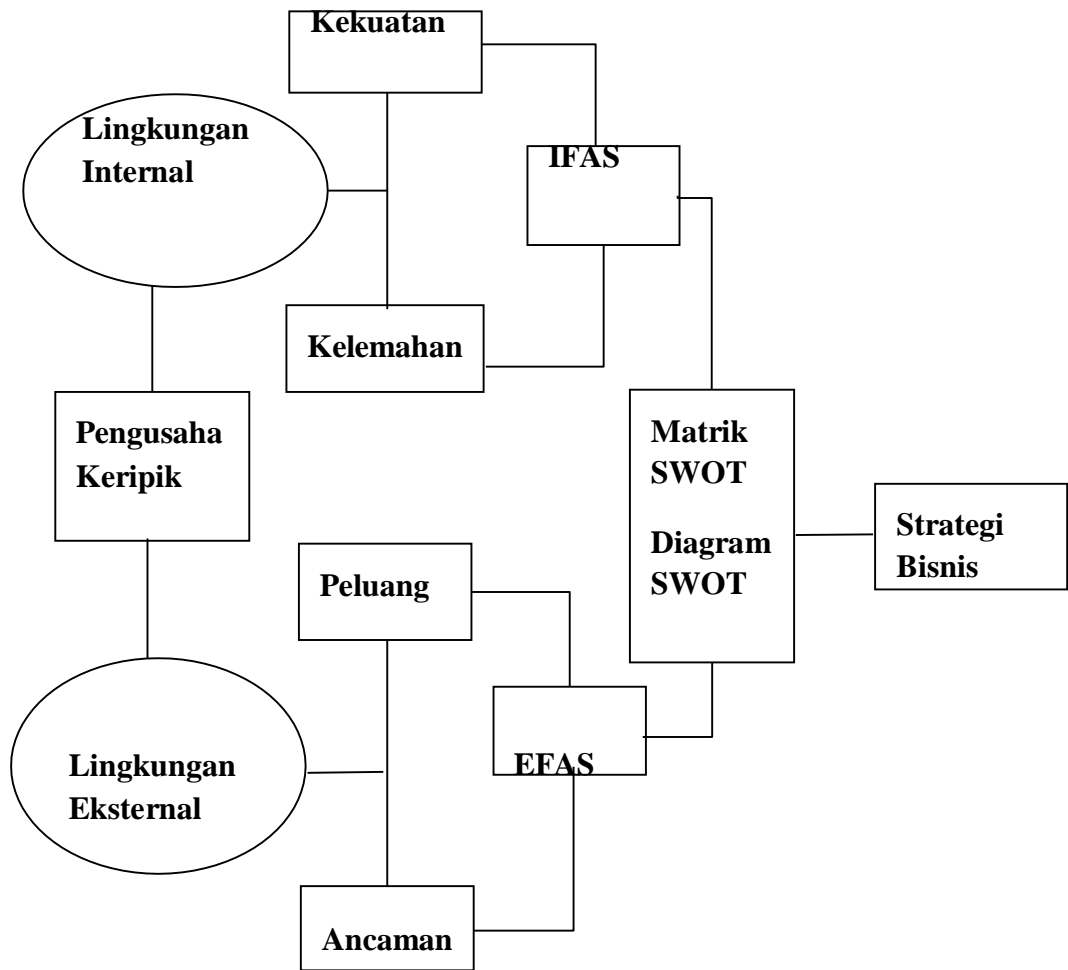
Pengambilan keputusan dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT (lihat Tabel 1). Matrik ini menghasilkan empat alternatif strategis yaitu: 1) *SO Strategies (Strengths – Opportunity)*. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada. 2) *WO Strategies (Weakness – Opportunity)*. Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. 3) *ST Strategies (Strengths – Threat)*. Strategi ini mengupayakan agar perusahaan mampu menghindari dan mengurangi dari ancaman-ancaman eksternal. 4) *WT Strategies (Weakness – Threat)*. Strategi ini adalah taktik untuk bertahan dengan mengurangi kelemahan internal serta menghindari dari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 1 Kombinasi Strategi Matriks SWOT

OT \ SW	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI – SO Menciptakan strategi <i>strength</i> untuk memanfaatkan <i>opportunity</i>	STRATEGI – WO Menciptakan strategi <i>weakness</i> dengan memanfaatkan <i>opportunity</i>
THREATS (T)	STRATEGI – ST Menciptakan strategi <i>strength</i> untuk menghindari <i>threat</i>	STRATEGI – WT Menciptakan strategi <i>weak-ness</i> dan menghindari <i>threat</i>

Sumber: Fredi Rangkuti (2006)

Berdasarkan analisis SWOT dibuat Kerangka Metode SWOT pada Gambar 4.

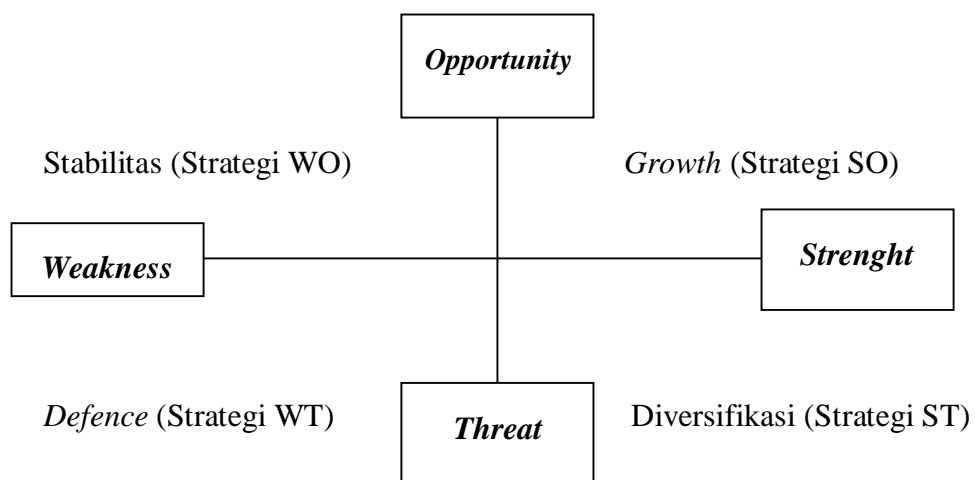


Sumber: Sunny T.H Gohdan Koo Kheng-Hor dalam Sapmaya Wulan & Mahmudi (2014).

Gambar 4 Kerangka Metode SWOT

Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis matrik SWOT menghasilkan empat strategi: SO, WO, ST, dan WT. Untuk mengaplikasikan strategi tersebut selanjutnya dilakukan perhitungan dan hasilnya dimasukkan ke dalam diagram cartesius untuk mengetahui urutan prioritas strategi yang harus dilakukan. (Gambar 5).



Sumber : Prawirokusumo dalam Wulan (2014)

Gambar 5 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Rencana penelitian yang akan dilaksanakan untuk pengembangan model Strategi Bisnis digambarkan dalam bentuk road map penelitian pada Tabel 2.

Tabel 2 Road Map Penelitian

Program	Sub Program	Tahun 2015		
		Kegiatan Penelitian	Out put	Target
Pengembangan Model Strategi Bisnis UMK	Pengembangan model strategi produk	1. Riset model strategi produk kondisi saat ini; 2. Riset pengembangan model strategi produk	1. model strategi produk saat ini 2. rancangan pengembangan model strategi produk; 3. Publikasi jurnal	1. model strategi produk saat ini 2. rancangan pengembangan model strategi produk; 3. Publikasi jurnal
	Pengembangan model strategi pemasaran	1. Riset model strategi pemasaran kondisi saat ini; 2. Riset pengembangan model strategi pemasaran	1. model strategi pemasaran saat ini; 2. rancangan pengembangan model strategi pemasaran; 3. Publikasi jurnal	1. model strategi pemasaran saat ini; 2. rancangan pengembangan model strategi pemasaran; 3. Publikasi jurnal
	Pengembangan model strategi keuangan	1. Riset model strategi keuangan saat ini; 2. Riset pengembangan model strategi keuangan	1. model strategi keuangan saat ini; 2. rancangan pengembangan model strategi keuangan; 3. Publikasi jurnal	1. model strategi keuangan saat ini; 2. rancangan pengembangan model strategi keuangan; 3. Publikasi jurnal
	Pengembangan model strategi sdm	1. Riset model strategi sdm saat ini; 2. Riset pengembangan model strategi sdm	1. model strategi sdm saat ini; 2. rancangan pengembangan model strategi sdm; 3. Publikasi jurnal	1. model strategi sdm saat ini; 2. rancangan pengembangan model strategi sdm; 3. Publikasi jurnal
Program	Sub Program	Tahun 2016		
Implementasi Model Strategi Bisnis UMK	Implementasi rancangan model strategi produk	Implementasi rancangan model strategi produk	1. Pengembangan model strategi produk 2. Publikasi jurnal	1. Pengembangan model strategi produk 2. Publikasi jurnal
	Implementasi rancangan model strategi pemasaran	Implementasi rancangan model strategi pemasaran	1. Pengembangan model strategi pemasaran 2. Publikasi jurnal	1. Pengembangan model strategi pemasaran 2. Publikasi jurnal
	Implementasi rancangan model strategi keuangan	Implementasi rancangan model strategi keuangan	1. Pengembangan model strategi keuangan 2. Publikasi jurnal	1. Pengembangan model strategi keuangan 2. Publikasi jurnal
	Implementasi rancangan model strategi sdm	Implementasi rancangan model strategi sdm	1. Pengembangan model strategi sdm 2. Publikasi jurnal	1. Pengembangan model strategi sdm 2. Publikasi jurnal

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi karakteristik responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah para pengusaha keripik yang berada di kawasan sentra industri keripik kelurahan Segala Mider Bandar Lampung. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi para pengusaha keripik di kios-kios milik para pengusaha tersebut. Peneliti berhasil menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 31 responden yang merupakan pengusaha keripik. Hasil jawaban responden dikelompokkan dalam empat karakteristik yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, dan jumlah pekerja yang dimiliki oleh para pengusaha.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh data klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin pada Tabel 3.

Tabel 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	13	46
2	perempuan	15	54
Jumlah		28	100

Sumber: Data diolah, 2016

2. Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh data klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin pada Tabel 4.

Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	> 50	5	18
2	41 - 50	10	36
3	31 - 40	5	18
4	≤ 30	8	28
Jumlah		28	100

Sumber: Data diolah, 2016

3. Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh data, klasifikasi responden berdasarkan pendidikan responden pada Tabel 5.

Tabel 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	PT	3	11
2	SMA	20	71
3	SMP	4	14
4	SD	1	4
Jumlah		28	100

Sumber: Data diolah, 2016.

4. Berdasarkan Jumlah Pekerja

Berdasarkan hasil jawaban responden diperoleh data klasifikasi responden berdasarkan jumlah pekerjanya pada Tabel 6.

Tabel 6 Data Responden Berdasarkan Jumlah Pekerja

No.	Jumlah Pekerja	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	➤ 5	8	29
2	5	4	14
3	4	4	14
4	3	3	11
5	2	6	21
6	1	3	11
Jumlah		28	100

Sumber: Data diolah, 2016.

5.2 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*)

5.2.1 Faktor-faktor Internal dan Eksternal

Tahap-tahap dalam menyusun tabel *internal factor analysis summary* (IFAS) dan *eksternal factor analysis summary* (EFAS) yaitu dengan menentukan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pengusaha keripik di kawasan sentra industri keripik. Setelah faktor internal dan eksternal pengusaha keripik diketahui, barulah dapat disusun tabel *internal factor analysis summary* (IFAS) dan tabel *eksternal factor analysis summary* (EFAS). Dalam tabel IFAS dan EFAS, masing-masing faktor diberi bobot dengan skala mulai dari 0,00 (tidak penting) sampai dengan 1,00 (sangat penting) dimana semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,00, faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap pengusaha keripik. Setelah masing-masing faktor diberi bobot, tahap selanjutnya adalah menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 (dibawah rata-rata) sampai dengan 4 (sangat baik). Nilai rating *strength* dan *weakness* selalu bertolak belakang, begitu juga dengan *opportunity* dan *threat*. Setelah melakukan pembobotan dan rating masing-masing faktor, tahap selanjutnya adalah mengalikan bobot masing-masing faktor dengan rating masing-masing faktor untuk memperoleh nilai skor. Adapun tabel IFAS dan EFAS pengusaha keripik dapat dilihat pada Tabel 7 dan 8.

Tabel 7 *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Strengths</i> (S):			
1. Kemudahan mendapatkan bahan baku	0,08	3	0,24
2. Produk bervariasi	0,08	4	0,32
3. Kemudahan mendapatkan bahan penolong	0,06	3	0,18
4. Harga relatif cukup terjangkau	0,05	4	0,20
5. Waktu penjualan fleksibel	0,04	4	0,16
6. Lokasi sentra strategis	0,06	3	0,18
7. Proses penjualan mudah dilakukan	0,03	3	0,09
8. Sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner	0,05	3	0,15
Sub Total	0,45		1,52
<i>Weaknesses</i> (W):			
1. Kurangnya inovasi produk	0,05	3	0,15
2. Tidak adanya standardisasi produk	0,07	2	0,14
3. Kemasan yang kurang menarik	0,06	2	0,12
4. Kurangnya promosi	0,05	2	0,10
5. Tidak memiliki lahan parkir yang memadai	0,07	2	0,14
6. Tidak ada pusat penjualan di sentra	0,07	1	0,07
7. Peralatan produksi masih sederhana/tidak menggunakan teknologi modern	0,05	2	0,10

8. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan	0,05	2	0,10
9. Kurangnya modal	0,08	2	0,16
Sub Total	0,55		1,08
Total	1		2,60

Sumber: Data diolah, 2016.

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 7 *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) di atas, diketahui faktor *Strength* mempunyai total nilai skor 1,52 sedangkan *Weakness* mempunyai total nilai skor, 1,08. Adapun total nilai skor keseluruhan faktor internal (kekuatan dan kelemahan adalah 2,60.

Tabel 8 *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<i>Opportunities</i> (O)			
1. Pasar yang besar	0,12	4	0,48
2. Promosi on-line oleh Telkom	0,10	3	0,30
3. Adanya rencana penjualan terpusat di Sentra	0,08	2	0,16
4. Adanya pembinaan berupa pinjaman modal dari PTP	0,07	3	0,21
5. Adanya pinjaman modal dari Bank Indonesia	0,08	2	0,16
6. Wacana pelebaran jalan dari dinas PU	0,08	1	0,08
7. Rencana pengadaan jalur transportasi umum dari dinas Perhubungan	0,08	1	0,08
8. Rencana penataan dan pengadaan parkir yang terpusat di area sentra.	0,09	1	0,09
Sub Total	0,70		1,56
<i>Threat</i> (T):			
1. Banyaknya pesaing usaha keripik di luar sentra	0,10	4	0,40
2. Tidak ada transportasi umum yang melewati sentra industri keripik	0,10	1	0,10
3. Kapasitas jalan yang sempit dan padat.	0,10	2	0,20
Sub Total	0,30		0,70
Total	1		2,26

Sumber: Data diolah, 2016.

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 8 *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) diatas, diketahui faktor *Opportunity* mempunyai total nilai skor 1,56 dan *Threat* mempunyai total nilai skor 0,70 dan total nilai keseluruhan faktor eksternal (peluang dan ancaman) adalah 2,26.

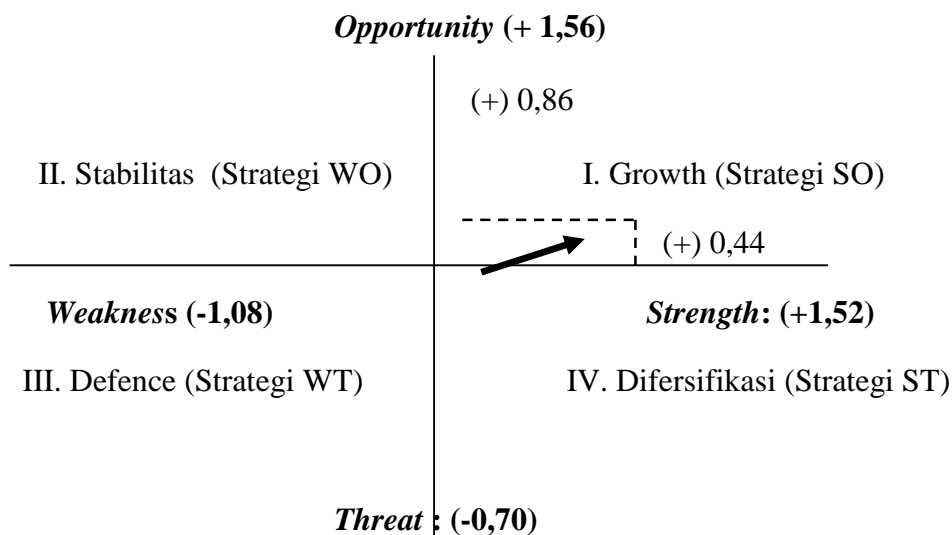
Selanjutnya nilai total skor masing-masing faktor dapat dirinci, *Strength*: 1,52 *Weakness*: 1,08, dengan selisih 0,44. *Opportunity*: 1,56, dan *Threat*: 0,70 dengan selisih 0,86. Sedangkan total nilai skor keseluruhan untuk faktor internal (kekuatan dan kelemahan) adalah: 2,60 dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) adalah 2,26.

5.2.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram cartesius analisis SWOT adalah tahap analisis selanjutnya setelah tabel IFAS dan EFAS dibuat. Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS diketahui nilai *Strength* 1,52 nilai *Weakness* 1,08 dengan selisih 0,44 dan nilai *Opportunity* 1,56 nilai *Threat* 0,70 dengan selisih 0,86.

Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram Cartesius analisis SWOT yang dapat dilihat pada Gambar 6.

Gambar 6 Diagram Cartesius Analisis SWOT pengusaha keripik



Sumber: Data diolah, 2016.

Berdasarkan diagram Cartesius analisis SWOT di atas, diketahui bisnis keripik berada di kuadran I, dimana situasi yang sangat menguntungkan. Pada kuadran ini, usaha keripik memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

5.2.3 Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT

Dari nilai total masing-masing faktor selain digambarkan dalam diagram Cartesius SWOT juga digambarkan dalam rumus kombinasi Matrik SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Rumusan Kombinasi Strategi Matrik SWOT

IFAS EFAS	Strength (S)	Weakness (W)
Opportunity (O)	Strategi (SO) $= 1,52 + 1,56$ $= 3,08$	Strategi (WO) $= 1,08 + 1,56$ $= 2,64$
Threat (T)	Strategi (ST) $= 1,52 + 0,70$ $= 2,22$	Strategi (WT) $= 1,08 + 0,70$ $= 1,78$

Sumber : Data diolah Tahun 2016

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 9 di atas, diperoleh nilai hasil kombinasi strategi SWOT sebagai berikut: *Strength-Opportunity* (3,08), *Weakness-Opportunity* (2,64), *Strength-Threat* (2,22), dan *Weakness-Threat* (1,78).

5.2.4 Matrik SWOT

Berdasarkan matrik IFAS dan EFAS pada Tabel 7 dan Tabel 8, selanjutnya disusun pula matrik SWOT untuk menganalisis rumusan alternatif strategi *strength-opportunity* (SO), *weakness-opportunity* (WO), *strength-threat* (ST), dan *weakness-threat* (WT). Adapun analisis matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kombinasi Strategi Matrik SWOT

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mendapatkan bahan baku 2. Produk bervariasi 3. Kemudahan mendapatkan bahan penolong 4. Harga relatif cukup terjangkau 5. Waktu penjualan fleksibel 6. Lokasi sentra strategis 7. Proses penjualan mudah dilakukan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya inovasi produk 2. Tidak adanya standarisasi produk 3. Kemasan yang kurang menarik 4. Kurangnya promosi 5. Tidak memiliki lahan parkir yang memadai 6. Tidak ada pusat penjualan di sentra

	8. Sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner	7. Peralatan produksi masih sederhana/tidak menggunakan teknologi modern 8. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan 9. Kurangnya modal
<p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar yang besar 2. Promosi on-line oleh Telkom 3. Adanya rencana penjualan terpusat di Sentra 4. Adanya pembinaan berupa pinjaman modal dari PTP 5. Adanya pinjaman modal dari Bank Indonesia. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk 2. Menambah kegiatan promosi melalui on-line. 3. Menciptakan logo khusus bagi sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah variasi produk 2. Melakukan inovasi produk. 3. Melakukan standarisasi mutu produk. 4. Menciptakan kemasan yang menarik. 5. Menambah kegiatan promosi. 6. Meningkatkan penggunaan teknologi peralatan produksi. 7. Menambah pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan. 8. Memanfaatkan pinjaman modal dari BI dan PTP untuk pengembangan usaha keripik. 9. Menghimbau anggota sentra agar masing-masing menyediakan lahan parkirnya.
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing usaha keripik di luar sentra 2. Tidak ada transportasi umum yang melewati sentra industri keripik 3. Kapasitas jalan yang sempit dan padat. 4. Tidak ada tempat parkir yang terpusat di area sentra. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk lebih unggul dari pesaing 2. Mempertahankan harga agar mampu bersaing. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi produk guna meningkatkan variasi dan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. 2. Mengusulkan jalur transportasi umum kepada Pemerintah Daerah. 3. Mengusulkan pelebaran jalan kepada Pemerintah Daerah. 4. Mengusulkan penyediaan lahan parkir yang terpusat di area sentra. 5. Pengadaan pusat penjualan bagi Sentra.

Sumber : Hasil analisis peneliti Tahun 2016.

Berdasarkan kombinasi Matrik SWOT yang ada pada Tabel 10, maka diperoleh berbagai strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha keripik di sentra industri keripik. Adapun berbagai macam strategi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO:
 - a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk
 - b. Menambah kegiatan promosi melalui on-line.
 - c. Menciptakan logo khusus bagi sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner.
2. Strategi WO:
 - a. Menambah variasi produk
 - b. Melakukan inovasi produk.
 - c. Melakukan standarisasi mutu produk.
 - d. Menciptakan kemasan yang menarik.
 - e. Menambah kegiatan promosi.
 - f. Meningkatkan penggunaan teknologi peralatan produksi.
 - g. Menambah pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan.
 - h. Memanfaatkan pinjaman modal dari BI dan PTP untuk pengembangan usaha keripik.
 - i. Menghimbau anggota sentra agar masing-masing menyediakan lahan parkirnya.
3. Strategi ST:
 - a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk lebih unggul dari pesaing
 - b. Mempertahankan harga agar mampu bersaing.
4. Strategi WT:
 - a. Melakukan inovasi produk guna meningkatkan variasi dan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
 - b. Mengusulkan jalur transportasi umum kepada Pemerintah Daerah.
 - c. Mengusulkan pelebaran jalan kepada Pemerintah Daerah.
 - d. Mengusulkan penyediaan lahan parkir yang terpusat di area sentra.
 - e. Pengadaan pusat penjualan bagi Sentra.

5.2.5 Alternatif Perencanaan Strategi Kuantitatif Analisis Diagram SWOT

Berdasarkan rumusan matrik SWOT pada Tabel 10, maka dapat dilakukan analisis model kuantitatif perumusan strategi. Pembuatan analisis model kuantitatif tersebut berdasarkan jumlah nilai skor pada masing-masing strategi, baik itu pada strategi SO, WO, ST dan WT, maka dapat digambarkan model kuantitatif rumusan strategi yang dapat dilihat pada Tabel 11 di bawah ini:

Tabel 11. Matrik Perencanaan Kombinasi Strategi Kuantitatif

IFAS EFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunity (O)</i>	<p>Strategi SO: Menggunakan <i>strength</i> untuk memanfaatkan peluang = 3,08</p>	<p>Strategi WO: Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang = 2,64</p>
<i>Threat (T)</i>	<p>Strategi ST: Menggunakan <i>strength</i> untuk mengatasi ancaman = 2,22</p>	<p>Strategi WT: Meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman = 1,78</p>

Sumber : Data diolah Tahun 2016.

Dari Tabel 11 di atas, matrik perencanaan kombinasi strategi kuantitatif menunjukkan bahwa pengusaha keripik perlu memanfaatkan strategi SO yang mempunyai nilai skor tertinggi yaitu = 3,08 selanjutnya diikuti strategi WO = 2,64, ST = 2,22, dan WT = 1,78.

Adapun masing-masing strategi yang dapat dilakukan yaitu:

1. Strategi SO:
 - a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk
 - b. Menambah kegiatan promosi melalui on-line.
 - c. Menciptakan logo khusus bagi sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner.
2. Strategi WO:
 - a. Menambah variasi produk
 - b. Melakukan inovasi produk.
 - c. Melakukan standardisasi mutu produk.
 - d. Menciptakan kemasan yang menarik.
 - e. Menambah kegiatan promosi.
 - f. Meningkatkan penggunaan teknologi peralatan produksi.
 - g. Menambah pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan.
 - h. Memanfaatkan pinjaman modal dari BI dan PTP untuk pengembangan usaha keripik.

3. Strategi ST:
 - a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk lebih unggul dari pesaing
 - b. Mempertahankan harga agar mampu bersaing.
4. Strategi WT:
 - a. Melakukan inovasi produk guna meningkatkan variasi dan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
 - b. Mengusulkan jalur transportasi umum kepada Pemerintah Daerah.
 - c. Mengusulkan pelebaran jalan kepada Pemerintah Daerah.
 - d. Mengusulkan penyediaan lahan parkir yang terpusat di area sentra.
 - e. Pengadaan pusat penjualan bagi Sentra.

5.2.6 Implementasi Strategi Bisnis

Berdasarkan hasil analisis diagram Cartesius SWOT pada Gambar 6, dimana usaha keripik di Sentra Industri Keripik berada pada Kuadran I, maka strategi bisnis yang dapat diimplementasikan yaitu strategi Generik. Adapun strategi Generik yang dapat dilakukan yaitu:

1. Strategi Keunggulan Biaya

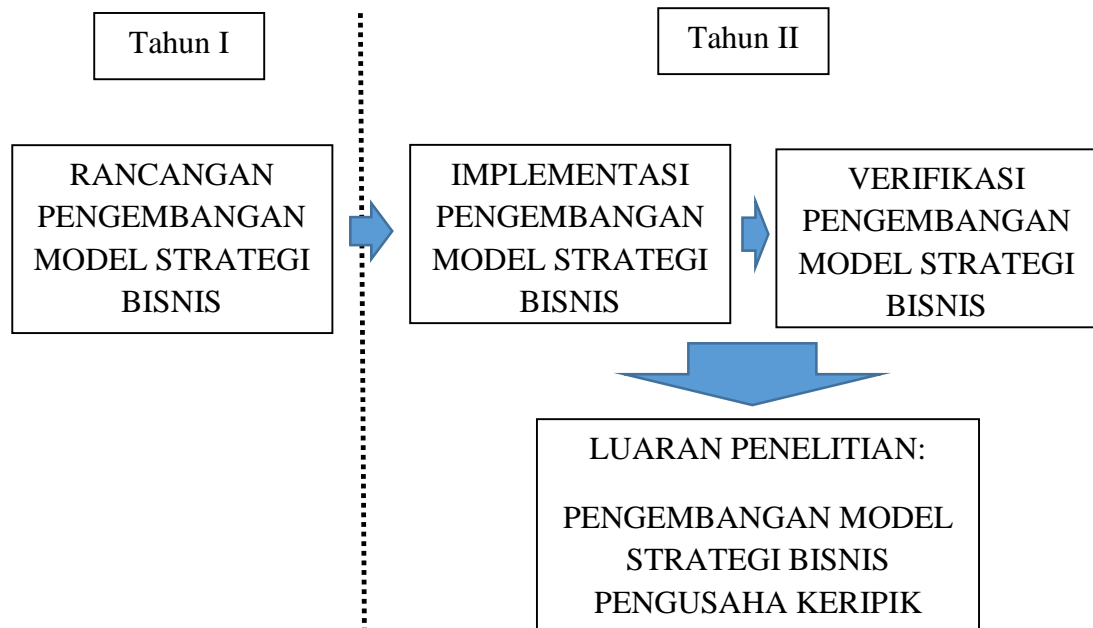
Dalam melakukan strategi keunggulan biaya, pengusaha keripik dapat menekan jumlah biaya dengan cara: membeli bahan baku dalam jumlah banyak sehingga harga bahan baku tersebut rendah, pengusaha keripik juga dapat menekan biaya bahan penolong.
2. Strategi Diferensiasi

Dalam melakukan strategi diferensiasi, pengusaha keripik harus memperbanyak pilihan produk dan meningkatkan kualitas produk sehingga konsumen benar-benar merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Selain itu pengusaha keripik untuk mengatasi sempitnya lokasi, dapat melakukan pendekatan kepada para pihak-pihak yang terkait untuk mengatasi sempitnya lahan parkir. Untuk mengatasi masalah kekurangan modal usaha, pengusahakeripik dapat meminjam dana di Bank Indonesia, dan PTPN VII.
3. Strategi Fokus

Dalam menerapkan strategi fokus, pengusaha keripik dapat lebih menonjolkan status sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner kota Bandar Lampung supaya lebih dikenal oleh banyak konsumen, baik di dalam maupun di luar daerah Lampung.

BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Tahun kedua merupakan kegiatan lanjutan dari tahap pertama dan ditujukan untuk mengimplementasikan rancangan pengembangan model strategi bisnis yang telah dihasilkan dari kegiatan tahap pertama. Rencana pada tahapan berikutnya seperti digambarkan pada skema berikut ini:



Jika pada tahun pertama telah dilakukan kegiatan : 1) identifikasi faktor-faktor yang menunjang pengembangan model strategi bisnis, yang terdiri dari faktor internal dan eksternal. 2) perumusan dan penyusunan rancangan pengembangan model strategi bisnis pengusaha keripik. Maka direncanakan kegiatan pada tahapan berikutnya adalah : langkah 3) mengimplementasikan hasil pengembangan model strategi bisnis, dan langkah ke 4) melakukan verifikasi terhadap hasil pengembangan model strategi bisnis tersebut, sehingga diperoleh hasil pengembangan model strategi bisnis yang sesuai bagi pengusaha keripik..

BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis diagram cartesius SWOT pada Gambar 6, usaha keripik pada sentra industri keripik berada pada Kuadran I, maka strategi bisnis yang dapat diimplementasikan yaitu strategi Generik. Adapun strategi Generik yang dapat dilakukan yaitu:
 - a. Strategi Keunggulan Biaya: Pemilik usaha keripik dapat menekan jumlah biaya dengan cara membeli bahan baku dalam jumlah yang banyak sehingga harga bahan baku bisa lebih rendah, begitu terhadap bahan pembantu, pemilik dapat menekan biaya bahan pembantu dengan cara penggunaan yang lebih efisien.
 - b. Strategi Diferensiasi: Pemilik dapat memperbanyak pilihan produk dan meningkatkan kualitas produk sehingga konsumen benar-benar merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Untuk mengatasi sempitnya lahan parkir, sentra industri keripik dapat melakukan pendekatan kepada pihak-pihak terkait untuk penyediaan lahan parkir bagi sentra industri keripik.
 - c. Strategi Fokus: Pengusaha keripik mempertahankan sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner dengan cara membuat logo khusus bagi sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner.
2. Berdasarkan analisis rumusan kombinasi strategi matrik SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 9, strategi sentra industri keripik yang efektif diperoleh yaitu: strategi SO dengan nilai tertinggi yaitu 3,08, diikuti dengan strategi WO dengan nilai 2,64, strategi ST dengan nilai 2,22 dan strategi WT dengan nilai 1,78. Adapun strategi-strategi tersebut di atas adalah sebagai berikut:
 - a. Strategi SO, strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, dapat dilakukan dengan: 1) Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk. 2) Menambah kegiatan promosi melalui on-line. 3) Menciptakan logo khusus bagi sentra industri keripik sebagai icon wisata kuliner.
 - b. Strategi WO, strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, dapat dilakukan dengan: 1) Menambah variasi produk. 2) Melakukan inovasi produk. 3) Melakukan standarisasi mutu produk. 4) Menciptakan kemasan yang menarik. 5) Menambah kegiatan promosi. 6) Meningkatkan penggunaan

- teknologi peralatan produksi. 7) Menambah pengetahuan dan keterampilan pengelolaan keuangan. 8) Memanfaatkan pinjaman modal dari BI dan PTP untuk pengembangan usaha keripik.
- c. Strategi ST, strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman, dapat dilakukan dengan: 1) Meningkatkan kuantitas dan kualitas produk lebih unggul dari pesaing. 2) Mempertahankan harga agar mampu bersaing.
 - d. Strategi WT, strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada, dapat dilakukan dengan: 1) Melakukan inovasi produk guna meningkatkan variasi dan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. 2) Mengusulkan jalur transportasi umum kepada Pemerintah Daerah. 3) Mengusulkan pelebaran jalan kepada Pemerintah Daerah. 4) Mengusulkan penyediaan lahan parkir yang terpusat di area sentra. 5) Pengadaan pusat penjualan bagi Sentra.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada usaha keripik, diperoleh suatu model strategi bisnis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing. Dalam menerapkan strategi bisnis tersebut sebaiknya pengusaha keripik memperhatikan:

1. Dalam melakukan pembelian bahan baku dan bahan pembantu, sebaiknya dilakukan dalam jumlah yang banyak dengan tetap memperhatikan kualitas bahan.
2. Dalam memperbanyak pilihan produk, pengusaha keripik haruslah mengelola dengan manajemen yang baik dan melaksanakannya secara efektif dan efisien, serta produk tersebut betul-betul disukai oleh konsumen..

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Dewi dan Ikhwana, Andri. 2012. *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra dengan Pendekatan Metode Balaced Scorecard (Studi Kasus di Pabrik Sutra Tiga Putra)*. Dipetik (27 Juni 2014) dari <http://jurnal.sttgarut.ac.id/index.php/kalibrasi/article/download/46/41>.
- Biro Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Jawa Barat. 2011. *Peranan Ekonomi UKM*.
- David. 2004. *Makalah Manajemen Strategi*. Dipetik (13 februari 2013). Dari <http://www.docstoc.com/docs/22002771/Manajemen-Strategi-Download-as-DOC>.
- Hidayati, Nurul. 2011. *Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Mengembangkan Usahanya (Studi pada Industri Ikat Tenun di Parengan Kecamatan Maduran-lamongan)*. Dipetik (27 Juni 2014) dari <http://eprints.upnja.tim.ac.id/1498>.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Penerapan Model Strategi Pemasaran Usaha Kecil Berbasis Web 2.0 Sebagai Upaya dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil (Penerapan Model pada Industri Kecil Strategis di Kota Bandung)*. Dipetik 27 Juni 2014, dari <http://jurnal.upi.edu/file/Ratih1.pdf>.
- Porter, M. 2007. *Bab II Landasan Teori*. Dipetik (17 februari 2013) dari <http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=23333>.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Tambunan, T. 2007. *Perkembangan Industri Skala Kecil Di Indonesia*. Jakarta: PT. Mutiara Sumber Widya.
- Wheelen dan Hunger. 2006. *Bab II LandasanTeori*. Dipetik (17 februari 2013) dari <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/2012-1-00601-SI%20Bab%202.pdf>.
- Wulan, Sapmaya dan Mahmudi. 2014. *Analisis Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing yang Berkelanjutan pada Pedagang Kaki Lima (Studi pada Usaha Es Mang Udin di Bandar Lampung)*. Universitas Bandar Lampung. Bandar Lampung.