

## STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK BERBASIS PISANG PADA BEBERAPA UKM DI KOTA BATURAJA

Candra Agusta<sup>(1)</sup>Yetty Oktarina<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup>Mahasiswa (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Baturaja

<sup>(2)</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Baturaja

Jl. Ratu Penghulu Karang Sari No. 02301, OKU, Sumatera Selatan, Telp/Fax (0735) 326122

Email: [Faperta.unbara@yahoo.com](mailto:Faperta.unbara@yahoo.com)

### ABSTRACT

*This research is a strategy of development of banana based product innovation on some ukm in baturaja city this research method use survie disproportionate stratified random sampling result of this research is Based on research which have been done, hence can be concluded that Strategy of Banana Product Innovation Development In Baturaja City Ogan Komerling Ulu Regency are as follows: Strategy (SO) Business expansion by utilizing borrowed funds from financial institutions or SOEs with low interest rates, expanding the distributor network and channeling products to areas that have never been entered, increasing the number of production of banana based products, Strategy (ST) Maintaining the quality of banana-based products, maintaining the production of banana-based products, increasing the supply of raw materials, Strategy (WO) Must improve tools and technology better, and need to promote product and Strategy (WT),*

**Keyword:** Revenue, Rice, Pattern Partnership, Pure Pattern

### PENDAHULUAN

Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor yang meliputi subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Salah satu subsektor pertanian yang saat ini banyak digeluti masyarakat yaitu sub sektor hortikultura. Setelah produksi pangan karbohidrat memperoleh kemajuan yang cukup pesat, maka peningkatan produksi hortikultura mendapatkan perhatian dan penanganan yang sejajar dengan komoditas lain. Budidaya tanaman hortikultura tropis dan subtropis sangat memungkinkan untuk dikembangkan di Indonesia karena tersedianya keragaman agroklimat dan karakteristik lahan serta sebaran wilayah yang luas (Zulkarnain, 2010).

Secara keseluruhan luas panen tanaman hortikultura tahun 2014, dibandingkan tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar 3,61 persen atau sekitar 70.429 hektar. Peningkatan luas panen terbesar dialami oleh kelompok tanaman buah dengan peningkatan sekitar 5,34 persen atau sekitar 44,270. Total produksi tanaman buah berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data SPH tahun 2014 adalah sebesar 19,806,977 ton, meningkat 8,30 persen dibandingkan tahun 2013. Lima komoditas yang memberikan kontribusi terbesar yaitu pisang, mangga, nanas, jeruk siam/keprok, dan salak (BPS, 2014).

Buah pisang adalah salah satu jenis buah yang mudah ditemukan di mana saja dan kapan saja. Hal ini karena sifat buah pisang yang selalu berbuah setiap saat tanpa menunggu musim datang seperti

buah lainnya, terutama di daerah tropis seperti Indonesia (Pandji, 2000).

Pisang memiliki kandungan nutrisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa buah-buahan lain seperti kandungan vitamin C, vitamin B kompleks, kalsium, dan serotonin. Zat ini berfungsi sebagai neurotransmitter yang memperlancar fungsi otak, oleh karena itu jika otak mengalami kelelahan maka ada baiknya mengkonsumsi buah pisang. Pisang berdasarkan cara mengkonsumsi dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu banana dan plantain. Banana adalah pisang yang lebih sering dikonsumsi dalam bentuk segar setelah buah matang, contohnya pisang ambon, susu, raja, seribu, sunripe. Sedangkan plantain adalah pisang yang dikonsumsi setelah

digoreng, direbus, dibakar, atau dikolak, seperti pisang kepok, seperti pisang kapok, siam, kapas, tanduk, tanduk dan uli.

Sentra produksi pisang terbesar di Indonesia adalah di Pulau Jawa, yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Sedangkan di luar pulau Jawa sentra produksi pisang terdapat di Sumatera Selatan dan Lampung. Buah pisang yang dihasilkan dipasarkan ke Jakarta dan sekitarnya (Satuhu dan Supriyadi, 2000).

Di Kabupaten Ogan Komering Ulu sendiri tanaman pisang cukup banyak dibudidayakan karena didukung oleh iklim dan lingkungan geografis yang mendukung untuk pertumbuhan. Walaupun tidak sebanyak produksi di propinsi Lampung. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Pisang di Kabupaten Ogan Komering Ulu

| No | Tahun | Produksi (Ton) |
|----|-------|----------------|
| 1  | 2012  | 3289           |
| 2  | 2013  | 2322           |
| 3  | 2014  | 2705           |
| 4  | 2015  | 1639           |
| 5  | 2016  | 2198           |

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Ogan Komering Ulu

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa produksi pisang di Ogan Komering Ulu dalam 5 tahun terakhir, yang mana pada tahun 2012 produksi pisang cukup tinggi yaitu 3289 Ton. Namun pada tahun berikutnya terjadi naik turun produksi, terutama pada tahun 2015 yaitu 1639 Ton.

Walaupun demikian pisang masih menjadi salah satu komoditi yang digunakan oleh pelaku industri rumah tangga (UKM) untuk bahan baku utama khususnya di Kota Baturaja. Jumlah industri rumah tangga (UKM) yang berbasis pisang di Kota Baturaja dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Industri Rumah Tangga (UKM) berbasis pisang di Kota Baturaja

| No | Nama usaha | Pemilik       | Jenis produk   | Alamat                      |
|----|------------|---------------|----------------|-----------------------------|
| 1  | Nikki Edo  | Kabar nugroho | Keripik pisang | Rss. Holindo Bta Permai     |
| 2  | Azhar      | Azhar         | Keripik pisang | Jl. Let Tukiran Talang Jawa |
| 3  | Arta       | Arta          | Keripik pisang | Rss. Holindo Bta Permai     |
| 4  | Koban      | Koban         | Keripik pisang | Jl. Pncur Baturaja Timur    |
| 5  | Negro      | Negro         | Keripik pisang | Jl. Gotong royong           |
| 6  | Erom       | Erom          | Keripik pisang | Desa Karya Mukti            |
| 7  | Abdul R.   | Abdul rohim   | Keripik pisang | Desa Karya Mukti            |

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Ogan Komering Ulu Tahun 2016.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa cukup banyak jumlah Industri Rumah Tangga (UKM) di Kota Baturaja, terutama Industri Rumah Tangga (UKM) yang menggunakan komoditi buah pisang sebagai bahan utama untuk menjalankan usaha. Hanya saja dari buah pisang tersebut hanya diolah menjadi keripik dan sale saja, belum dilakukan inovasi menjadi produk turunan lainnya. Sebenarnya dengan inovasi pelaku usaha akan dapat menambah pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha hanya memproduksi keripik dan sale pisang saja. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai “Strategi Pengembangan Inovasi Produk yang Berbasis Pisang di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu”.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan inovasi produk berbasis pisang pada beberapa UKM di

Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh data-data atau fakta yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Di mana kota Baturaja merupakan sebagai salah satu kota yang paling banyak melakukan kegiatan industri rumah tangga (UKM) terutama dengan industri yang berbasis pisang.

Metode penarikan contoh yang digunakan adalah metode acak berlapis tak berimbang (*dispropotionated stratified random sampling*), dari jumlah sampel yakni 37 orang diklasifikasi berdasarkan Pelaku Usaha Industri 7 orang, Desperindagkop 10 orang, pedagang 10 orang, dan konsumen 10 orang. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penarikan Sampel Penelitian.

| Stakeholders            | Jumlah Populasi (orang) | Jumlah Sampel (orang) | Persentase (%) |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------|
| 1 Pelaku Usaha Industri | 7                       | 7                     | 100 %          |
| 2 Desperindagkop        | 73                      | 10                    | 13,69 %        |
| 3 Pedagang Keripik      | 12                      | 10                    | 83,33 %        |
| 4. Konsumen             | 100                     | 10                    | 10 %           |
| Jumlah                  | 192                     | 37                    | 20,72 %        |

Untuk menjawab rumusan masalah yaitu menggunakan Analisis Matrik SWOT. Dimana Matriks SWOT adalah penggabungan faktor IFAS dan faktor

EFAS sehingga membentuk suatu strategi yaitu menentukan Strategi dengan Bantuan Matrik SWOT.

Tabel 4. Matrix SWOT Strategi Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Pisang Pada Beberapa UKM di Kota Baturaja

| <b>IFAS</b>                                             | <b>Strength (kekuatan)</b><br>Faktor-faktor kekuatan                                         | <b>Weakness (kelemahan)</b><br>Faktor-faktor kelemahan                                           |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EFAS</b>                                             |                                                                                              |                                                                                                  |
| <b>Opportunity(kesempatan)</b><br>Faktor-faktor peluang | <b>Strategi S-O</b><br>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang. | <b>Strategy W-O</b><br>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. |
| <b>Threat (ancaman)</b><br>Faktor-faktor kekuatan       | <b>Strategi S-T</b><br>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.  | <b>Strategi W-T</b><br>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman     |

**Keterangan :**

1. Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

2. Strategi ST

Strategi ST adalah strategi yang dirancang dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki usaha kecil menengah (UKM) berbasis pisang untuk mengatasi ancaman yang kemungkinan akan menghambat kegiatan inovasi produk berbasis pisang tersebut.

### 3. Strategi WO

Strategi WO diterapkan dalam rangka untuk memanfaatkan atau mengambil peluang yang ada atau dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki oleh usaha kecil menengah (UKM) berbasis pisang. Dengan strategi ini diharapkan inovasi produk tersebut mampu meminimalkan kelemahan yang dihadapinya dengan memanfaatkan peluang yang ada.

### 4. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi dimana perusahaan berusaha untuk meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada dan berusaha menghindari ancaman yang timbul dari kelemahan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Karakteristik Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kabupaten Ogan Komering Ulu**

Kabupaten Ogan Komering Ulu memiliki 18 jenis usaha kecil dan menengah (UKM) terdiri dari 125 pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) salah satu usaha tersebut adalah usaha berbasis keripik pisang. Keripik pisang adalah pisang yang telah di iris tipis lalu digoreng, dan diberi bumbu perasa, adapun tujuan dari pengelolaan keripik pisang ialah untuk memberi nilai tambah dan meningkatkan kemanfaatannya, ketertarikan dari sejumlah pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk membuka usaha keripik pisang ini karena pengolahannya yang cukup mudah diproduksi.

Berdasarkan pada asumsi tersebut maka didirikannya UKM atau industri

rumah tangga dengan jenis keripik pisang kini dikenal oleh masyarakat luas bukan hanya di Kabupaten Ogan Komering Ulu saja tetapi pangsa pasar sudah menyebar hingga tingkat provinsi diantaranya Palembang dan sekitarnya. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) khususnya usaha berbasis keripik pisang akhir-akhir ini mengalami kekurangan minat atau permintaan terhadap konsumen itu dikarenakan kurangnya varian rasa, keripik pisang untuk saat ini hanya ada rasa original dan cokelat.

### **Beberapa Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Pisang di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu**

#### **1. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Pisang “Arta”**

Usaha “ARTA” didirikan dan dijalankan pada tahun 2010 yang berlokasi di perumahan RSS. Holindo Blok D No. 12 Kelurahan Baturaja Permai Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. Industri rumah tangga ini dijalankan oleh Ibu Arjuna dengan anaknya Jessyta, dengan modal yang seadanya dan keberaniannya mencoba untuk menjual produknya dengan menitipkan kewarung-warung dan toko-toko disekitar tempat usaha, dengan melihat penjualan yang semakin banyak peminatnya maka Ibu Arjuna beserta keluarga memutuskan untuk mengembangkan usaha tersebut.

Pada tahun 2012 usaha ini dilengkapi dengan nomor induk pendaftaran dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan SK No.09.1601.01086. Pada tanggal 05 maret 2012 perusahaan ini dilengkapi dengan Surat Izin Produksi Pangan Rumah Tangga (SPP-IRT) Berdasarkan Surat Keputusan Badan Pegawai Obat Dan Makanan Republik

Indonesia dengan bernomor HK. 00.05.5.1640 dan dilengkapi dengan SK dari Dinas Kesehatan dengan bernomor P-IRT No.215160101322. Selama terdaftar di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Koperasi OKU pemilik mendapatkan bantuan yaitu berupa kompor, kualii, alat press, timbangan elektronik, dan alat sablon. Dari dinas ketahanan pangan mendapatkan bantuan berupa kompor, alat press, dan kualii. Pemberian bantuan dari Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Koperasi OKU tersebut didapat pemilik setiap akhir tahun dan bantuan dari Dinas Ketahanan Pangan didapat setiap 6 bulan 1 kali. penghargaan yang didapat usaha pemilik dalam merintis usaha industrinya yaitu piagam penghargaan *Sovernir Economic Study Tour*, industri pengolahan rumah tangga terbaik tingkat Kabupaten OKU tahun 2012 Piagam Penghargaan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga PKK tahun 2013 dan piagam penghargaan sebagai pelaku wirausaha muda mandiri tingkat mahasiswa dalam rangka Dies Natalis UNBARA ke-XV tahun 2014.

Usaha industri rumah tangga “ARTA” biasanya menitipkan dan memasarkan produknya ke berbagai tempat seperti toko-toko, warung kecil maupun besar di hampir semua yang ada di kec. Baturaja timur dan pemilik juga menerima pesanan dari rumah langsung baik hari biasa maupun untuk hari lebaran dan hari lainnya.

## **2. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Pisang “Arimbi”**

Usaha produksi pangan industri rumah tangga Sale Pisang “Arimbi” di dirikan tahun 2004 dengan lokasi di Jalan Letnan Tukiran No. 709 kelurahan Talang

Jawa Kecamatan Baturaja Barat Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Awalnya usaha sale pisang Arimbi ini didirikan oleh atas ide dari Almarhum suami ibu Anisa yakni Almarhum Bapak Marimum kemudian dikelola oleh ibu Anisa dan Adik kandung ibu anisa yakni Bapak Azhar S.P yakni alumni mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta (Anisa 2017).

Pemberian nama Arimbi berasal atas ide Bapak Edi Yusuf selaku Bupati Ogan Komering Ulu. Kemudian usaha sale pisang putri “Arimbi” diberi modal secara Cuma-Cuma oleh Bapak Edi Yusuf sebesar Rp. 500.000 setelah itu barulah usaha Ibu Anisa ini terdaftar di Dinas Kesehatan Ogan Komering Ulu pada tahun 2005 sampai dengan sekarang. Usaha sale pisang putri Arimbi ini didirikan sebagai upaya untuk menambah penghasilan keluarga dibidang produksi pangan.

### **Strategi Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Pisang Pada Beberapa Usaha Kecil Menengah Di Kota Baturaja**

Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Pisang Pada Beberapa Usaha Kecil Menengah Di Kota Baturaja dapat dilakukan dengan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threats*). Dengan teknis analisis SWOT ini secara efektif dapat membantu untuk menstruktur masalah dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang berkembang serta dihadapi oleh UKM berbasis pisang di kota baturaja, maka didapat beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang benar-benar dialami dan dihadapi oleh pelaku usaha kecil menengah berbasis pisang.

## A. Faktor-faktor IFAS dan EFAS

### 1. Faktor IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

#### a. Kekuatan (*Strength*)

Untuk mengetahui tingkat kekuatan yang dimiliki oleh UKM di Kota Baturaja, maka penulis melakukan beberapa wawancara Faktor-faktor yang menjadi kekuatan UKM berbasis pisang adalah:

1. Bahan baku tersedia dalam jumlah yang banyak dan murah

Buah pisang merupakan buah yang mudah dijumpai dimana saja, selain mudah dijumpai buah pisang juga cukup terjangkau oleh kalangan menengah kebawah untuk mengkonsumsinya. Hal inilah yang membuat bahan baku untuk produk ini mudah didapatkan.

2. Mutu produk yang dihasilkan baik

Produk yang dihasilkan oleh beberapa Usaha Kecil Menengah berbasis pisang di Kota Baturaja semuanya berkualitas baik, hal ini dikarenakan pelaku usaha sangat memperhatikan bahan baku yang digunakan untuk memproduksi keripik pisang. Pisang yang digunakan adalah pisang raja yang berukuran besar, tidak menggunakan pengawet makanan, serta tambahan rasa yang disesuaikan dengan pesanan konsumen.

3. Tenaga kerja tersedia dalam jumlah yang cukup

Untuk beberapa Usaha Kecil Menengah yang berada di Kota Baturaja khususnya yang berbasis pisang tidak terlalu mengeluhkan masalah tenaga kerja. Dikarenakan usaha mereka merupakan usaha yang sudah cukup lama berdiri bisa

dibilang turun temurun. Oleh karena itu semua keluarga dan sanak keluarga sudah terbiasa membantu untuk memproduksi produk, walaupun ada tenaga kerja yang harus dibayar itu hanya satu atau dua orang saja.

4. Tempat penjualan strategis

Dalam setiap usaha lokasi perusahaan dan penjualan sangat menentukan keberlangsungan usaha itu sendiri. Lokasi usaha kecil menengah berbasis pisang cukup strategis karena dekat dengan jalan raya, dan tidak terlalu jauh dengan tempat memasarkan produknya.

#### b. Kelemahan (*weakness*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UKM berbasis pisang di Kota Baturaja dalam memproduksi keripik pisang masih memiliki kekurangan dalam memajukan usahanya, antara lain sebagai berikut:

1. Produk belum diinovasi

Pada beberapa UKM di Kota Baturaja yang berbasis pisang, produk yang dihasilkan atau diproduksi hanya berupa keripik pisang dengan berbagai macam varian rasa saja dan belum diinovasi menjadi produk turunan, sebenarnya apabila sudah diinovasi akan menambah minat masyarakat untuk membeli produk yang dihasilkan.

2. Tidak menggunakan promosi

Dalam suatu usaha agar suatu produk mudah terjual maka perlu diadakannya promosi. Kegunaan dari promosi ini adalah untuk memperkenalkan produk agar mudah dikenal dan dinikmati oleh masyarakat luas. Namun pada beberapa

pelaku UKM berbasis pisang di Kota Baturaja tidak menggunakan promosi dalam memperkenalkan produk mereka, sehingga produk mereka yang produksi kurang dikenal masyarakat luas.

3. Alat dan teknologi sederhana

Teknologi yang digunakan oleh beberapa industri berbasis pisang di Kota Baturaja masih sangat sederhana, masih

menggunakan alat-alat tradisional atau belum menggunakan mesin, dalam proses produksinya menggunakan tenaga manusia sehingga proses produksi memerlukan waktu dan tenaga yang lebih yang mengakibatkan pengusaha harus membayar lebih upah tenaga kerja yang digunakan.

Secara lebih rinci faktor IFAS dapat dilihat pada tabel 5 :

Tabel 5. Analisis Faktor Kekuatan dan Kelemahan

| Kekuatan ( <i>Strength</i> ) |                                                        | Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) |                              |
|------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 1                            | Bahan baku tersedia dalam jumlah yang banyak dan murah | 1                             | Produk belum diinovasi       |
| 2                            | Mutu produk yang dihasilkan baik                       | 2                             | Tidak menggunakan promosi    |
| 3                            | Tenaga kerja tersedia dalam jumlah yang cukup          | 3                             | Alat dan teknologi sederhana |
| 4                            | Tempat penjualan strategis                             |                               |                              |

Sumber : Data Primer 2017

2. **Faktor EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*)**

Faktor-faktor yang menjadi Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) dalam memproduksi dan memasarkan produknya sebagai berikut:

a. **Peluang (*Opportunity*)**

Berikut ini beberapa peluang yang dialami oleh pelaku usaha berbasis pisang di kota baturaja:

1. Adanya tempat peminjaman modal

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha kecil menengah berbasis pisang di kota Baturaja, pelaku usaha mendapatkan pinjaman dana yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah

kepada pelaku usaha berbasis pisang untuk dipergunakan untuk memperluas skala usaha.

2. Permintaan akan produk selalu ada

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada beberapa Pelaku Usaha Industri berbasis pisang yang mana untuk permintaan akan produk olahan berbasis pisang di Kota Baturaja sendiri cukup banyak. Banyaknya permintaan akan produk dapat dilihat dari jumlah yang diminta oleh agen kepada pelaku usaha.

b. **Ancaman (*Threat*)**

Selain adanya peluang, usaha kecil menengah juga terdapat beberapa ancaman yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil menengah antara lain sebagai berikut:

1. Adanya pesaing dari daerah lain dengan produk yang sama

Persaingan dalam usaha kecil akan mempengaruhi kebijakan dan kinerja usaha. Tingkat persaingan tersebut dipengaruhi adanya beberapa faktor, antara lain : harga yang lebih murah, variasi rasa dan ukuran, dan produk yang memang selalu mempertahankan mutu dan kualitas produknya. Pesaing yang banyak dihadapi oleh pelaku usaha yang berbasis pisang di kota baturaja adalah masuknya produk-produk yang ke Kota Baturaja yang sejenis, bervariasi ukuran, dan bahkan ada produk yang sudah diinovasi.

2. Lahan pertanian yang semakin sedikit

Semakin hari lahan pertanian semakin berkurang dikarenakan semakin tingginya angka kelahiran manusia. Dengan demikian kebutuhan akan lahan semakin banyak hal tersebut dapat membuat semakin sempitnya lahan pertanian sehingga membuat berkurangnya produksi komoditas pertanian begitu juga dengan komoditi pisang.

Secara rinci klasifikasi faktor EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*) bisa dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Analisis Faktor Peluang dan Ancaman

| Peluang ( <i>Opportunity</i> ) |                                | Ancaman ( <i>Threat</i> ) |                                                         |
|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1                              | Adanya tempat peminjaman modal | 1                         | Adanya pesaing dari daerah lain dengan produk yang sama |
| 2                              | Kondisi perekonomian membaik   | 2                         | Lahan pertanian yang semakin berkurang                  |

Sumber : Data Primer 2017

## B. Rumusan Strategi Faktor IFAS dan EFAS

### a. Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Strategi IFAS merupakan rumusan analisis lingkungan internal. Matriks ini memberikan rangkuman dan evaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional pada suatu UKM berbasis pisang. Matrik IFAS juga memberikan dasar pengenalan dan evaluasi hubungan antar bidang-bidang fungsional tersebut.

Pada Tabel 7. Dapat diketahui jika diurutkan berdasarkan nilai rating bahwa faktor kekuatan IFAS pada faktor bahan

baku tersedia dalam jumlah yang banyak dan murah, mutu produk yang dihasilkan baik memiliki rating yang sama yakni sebesar 3 (setuju), dan diikuti oleh faktor tenaga kerja tersedia dalam jumlah yang cukup, tempat penjualan strategis memiliki rating yang sama yaitu sebesar 2 (tidak setuju) dengan skor 0,40.

Sedangkan untuk kelemahan utama yang dimiliki oleh setiap usaha kecil berbasis pisang di Kota Baturaja adalah produk belum diinovasi, dan tidak menggunakan promosi, alat dan teknologi sederhana memiliki rating yang sama yaitu 3 (setuju) dengan skor 0,33. Penggabungan kedua faktor IFAS menghasilkan total skor rata-rata 3,00.

Tabel 7. Analisis Faktor IFAS ( *Internal Factor Analysis Strategy*)

|                  | <b>IFAS</b>                                            | <b>Rating</b> | <b>Bobot</b> | <b>Skor</b> |
|------------------|--------------------------------------------------------|---------------|--------------|-------------|
| <b>Kekuatan</b>  |                                                        |               |              |             |
| 1                | Bahan baku tersedia dalam jumlah yang banyak dan murah | 3             | 0,30         | 0,90        |
| 2                | Mutu produk yang dihasilkan baik                       | 3             | 0,30         | 0,90        |
| 3                | Tenaga kerja tersedia dalam jumlah yang cukup          | 2             | 0,20         | 0,40        |
| 4                | Tempat penjualan strategis                             | 2             | 0,20         | 0,40        |
| <b>Jumlah</b>    |                                                        | 10            | 1,00         | 2,60        |
| <b>Kelemahan</b> |                                                        |               |              |             |
| 1                | Produk belum diinovasi                                 | 3             | 0,30         | 0,90        |
| 2                | Tidak menggunakan promosi                              | 3             | 0,30         | 0,90        |
| 3                | Alat dan teknologi sederhana                           | 4             | 0,40         | 1,60        |
| <b>Jumlah</b>    |                                                        | 10            | 1,00         | 3,40        |
| <b>Total</b>     |                                                        |               |              | 6,00        |
| <b>Rata-rata</b> |                                                        |               |              | <b>3,00</b> |

Sumber : Analisis Data Primer 2017

#### a. Analisis EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*)

Matrik EFAS digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada suatu usaha kecil menengah (UKM) berbasis pisang di Kota Baturaja. Analisis Matrik EFAS yaitu perhitungan terhadap bobot dan pemberian rating pada setiap faktor.

Peluang utama yang terdapat pada usaha kecil menengah berbasis pisang di Kota Baturaja adalah adanya tempat peminjaman modal terhadap setiap usaha kecil menengah berbasis pisang memiliki rating 4 (sangat setuju) dengan skor 2,00. Sedangkan pada posisi kedua peluang yang terdapat pada usaha kecil menengah berbasis pisang adalah permintaan akan produk berbahan baku pisang selalu ada memiliki rating 4 (sangat setuju) dengan skor 2,00. Dengan demikian adanya tempat

peminjaman modal dan permintaan akan produk selalu ada merupakan faktor yang sama-sama mempunyai peluang dalam membantu memajukan usaha kecil menengah berbasis pisang di Kota Baturaja dengan skor yang sama yaitu sebesar 2,00.

Sebagai ancaman utama yang diperoleh dari hasil pemberian rating pada usaha kecil menengah berbasis pisang yakni adanya pesaing dari daerah lain dengan produk yang sama memiliki rating 3 (setuju) dengan skor 1,80 dan Lahan pertanian yang semakin berkurang dengan rating 3 (setuju) dengan skor 0,80. Hal ini menunjukkan bahwa faktor adanya pesaing dari daerah lain dengan produk yang sama merupakan faktor yang paling mengancam terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). Yang mana penggabungan kedua faktor EFAS menghasilkan total skor rata-rata 3,30.

Tabel 8. Analisis Faktor EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*)

|                | EFAS                                                    | Rating | Bobot | Skor |
|----------------|---------------------------------------------------------|--------|-------|------|
| <b>Peluang</b> |                                                         |        |       |      |
| 1              | Adanya tempat peminjaman modal                          | 4      | 0,50  | 2,00 |
| 2              | Permintaan akan produk selalu ada                       | 4      | 0,50  | 2,00 |
|                | Jumlah                                                  | 8      | 1.00  | 4,00 |
| <b>Ancaman</b> |                                                         |        |       |      |
| 1              | Adanya pesaing dari daerah lain dengan produk yang sama | 3      | 0,60  | 1,80 |
| 2              | Lahan pertanian yang semakin berkurang                  | 2      | 0,40  | 0,80 |
|                | Jumlah                                                  | 5      | 1,00  | 2,60 |
|                | Total                                                   |        |       | 6,60 |
|                | Rata-rata                                               |        |       | 3,30 |

Sumber : Analisis Data Primer 2017

### 3. Diagram Matrik

Pemetaan posisi UKM atau usaha kecil berbasis pisang di Kota Baturaja dilakukan agar dapat memudahkan usaha kecil berbasis pisang dalam menentukan alternatif strategi pengembangan inovasi produk di Kota Baturaja untuk menghadapi persaingan dan pertumbuhan bisnis usaha industri dimasa yang akan datang. Hasil yang diperoleh dari matrik IFAS dan EFAS digunakan untuk menyusun Diagram penempatan posisi dimanakah usaha kecil berbasis pisang tersebut.

Nilai total rata-rata pada IFAS sebesar 3.00 dan nilai rata-rata pada EFAS 3,40. Hasil tersebut menempatkan Usaha Kecil dan Menengah berbasis pisang di Kota Baturaja berada pada Sel II (Gambar:1) yang merupakan Strategi Pertumbuhan Integritas Horizontal Strategi pertumbuhan banyak dipertimbangkan untuk dapat diterapkan pada industri dengan pertimbangan bahwa keberhasilan industri adalah industri yang selalu berkembang. Strategi pertumbuhan melalui ekspansi dengan memperluas daerah pemasaran. Hal ini lebih lanjut akan diterangkan pada gambar 1. Diagram Internal - Eksternal Matrix berikut ini:

**Total Skor Strategi Internal**

|                                      |               |                                                             |                                                                |                                |     |
|--------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----|
|                                      |               | <b>Rata-rata</b>                                            | <b>Lemah</b>                                                   |                                |     |
|                                      |               | 4,0                                                         | 3,0                                                            | 2,0                            | 1,0 |
| <b>Total Skor Strategi Eksternal</b> | <b>Tinggi</b> | <b>I</b><br><b>PERTUMBUHAN</b><br><b>Integrasi Vertikal</b> | <b>II</b><br><b>PERTUMBUHAN</b><br><b>Integrasi Horizontal</b> | <b>III</b><br><b>PENCIUTAN</b> |     |
|                                      | 3,0           |                                                             |                                                                | <b>rata</b>                    |     |
|                                      | <b>Rata-</b>  |                                                             |                                                                |                                |     |
|                                      | 2,0           |                                                             |                                                                |                                |     |
|                                      | <b>Rendah</b> | <b>IV</b><br><b>STABILITAS</b>                              | <b>V</b><br><b>PERTUMBUHAN</b><br><b>STABILITAS</b>            | <b>VI</b><br><b>PENCIUTAN</b>  |     |
|                                      |               | <b>VII</b><br><b>PERTUMBUHAN</b>                            | <b>VIII</b><br><b>PERTUMBUHAN</b>                              | <b>IX</b><br><b>LIKUIDASI</b>  |     |

Gambar 1. Analisis diagram Internal – Eksternal Matrix

Dari hasil analisa diagram internal dan eksternal SWOT diatas maka didapat bahwa strategi pengembangan inovasi produk berbasis pisang berada pada kuadrat II pada masa pertumbuhan integrasi horizontal dengan total skor 3,00 menuju 3,30. Dimana artinya pengembangan inovasi produk berbasis pisang masih sangat baik untuk dikembangkan dengan memanfaatkan faktor kekuatan dan faktor peluang yang ada dan berhadapan dengan ancaman dan kelemahan yang dihadapi.

#### 4. Analisis Matrix SWOT

Matrix SWOT merupakan langkah-langkah konkrit yang sebaiknya dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis pisang di Kota Baturaja dalam pengembangan usaha dalam bentuk inovasi. Berdasarkan dari grafik matrix maka dirumuskan alternatif strategi sebagai berikut:

Tabel 9 Analisis Strategi Matrix SWOT

|                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>IFAS</b>                                                                                                                                                      | <b>Strength (kekuatan)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Weakness (kelemahan)</b>                                                                                                                                                     |
| <b>EFAS</b>                                                                                                                                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku tersedia dalam jumlah yang banyak dan murah.</li> <li>2. Mutu produk yang dihasilkan baik.</li> <li>3. Tenaga kerja tersedia dalam jumlah yang cukup.</li> <li>4. Tempat penjualan strategis.</li> </ol>                                                                                                                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk belum diinovasi.</li> <li>2. Alat dan teknologi sederhana.</li> <li>3. Tidak menggunakan promosi</li> </ol>                    |
| <b>Opportunity (kesempatan)</b>                                                                                                                                  | <b>Strategi S-O</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Strategy W-O</b>                                                                                                                                                             |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya tempat peminjaman modal.</li> <li>2. Permintaan akan produk selalu ada</li> </ol>                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perluasan usaha dengan memanfaatkan pinjaman dana dari lembaga keuangan atau BUMN dengan tingkat bunga yang rendah (S1,S3,O1,O2).</li> <li>2. Memperluas jaringan distributor dan menyalurkan produk ke daerah yang belum pernah dimasuki (S1,S2,O2).</li> <li>3. Menambah jumlah produksi produk berbasis pisang(S3,O2).</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harus memperbaiki alat dan teknologi yang lebih baik lagi (W2, O1, O2)</li> <li>2. Perlu melakukan promosi produk (W3,O2,)</li> </ol> |
| <b>Threat (ancaman)</b>                                                                                                                                          | <b>Strategi S-T</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Strategi W-T</b>                                                                                                                                                             |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya pesaing dari daerah lain dengan produk yang sama.</li> <li>2. Lahan pertanian yang semakin berkurang</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan mutu produk berbasis pisang (S2,S3,S4,T1).</li> <li>2. Mempertahankan jumlah produksi produk berbasis pisang yang bervariasi(S1,S3,T2)</li> <li>3. Menambah pasokan bahan baku (S3, S4, T2)</li> </ol>                                                                                                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbanyak variasi ukuran serta inovasi produk berbasis pisang (W1,T1,T2)</li> </ol>                                                |

Dari penyusunan strategi matrik SWOT dihasilkan beberapa alternatif strategi antara lain sebagai berikut:

1. Perluasan usaha dengan memanfaatkan pinjaman dana dari lembaga keuangan atau BUMN dengan tingkat bunga yang rendah (S-O)
2. Memperluas jaringan distributor dan menyalurkan produk ke daerah yang belum pernah dimasuki (S-O)
3. Menambah jumlah produksi produk berbasis pisang (S-O)
4. Mempertahan mutu produk berbasis pisang (S-T)
5. Mempertahankan jumlah produksi produk berbasis pisang (S-T)
6. Menambah pasokan bahan baku pisang (S-T)
7. Harus memperbaiki alat dan teknologi yang lebih baik (W-O)
8. Melakukan promosi produk (W-O)
9. Memperbanyak variasi ukuran serta inovasi produk berbasis pisang (W-T)

## KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Pisang Di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu adalah sebagai berikut:

#### 1. Strategi (S-O)

Perluasan usaha dengan memanfaatkan pinjaman dana dari lembaga keuangan atau BUMN dengan tingkat bunga yang rendah, memperluas jaringan distributor dan menyalurkan produk ke daerah yang belum pernah dimasuki, menambah jumlah produksi produk berbasis pisang.

#### 2. Strategi (S-T)

Mempertahankan mutu produk berbasis pisang, mempertahankan jumlah produksi produk berbasis pisang, menambah pasokan bahan baku.

#### 3. Strategi (W-O)

Harus memperbaiki alat dan teknologi yang lebih baik lagi, dan perlu melakukan promosi produk.

#### 4. Strategi (W-T)

Memperbanyak variasi ukuran serta inovasi produk berbasis pisang.

### b. Saran

1. Sebaiknya pelaku usaha berbasis pisang melakukan inovasi baru, seperti mempercantik kemasan maupun ragam bentuk produknya dengan demikian

produk akan lebih menarik dan dapat menambah selera konsumen.

2. Sebaiknya dalam Strategi Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Pisang di Kota Baturaja perlu dilakukan kegiatan promosi produk sehingga dapat menambah pelanggan baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa. 2017. Profil usaha Sale Pisang Arimbi. Baturaja.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Production of Fruit Indonesia. [www.BPS.go.id](http://www.BPS.go.id)
- Pandji, A 2000. Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Satuhu, S. dan A. Supriyadi. 2000. Pisang, Budidaya, Pengolahan dan Prospek Pasar. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Zulkarnain.2010.Dasar-Dasar Hortikultura. Jakarta : Bumi Aksara.