

RINGKASAN

Riri Aryanti. 125040107111003. Strategi Pengembangan Usaha Produk Kacang Mete (*Anacardium occidentale* L.) (studi pada UKM Rumah Camilan Syafrida). Di bawah bimbingan Setiyo Yuli Handono, SP., MP., MBA.

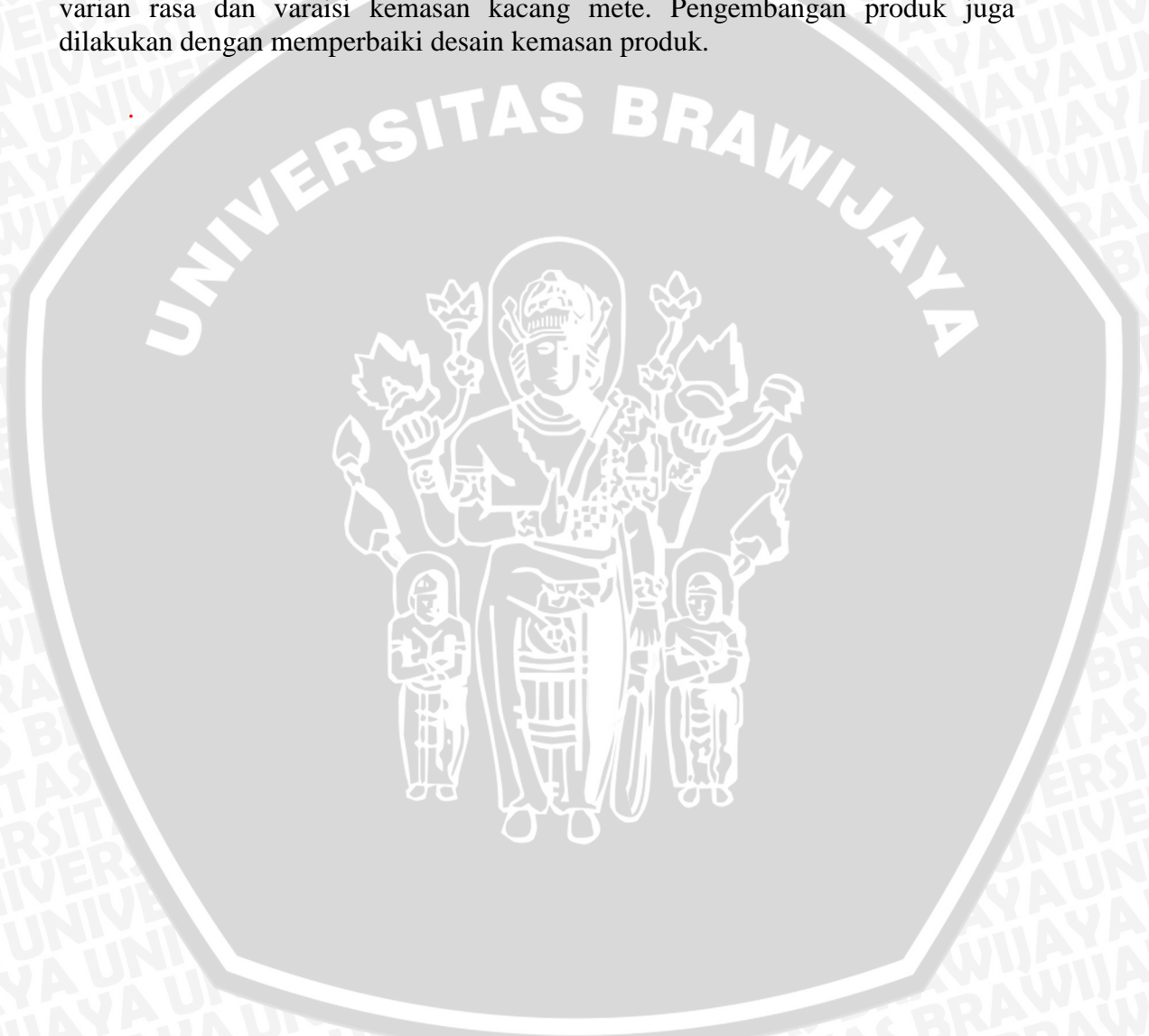
Peran sektor UMKM di suatu negara sangat penting sekali dalam menghadapi pasar bebas ASEAN (MEA). Hal ini dikarenakan UMKM memegang peranan di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di suatu negara, baik di negara berkembang seperti Indonesia maupun negara maju. UMKM memegang peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian di Indonesia. Dilihat dari penciptaan nilai tambah bagi Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM mampu berkontribusi sebesar 59,08 % (BPS, 2012). Surabaya merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki jumlah sektor UMKM yang cukup besar, yakni 37.906 unit (Dinas Koperasi dan UMKM, 2016). Rumah Camilan Syafrida merupakan salah satu dari UMKM di kota Surabaya yang telah memiliki pangsa pasar berupa peritel besar, seperti Hero, Giant, Carrefour, Superindo, dan Hypermart hampir di seluruh Indonesia. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah hasil produksi produk kacang mete Rumah Camilan Syafrida masih belum optimal dalam pemasaran. Hal ini dikarenakan ketergantungan Rumah Camilan Syafrida dalam memasarkan produk kacang mete hanya terfokus pada *supermarket* saja. Selain itu, kurangnya modal untuk kegiatan produksi kacang mete. Hal ini dikarenakan sistem penjualan Rumah Camilan Syafrida dengan pihak supermarket menggunakan sistem konsinyasi, sehingga uang hasil penjualan yang digunakan untuk produksi selanjutnya menjadi terbatas. Berkaitan dengan hal tersebut, secara langsung akan berpengaruh pada kontribusi UMKM terhadap PDB yang jauh lebih kecil daripada kontribusi usaha besar, maka dari itu perlunya strategi pengembangan usaha. Oleh karena itu, dengan adanya strategi pengembangan usaha diharapkan mampu membantu Rumah Camilan Syafrida dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.

Tujuan penelitian adalah 1) mendeskripsikan faktor internal dan faktor eksternal UKM Rumah Camilan Syafrida. 2) menganalisis strategi pengembangan usaha produk kacang mete pada UKM Rumah Camilan Syafrida. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis deksriptif kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan pertama. Sedangkan matriks IFAS, matriks EFAS, matriks SWOT, matriks internal-eksternal, matriks *grand strategy*, dan *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM) bertujuan untuk menjawab tujuan kedua.

Faktor Internal di UKM Rumah Camilan Syafrida memiliki 8 faktor strategis kekuatan dan 8 faktor strategis kelemahan. Faktor strategis yang memiliki kekuatan paling tinggi adalah lokasi produksi strategis. Sedangkan faktor strategis yang memiliki kelemahan paling tinggi, yakni desain kemasan kurang menarik. Selain itu, Rumah Camilan Syafrida memiliki faktor eksternal yang meliputi 6 faktor strategis peluang dan 6 faktor strategis ancaman. Faktor strategis yang memiliki peluang paling tinggi adalah pemerintah daerah provinsi Jawa Timur mendorong perkembangan UKM dalam menghadapi MEA 2016. Sedangkan faktor strategis yang memiliki ancaman paling tinggi adalah produk kacang mete impor. Prioritas alternatif strategi yang menjadi pilihan utama dalam

pengembangan usaha kacang mete pada Rumah Camilan Syafrida berdasarkan matriks *Quantitive Strategy Planning Matrix* (QSPM) adalah penetrasi pasar dengan cara memperluas daerah pemasaran dan peningkatan promosi penjualan.

Saran yang diberikan yakni, strategi penetrasi pasar dilakukan melalui promosi penjualan dengan cara memanfaatkan *website* dan media sosial yang telah dimiliki. Selain dengan cara promosi melalui *website*, media *website* dapat dimanfaatkan pemilik usaha untuk menjual produk kacang mete dengan cara *online*. Sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran Rumah Camilan Syafrida baik pasar dalam negeri maupun luar negeri. Strategi pengembangan produk dilakukan dengan inovasi produk kacang mete dengan cara menambah varian rasa dan varaisi kemasan kacang mete. Pengembangan produk juga dilakukan dengan memperbaiki desain kemasan produk.



SUMMARY

Riri Aryanti. 125040107111003. Cashew (*Anacardium occidentale* L.) Product Business Development Strategies (study at Rumah Camilan Syafrida Surabaya). Advisor Setiyo Yuli Handono, SP., MP., MBA.

The role of the SME sector in the country is very important to face the ASEAN free market (MEA). It is because SMEs play a role in the development and economic growth in a country, both in developing countries such as Indonesia and developed countries. SMEs hold a significant role in the economy in Indonesia. Judging from the creation of added value for the Gross Domestic Product (GDP) of SMEs were able to account for 59.08% (BPS, 2012). Surabaya is one of the cities in East Java which has a number of fairly large SME sector, which is 37.906 units (Dinas Koperasi dan UMKM, 2016). Rumah Camilan Syafrida is one of the SMEs in the city of Surabaya, which has a market share in the form of large retailers, such as Hero, Giant, Carrefour, Superindo, and Hypermart almost all of Indonesia. The problems that the company faced is the production of cashew nut products is still not optimal in marketing. It is because the dependence of Rumah Camilan Syafrida in marketing cashews are only focused only on supermarket. Moreover, the lack of capital for cashews production activities. It is because sales system of Rumah Camilan Syafrida with the supermarket consignment arrangement, so that the money from the sale are used for further production is limited. In this regard, it will directly affect the contribution of SMEs to GDP is much smaller than the large business contribution, hence the need for business development strategy. Therefore, with the business development strategy is expected to help Rumah Camilan Syafrida in dealing with problems that occur.

The purpose of this research is 1) describe the internal factors and external factors in Rumah Camilan Syafrida. 2) analyze development strategy of cashew business in Rumah Camilan Syafrida. Methods of data analysis used in this research is descriptive qualitative analysis used to answer the first goal. While IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT matrix, internal-external matrix, the matrix grand strategy, and QSPM aims to answer the second goal.

Internal factors in Rumah Camilan Syafrida has 8 strategic factors of strength and 8 weakness strategic factors. Strategic factor that has the highest strength is strategic production sites. While the strategic factors that have the highest weakness, is less attractive packaging design. In addition, Rumah Camilan Syafrida has external factors which include strategic factor 6 opportunities and 6 threat strategic factors. Strategic factors that have the highest chances are East Java provincial government to encourage the development of SMEs in the face of MEA 2016. While the strategic factors that have the highest threat is cashews are imported. Alternative strategies priority is chosen and become the first choice in the development of cashew nuts in the Rumah Camilan Syafrida based on matrix QSPM is market penetration by expanding the area of marketing and increased sales promotion.

Suggestion is market penetration strategies carried out through the promotion of sales by utilizing the website and social media that have been owned. Besides the way of promotion through the website, media website can be utilized business

owners to sell cashews in a way online. So it can expand Rumah Camilan Syafrida marketing reach both domestic market and abroad. Product development strategy is done with cashew nuts product innovation by adding flavors and packaging varaisi cashews. The product development is also done by improving the design of product packaging.



KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT, kepada-Nya memuji dan mohon pertolongan serta ampunan. Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Illahi Rabbi, karena rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Produk Kacang Mete (Studi pada UKM Rumah Camilan Syafrida Surabaya)”. Penentuan strategi pengembangan usaha produk kacang mete Rumah Camilan Syafrida berdasarkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman pada Rumah Camilan Syafrida. Peneliti juga menentukan beberapa alternatif strategi yang diperoleh dari matriks IE, matriks SWOT, dan *grand strategy*. Berdasarkan alternatif strategi diperoleh prioritas strategi yang disarankan oleh peneliti terhadap pengembangan usaha produk kacang mete, yakni penetrasi pasar dengan cara memperluas daerah pemasaran dan peningkatan promosi penjualan

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Kedua orang tua penulis atas segala doa dan dukungan materil yang telah diberikan.
2. Bapak Setiyo Yuli Handono ,SP.,MP.,MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, menasehati dan memberikan saran yang bermanfaat untuk kelengkapan dan orisinalitas skripsi ini.
3. Bapak Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya.
4. Rumah Camilan Syafrida Kota Surabaya yang telah membantu kegiatan penelitian dan memberikan kesediaan untuk menjadikan objek penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan di masa mendatang.

Malang, Mei 2016

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Riri Aryanti dengan nama panggilan Riri. Penulis dilahirkan di Bekasi pada tanggal 27 Agustus 1994. Penulis adalah putri tunggal dari Bapak Adnan Siregar dan Ibu Rosmawati.

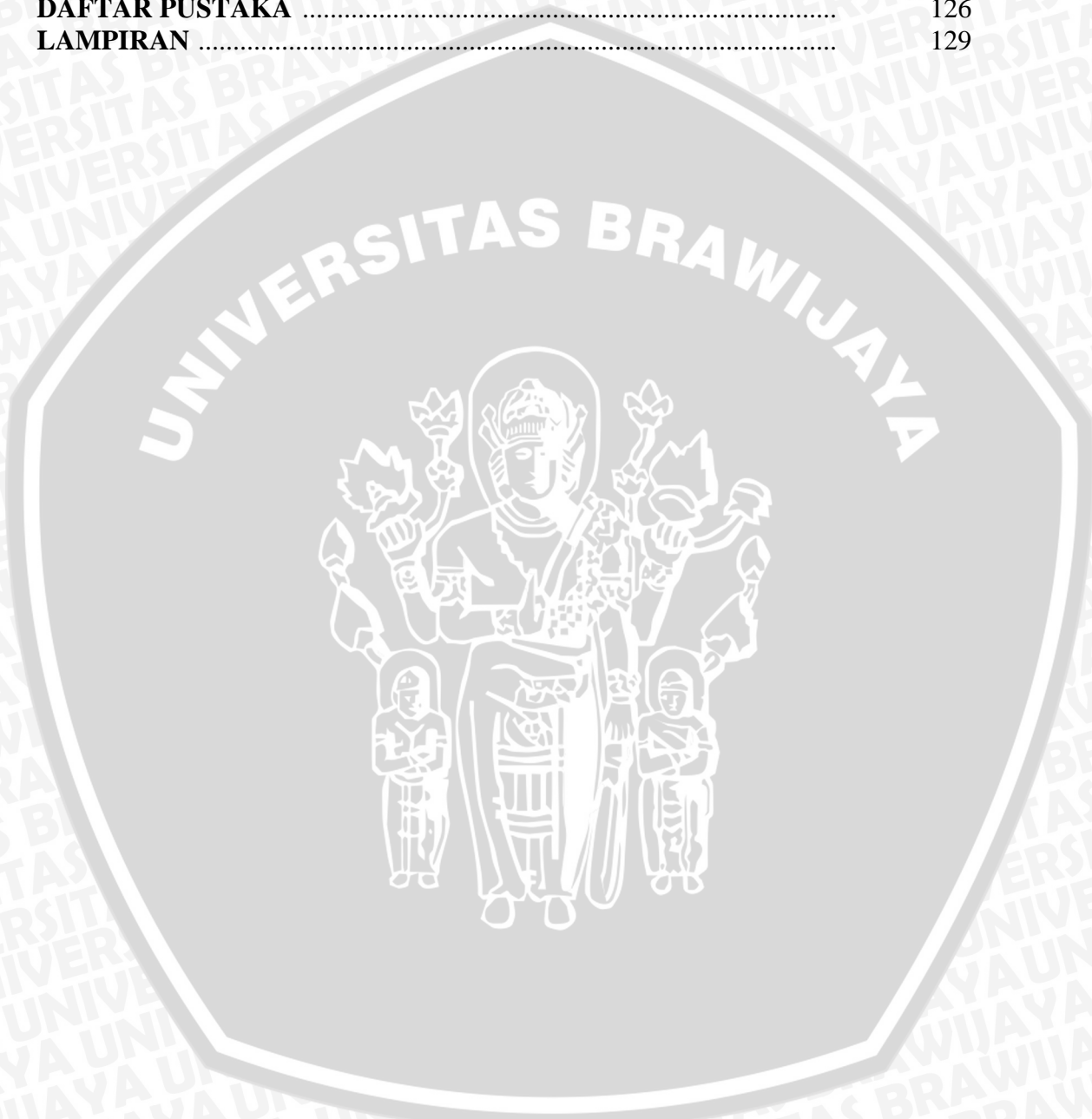
Pada tahun 1999 penulis memulai pendidikan di TK FIRLANA Bekasi, selama satu tahun. Pada tahun 2000 penulis melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 8 Jatiasih Bekasi, hingga tahun 2006. Penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 9 Bekasi, hingga tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 6 Bekasi dan selesai pada tahun 2012. Pada tahun 2012 penulis melanjutkan kuliah S-1 di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya melalui jalur Seleksi Penelusuran Minat dan Kemampuan (SPMK).

Selama menjadi pelajar SMA, penulis pernah menjadi anggota GARNISUN (Sanggar Seni SMA 6 Bekasi) pada tahun 2009-2012 khususnya bidang tari tradisional. Prestasi yang pernah dicapai penulis semasa menempuh pendidikan di SMA yaitu penulis meraih juara pertama lomba Saman Se-Jabodetabek di SMA Al-Azhar Kemang Pratama Bekasi pada tahun 2011 dan meraih juara favorit lomba saman Se-Jabodetabek pada acara Bulungan Cup di SMA Negeri 70 Jakarta pada tahun 2012. Pada saat kuliah, penulis pernah menjadi anggota dari UKM Unitantri Universitas Brawijaya khususnya dibidang tari tradisional (Saman). Selain itu, selama masa pendidikan di perguruan tinggi, pada tahun 2014 penulis pernah menjadi koordinator divisi kesekretariatan pada kepanitiaan Pengabdian Masyarakat di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
 II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Tentang UMKM	13
2.3 Konsep Strategi	16
2.4 Manajemen Strategi	20
2.5 Sistem Manajemen Strategi	23
2.6 <i>Quantitive Strategy Planning Matrix (QSPM)</i>	34
 III. KERANGKA KONSEPTUAL	
3.1 Kerangka Pemikiran	36
3.2 Batasan Masalah	40
3.3 Definisi Operasional	41
 IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	49
4.3 Metode Penentuan Sampel	49
4.4 Metode Pengumpulan Data	50
4.5 Metode Analisis Data	51
 V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Umum Perusahaan	64
5.2 Faktor Internal dan Eksternal UKM Rumah Camilan Syafrida...	67
5.3 Strategi Pengembangan Usaha Produk Kacang Mete Rumah	

Camilan Syafrida	108
VI. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	125
6.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	129



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	12
2.	Definisi Operasional.....	41
3.	<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i> (IFAS)	52
4.	Penilaian Bobot Strategis Internal Perusahaan	53
5.	<i>External Strategic Factors Analysis Summary</i> (EFAS)	54
6.	Penilaian Bobot Strategis Eksternal Perusahaan.....	56
7.	Matriks QSPM.....	61
8.	Peralatan Produksi Kacang Mete Rumah Camilan Syafrida	72
9.	Peranan Ekonomi Sektoral PDRB Surabaya Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2009-2013 (%).....	83
10.	Jumlah Populasi Penduduk Kota Surabaya Tahun 2012 – 2016.	83
11.	Teknologi Produksi pada Rumah Camilan Syafrida	87
12.	Identifikasi Faktor Strategi Internal (Kekuatan dan Kelemahan) UKM Rumah Camilan Syafrida.....	96
13.	Identifikasi Faktor Strategi Strategi Eksternal (Peluang dan Ancaman) UKM Rumah Camilan Syafrida	103
14.	Matriks IFAS Rumah Camilan Syafrida	109
15.	Matriks EFAS Rumah Camilan Syafrida	110
16.	Analisis Matriks SWOT Rumah Camilan Syafrida	114
17.	Hasil Skoring Faktor Internal dan Eksternal Rumah Camilan Syafrida	119
18.	Hasil Skoring Faktor Internal dan Eksternal	120
19.	Urutan Prioritas Strategi pada Pengembangan Usaha Produk Kacang Mete di Rumah Camilan Syafrida.....	122

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Matriks <i>Grand Strategy</i>	33
2.	Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Usaha Produk Kacang Mete	39
3.	Matriks SWOT	56
4.	Matriks IE	58
5.	<i>Grand Strategy</i>	59
6.	<i>Outlet</i> Rumah Camilan Syafrida	64
7.	Struktur Organisasi Rumah Camilan Syafrida	66
8.	Proses Produksi Produk Kacang Mete	73
9.	Produk Kacang Mete Syafrida Snacks	78
10.	Rantai Pemasaran Rumah Camilan Syafrida	80
11.	Alur Produk Masuk ke <i>Supermarket</i>	92
12.	Produk Kacang Mete Syafrida Snacks	101
13.	Produk Kacang Mete East Bali Cashew	101
14.	Matriks IE Rumah Camilan Syafrida	112
15.	Diagram Matriks SWOT Rumah Camilan Syafrida	119
16.	Matriks <i>Grand Strategy</i> Rumah Camilan Syafrida	121

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian Faktor Internal dan Eksternal	130
2.	Kuesioner Penentuan Bobot Faktor Internal dan Eksternal	141
3.	Kuesioner Penentuan Tingkat (Rating) Faktor Internal dan Eksternal.....	146
4.	Kuisisioner Penentuan Prioritas Strategi	149
5.	Hasil Perhitungan Bobot dan Rating	153
6.	Dokumentasi Penelitian.....	155

