

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA INDUSTRI TAHU JAYA DI DESA GEDOG WETAN KECAMATAN TUREN KABUPATEN MALANG

Fajar Mukti¹⁾, Ida bagus Suardika²⁾, Renny Septiari³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang
Email : Fajarmukti017@gmail.com

Abstrak, Tahu merupakan salah satu makanan tradisional yang sudah dimiliki negara kita sejak berpuluh-puluh tahun lalu. Makanan yang berbentuk kubus dan berwarna putih ini sudah menjadi makanan yang mentradisi, karena harganya yang terjangkau dan juga faktor kandungan protein nabati yang tinggi yang terdapat didalamnya. UD. Tahu Jaya merupakan salah satu industri kecil menengah yang berkembang di Kota Turen. Didirikan oleh bapak Suwardi yang bergerak dibidang produksi pangan tahu yang bertempat di Kecamatan Turen, Kabupaten Malang. UD Tahu Jaya bergerak dibidang produksi tahu kurang lebih selama 12 Tahun. Masalah yang dihadapi UD Tahu Jaya ialah banyaknya pesaing yang makin variatif, persaingan yang variatif disini bukan hanya tentang harga saja akan tetapi dari macam variasi tahu, tekstur, dan rasa yang membuat para pembeli dapat memilih bermacam-macam tahu berdasarkan yang ingin mereka nikmati Tujuan dari peneliti ini adalah menentukan strategi pengembangan usaha pada industri Tahu Jaya. Dalam penelitian ini menggunakan Metode SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di UD Tahu Jaya. Hasil yang diperoleh dari metode SWOT ini adalah pada kuadran satu SO (*Strenghts-opportunities*), dimana titik koordinatnya terletak pada 2,47 dan 2,6 dimana dalam posisi tersebut UD Tahu Jaya memiliki peluang yang ada dengan mempertahankan kekuatan yang dimiliki. Hasil dari matriks SWOT adalah strategi SO (*Strenghts-opportunities*) dimana UD Tahu Jaya memperluas varian produk dengan membuat tahu kuning dan tempe yang berkualitas serta harga yang terjangkau.

Kata Kunci : Pengembangan Usaha, SWOT

PENDAHULUAN

UD. Tahu Jaya merupakan salah satu industri kecil menengah yang berkembang di Kota Turen. Didirikan oleh bapak Suwardi yang bergerak dibidang produksi pangan tahu yang bertempat di Kecamatan Turen, Kabupaten Malang. UD Tahu Jaya bergerak di usaha tahu kurang lebih selama 12 Tahun. Saat ini UD Tahu Jaya 15 orang karyawan yang bekerja untuk membantu proses produksi pembuatan tahu. Saat ini perkembangan usaha UD Tahu Jaya masih belum begitu optimal dikarenakan persaingan terhadap industri tahu yang sangat kompetitif, yang menjadi salah satu penyebab terjadinya penurunan jumlah penjualan pada UD Tahu Jaya yang mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan. Berikut tabel penjualan tahu pada UD Tahu Jaya selama periode 1 tahun.

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa terjadi naik turunnya penjualan tahu dalam periode 1 tahun terakhir ini, bisa dikatakan bahwasanya penjualan tahu pada UD Tahu Jaya setahun terakhir tidak ada yang mencapai target penjualan.

Tabel 1 Jumlah penjualan tahu dan Target Penjualan UD Tahu Jaya

No	Bulan	Jumlah penjualan (kg)	Target penjualan (kg)
1	Oktober 2020	928	1.500
2	November 2020	1219	
3	Desember 2020	871	
4	Januari 2021	1000	
5	Februari 2021	982	
6	Maret 2021	849	
7	April 2021	959	
8	Mei 2021	1226	
9	Juni 2021	876	
10	Juli 2021	1016	
11	Agustus 2021	986	
12	September 2021	850	

(Sumber : Arsip UD Tahu Jaya)

Hal tersebut dikarenakan banyaknya pesaing yang makin variatif, persaingan yang variatif disini bukan hanya tentang harga saja akan tetapi dari macam variasi tahu, tekstur, rasa yang membuat para pembeli dapat memilih

bermacam-macam tahu berdasarkan yang ingin mereka nikmati. Dikarenakan alasan tersebut dapat kita ketahui bahwasanya makanan tahu pun sudah bermacam-macam jenis dan variasinya, walaupun sama-sama berbahan dasar kedelai. Bisa dikatakan setiap tahu memiliki karakteristiknya masing-masing untuk itu UD Tahu Jaya harus mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk yang mereka produksi agar dapat membandingkan produk mereka dengan pesaing guna melihat ancaman (*threat*) dan peluang (*opportunity*) yang ada di pasaran. Berdasarkan hal tersebut dibutuhkan suatu strategi pengembangan yang dapat digunakan usaha tahu untuk meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

Menyikapi tentang pengembangan bisnis dan masalah yang dihadapi usaha pembuatan tahu maka diperlukan strategi-staregti untuk mengembangkan bisnis ini, dimana strategi-strategi tersebut akan dianalisis dengan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan usaha pada industri Tahu Jaya.

METODE

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen UD Tahu Jaya yaitu pedagang keliling, pedagang pasar, rumah makan, dan pelanggan sekitar pabrik yang berjumlah 359 konsumen dengan sampel sebanyak 177 sampel.

• Pengumpulan data

1. Data primer

Data primer diperoleh langsung dari tempat penelitian di UD. Tahu Jaya, dengan cara melakukan observasi, wawancara dan penyebaran kuisoner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pemilik usaha UD. Tahu Jaya.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen, surat-surat serta data-data buku lainnya dan tulisan lain yang terdapat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Seperti data penjualan UD. Tahu Jaya.

• Pengolahan data

1. Uji validitas

Pada penelitian ini uji validitas menggunakan *software SPSS statistics* 2.6. Uji validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

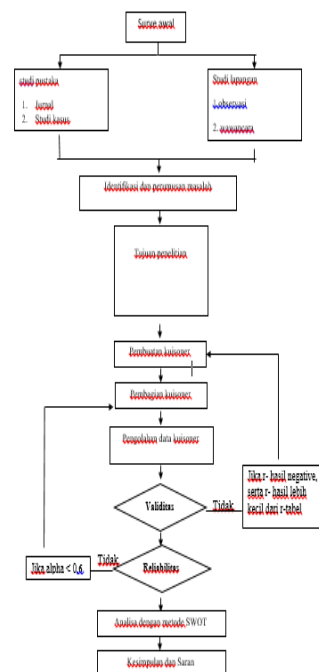
2. Uji realibilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan *software SPSS statistics* 2.6. Uji reliabilitas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuisoner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali.

• Analisis data

Metode SWOT

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. (Alma, dan Priansa, 2009 dalam istiqomah 2017).



Gambar 1 Diagram alir

HASIL DAN PEMBAHASAN

- Uji instrumen
Langkah awal yang dilakukan peneliti adalah melakukan penyebaran kuisioner

kepada responden sebanyak 177 responden, yaitu kepada konsumen UD Tahu Jaya. Berikut adalah hasil uji instrumen:

Tabel 2 Hasil uji instrumen kuisioner 177

No	Pernyataan	Kuisisioner				
		Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		R Tabel	R Hitung	Kesimpulan	λ Hitung	Kesimpulan
1	P1	0,131	0,465	Valid	0,868	Reliabel
2	P2	0,131	0,698	Valid		
3	P3	0,131	0,341	Valid		
4	P4	0,131	0,414	Valid		
5	P5	0,131	0,673	Valid		
6	P6	0,131	0,467	Valid		
7	P7	0,131	0,642	Valid		
8	P8	0,131	0,718	Valid		
9	P9	0,131	0,729	Valid		
10	P10	0,131	0,627	Valid		
11	P11	0,131	0,779	Valid		
12	P12	0,131	0,181	Valid		

(Sumber: Pengolahan Data SPSS Statistics 26)

Berdasarkan tabel di atas hasil dari uji validitas dan realibilitas dengan r hitung lebih besar daripada r tabel dengan nilai 0,131 dapat dinyatakan tiap pernyataan kuisioner telah valid. Sedangkan untuk uji relibilitas didapatkan dengan nilai $0,868 > r$ tabel, dengan nilai r tabel sebesar 0,6, sehingga pernyataan tiap kuisioner telah reliabel.

- Analisis Faktor Internal dan Eksternal
Berdasarkan hasil dari analisis faktor internal dan eksternal maka didapatkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut:

Tabel 3 Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

IFAS	Faktor Internal
Strengths	Mutu produk pada UD Tahu Jaya terjamin
	Perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
	Harga produk cukup terjangkau
	Lokasi UD. Tahu Jaya kurang strategis jauh dari keramaian.
	Variasi produk masih sedikit

IFAS	Faktor Internal
Weaknesses	Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama
EFAS	Faktor Eksternal
Opportunities	UD. Tahu Jaya menambahkan varian produk
	UD. Tahu Jaya membuka cabang di lokasi yang strategis
	Mengembangkan usahanya melalui dunia sosial media internet
Threats	Kenaikan harga bahan baku secara mendadak membuat harga produk jadi naik
	Pelanggan berpindah karena muncul kompetitor dengan pelayanan baik dan dengan harga jual dibawah UD. Tahu Jaya
	Kekuatan tawar menawar konsumen / pembeli besar

(Sumber : Pengolahan data)

Setelah didapatkan identifikasi faktor internal dan eksternal kemudian melakukan perhitungan IFAS dan EFAS guna untuk mengetahui besaran skor untuk dijadikan strategi pengembangan usaha pada industri Tahu Jaya.

Tabel 4 Perhitungan faktor IFAS

Perhitungan Skor Faktor Internal					
No	Kode	Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Skor
1	S1	Mutu produk pada UD Tahu Jaya terjamin	0,18	4	0,72
2	S2	Perusahaan memberikan Pelayanan yang baik	0,15	3	0,45
3	S3	Harga cukup terjangkau	0,15	3	0,45
Sub total					1,65
No	Kode	Kelemahan (Weaknesses)	Bobot	Rating	Skor
1	W1	Lokasi UD. Tahu Jaya kurang strategis atau jauh dari pusat keramaian	0,17	1	0,17
2	W2	Variasi produk masih sedikit	0,17	2	0,34
3	W3	Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama	0,16	2	0,34
Sub total					0,85
Total			1		2,47

(Sumber: Pengolahan data)

Tabel 5 Perhitungan faktor EFAS

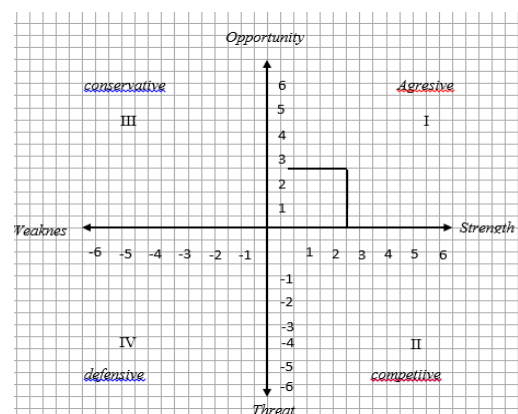
Perhitungan Skor Faktor Eksternal					
No	Kode	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
1	O1	UD. Tahu Jaya menambahkan varian produk	0,17	4	0,68
2	O2	UD. Tahu Jaya membuka cabang di lokasi yang strategis	0,15	3	0,45
3	O3	Mengembangkan usahanya melalui dunia sosial media internet	0,16	4	0,64
Sub total					1,77
No	Kode	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Skor
1	T1	Kenaikan harga	0,17	2	0,34

Perhitungan Skor Faktor Eksternal					
No	Kode	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
		bahan baku secara mendadak membuat harga produk jadi naik			
2	T2	Pelanggan berpindah karena muncul kompetitor dengan pelayanan yang baik dan harga jual dibawah UD. Tahu Jaya	0,17	2	0,34
3	T3	Kekuatan tawar menawar pembeli / konsumen besar	0,15	1	0,15
Sub total					0,83
Total			1		2,6

(Sumber: Pengolahan data)

• SWOT

Berikutnya pada analisis SWOT dilakukan pembuatan diagram berdasarkan hasil dari skor yang telah didapatkan dari identifikasi faktor internal dan identifikasi faktor eksternal. Kemudian didapatkan data bahwa pada Analisis faktor IFAS didapatkan nilai sebesar 2,47 dan analisis faktor EFAS didapatkan nilai sebesar 2,6. Berdasarkan total skor yang telah didapatkan kemudian digambarkan dalam bentuk diagram analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 2 Diagram Analisis SWOT UD Tahu Jaya

Dari gambar di atas sangat jelas menunjukkan bahwa UD Tahu Jaya berada pada kuadran 1 dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan UD Tahu Jaya.

Setelah didapatkan hasil dari diagram analisis SWOT, selanjutnya melakukan strategi alternatif menggunakan matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 6 Matriks SWOT

IFAS	Strengths (Kekuatan) 1. Mutu produk UD Tahu Jaya terjamin. 2. Perusahaan memberikan pelayanan yang baik 3. Harga produk cukup terjangkau	Weaknesses (Kelemahan) 1. Lokasi UD. Tahu Jaya kurang strategis 2. Variasi produk masih sedikit. 3. Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama
EFAS	Opportunity (Peluang) 1. UD Tahu Jaya menambah varian produk 2. UD Tahu Jaya Membuka cabang di lokasi strategis 3. Mengembangkan usahanya melalui dunia sosial media internet	Strategi S-O 1. Pertahankan kualitas dan kembangkan produk dengan memperluas kerjasama dengan berbagai pihak dengan memanfaatkan dunia sosial media internet. 2. Memperluas varian produk dengan membuat tahu kuning dan tempe yang berkualitas serta harga yang terjangkau 3. Memperluas membuka cabang dengan melakukan pelayanan yang baik terhadap konsumen.
	Threats (Ancaman) 1. Kenaikan harga bahan baku secara mendadak membuat produk jadi naik 2. Pelanggan berpindah karena muncul kompetitor dengan pelayanan yang lebih baik dengan harga jual dibawah UD. Tahu Jaya 3. Kekuatan tawar menawar pembeli / konsumen besar	Strategi S-T 1. Mengembangkan kualitas produk dengan baik dan konsisten terhadap harga produk untuk menekan turunnya minat para konsumen. 2. Mempertahankan kualitas produk dengan meningkatkan pelayanan terhadap waktu pembuatan produk untuk dijadikan sebagai keunggulan untuk menekan persaingan dengan Kompetitor lain.
		Strategi W-O Selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga mampu mempertahankan konsumen tetap.
		Strategi W-T Meningkatkan varian produk yang dapat menjangkau minat konsumen.

(Sumber: Faktor internal dan eksternal usaha Tahu Jaya)

Berdasarkan analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *opportunity*, strategi ini dibuat berdasarkan

pemikiran pemilik usaha, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh Usaha UD. Tahu Jaya yaitu:

- a. Pertahankan kualitas dan kembangkan produk contohnya memproduksi keripik tahu, stik tahu, dan tahu bakso beku memperluas kerjasama dengan berbagai

pihak dengan memanfaatkan dunia sosial media internet.

- b. Memperluas varian produk dengan membuat tahu kuning dan tempe yang berkualitas serta harga yang terjangkau.
- c. Memperluas pembukaan cabang dan mempertahankan pelayanan yang baik kepada konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil analisis dari metode yang digunakan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis dari metode SWOT menunjukkan Usaha Tahu Desa Gedog Wetan berada pada kuadran I (satu) yaitu strategi agresif, dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan dalam strategi yang sesuai yaitu SO (*Strenghts – Opportunities*), diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang yang sudah dimiliki oleh UD. Tahu Jaya serta memaksimalkan kekuatan yang dimiliki UD Tahu Jaya.
2. Dengan peluang dan kekuatan yang dimiliki seperti Tahu Jaya menambah varian produk maka UD Tahu Jaya dapat mengembangkan usahanya melalui jaringan sosial seperti instagram, facebook dll. Selain itu agar variasi tahu yang diproduksi tidak monoton maka perlu adanya variasi seperti Memperluas varian produk dengan membuat tahu kuning dan tempe yang berkualitas serta harga yang terjangkau.

Saran

1. UD Tahu Jaya harus memperbaiki strategi pengembangan usaha tahu, terutama dalam strategi menambahkan varian produk baru seperti tahu kuning, tahu susu dan tempe agar bisa menarik konsumen yang baru.
2. Mempertahankan keunggulan yang dimiliki oleh UD. Tahu Jaya serta memanfaatkan peluang yang ada untuk menarik konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Pratiwi Siregar, G. A. 2015. *Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga*. Agrium: Ilmu Pertanian.
- Pratiwi, R. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang pulut CV. Uul Jaya Di Desa Kebunlada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Medan.
- Afridhal, M. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*. Fakultas Pertanian Universitas Almuslim, Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen.
- Alyas Dan Muhammad Rakib. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguat Ekonomi Kerakyatan*. Universitas Negeri Makasar, Ujung Pandang.