
**STRATEGI PEMASARAN EKSPOR LIDI KELAPA SAWIT DI KECAMATAN HINAI
KABUPATEN LANGKAT SUMATERA UTARA (STUDI KASUS : UD. TEGAR PAMUNGKAS)**

oleh

Rangga Hardiansyah Putra¹, Supristiwendi², Cut Gustiana³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra, Aceh,
Indonesia.

E-mail: ¹rangahardians742@gmail.com

Article History:

Received: 20-03-2024

Revised: 14-04-2024

Accepted: 22-04-2024

Keywords:

Lidi Kelapa Sawit; Analisis
SWOT; QSPM.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pemasaran ekspor lidi kelapa sawit dan menganalisis strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pemasaran dan peningkatan pemenuhan kebutuhan ekspor lidi kelapa sawit. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu merupakan data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat alternatif strategi yaitu (S01) melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan modal yang tersedia, (S02) menjaga konsistensi usaha untuk memenuhi permintaan pasar. (W01) memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendapatkan jangkauan pasar lebih luas, (W02) membuat seluruh komponen penunjang usaha agar usaha terus berkembang. (ST1) melakukan inovasi dalam mengemas produk untuk menjaga kualitas, (ST2) menjaga pasokan demi mencukupi kebutuhan konsumen. (WT1) melakukan pemasaran secara digital agar lebih bersaing dengan industri sejenis. (WT2) menambah peralatan untuk meminimalisir resiko cuaca dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil QSPM didapat prioritas strategi utama dalam penelitian ini yaitu melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan modal yang tersedia.

PENDAHULUAN

Kelapa sawit merupakan bidang usaha yang berpengaruh besar di Indonesia, karena merupakan salah satu komoditi perkebunan yang menguntungkan apabila diproduksi dalam skala besar. Tingginya minat masyarakat terhadap bisnis kelapa sawit membuat Indonesia menjadi salah satu negara penghasil minyak kelapa sawit dunia. Dalam perekonomian makro ekonomi Indonesia, industri minyak sawit memiliki peran strategis, antara lain penghasil

devisa terbesar, lokomotif perekonomian nasional, kedaulatan energi, pendorong sektor ekonomi kerakyatan, dan penyerapan tenaga kerja. Perkebunan kelapa sawit Indonesia berkembang cepat serta mencerminkan adanya revolusi perkebunan sawit. Perkebunan kelapa sawit Indonesia berkembang di 22 provinsi dari 33 provinsi di Indonesia. Dua pulau utama sentra perkebunan kelapa sawit di Indonesia adalah Sumatra dan Kalimantan. Sekitar 90% perkebunan kelapa sawit di Indonesia berada di kedua pulau sawit tersebut, dan kedua pulau itu menghasilkan 95% produksi minyak sawit mentah (*crUDE palm oil/CPO*) Indonesia. Dalam kurun 1990–2015, terjadi revolusi pengusaha perkebunan kelapa sawit di Indonesia, yang ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya perkebunan rakyat dengan cepat, yakni 24% per tahun selama 1990–2015. Pada 2015, luas perkebunan sawit Indonesia adalah 11,3 juta ha (Kementerian Pertanian, 2015).

Sumatera merupakan salah satu sentra perkebunan kelapa sawit di Indonesia, salah satu daerah yang terdapat perkebunan kelapa sawit yang cukup besar adalah Provinsi Sumatera Utara terutama di Kabupaten Langkat. Berdasarkan data BPS Kabupaten Langkat (2021) perkebunan kelapa sawit yang ada di Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, memiliki luas sebesar 48.732 hektar.

Selain buah kelapa sawit yang menjadi penghasil *Crued Palm Oil* (CPO). Perkebunan kelapa sawit juga menghasilkan limbah setiap harinya, hampir setiap bagian dari tanaman kelapa sawit memiliki nilai ekonomis yang tinggi jika dikelola, Selama ini limbah dari kelapa sawit belum dimanfaatkan dengan baik, salah satu limbah kelapa sawit yang dapat dimanfaatkan adalah lidi kelapa sawit. Dalam satu hektar perkebunan kelapa sawit diperkirakan dapat menghasilkan 6400 – 7500 pelepah per tahun (Mathius,dkk,2003).

Kabupaten Langkat khususnya di kecamatan Hinai terdapat beberapa UMKM yang bergerak dalam bidang industri pengelolaan lidi kelapa sawit, baik dalam bentuk bahan baku lidi kelapa sawit maupun dalam bentuk hasil sapu lidi. Industri pengolahan lidi kelapa sawit di kabupaten Langkat selain memenuhi kebutuhan lokal, juga telah mampu memenuhi permintaan ekspor ke berbagai negara.

Ekspor merupakan strategi utama yang digunakan oleh perusahaan dengan skala bisnis kecil sampai dengan perusahaan dengan skala bisnis besar untuk bersaing di tingkat internasional, dan merupakan salah satu sumber devisa yang dapat diandalkan bagi cadangan devisa negara. Strategi ekspor digunakan karena resiko lebih rendah dan modal lebih kecil dibandingkan dengan strategi lainnya (Yosua 2017). Peluang ekspor kelapa sawit masih sangat besar karena kebutuhan dari berbagai negara seperti India, Nepal dan Pakistan masih cukup besar. Adapun ketersediaan bahan baku atau lidi itu dalam negeri khususnya Sumatera Utara, Riau, Jambi dan Aceh cukup banyak karena di beberapa provinsi tersebut terdapat perkebunan kelapa sawit (Medan Talk, 2020). Berdasarkan data ekspor lidi kelapa sawit Sumatera Utara selama lima tahun terakhir (2017-2021) yang diperoleh dari BPS, volume ekspor tertinggi terdapat di tahun 2020 bulan juli sebesar 7.882,5 ton dengan value US\$ 2.353,5.

UD. Tegar Pamungkas terletak di Desa Sukajadi, Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat merupakan industri yang menjadi pemasok lidi kelapa sawit untuk di ekspor yang sudah berdiri sejak tahun 2002 yang menjadikannya pelopor industri serupa di daerah tersebut. Usaha ini sudah mampu memenuhi kebutuhan bahan baku lidi kelapa sawit skala ekspor. Bahan baku lidi berasal dari Kabupaten Langkat, Simalungun, Povinsi Riau, dan Kota Kisaran.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan usaha ini sudah melakukan ekspor lidi kelapa sawit ke berbagai Negara, diantaranya Malaysia, Singapura, Pakistan. Kegiatan ekspor biasanya dilakukan satu sampai dua kali dalam seminggu, pengiriman dilakukan menggunakan kontainer yang diambil dari gudang penyimpanan. Saat ini UD. Tegar Pamungkas sudah memiliki lima gudang penyimpanan lidi kelapa sawit. Seiring berjalannya usaha ini berkembang juga terdapat beberapa usaha serupa yang menjadi bentuk persaingan pasar.

Didalam pengembangan suatu usaha memerlukan konsep yang baik dan tepat sehingga dapat menentukan kebijakan strategi yang menjadi alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam pengembangan usaha ekspor lidi kelapa sawit, sehingga dalam penelitian ini dapat menghasilkan strategi yang tepat untuk meningkatkan pemenuhan kebutuhan ekspor dan juga dapat mengembangkan jangkauan pemasaran yang lebih luas lagi.

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun eksternal suatu usaha (Darwin, 2020).

Salah satu strategi pemasaran adalah perdagangan internasional, hal tentunya tidak terlepas dengan kegiatan ekspor dan impor. Ekspor (*exports*) adalah barang dan jasa yang diproduksi dalam negeri untuk dijual ke luar negeri, sedangkan impor (*imports*) adalah barang dan jasa yang diproduksi di luar negeri untuk dijual di dalam negeri. Ekspor neto (*net exports*) setiap negara adalah nilai ekspor negara tersebut dikurangi dengan nilai impornya (Mankiw 2014).

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Ekspor Lidi Kelapa Sawit di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat (Studi Kasus UD.Tegar Pamungkas)"

Rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah apa saja yang menjadi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman pemasaran ekspor lidi kelapa sawit pada UD Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat dan Bagaimana strategi pemasaran ekspor lidi kelapa sawit pada UD.Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat.

Tujuan Penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, serta peluang, dan ancaman pemasaran ekspor lidi kelapa sawit dan menganalisis strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pemasaran dan peningkatan pemenuhan kebutuhan ekspor lidi kelapa sawit.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 di Desa Sukajadi Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), lebih tepatnya penelitian ini akan dilaksanakan di UD. Tegar Pamungkas, dengan dasar pertimbangan ada beberapa pengusaha didaerah tersebut yang telah mengembangkan usahanya sampai tingkat ekspor, dan UD. Tegar Pamungkas merupakan pelopor usaha serupa didaerah tersebut.

Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif

kualitatif yang di kuantitatifkan. Pendekatan deskriptif kualitatif yang di maksud adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari responden dan perilaku yang dapat diamati. Responden penelitian ini merupakan informan kunci yang dipilih menggunakan metode *purposive*, yaitu dengan sengaja memilih orang-orang tertentu yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti, metode ini dilakukan menggunakan kuisioner dan pengamatan langsung. Metode deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan (Winartha 2006).

Metode Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus, maka jumlah sampel yang akan diambil hanya satu sampel dimana yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah pemilik dari UD Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel dengan teknik *purposive sampling*, dimana menurut (Sugiyono 2013), tujuan menggunakan *purposive sampling* ialah untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti. Responden tokoh kunci pada penelitian ini adalah pemilik sekaligus pengelola UD. Tegar Pamungkas, Karyawan UD. Tegar Pamungkas, Agen Pengumpul, Dinas perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Langkat, Anggota GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia). Memilih pemilik dari UD. Tegar Pamungkas sebagai sampel karena mereka memiliki informasi yang nyata dan dipercaya mengetahui segala informasi lingkungan perusahaan. Dimana sampel lainnya yaitu Karyawan UD. Tegar Pamungkas, Agen Pengumpul, Dinas perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Langkat, Anggota GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia) merupakan orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya masing-masing.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu merupakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan berupa hasil pengamatan setempat dan perolehan dokumen perusahaan serta wawancara langsung pada pimpinan perusahaan maupun pada karyawan yang berhubungan dengan penelitian ini untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UD. Tegar Pamungkas. Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli (Kuncoro 2009).

Data Primer diperoleh berdasarkan observasi lapangan, wawancara, dan kuisioner. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung yang diperoleh dari instansi terkait seperti buku, jurnal dan sumber media masa yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi SO, ST, WO, WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Tahapan yang harus dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT agar keputusan yang

diperoleh lebih tepat melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu matriks/tabel IFAS (Internal strategi faktor analisis summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam rangka strength dan weakness perusahaan. Tahapannya adalah :

- a. Masukkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari kekuatan, kelemahan.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1.0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00).
- c. Berikan ranting pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi nilai dari 1- 4 dengan membandingkan terhadap rata rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. jika kelemahan besar sekali dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah atau dibawah rata-rata pesaing, pesaingnya nilainya 4
- d. Kalikan bobot dengan nilai (ranting) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan.

2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Sebelum membuat matriks strategi eksternal kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) :

- a. Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada Tabel EFAS, kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari peluang dan ancaman.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00.
- c. Berikan ranting pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi nilai dari 1-4 dengan membandingkan terhadap rata rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah satu, sedangkan jika nilai kelemahan rendah atau dibawah rata-rata pesaing, pesaingnya nilainya 4
- d. Kalikan bobot dengan nilai (ranting) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).

e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan.

Teknik pembobotan menggunakan metode “*payred comparison*” yang ditentukan oleh faktor internal dan eksternal. Skala yang digunakan adalah 1,2 dan 3 menunjukkan bahwa :

1 = Jika faktor strategi internal atau eksternal pada baris/horisontal kurang penting dari pada faktor strategi internal dan eksternal pada kolom/verikal.

2 = Jika faktor strategi internal pada baris/horisontal sama penting dengan faktor strategi internal dan eksternal pada kolom/vertikal.

3 = Jika faktor strategi internal dan eksternal pada baris/horisontal lebih penting dari pada faktor strategi internal dan eksternal pada kolom/vertikal.

3. Matrik SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*)

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor faktor strategis adalah Matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

- a. Strategi SO, Strategi ini dibuat berdasarkan jalan fikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan tersebut untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
 - b. Strategi ST, Strategi ini adalah strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
 - c. Strategi WO, Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
 - d. Strategi WT, Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.
4. Pengambilan keputusan dari berbagai alternatif strategi melalui tahap pencocokan, yaitu dengan menggunakan matriks IFAS/EFAS, dan matriks SWOT, maka tahap akhir dari analisis formulasi strategi adalah pemilihan strategi yang terbaik. Analisis yang dilakukan selanjutnya pada tahap pengambilan keputusan ini adalah matriks perencanaan strategi kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix/QSPM*). Teknik ini menggunakan input dari analisis tahap masukan dan hasil pencocokan dari analisis tahap pemaduan untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi.

Pengambilan keputusan menggunakan rumus yaitu:

$$TAS = B \times AS$$

Dimana:

TAS = Total nilai daya tarik

B = Bobot Rata-rata masing-masing Faktor

AS = Angka Ketertarikan

Setelah di dapat TAS maka dicari nilai STAS menggunakan rumus yaitu:

$$STAS = \sum TASI...n$$

Dimana:

STAS = Total Rata-rata Angka Ketertarikan

$\sum TASI...n$ = Total Angka Ketertarikan Semua Responden (sampel)

N = Jumlah Responden (sampel)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal dan Eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya memberi gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang di hadapi oleh UD. Tegar Pamungkas. Maka langkah selanjutnya adalah membuat formulasi strategi yang dapat

membantu usaha UD. Tegar Pamungkas untuk menghasilkan strategi yang tepat. Formulasi strategi dimulai dari tahap input dengan menggunakan Matriks IFAS dan Matriks EFAS. Kemudian melakukan tahap pencocokan dengan menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT. Tahap akhir yaitu tahap keputusan dengan menggunakan rumus Matriks QSPM.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal maka diperoleh beberapa faktor strategi internal yang berupa kekuatan dan kelemahan strategi dan pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Adapun faktor-faktor strategi pengembangan UD. Tegar Pamungkas adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Faktor kekuatan pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat 2022

No	Pernyataan	Total skor	Rata-rata
1	Tersedianya bahan baku yang cukup	23	4,60
2	Lokasi usaha yang strategis	22	4,40
3	Lamanya pengalaman usaha dibidang ekspor	20	4,00
4	Saluran distribusi yang pendek	18	3,60
5	Adanya pesaing dalam meningkatkan kualitas produk	12	2,40
Total Rata-rata			3,80

Tabel diatas menjelaskan hasil pengisian faktor internal kekuatan kepada seorang pemilik usaha UD. Tegar Pamungkas dan empat responden lainnya diperoleh skor tertinggi pada pernyataan tersedianya bahan baku yang cukup sebesar 23 skor, sesuai dengan kondisi dilapangan yang merupakan lingkungan yang banyak terdapat perkebunan kelapa sawit dan total skor terendah pada pernyataan adanya pesaing dalam meningkatkan kualitas produk sebesar 12 skor dikarenakan hal ini merupakan bentuk motivasi tambahan pemilik usaha untuk meningkatkan kualitas usahanya.

Total rata-rata jawaban 3,80 artinya responden menjawab setuju pernyataan tersebut menjadi faktor kekuatan untuk strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat.

Sedangkan faktor-faktor srategi internal yang menjadi kelemahan bagi strategi pengembangan UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Faktor kelemahan pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat 2022

No	Pernyataan	Total Skor	Rata-rata
1	Tingkat pendidikan yang rendah	19	3,80
2	Modal usaha yang terbatas	18	3,60
3	Pentingnya pembukuan laporan keuangan	16	3,20
4	Perlunya melakukan pemasaran secara digital	16	3,20
5	Peralatan yang kurang memadai	13	2,60
Total Rata-rata			3,28

Tabel diatas menjelaskan hasil pengisian faktor internal kelemahan kepada seorang pemilik UD. Tegar Pamungkas dan empat responden lainnya diperoleh skor tertinggi pada pernyataan tingkat Pendidikan yang rendah sebesar 19 skor, hal ini berdasarkan dengan sumber daya manusia yang bekerja pada usaha ini merupakan orang-orang dengan pendidikan yang rendah termasuk pemilik usaha itu sendiri dan skor terendah pada pernyataan peralatan yang kurang memadai sebesar 13 skor, hal ini ditinjau dari kondisi

dilapangan yang masih menggunakan peralatan yang tergolong sederhana.

Total rata-rata jawaban 3,28 artinya responden menjawab setuju pernyataan tersebut menjadi faktor kelemahan untuk startegi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara.

Pembobotan Faktor-Faktor Strategi Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Faktor strategi peluang (*Opportunities*) bagi strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara, antara lain:

Tabel 3. Faktor peluang pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas dikecamatan Hinai Kabupaten Langkat 2022

No	Pernyataan	Total Skor	Rata-rata
1	Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar	25	5,00
2	Potensi jangkauan pasar yang luas	24	4,80
3	Permintaan yang tinggi	21	4,20
4	Mengajukan bantuan pemerintah untuk mengembangkan usaha	21	4,20
5	Harga jual yang menguntungkan	16	3,20
Total rata-rata			4,28

Tabel diatas menjelaskan hasil pengisian faktor eksternal peluang kepada seorang pemilik UD. Tegar Pamungkas dan empat orang responden lainnya yang diperoleh skor tertinggi pada pernyataan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar sebesar 25 skor, berdasarkan tinjauan di lokasi penelitian usaha ini banyak membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan skor terendah pada pernyataan modal usaha yang fleksibel sebesar 16 skor, selain dari modal pribadi yang digunakan pemilik juga dapat memanfaatkan program bantuan modal yang di berikan oleh pemeintah.

Total rata-rata jawaban 4.28 artinya responden menjawab sangat setuju pernyataan tersebut menjadi faktor peluang untuk strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara.

Sedangkan faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman bagi strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat, antara lain :

Tabel 4. Faktor ancaman pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat 2022

No	Pernyataan	Total Skor	Rata-rata
1	Produk mudah ditiru	22	5,50
2	Pengaruh cuaca pada kualitas produk	21	5,25
3	Adanya pesaing industri sejenis	20	5,00
4	Permintaan konsumen yang berubah	18	4,50
Total rata-rata			5,06

Tabel diatas menjelaskan hasil pengisian faktor strategi ancaman kepada seorang pemilik usaha UD. Tegar Pamungkas dan empat orang lainnya diperoleh skor tertinggi pada pernyataan produk mudah ditiru sebesar 22 skor,hal ini dikarenakan produk yang diusahakan merupakan bahan yang banyak didapatkan dilingkungan sekitar dan skor terendah pada pernyataan permintaan konsumen yang berubah sebesar 18 skor, hal ini

berkaitan dengan volume kebutuhan konsumen yang sewaktu waktu dapat berubah.

Total rata-rata jawaban 5,06 artinya responden menjawab sangat setuju pada pernyataan tersebut menjadi faktor ancaman untuk strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara.

Analisis IFAS (Internal Strategy Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Strategy Factor Analysis Summary)

Analisis Matriks IFAS

Hasil analisis matriks IFAS yaitu penggabungan nilai bobot rata-rata dan nilai rating rata-rata hasil analisis matriks IFAS pada strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. Hasil analisis matriks IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4
Tersedianya bahan baku yang cukup	0,096	3,60	0,346
Lokasi usaha yang strategis	0,112	3,40	0,381
Lamanya pengalaman usaha dibidang ekspor	0,091	3,20	0,291
Saluran distribusi yang pendek	0,100	2,80	0,280
Adanya pesaing dalam meningkatkan kualitas produk	0,104	2,40	0,250
Sub Total			1,548
Tingkat Pendidikan yang rendah	0,103	1,40	0,144
Modal usaha terbatas	0,082	1,20	0,098
Pentingnya pembuatan laporan keuangan	0,102	1,00	0,102
Perlunya melakukan pemasaran secara digital	0,106	2,00	0,212
Peralatan yang kurang memadai	0,104	1,80	0,187
Sub Total			0,743
Total			2,291

Pada tabel berikut diatas merupakan hasil dari analisis IFAS pada strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Dari hasil analisis IFAS faktor kekuatan mempunyai nilai 1,548 sedangkan faktor kelemahan mempunyai nilai 0,743, artinya dalam mengembangkan usahanya pemilik mampu memanfaatkan kekuatan internalnya dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

Analisis Matriks EFAS

Hasil analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 5. Hasil Matriks EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4
Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar	0,089	4,00	0,356
Potensi jangkauan pasar yang luas	0,091	3,60	0,328
Permintaan yang tinggi	0,097	3,60	0,349
Mengajukan bantuan pemerintah untuk mengembangkan usaha	0,117	3,20	0,374
Harga jual yang menguntungkan	0,112	3,20	0,358
Sub Total			1,765

Produk mudah ditiru	0,132	1,80	0,238
Pengaruh cuaca pada kualitas produk	0,101	1,00	0,101
Adanya pesaing industri sejenis	0,118	1,60	0,189
Permintaan konsumen yang berubah	0,142	1,80	0,256
Sub Total			0,784
Total			2,549

Tabel berikut diatas merupakan hasil analisis EFAS pada strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Dari hasil analisis EFAS faktor peluang mempunyai nilai 1,765 sedangkan faktor ancaman mempunyai nilai 0,784 artinya dalam mengembangkan usaha UD. Tegar Pamungkas mampu memanfaatkan peluang untuk menyikapi setiap ancaman.

Analisis Matriks IFAS dan EFAS

IFAS dan EFAS	Strenght (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	= 1,548 + 1,765 = 3,313	= 0,743 + 1,765 = 2,508
Threath (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
	= 1,548 + 0,784 = 2,332	= 0,743 + 0,784 = 1,527

Tabel diatas menunjukkan bahwa analisis gabungan IFAS dan EFAS menghasilkan alternatif strategi SO dengan skor 3,313 skor, strategi WO sebesar 2,508 skor, strategi ST sebesar 2,332 skor dan strategi WT sebesar 1,527 skor. Hal ini menunjukkan bahwa strategi SO memiliki skor paling tinggi, artinya strategi pengembangan usaha ini memungkinkan untuk diterapkan di usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara.

Tahap berikutnya yaitu tahap pencocokan data, pada tahap ini akan menghasilkan beberapa alternatif strategi yang realistis dan dapat di praktikan oleh pemilik usaha UD. Tegar Pamungkas dengan memanfaatkan informasi internal berupa kekuatan dan kelemahan, dan juga informasi eksternal berupa peluang dan ancaman yang diperoleh pada matriks IFAS dan EFAS pada tahap input data. Tahap ini akan menggunakan diagram SWOT dan matriks SWOT sebagai alat analisis dalam menciptakan alternatif strategi yang dibutuhkan.

Diagram SWOT

Diagram ini digunakan untuk mengetahui posisi kuadran pada perusahaan. Diagram SWOT dilakukan ketika mengetahui hasil skor dari tabel IFAS (*internal strategy factor analysis summary*) dan EFAS (*external strategy factor analysis summary*). Penentuan koordinat pada diagram ini bertujuan untuk menentukan posisi strategi perusahaan, apakah terletak di kuadran I, II, III, IV. Yang berfungsi untuk mengidentifikasi strategi perusahaan bersifat agresif, diversifikasi, turn-around dan defensif. Adapun cara perhitungan skor tabel IFAS dan EFAS yaitu sebagai berikut :

a. Total skor tabel IFAS

$$\text{Skor total kekuatan} - \text{skor total kelemahan} = 1,548 - 0,743 = 0,805$$

b. Total skor tabel EFAS

Skor total peluang – skor total ancaman = 1,765 – 0,784 = 0,981



Berdasarkan hasil analisis diatas, usaha UD. Tegar Pamungkas terletak pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Yang mana posisi ini adalah posisi yang sangat menguntungkan. Usaha UD. Tegar Pamungkas tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang harus dilakukan dalam kondisi ini adalah mendukung setiap kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal usaha UD. Tegar Pamungkas pada tahap input maka didapati kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, kemudian pada tahapan pencocokan data pertama yang menghasilkan posisi perusahaan. Hasil analisis tersebut kemudian dipadukan untuk mengembangkan matriks SWOT dan menghasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha UD. Tegar Pamungkas yang dapat dilihat pada lampiran 11. Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT maka alternatif atau pilihan strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan Usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength and Opportunities*)

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal pada suatu usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Strategi SO yang bisa diterapkan pada usaha UD. Tegar Pamungkas sebagai berikut:

- Melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan menambahkan modal usaha untuk meningkatkan keuntungan.
- Meningkatkan konsistensi usaha untuk memenuhi permintaan pasar.

2. Strategi WO (*Weakness and Opportunities*)

Strategi WO merupakan strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal suatu usaha dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Strategi WO yang bisa diterapkan pada usaha UD. Tegar Pamungkas sebagai berikut:

- Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendapatkan jangkauan pasar lebih luas.
- Membuat seluruh komponen penunjang usaha agar usaha terus berkembang.

3. Strategi ST (*Strength and Treaths*)

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan Kekuatan Internal pada suatu usaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal yang ada. Strategi ST yang bisa diterapkan pada usaha UD. Tegar Pamungkas sebagai berikut:

- a. Melakukan inovasi dalam pengolahan bahan baku untuk menjaga kualitas dan menambah variasi produk.
- b. Menambah dan menjaga hubungan dengan relasi usaha untuk menjaga pasokan demi mencukupi kebutuhan konsumen.

4. Strategi WT (*Weakness and Treaths*)

Strategi WT merupakan strategi yang diarahka untuk mengurangi kelemahan pada suatu usaha serta menghindari ancaman eksternal yang ada. Strategi WT yang dapat diterapkan pada usaha UD. Tegar Pamungkas sebagai berikut:

- a. Melakukan pemasaran secara digital agar lebih bersaing dengan industri sejenis.
- b. Menambah sarana dan prasarana untuk meminimalisir resiko cuaca dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Analisis Matriks QSPM

Dalam matriks QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*) strategi yang memiliki nilai STAS (*Summary Total Attractiveness Score*) atau jumlah keseluruhannya daya tarik total paling tinggi yaitu strategi SO dengan skor 31,635 dengan strategi melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan menambahkan modal usaha untuk meningkatkan keuntungan. Hal ini menunjukan bahwa strategi tersebut merupakan strategi yang paling menarik bagi pengambil keputusan pada usaha UD. Tegar Pamungkas dibandingkan dengan strategi yang lainnya. Berdasarkan analisis QSPM, adapun urutan prioritas strategi usaha UD. Tegar Pamungkas adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Prioritas Strategi Usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat 2022

Uraian	Strategi							
	1	2	3	4	5	6	7	8
STAS 1	6,609	6,414	4,709	5,008	5,546	6,477	5,554	5,730
STAS 2	5,077	5,498	4,882	4,713	5,551	6,169	5,766	5,842
STAS 3	6,243	5,781	4,834	5,012	5,933	6,265	5,974	6,029
STAS 4	7,038	5,589	4,738	5,012	5,837	6,169	6,070	6,349
STAS 5	6,668	6,235	5,216	4,991	6,045	6,078	5,320	5,642
Jumlah	31,635	29,517	24,379	24,736	28,912	31,158	28,684	29,592
Urutan								
Prioritas Strategi	1	4	8	7	5	2	6	3

Berdasarkan tabel diatas adapun urutan prioritas strategi untuk strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

1. Melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan menambahkan modal usaha untuk meningkatkan keuntungan . Dengan skor 31,635.
2. Menambah dan menjaga hubungan dengan relasi usaha unuk menjaga pasokan demi mencukupi kebutuhan konsumen. Dengan skor 31,158.

3. Menambah sarana dan prasarana untuk meminimalisir resiko cuaca dan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan skor 29,692.
4. Meningkatkan konsistensi usaha untuk memenuhi permintaan pasar. Dengan skor 29,517.
5. Melakukan inovasi dalam pengolahan bahan baku untuk menjaga kualitas dan menambah variasi produk. Dengan skor 28,912.
6. Melakukan pemasaran secara digital agar lebih bersaing dengan industri sejenis. Dengan skor 28,684.
7. Membuat seluruh komponen penunjang usaha agar usaha terus berkembang. Dengan skor 24,736.
8. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendapatkan jangkauan pasar lebih luas. Dengan skor 24,379.

Berdasarkan hasil pernyataan diatas diketahui bahwa yang menjadi prioritas strategi adalah melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan menambahkan modal usaha untuk meningkatkan keuntungan. Dengan skor 31,635, hal ini didapatkan berdasarkan hasil analisis faktor – faktor dilapangan yang didominasi dengan kekuatan dan peluang usaha yang mampu dikembangkan, dengan harapan melalui penambahan fasilitas usaha dan modal usaha agar mampu menampung lebih banyak bahan baku sehingga sehingga dapat meningkatkan penjualan, ini akan mampu meningkatkan keuntungan dari usaha karena didukung dengan harga jual ekspor yang dianggap memiliki nilai profit yang relatif tinggi. Strategi yang terakhir atau yang bukan di prioritaskan adalah Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendapatkan jangkauan pasar lebih luas. Dengan skor 24,379, hal ini dikarenakan faktor strategi tersebut merupakan strategi yang dianggap paling kecil memberikan perubahan perkembangan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan hasil analisis SWOT didapatkan delapan alternatif strategi yang cocok untuk usaha UD. Tegar Pamungkas yaitu prioritas strategi pengembangan usaha yang diperoleh dari hasil analisis dengan menggunakan QSPM terhadap delapan alternatif strategi yang telah diperoleh yaitu Melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan menambahkan modal usaha untuk meningkatkan keuntungan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis strategi pengembangan usaha UD. Tegar Pamungkas di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Sumatera Utara, maka saran yang penulis berikan kepada usaha UD. Tegar Pamungkas yaitu:

1. Melakukan prioritas strategi utama alternatif yang didapat pada hasil penelitian ini yaitu melakukan peningkatan fasilitas usaha dengan menambahkan modal usaha untuk meningkatkan keuntungan.
2. Setelah melakukan prioritas utama strategi usaha UD. Tegar Pamungkas dapat melaksanakan alternatif strategi lainnya yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep Dan Strategi*. Jakarta: Pt. Grafindo Persada.
- [2] Badan Pusat Statistik. (2020). *Kabupaten Langkat*

- [3] Badan Pusat Statistik. (2020). *Kecamatan Hinai dalam Angka*
- [4] Darwin. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UDang Vanname Di Desa Mulaeno Kecamatan Poleang Tengah Kabupaten Bombana*. Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan Fpik Uho. Issn 2505-664x: 5(1).
- [5] Dumaria.,Bagas A., Dandi. 2021. *Pemanfaatan limbah lidi kelapa sawit menjadi inovasi kerajinan bernilai jual*.senkim.
- [6] Freddy Rangkuti. 1997. *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta :Gramedia Pustaka.
- [7] Mankiw, N. Gregory. (2014). *Pengantar Ekonomi Makro: Edisi Asia*. (Terjemahan Biro Bahasa Alkemis). Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Mathius, I W. 2003. *Perkebunan kelapa sawit dapat menjadi basis pengembangan sapi potong*. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian 25(5):1-4
- [9] Medan Talk. "Sumut Ekspor 50 Ton Lidi ke India, Nepal dan Pakistan".16 November2020.<https://m.facebook.com/MedanTalk/photos/a.10154416638471625/10157384253866625/?type=3>. [diakses pada 14 November 2022].