

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA STIK JAGUNG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) LESTARI DI DESA BARAKATI

Rekawati Bobihu <sup>\*)1)</sup>, Mahludin Baruwadi <sup>2)</sup>, Yuriko Boekoesoe <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128

<sup>2)</sup> Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128

### ABSTRACT

*This study aims to identify the internal environmental factors and the external environment of corn sticks business and the strategy of corn business development on the micro small and medium enterprises (MSMEs) Lestari in Barakati Village. The method used is qualitative descriptive method. The research data is obtained from observation, interview, literature study and documentation study. Data analysis technique using SWOT analysis. Informant research amounted to 3 people, namely Owners of SMEs, Employees and Consumers of MSME Lestari. Result of this research Identification of internal factor and external factor of effort of Corn Stik at UMKM Lestari: Internal factors include: existing strength in UMKM Lestari is Product which have many flavor, Special training for employee, Availability of main raw material, Product without preservative, Applying standard GMP / SOP, Low Price, Production Activities using technology, Loyalty to consumers, and Ability to partner with stockholders. While the weaknesses in MSME Lestari is the business location is always flooded, promotional activities that have not been effective, No patents, and the form of packaging is less interesting. External factors include: opportunities that will later exist d UMKM Lestari Consumption of finished food, Increase in population, Regional economic growth, technological developments and business expansion. While the threats that exist in MSME Lestari are similar products, Rising prices of major raw materials, Increased transportation rates, the competitor of other SMEs, changes in consumer tastes and System regulation and taxation. Strategy of Corn Stik business development at UMKM Lestari based on SWOT diagram, then selected strategy is combination of S-T strategy that is: 1). Product diversification, 2). Make a partnership letter with corn farmers.*

**Keywords:** *Corn Sticks, Development Strategy, SMEs*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal usaha Stik Jagung dan Strategi Pengembangan Usaha Stik Jagung pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Lestari di Desa Barakati. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara, studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. Informan penelitian berjumlah 3 orang, yaitu Pemilik UMKM, Karyawan dan Konsumen dari UMKM Lestari. Hasil Penelitian ini Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal usaha Stik Jagung di UMKM Lestari : Faktor internal meliputi: kekuatan yang ada di UMKM Lestari yaitu Produk yang memiliki banyak rasa, Pelatihan khusus untuk karyawan, Ketersediaan bahan baku utama, Produk tanpa bahan pengawet, Menerapkan standar GMP/SOP, Harga yang murah, Kegiatan Produksi menggunakan teknologi, Loyalitas terhadap konsumen, dan Kemampuan bermitra dengan stockholder. Sedangkan kelemahan yang ada di UMKM Lestari adalah Lokasi usaha selalu banjir, Kegiatan promosi yang belum efektif, Tidak memiliki hak paten, dan bentuk kemasan kurang menarik. Faktor eksternal meliputi : peluang yang akan nanti ada d UMKM Lestari yaitu Konsumsi terhadap makanan jadi, Peningkatan jumlah penduduk, Pertumbuhan ekonomi daerah, Perkembangan teknologi dan Ekspansi usaha. Sedangkan ancaman yang ada di UMKM Lestari yaitu Produk sejenis, Meningkatnya harga bahan baku utama, Meningkatnya tarif transportasi, adanya pesaing dari UMKM lainnya, perubahan selera konsumen dan System regulasi dan perpajakan. Strategi pengembangan usaha Stik Jagung di UMKM Lestari berdasarkan diagram SWOT pada posisi kuadran III, maka strategi yang terpilih adalah kombinasi strategi S-T yaitu: 1). Diversifikasi produk , 2). Membuat surat kemitraan dengan petani jagung.

**Kata kunci:** Stik Jagung, Strategi Pengembangan, Usaha Kecil Menengah

### PENDAHULUAN

Sektor industri pengolahan merupakan sektor dalam perekonomian Indonesia. Selama beberapa tahun terakhir sektor ini mampu menjadi penyokong dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. PDB

merupakan salah satu indikator ekonomi makro yang cukup penting untuk mengetahui peranan dan kontribusi yang diberikan oleh suatu sektor terhadap pendapatan nasional. Berdasarkan data Dapertemen Perindustrian dan Perdagangan RI

(2010), pada Tahun 2008 peran industry pengolahan mencapai lebih dari seperempat (26,79 persen) komponen pembentukan PDB nasional atau sebesar 557.776 milyar rupiah.

Perekonomian Provinsi Gorontalo secara sektoral, masih didominasi oleh aktivitas sektor pertanian. Apabila dilihat secara lebih khusus lagi, penggerak sektor pertanian berasal dari subsektor tanaman pangan. Sementara sektor sekunder dan tersier ditempati oleh sektor perikanan, peternakan, jasa-jasa dan sektor perdagangan. Sektor pertanian di daerah Gorontalo menjadi perhatian karena merupakan program unggulan pemerintah Provinsi Gorontalo. Namun peningkatan produksi belum seimbang dengan pemanfaatan luas lahan yang tersedia, di samping itu juga pola budaya masyarakat yang menerapkan sistem pola tanam yang masih menggunakan teknologi tradisional dalam menjalankan usaha tani khususnya tanaman jagung, seperti : mengolah tanah, pemeliharaan tanaman yang kurang intensif, menggunakan bibit lokal, jarang atau bahkan tidak menggunakan pupuk atau pestisida, menggunakan pola tanam campuran yang tidak beraturan. Bahkan kebun-kebun ada yang tidak dipagar sehingga hewan liar bebas keluar masuk merusak tanaman. (Menurut Muhamad : 2003)

Komoditi pertanian pada umumnya dihasilkan sebagai bahan mentah dan mudah rusak, sehingga perlu langsung dikonsumsi atau diolah terlebih dahulu. Proses pengolahan ini dapat meningkatkan guna bentuk komoditi-komoditi pertanian. Ketersediaan konsumen membayar harga output agroindustri pada harga yang relative tinggi merupakan insentif bagi perusahaan-perusahaan pengolah untuk menghasilkan output agroindustri.

Jagung merupakan salah satu komoditi pertanian yang termasuk bahan pangan penting di Kota Gorontalo karena merupakan sumber karbohidrat kedua setelah beras. Komponen pengolahan hasil pertanian sebenarnya menjadi penting karena beberapa pertimbangan antara lain: dapat meningkatkan nilai tambah (added value), meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan produsen dan meningkatkan pendapatan produsen (Soekartawi, 2003)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia, terutama saat krisis ekonomi yang terjadi pada periode 1998 sampai dengan periode 2000an. UMKM dianggap mampu bertahan pada krisis dimana puluhan

perusahaan besar mengalami kebangkrutan (Adler H. Manurung, 2008: 2) Usaha Mikro Kecil dan Menengah Lestari harus mampu menganalisa dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik itu dari lingkungan internal yang masih dikendalikan maupun dari lingkungan eksternal yang sukar untuk dikendalikan. Analisis lingkungan internal dan eksternal memberikan identifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki, sehingga usaha Bersahaja memiliki daya saing dan berkembang dengan masih memperhatikan misi dan tujuan awal.

Sejauh ini usaha Lestari belum pernah melakukan analisis terhadap dampak lingkungan internal usaha maupun lingkungan eksternal usaha. Sehingga perusahaan belum menentukan strategi apa yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan lain. Oleh Karena itu evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk yang produksi dan sistem yang dijalankan usaha Lestari dapat dilakukan dengan SWOT Analysis. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Umkm Stik jagung Lestari dalam mengembangkan usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor lingkungan Internal dan lingkungan Eksternal usaha Stik Jagung Lestari dan mengetahui strategi UMKM yang dilakukan dalam pengembangan usaha Stik Jagung Lestari.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selalu menarik untuk dikaji, bukan hanya dari aspek ketahanan, aspek pembiayaan, perolehan pinjaman atau dari aspek manajerial usaha. Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (*Economic Union*) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global. Dalam hal ini, UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) selalu hadir karena memang diperlukan. UMKM ini selalu pula dapat membuktikan ketahanannya, terutama ketika bangsa kita dilanda badai krisis ekonomi (sejak Juli 1997). UMKM ini tampak merupakan

salah satu sektor usaha penyangga utama yang dapat menyerap banyak tenaga kerja.

Dari Data BPS dan Kementerian Koperasi dalam Wahyudin (2013:27), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar. Perkembangan dan Pertumbuhan UMKM pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM.

### **Stik Jagung**

Stik jagung merupakan salah satu cemilan yang memiliki rasa enak dan sangat cocok untuk menemani waktu bersantai anda bersama keluarga tercinta ataupun rekan terdekat. Olahan stik jagung ini sangat merakyat sehingga banyak masyarakat yang mencari cemilan ini. Stik jagung dibuat dengan cara menambahkan bahan yakni tepung terigu, jagung manis pipil yang telah dihaluskan, telur ayam, mentega, air es, minyak goreng, bawang putih, bawang merah, merica bubuk, garam, dan gula pasir. Semua adonan dicampur hingga rata. Kemudian, adonan digiling tipis dan dicetak dengan ukuran kurang lebih 5 cm. Lalu, adonan yang telah dicetak siap untuk digoreng. Lama penggorengan hingga stik bewarna kuning dan adonan terasa keras saat digoreng. Angkat adonan ketika telah matang, lalu tiriskan. Saat stik jagung menjadi dingin, stik langsung dikemas dalam plastik tebal. Stik jagung tidak diberi bumbu taburan, karena rasa dari stik jagung telah manis dan gurih. Untuk pemasaran, stik jagung dapat dipasarkan ke warung kecil atau swalayan dengan harga yang murah. ( Karim, 2013:5).

### **Strategi didalam Pengembangan UMKM**

Strategi adalah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dengan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.

Chandler (dalam Anoraga. 2004 : 339) strategi adalah sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan , dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Strategi adalah kekuatan-kekuatan sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti internal untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan persaingan. Berkaitan dengan memenangkan medan tempur persaingan dan mendapatkan kepemimpinan global, tujuan strategi secara tidak langsung

berarti bentang sumber daya, kapabilitas, dan kompetisi inti organisasi. Ketika di bangun dengan efektif, tujuan strategi dapat membuat orang melakukan hal-hal dengan cara-cara yang sebelumnya dianggap tidak mungkin. Sehubungan dengan masalah strategi maka strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi adalah bahwa para menejer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak di terapkan. Strategi juga dapat di definisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah di rumuskan secara eksplisit. Pandangan ini di terapkan bagi para menejer yang bersifat relatif yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan.

### **Analisis SWOT sebagai Metode Analisis**

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan di gunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Menurut Kotler (2008 : 88) mengemukakan bahwa Analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sedangkan Sutojo dan Kleinstauber (2002 : 88) Analisis SWOT adalah menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. Selanjutnya Rangkuti (2008: 19) mengemukakan bahwa Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*).

Rangkuti (2013) dalam Mahendra dan Saino (2015 : 4) menjelaskan bahwa “Analisis SWOT adalah proses analisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman ) dalam kondisi saat ini. Analisis ini didasarkan pada logika yang berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha untuk pengambilan keputusan strategi yang terbaik.

### **Visi Perusahaan**

Umar (2003) mengemukakan bahwa visi merupakan cita-cita masa depan yang ada dalam benak pendiri yang kira-kira mewakili seluruh anggota perusahaan, mulai dari jenjang yang paling atas sampai yang paling bawah bahkan

pesuruh sekalipun. Visi juga dapat diartikan sebagai pernyataan tersirat dari "what do we want to become". Ketika para karyawan dan manajer secara bersama-sama menghasilkan suatu visi perusahaan, maka dokumen yang dihasilkan dapat mencerminkan visi secara pribadi sehingga mereka dapat menanamkan visi tersebut dalam hati dan pikiran untuk mewujudkan masa depan dengan arah yang jelas (David, 2004).

### **Misi Perusahaan**

Misi Perusahaan merupakan penjabaran secara tertulis mengenai visi agar visi tersebut mudah dimengerti atau jelas bagi seluruh staf perusahaan (Umar, 2003). Menurut Jauch dan Glueck (1991), misi dapat dipandang sebagai mata rantai antara melaksanakan beberapa fungsi sosial dan tujuan yang lebih khas dari perusahaan/organisasi. Pernyataan misi pada umumnya digunakan untuk menetapkan landasan bagi keberadaannya.

### **Tujuan Perusahaan**

Menurut Jauch dan Glueck (1991), perusahaan umumnya memiliki tujuan yang bermacam-macam, antara lain : (1) keuntungan, (2) efisiensi, (3) kepuasan dan pembinaan karyawan, (4) produk dan jasa untuk konsumen, (5) menjadi anggota perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dan hubungan yang baik dengan masyarakat, (6) pemimpin pasar, (7) maksimisasi deviden, (8) kelangsungan hidup, (9) kemampuan beradaptasi, dan (10) pelayanan masyarakat.

### **Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis (David, 2004). Analisis lingkungan internal merupakan proses di mana perencana strategi mengkaji pemasaran, penelitian dan pengembangan, produksi dan operasi, sumberdaya manusia, serta keuangan dan akuntansi. Analisis ini digunakan untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahan perusahaan (Jauch dan Glueck, 1991).

### **Analisis Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal bertujuan membuat daftar terbatas mengenai beberapa peluang yang dapat menguntungkan perusahaan dan berbagai ancaman yang harus dihindari (David, 2004). Analisis lingkungan eksternal tidak ditujukan untuk membuat daftar panjang mengenai setiap faktor yang mungkin dapat mempengaruhi bisnis melainkan ditujukan untuk mengidentifikasi variabel-variabel kunci yang dapat memberikan respon yang dapat dilaksanakan. Perusahaan harus mampu merespon terhadap faktor-faktor tersebut dengan merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan

peluang atau untuk dampak dari ancaman (David, 2004).

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan april 2018 di UMKM Stik Jagung Lestari di desa barakati, kecamatan Bataudaa, Kabupaten Gorontalo. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian menggunakan metode studi kasus. Adapun data yang di perlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan Pemilik UMKM, Karyawan, dan Konsumen, Sedangkan untuk data sekunder di peroleh dari instansi terkait di Desa Barakati Kecamatan Batudaa, Kabupaten Gorontalo dan BPS Kabupaten Gorontalo.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik sampel yang digunakan yaitu teknik penentuan sampel pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam penelitian ini adalah UMKM Lestari yang telah berdiri 20 tahun dengan alasan umkm yang telah teruji waktu dan tetap berdiri selama 2 dekade.

### **Teknik Analisis Data**

Metode pengolahan data dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari pemilik perusahaan untuk menganalisa kondisi perusahaan untuk menganalisa kondisi perusahaan, selanjutnya merumuskan strategi pengembangan perusahaan dengan menggunakan matriks EFE dan IFE, strategi generik, matriks SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif strategi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal**

#### **a) Identifikasi Faktor Internal**

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal diperoleh dari lapangan faktor yang berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) berpengaruh terhadap kelangsungan UMKM Lestari di Desa Barakati. Adapun yang menjadi faktor strategi internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan oleh UMKM Lestari sebagai berikut :

#### **a. kekuatan**

1) Produk yang memiliki banyak rasa

UMKM Lestari dalam pembuatan stik jagung telah memiliki banyak rasa yaitu, original, balado(cabe), keju, dan manis. Ini tentunya menjadi kekuatan bagi UMKM lestari dibandingkan UMKM lainnya.

2) Pelatihan khusus untuk karyawan

Para karyawan UMKM Lestari selalu mengikuti Pelatihan dari Pemerintah yaitu dari Dinas Koperindag, Barkoluh, BPTP, dan BP4K. pelatihan selalu dilakukan guna untuk mengembangkan proses produksi, yang berorientasi pengembangan stik jagung baik pelatihan inovasi bentuk, rasa stik jagung dan pelatihan menggunakan alat.

3) Ketersediaan bahan baku utama

Bahan baku utama yang digunakan oleh UMKM Lestari ini adalah jagung. Bahan baku utama yang selalu digunakan UMKM Lestari yaitu jagung yang diambil langsung dari petani jagung yang ada di desa barakati dan di lahan perkebunan sendiri. UMKM Lestari juga mempunyai gudang penyimpanan jagung sehingga ketersediaan bahan baku utama ini sangat mudah diperoleh.

4) Produk tanpa bahan pengawet

Stik jagung ini adalah makanan ringan yang bahannya tidak menggunakan bahan pengawet. Dan ini juga selalu digemari masyarakat luar (turis) karena tidak menggunakan bahan pengawet. Tentunya ini adalah kekuatan dari produk stik jagung

5) Menerapkan standar GMP/SOP

Produk Stik jagung UMKM Lestari sudah menerapkan standar GMP/Standar Oprasional Produk. Penerapan GMP/SOP ini tentunya dibantu dari kepelatihan yang diberikan pemerintah. Ini juga tentunya menjadi kekuatan produk stik jagung. SOP yang bisa menjadikan arus kerja yang lebih baik, menjadi pedoman untuk karyawan yang bekerja, penghematan biaya, memudahkan pengawasan.

6) Harga yang murah

UMKM Lestari menjual produk stik jagung dengan sangat murah dibandingkan dengan pejual UMKM Bontula. Harga stik jagung di UMKM Lestari dijual dengan harga Rp.50.000/toples dan harga kemasan plastic Rp.10.000. dibandingkan dengan penjual Bontula menjual dengan harga Rp.75.000/toples dan kemasan plastic dengan harga Rp.15.000. Tentunya lebih murah harga dari UMKM Lestari.

7) Kegiatan produksi menggunakan teknologi

Kegiatan produksi UMKM Lestari sudah sangat mudah karena sudah menggunakan alat teknologi tidak lagi menggunakan cara manual. Penggunaan alat ini sangat mempermudah dan mempercepat proses produksi.

8) Loyalitas konsumen

UMKM Lestari sangat mengutamakan kepuasan konsumen dan memberikan layanan terbaik, misalnya bersikap ramah dan jujur terhadap konsumen yang datang membeli

langsung produk olahan hasil produksi. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh UMKM Lestari. UMKM Lestari sudah menentukan jadwal produksi akan tetapi ada pelanggan-pelanggan yang pesan diluar jadwal produksi. Dilihat dari sisi tersebut bahwa konsumen setia untuk datang lagi membeli produk olahan UMKM Lestari.

9) Kemampuan bermitra dengan stockholder

UMKM lestari selalu bermitra dengan Dinas pemerintah, Barkoluh, BPTP,BP4K dan juga agen-agen, toko-toko penitipan. UMKM selalu menjaga kemitraaan ini agar tidak lepas karena kemitraan ini sangat penting bagi UMKM Lestari. Pemilihan mitra usaha ini umumnya didasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan ekonomis yang saling memberikan keuntungan. Kemitraan ini bersifat informal, yang telah membuat garis besar tertulis yang menggambarkan penjelasan rinci tentang kegiatan,harapan dan tanggung jawab.

**b. Kelemahan**

1) Lokasi usaha selalu banjir

Lokasi UMKM Lestari terletak di sebelahan rumah pemilik UMKM, dan tempat tersebut selalu banjir jika hujan yang sangat deras membuat keterhambatan proses pembuatan Stik jagung di UMKM Lestari.

2) Kegiatan promosi yang belum efektif

Saat ini promosi yang dilakukan oleh UMKM Lestari belum efektif karena UMKM Lestari hanya mempromosikan produknya langsung ke konsumen yang akan datang membeli atau melalui teman dekat saja. UMKM Lestari belum mempromosikan lewat media seperti, Facebook, Instagram dan aplikasi online lainnya.

3) Tidak memiliki Hak Paten

Stik jagung UMKM Lestari memiliki kualitas produk yang baik dan pilihan rasa yang beragamserta harga yang bersaing, Namun kerena UMKM Lestari tidak memiliki Hak Paten, Stik jagung ini mudah ditiru oleh pesaing.

4) Bentuk kemasan kurang menarik

Kemasan tidak hanya berperan sebagai wadah untuk produk tetapi kemasan juga memiliki peran penting yang sangat dalam memberikan nilai tambah bagi produk itu sendiri. Saat ini UMKM Lestari masih menggunakan kemasan yang tradisional yaitu jenis plastik transparan. Kemasan ini belum mampu menarik perhatian konsumen secara khusus karena terkadang kemasan ini mudah hancur, dan mudah robek sehingga itu bisa menjadi kelemahan pada produk stik jagung

### **Identifikasi Faktor Eksternal**

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal diperoleh dari lapangan faktor yang berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treaths*) berpengaruh terhadap kelangsungan UMKM Lestari di Desa Barakati. Adapun yang menjadi faktor strategi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman oleh UMKM Lestari sebagai berikut:

#### **a. Peluang**

##### **1) Konsumsi terhadap makanan jadi**

Konsumsi terhadap makanan jadi dipengaruhi dengan kemajuan zaman karena masyarakat lebih menyukai yang sesuatu yang serba instan. Hal ini dapat dilihat dari semakin maraknya masyarakat diberbagai kalangan yang mengkonsumsi cemilan. Stik jagung ini berupa cemilan yang sangat baik di konsumsi karena bahan Pembuatannya tidak menggunakan bahan pengawet. Ini menjadai peluang bagi UMKM Lestari untuk memproduksi Stik Jagung tersebut.

##### **2) Peningkatan jumlah penduduk**

Meningkatnya jumlah penduduk di Desa Barakati maupun di Kabupaten Gorontalo setiap tahun merupakan suatu peluang bagi UMKM Lestari. Peluang tersebut berupa semakin meningkat jumlah penduduk maka pelanggan yang akan didapat UMKM Lestari meningkat juga dengan permintaan produk Stik jagung.

##### **3) Pertumbuhan ekonomi daerah**

Masyarakat menuntut adanya pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dan praktis dari disisi penyajian. Hal ini menjadi daya tarik bagi para pemilik modal untuk menegembangkan usaha pengolahan antara lain usaha stik jagung. Akan tetapi yang perlu diingat oleh pihak perusahaan adalah adanya faktor yang mempengaruhi konsumsi dan permintaan pangan rumah tangga, yaitu harga pangan dan tingkat pendapatan rumah tangga. Dampak dari pertumbuhan ekonomi mempengaruhi terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat yang mengakibatkan meningkatnya daya beli masyarakat. Hal ini menjadi peluang bagi UMKM Lestari untuk meningkatkan kapasitas produksinya.

##### **4) Perkembangan teknologi**

Saat ini perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat mempermudah UMKM Lestari untuk mengakses informasi dari berbagai sumber berupa media masa dan elektronik. Perkembangan teknologi ini juga dapat dimanfaatkan UMKM Lestari dalam mempromosikan produk yang dihasilkan, memodifikasi dan mengadopsi produk varian baru, serta mencari akses kerja sama sehingga UMKM Lestari dapat berkembang. Selain itu

kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi tentang mesin produksi yang modern.

##### **5) Ekspansi usaha**

UMKM Lestari sangat berkeinginan untuk memperluas usahanya, dan meningkatkan ekonomi atau pertumbuhan dunia usaha dengan cara menciptakan pasar baru, perekrutan karyawan , penambahan fasilitas, membangun cabang baru. Ini tentu akan menjadi peluang buat UMKM Lestari khususnya di produk Stik Jagung.

#### **b. Ancaman**

##### **1) Produk sejenis**

Banyaknya produk sejenis beredar dipasaran menyebabkan UMKM Lestari tersaingi. Produk sejenis yang dihasilkan misalnya dapat berupa stik jagung original yang juga sama dengan haasil olahan UMKM Lestari. Hal ini menjadi acaman bisa saja konsumen lebih memilih produk sejenis yang dipasarkan tersebut.

##### **2) Meningkatnya harga bahan baku**

Kenaikan biaya bahan baku disebabkan karena adanya kenaikan bahan bakar minyak (BBM). Kemudian terjadi penurunan harga BBM yang tidak berpengaruh terhadap penurunan harga bahan baku Stik jagung, baik bahan baku utama maupun bahan baku tambahan. Ketidakstabilan harga menyebabkan suatu ancaman bagi usaha Lestari, karena akan mempengaruhi biaya produksi sehingga akan meningkatkan harga jual produk.

##### **3) Meningkatnya tarif transportasi**

Sejumlah komponen penyumbang utama kenaikan inflasi, di luar naiknya harga BBM, adalah harga makanan-minuman serta tarif transportasi dalam komponen ongkos produksi dan distribusi yaitu sebesar Rp.20.000. Naiknya harga minyak dunia juga menjadi pendongkrak naiknya ongkos produksi. Jumlah pendapatan pun akan berkurang dengan adanya kenaikan pengeluaran biaya transportasi. Ini menjadi factor ancaman buat UMKM Lestari dalam ongkos distribusi.

##### **4) Adanya pesaing dari UMKM lainnya**

UMKM lainya adalah factor ancaman buat UMKM Lestari disebabkan oleh kesamaan produk, persaingan harga, dan kualitas dari produk olahan UMKM Lestari Lainnya. Hal ini merupakan salah satu saingan buat UMKM Lestari.

##### **5) Perubahan selera konsumen**

Perubahan selera konsumen menyebabkan permintaan akan produk stik jagung menurun. Hal ini disebabkan oleh rasa jenuh dari konsumen karena membeli produk yang sama tanpa ada perubahan rasa maupun bentuk serta kemasan dari produsen. Hal tersebut menjadi tantangan

bagi UMKM Lestari untuk lebih melakukan inovasi pada produk olahan yang dihasilkan.

6) System regulasi dan perpajakan

System regulasi dan perpajakan bila ada di UMKM Lestari akan mengurangi biaya pendapatan, karen jika adanya pajak yang berlaku maka akan menaikan biaya pengeluaran karena pembayaran pajak tersebut. Psjsk tersebut akan berdampak pada harga produk di UMKM Lestari.

**Matriks IFE ( Internal Factor Evaluation)**

Analisis matriks IFE dilakukan dengan mengolah faktor-faktor internal UMKM Lestari yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan usaha. Kekuatan dan kelemahan tersebut diberi bobot.

Hanya saja pada matriks IFE, *rating* tinggi yaitu nilai 4 diberikan pada faktor yang menjadi kekuatan utama bagi UMKM Lestari dan mengurutkannya sampai *rating* terendah yaitu nilai 1 untuk faktor yang menjadi kelemahan utama UMKM Lestari Hasil *rating* faktor strategis eksternal maupun internal kemudian dipresentasikan yaitu untuk rating pemilik sebesar 60 persen, Karyawan UMKM Lestari sebesar 20 persen dan Konsumen UMKM Lestari sebesar 20 persen. Hal ini bertujuan agar hasil penilaian dapat lebih bersifat objektif. Matriks IFE UMKM Lestari dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

**Tabel 1.**  
**Matriks IFE UMKM Lestari**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Score
<b>I. Kekuatan (Strengths)</b>			
a. Produk yang memiliki banyak rasa	0.09	3.4	0.306
b. pelatihan khusus untuk karyawan	0.09	3.2	0.288
c. Ketersediaan bahan baku utama	0.07	3.2	0.224
d. Produk tanpa bahan pengawet	0.09	3.2	0.288
e. Menerapkan standar GMP/SOP	0.08	3	0.24
f. Harga yang murah	0.07	4	0.28
g. Kegiatan Produksi menggunakan Taknologi	0.07	3.6	0.252
h. Loyalitas Konsumen	0.06	4	0.24
i. Kemampuan bermitra dengan stockholder	0.07	3.8	0.266
Sub Total	0.69	31.4	2.384
<b>II. Kelemahan (Weakness)</b>			
a. Lokasi selalu banjir	0.08	3.6	0.288
b. Kegiatan promosi yang belum efektif	0.08	3	0.24
c. Tidak memiliki hak paten	0.07	3.6	0.252
d. Bentuk kemasan kurang menarik	0.08	2.8	0.224
Sub Total	0.31	13	1.004
Total (I+II)	1	44.4	3.388

Faktor internal strategis yang menjadi kekuatan bagi UMKM Lestari yaitu memproduksi stik jagung yang memiliki banyak rasa dengan total skor 0.30. rasa stik jagung yang diproduksi UMKM Lestari yaitu rasa original, cabe, keju dan manis. selanjutnya yang menjadi kekuatan bagi UMKM Lestari lainnya pelatihan khusus untuk karyawan dengan nilai skor 0.288, pelatihan yang diberikan dari Diknas Pertanian, Barkoluh, BPTP, dan BP4K. pelatihan yang diberikan yaitu Proses produksi, menginovasi bentuk, rasa stik jagung dan pelatihan menggunakan alat. Kekuatan berikutnya Harga yang murah dengan total skor yang sama

0.288. UMKM Lestari menjual produk stik jagung dengan harga yang murah dibandingkan dengan penjual stik jagung lainnya.

Faktor strategis internal yang menjadi kelemahan terbesar dari UMKM Lestari yaitu Bentuk kemasan kurang Menarik dengan nilai skor 0.224. Saat ini UMKM Lestari masih menggunakan kemasan yang tradisional yaitu jenis transparan. Kemasan ini belum mampu menarik perhatian konsumen secara khusus karena terkadang kemasan ini mudah hancur sehingga ini bias menjadi kelemahan pada produk stik jagung.

Hasil analisis matriks IFE untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh total *score* berada di

atas rata-rata 3.0 dengan total score 3.388. Hal ini mengindenfikasikan posisi UMKM Lestari kuat. Dengan kata lain UMKM Lestari dapat memanfaatkan Kekuatan yang dimiliki untuk meminimalisasi kelemahannya, meskipun belum sepenuhnya.

**Matriks EFE ( Eksternal Faktor Evaluation )**

Identifikasi faktor eksternal bertujuan untuk menentukan faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman UMKM Lestari. Identifikasi faktor eksternal dan internal dilakukan dengan menggunakan matriks berpasangan berganda (*paired comparison matrix*) untuk mendapatkan bobot dari masing-masing variabel eksternal melalui wawancara

dengan pemilik UMKM Lestari, Karyawan UMKM Lestari, dan Konsumen UMKM Lestari. Hasil wawancara terhadap penilaian tersebut dirata-ratakan untuk memperoleh bobot matriks dengan bobot total sama dengan satu. Untuk peluang dan ancaman, besar kecilnya bobot yang diberikan tergantung pada besar kecilnya pengaruh atau tingkat kepentingan relatif faktor kunci tersebut terhadap kesuksesan UMKM Lestari, Sedangkan *rating* yang diberikan tergantung pada tinggi rendahnya respon yang ditunjukkan oleh UMKM Lestari terhadap peluang dan ancaman, mulai dari respon yang sangat tinggi sampai respon rendah, maka diperoleh hasil seperti pada Tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Matrix EFE UMKM Lestari**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>I. Peluang (<i>opportunity</i>)</b>			
a. Konsumsi terhadap makanan jadi	0.09	3.6	0.324
b. Peningkatan jumlah penduduk	0.12	3	0.36
c. Pertumbuhan ekonomi daerah	0.1	3	0.3
d. Perkembangan teknologi	0.08	3.6	0.288
e. Ekspansi Usaha	0.09	4	0.36
Sub Total	0.48	17.2	1.632
<b>II. Ancaman (<i>Thareaths</i>)</b>			
a. Produk sejenis	0.1	3.6	0.36
b. Meningkatnya harga bahan baku	0.08	3.2	0.256
c. Meningkatnya tarif transportasi	0.08	3	0.24
d. Adanya pesaing dari UMKM lain	0.1	3.4	0.34
e. Perubahan selera konsumen	0.08	3.2	0.256
f. sistem regulasi dan perpajakan	0.08	3.6	0.288
Sub Total	0.52	20	1.74
Total (I+II)	1	37.2	3.372

Berdasarkan perhitungan matriks EFE pada Tabel 2 di atas, faktor strategis yang merupakan peluang terbesar dan paling berpengaruh bagi UMKM Lestari yaitu Peningkatan jumlah penduduk dan Ekspansi usaha dengan nilai rata-rata yaitu 0.36. Peningkatan jumlah penduduk khususnya di Gorontalo dan Ekspansi usaha sangat berpengaruh bagi Perkembangan dan kemajuan UMKM Lestari.

Faktor eksternal yang menjadi ancaman utama yang dapat dihindari oleh UMKM Lestari yaitu Meningkatnya Tarif Transportasi relatif rendah dengan nilai rata-rata 0.24. Hal ini disebabkan kenaikan tariff transportasi dalam komponen ongkos produksi dan distribusi, naiknya harga minyak dunia juga menjadi

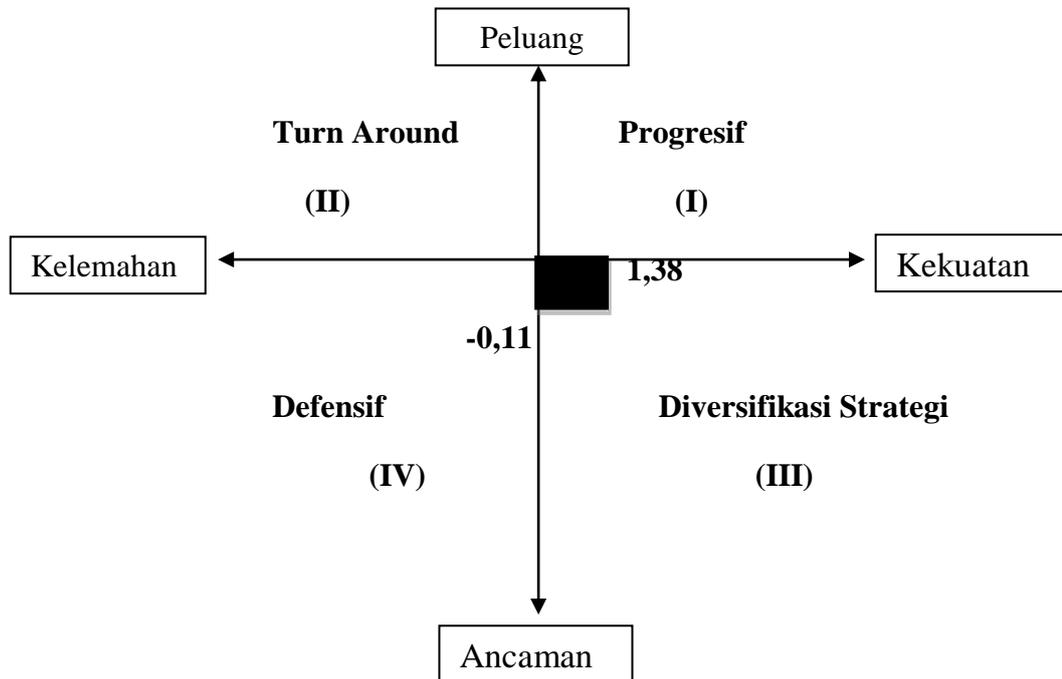
pendongkrak naiknya oongkos produksi. Jumlah pendapatan pun akan berkurang dengan adanya kenaikan pengeluaran biaya transportasi. Ini menjadi faktor ancaman buat UMKM Lestari.

Hasil analisis matriks EFE untuk peluang dan ancaman diperoleh total *score* sebesar 3.372 hal ini menunjukkan bahwa UMKM Lestari berada diatas rata-rata 3.0. total skor sebesar 3.372 mengindikasikan bahwa UMKM Lestari merespon kuat terhadap peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan. Dengan kata lain, strategi UMKM Lestari secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan efek yang mungkin timbul dari ancaman eksternal.

**Diagram SWOT**

Berdasarkan skoring faktor Internal dan faktor Eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran

Usaha Mikro Kecil Menengah Lestari yang diformulasikan pada gambar :



Gambar 1.

Diagram Analisis SWOT UMKM Lestari

Gambar 1. menunjukan posisi UMKM Lestari saat ini berada pada kuadran III. Hal tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan dikarenakan UMKM Lestari dapat menggunakan kekuatan seperti ketersediaan bahan baku utama untuk keberlanjutan usaha produksi Stik jagung, produk yang memiliki banyak rasa, kegiatan produksi menggunakan alat teknologi dan adanya penerapan Standar GMP/SOP, sehingga UMKM Lestari dapat mengatasi ancaman berupa Produk sejenis dari pesaing UMKM lainnya dan perubahan selera konsumen menurun.

**Matriks SWOT**

Matriks SWOT menggambarkan bagaimana manajemen dapat mencocokkan

peluang-peluang dan ancaman-ancaman eksternal yang dihadapi suatu perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan internalnya. Tujuan dari tahap pencocokan (matriks SWOT) ini yaitu untuk menghasilkan alternatif strategi yang layak, bukan untuk memilih strategi yang terbaik. Sehingga tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk implementasi. Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*) dan WT (*Weakness-Threats*). Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFE dan EFE diatas. Hasil analisis matriks SWOT UMKM Lestari dapat dilihat pada Gambar.

**Tabel 3.**  
**Matriks SWOT UMKM Lestari.**

Eksternal / Internal	Internal	<b>KEKUATAN</b> a. Produk yang memiliki banyak rasa b. pelatihan khusus untuk karyawan c. Ketersediaan bahan baku utama d. Produk tanpa bahan pengawet e. Menerapkan standar GMP/SOP f. Harga yang murah g. Kegiatan Produksi menggunakan Teknologi h. Loyalitas Konsumen i. Kemampuan bermitra dengan stockholder	<b>KELEMAHAN</b> a. Lokasi selalu banjir b. Kegiatan promosi yang belum efektif c. Tidak memiliki hak paten d. Bentuk kemasan kurang menarik
	Eksternal		

<p><b>PELUANG</b></p> <p>a. Konsumsi terhadap makanan jadi</p> <p>b. Peningkatan jumlah penduduk</p> <p>c. Pertumbuhan ekonomi daerah</p> <p>d. Perkembangan teknologi</p> <p>e. Ekspansi Usaha</p>	<p><b>SO</b></p> <p>1. Pengembangan produk baru</p> <p>2. Meningkatkan volume penjualan</p> <p>3. Membuka outlet di pusat perbelanjaan</p>	<p><b>WO</b></p> <p>1. Peningkatan promosi secara online</p> <p>2. Memperbaiki bentuk kemasan</p>
<p><b>ANCAMAN</b></p> <p>a. Produk sejenis</p> <p>b. Meningkatnya harga bahan baku</p> <p>c. Meningkatnya tarif transportasi</p> <p>d. Adanya pesaing dari UMKM lain</p> <p>e. Perubahan selera konsumen</p> <p>f. sistem regulasi dan perpajakan</p>	<p><b>ST</b></p> <p>1. Diversifikasi produk</p> <p>2. Membuat surat kemitraan dengan petani jagung</p>	<p><b>WT</b></p> <p>1. Mendaftarkan atau mengurus surat perizinan hak paten</p> <p>2. Memperbaiki tempat produksi</p>

Matriks swot diatas terdiri dari beberapa strategi yaitu Progresif, Ubah Strategi, Diversifikasi strategi, dan Strategi Bertahan. Berdasarkan hasil penelitian di UMKM Lestari dapat dijelaskan masing-masing strategi sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Progresif*)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal UMKM Lestari untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada agar memperoleh keuntungan bagi UMKM Lestari. Terdapat tiga alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi S-O yaitu :

a. Pengembangan produk baru

Strategi pengembangan produk baru merupakan strategi UMKM dalam memanfaatkan kekuatannya yaitu prodak yang memiliki banyak rasa dan ketersediaan bahan baku utama dan memanfaatkan peluang perkembangan teknologi dan ekspansi usaha. Sehingga hal ini memberikan kesempatan untuk perusahaan dalam mengembangkan usahanya berbagai macam produk baru yang sebelumnya yang tidak dimiliki oleh pesaing.

b. Peningkatan volume penjualan

Strategi peningkatan volume penjualan ini merupakan strategi UMKM dalam memanfaatkan kekuatannya yaitu ketersediaan bahan baku utama, kegiatan produksi menggunakan teknologi dan loyalitas konsumen, juga memanfaatkan peluang konsumsi terhadap makanan jadi, dan peningkatan jumlah penduduk. Sehingga hal ini memberikan kesempatan untuk UMKM Lestari bisa meningkatkan volume penjualan.

c. Membuka outlet di pusat perbelanjaan

Strategi membuka outlet di pusat perbelanjaan ini merupakan strategi UMKM dalam memanfaatkan kekuatan yaitu menerapkan standar GMP/SOP dan

kemampuan bermitra dengan stockholder, juga memanfaatkan konsumsi terhadap makanan jadi, pertumbuhan ekonomi daerah dan Ekspansi usaha. Sehingga hal ini memberikan kesempatan buat UMKM Lestari membuka outlet di pusat perbelanjaan, yang ramai di kunjungi masyarakat.

2. Strategi WO (*turn around*)

Strategi W-O adalah strategi bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki oleh perusahaan. Ada dua alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi W-O, yaitu :

a. Peningkatan promosi secara online

Peningkatan promosi online ini dilakukan Promosi produk dengan pembuatan *website* resmi khusus UMKM Lestari, akun facebook dengan memanfaatkan peluang perkembangan teknologi. DiLihat dari kelemahan yang ada di UMKM Lestari yaitu kegiatan promosi yang belum efektif sehingga promosi online melalui website dan akun facebook akan sangat membantu kegiatan promosi stik jagung meningkat.

b. Memperbaiki bentuk kemasan

Bentuk kemasan yang kurang menarik yang dimiliki UMKM Lestari belum membantu dalam pengembangan produk sehingga strategi memperbaiki bentuk kemasan sangatlah penting dilakukan dengan memanfaatkan peluang yaitu perkembangan teknologi agar bisa dapat memperbaiki kemasan tersebut, apabila kemasan produk telah dipebaiki itu juga bisa membuat perluasan usaha Lestari.

3. Strategi ST (*diversifikasi*)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal perusahaan. Ada dua alternatif strategi yang dapat dilakukan pada S-T, yaitu :

- a. Diversifikasi produk  
Strategi Diversifikasi produk harus dilakukan karena adanya kekuatan dari UMKM Lestari yaitu pelatihan khusus untuk karyawan, ketersediaan bahan baku utama, penerapan standar GMP/SOP dan kegiatan produksi menggunakan teknologi bisa menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada. Hal tersebut agar bisa mengatasi ancaman yang ada yaitu produk yang sejenis, dan adanya pesaing dari UMKM lainnya.
  - b. Membuat surat kemitraan dengan petani jagung  
Sebuah kerjasama usaha, tentu diperlukan sebuah surat perjanjian kerjasama, hal ini diperlukan agar kedua belah pihak bisa tahu hak dan kewajiban masing-masing dalam melaksanakan usahanya. Dengan adanya ketersediaan bahan baku utama dan kemampuan bermitra dengan stockholder maka harus dibuat surat kemitraan dengan petani jagung yang selalu menyediakan jagung dan adanya gudang penyimpanan agar bisa mengatasi ancaman seperti meningkatnya harga bahan baku, oleh sebab itu sangat perlu surat kemitraan dengan petani jagung ini agar harga akan tetap yang akan diberikan kepada usaha UMKM Lestari disaat kenaikan harga bahan baku.
4. Strategi WT (*defensif*)  
Strategi W-T adalah strategi yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Ada dua alternatif strategi yang dapat dilakukan pada W-T, yaitu :
- a. Memperbaiki bentuk kemasan  
Kemasan stik jagung di UMKM Lestari masi kurang menarik perhatian para konsumen. Kemasan sangat mempengaruhi penampilan produk dan juga sangat penting dalam menjaga keawetan dan higienis produk jangka waktu tertentu. Memperbaiki bentuk kemasan ini di lakukan agar bisa mengatasi ancaman yaitu perubahan selera konsumen yang baru melihat saja bentuk kemasan akan tidak ada ketertarikan dan juga adanya bentuk kemasan dari pesaing UMKM lainnya yang memiliki bentuk kemasan yang sudah menarik para konsumen. Ini tentunya kelemahan yang harus diperbaiki agar bisa mmengatasi ancaman yang ada agar bisa membantu pengembangan usaha UMKM Lestari.

- b. Memperbaiki tempat produksi  
Memperbaiki tempat produksi hal ini dilakukan agar bisa menghindari kelemahan dari UMKM Lestari yaitu lokasi usaha selalu banjir disaat hujan deras, hal tersebut selalu menghambat proses produksi. Adanya strategi memperbaiki tempat produksi bisa mengatasi penghambatan proses produksi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut maka dapat disimpulkan:

1. Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal usaha Stik Jagung di UMKM Lestari :
  - a). Faktor internal meliputi: kekuatan yang ada di UMKM Lestari yaitu Produk yang memiliki banyak rasa, Pelatihan khusus untuk karyawan, Ketersediaan bahan baku utama, Produk tanpa bahan pengawet, Menerapkan standar GMP/SOP, Harga yang murah, Kegiatan Produksi menggunakan teknologi, Loyalitas terhadap konsumen, dan Kemampuan bermitra dengan stockholder. Sedangkan kelemahan yang ada di UMKM Lestari adalah Lokasi usaha selalu banjir, Kegiatan promosi yang belum efektif, Tidak memiliki hak paten, dan bentuk kemasan kurang menarik.
  - b). Faktor eksternal meliputi : peluang yang akan nanti ada d UMKM Lestari yaitu Konsumsi terhadap makanan jadi, Peningkatan jumlah penduduk, Pertumbuhan ekonomi daerah, Perkembangan teknologi dan Ekspansi usaha. Sedangkan ancaman yang ada di UMKM Lestari yaitu Produk sejenis, Meningkatnya harga bahan baku utama, Meningkatnya tarif transportasi, adanya pesaing dari UMKM lainnya, perubahan selera konsumen dan System regulasi dan perpajakan.
2. Strategi pengembangan usaha Stik Jagung di UMKM Lestari berdasarkan diagram SWOT, maka strategi yang terpilih adalah kombinasi strategi S-T yaitu: 1). Diversifikasi produk , 2). Membuat surat kemitraan dengan petani jagung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BPS. 2013. *Kabupaten Gorontalo dalam angka*. Gorontalo 2013.
- Anggrieni , Sri Wulan. 2004. *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Kecil Moci Lampion Di Kota Sukabumi*. *Skripsi*.

- Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Kereh, Dennis., Benu, Noortje., dan Agnes, Loho. 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Kerajinan Bambu Di Kinilow Kecamatan Tomohon utara Kota Tomohon. *Jurnal*. Program Studi Agribisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Muhamad , 2003. Subsektor Tanaman Pangan. Provinsi Gorontalo
- Saban, Hafsa. 2017. Strategi Pemanfaatan Pekarangan Dalam Upaya Pemenuhan Kebutuhan Keluarga Di Kecamatan Tidore Kota Tidore Kepulauan. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo.
- Saragi. Adhe anggreini .2016. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis Swot Kasus Kecamatan Piyungan. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengatahuan sosial. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.