



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPRA PUTIH DI DESA LAMEO-MEONG KECAMATAN POLEANG BARAT KABUPATEN BOMBANA

Riska^{1*}, Hisrah¹, Dewi¹, Darlina¹, Muh. Risal¹, Muh. Riad Ahdan¹, Yuli Purbaningsih¹, Masitah¹

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sembilanbelas November Kolaka

*Penulis Korespondensi, email: riskaunhy14@gmail.com

Diserahkan: 20/07/2023

Direvisi: 28/11/2023

Diterima: 23/12/2023

Abstrak. Tujuan penelitian adalah untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kopra putih di Desa Lameo-Meong Kecamatan Poleang Barat Kabupaten Bombana, metode analisis data yang digunakan matriks IFAS, EFAS, IE dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi usaha industri rumah tangga kopra putih di Desa Lameo-meong berada pada posisi usaha kopra di sel II yaitu rata-rata. Sel I, II, IV dapat melaksanakan strategi *growth and built* (kembang dan bangun). Strategi yang umum diterapkan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi kebelakang, kedepan dan horizontal). Total nilai matriks IFE sebesar 2,11 dan total nilai matriks EFE sebesar 4,05. Titik pertemuan dari kedua sumbu tersebut adalah pada sel ke II yang menunjukkan kekuatan internal usaha industri kopra putih berada pada posisi rata-rata dan kekuatan external berada pada posisi tinggi. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan usaha kopra berdasarkan analisis SWOT yaitu pada strategi S x O berdasarkan hasil matrik SWOT untuk usaha kopra putih adalah meningkatkan produksi kopra putih, pada strategi S x T dari hasil matrik SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh pengusaha kopra putih Mempererat hubungan antar petani dan pemilik modal untuk keberlangsungan proses produksi kopra, pada W x O dari hasil matrik SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh pengusaha kopra putih adalah meningkatkan pangsa pasar, pada strategi W x T dari hasil matriks SWOT adapun strategi yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan teknologi misalnya membuat tempat pengeringan untuk kopra putih agar tidak bergantung kepada cuaca.

Kata Kunci: Kopra putih; IFAS; EFAS; IE; SWOT

Cara Mensitasi: Riska, Hisrah, Darlina, D., Risal, M., Ahdan, M. R., Purbaningsih, Y., Masitah. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kopra Putih di Desa Lameo-Meong Kecamatan Poleang Barat Kabupaten Bombana. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis, Vol 6 No. 2: Desember 2023, pp 117-126.*

PENDAHULUAN

Kopra merupakan salah satu komoditas perkebunan yang menjadi sumber pendapatan bagi petani di Kabupaten Bombana. Kopra juga memiliki nilai komersial yang tinggi dan menjadi salah satu komoditas ekspor penting bagi beberapa negara, termasuk Indonesia (Ilyas, dkk., 2013; Iswarini, dkk., 2013). Produksi dan perdagangan kopra memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan petani dan masyarakat Kabupaten Bombana. Kecamatan poleang barat merupakan area perkebunan tanaman kelapa terluas kedua setelah kecamatan poleang di Kabupaten Bombana, dengan luas lahan 2.646,00 Ha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bombana, 2019). Salah satu daerah penghasil kelapa di Kecamatan Poleang Barat adalah Desa Lameo-Meong.

Petani kelapa di Desa Lameo-Meong, Kecamatan Poleang Barat, banyak melakukan usaha industri rumahan, mengolah kelapa menjadi kopra putih. Kopra diolah menjadi kopra putih setelah dijemur selama 7 hari. Kelapa basah diperkirakan sekitar 52% air, 34% minyak, 4,5% putih telur dan gula, dan 1% mineral. Setelah menjadi daging kelapa, kadar air turun menjadi 5%-7%, minyak meningkat menjadi 1660%-65%, putih telur dan gula menjadi 20%-30%, dan mineral 2%-3%.

Harga kopra putih berkisar Rp.4.600/kg. Sedangkan harga kelapa butiran yang belum dikupas berkisar Rp. 1.600/Kg dan setelah dikupas berkisar Rp. 1.750/Kg. Hal tersebut menyebabkan banyak petani mengolah kelapa dalam bentuk kopra putih, karena pendapatan yang diterima lebih menguntungkan. Usaha pengolahan kopra putih yang dilakukan petani memerlukan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Hal ini berguna untuk meningkatkan keuntungan dan perkembangan usaha dimasa yang akan datang. Menurut Rosidi, dkk. (2017), selama ini usaha



pengolahan kopra yang telah beroperasi belum menerapkan strategi khusus untuk mengembangkan usahanya, sehingga diperlukan penelitian untuk mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha kopra.

Dalam pengembangan usaha kopra diharapkan dapat dirumuskan strategi pengembangan usaha kopra yang tepat untuk meningkatkan keuntungan dan mengembangkan usaha kopra dimasa yang akan datang (Rumagit & Pangemanan, 2017). Analisis lingkungan internal mencakup kekuatan seperti modal usaha yang tidak mencukupi dan kelemahan seperti kurangnya pengalaman bisnis. Analisis lingkungan eksternal meliputi peluang seperti tingginya permintaan dan ancaman terhadap produk kopra putih. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan usaha kopra di Desa Lameo-Maong Kecamatan Poleang Barat Kabupaten Bombana.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 Juni 2023 dengan subjek penelitian adalah usaha pengolahan kopra putih di Desa Lameo-Meong Kecamatan Poleang Barat Kabupaten Bombana. Lokasi penelitian ini sengaja dipilih karena Kabupaten Poleang Barat merupakan salah satu daerah yang banyak memiliki usaha pengolahan kopra.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah:

- a. Data utama diperoleh melalui wawancara dengan pelaku usaha pengolahan kopra putih di Desa Lameo-Meong, Kecamatan Poleang Barat, Kabupaten Bombana. Panduan untuk pertanyaan yang disiapkan dalam bentuk kuesioner.
- b. Data sekunder diperoleh dari kantor statistik pusat, majalah, dll.

Metode Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja) dengan jumlah responden sebanyak 10 orang yang menjadi tenaga kerja industri rumah tangga kopra. Sampel dipilih berdasarkan data survei ke lokasi penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara mengidentifikasi dan menganalisis data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh pengusaha kopra putih dalam menentukan posisi persaingan dan jenis usaha guna mengetahui strategi pengembangan usaha yang berdaya saing.

Analisis lingkungan internal dan external

1. Matriks faktor strategi internal

Setelah faktor-faktor strategi internal suatu usaha diidentifikasi maka disusun tabel IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka Strength dan Weaknes perusahaan. Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi internal (IFAS):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan pada kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling tinggi) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan (semua bobot tersebut
- c. Hitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi

perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai + 1 sampai + 4 (sangat baik), dengan cara membandingkan rata-rata industry atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif adalah kebaikan.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 rating dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh factor pembobotan pada kolom 4.
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya di hitung.
- f. Jumlah faktor pembobotan (kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan

Tabel 1. *IFAS (Internal Strategic Analysis Summary)*

Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
-			
-			
Kelemahan			
-			
-			
Total		1,0	

Sumber : Rangkuti, 2008

2. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal kita perlu mengetahui terlebih dahulu Faktor Strategi EFAS (Eksternal factor Analysis Summary) yaitu memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi lingkungan mikro dan makro. Berikut ini cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS):

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,00 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategi.
- c. Hitung rating (kolom 3) untuk masing - masing faktor dengan memberkan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai ranting untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang besar diberi + 4 tetapi peluang kecil diberikan ranting + 1). Pembelian ranting ancaman adalah kebalikannya.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 rating dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasil merupakan skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

Tabel 2. *EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary)*

Faktor strategi External	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
-			
-			
Ancaman			
-			
-			
Total		1,0	

Sumber : Rangkuti, 2008

3. Analisis Matriks IE (Internal - External)

Matriks IE adalah alat analisis strategi yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor lingkungan internal dan external suatu perusahaan. Singkatan “IE” dalam matriks IE mengacu pada Internal-External. Matriks IE terdiri dari dua dimensi. Dimensi internal mencakup faktor-faktor yang terkait dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan dimensi external mencakup peluang dan ancaman dari lingkungan external perusahaan. Matriks IE membantu perusahaan dalam memahami posisi mereka dalam lingkungan external dan internal, serta merencanakan strategi yang sesuai dengan memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengejar peluang, dan mengatasi ancaman.

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total nilai IFE yang diberi bobot pada sumbu x matriks IE, total nilai IFE yang diberi bobot dari 1,0 sampai 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, nilai dari 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang dan nilai dari 3,0 sampai 4,0 kuat. Demikian pula pada sumbu y, total nilai EFE yang diberi bobot 1,0 sampai 1,99 menunjukkan posisi eksternal yang lemah, nilai 2,0 sampai 2,99 dianggap sedang dan nilai 3,0 sampai 4,0 kuat. Matriks IE dibagi menjadi tiga bagian utama, antara lain :

- 1) Sel I, II dan IV disebut tumbuh dan bina. Strategi paling tepat untuk semua divisi ini adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan penegembangan produk) atau strategi intergratif (integrasi kebelakang, depan dan horizontal).
- 2) Sel III, V, dan VII disebut pertahankan dan pelihara (hold dan maintain). Strategi baik dapat dikelola dengan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- 3) Sel VI, VIII atau IX adalah panen dan divestasi. Strategi yang digunakan yaitu strategi *harvest* atau *divestiture*.

Matriks IE adalah gabungan dari matriks IFE dan EFE. Bentuk matriks IE dapat dilihat pada Gambar 1.

		Skor total IFE		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Skor Total EFE	Tinggi 4,0	I	II	III
	Sedang 3,0	IV	V	VI
	Rendah 2,0	VII	VIII	IX
	1,0			

Gambar 1. Matriks internal-eksternal

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang umum digunakan dalam manajemen bisnis dan perencanaan strategis (Nisak, 2013). SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Matriks SWOT membantu organisasi atau individu untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja mereka. Bentuk matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 2.

Tabel 3. Matriks SWOT

Faktor internal		Kekuatan (S)	Kelemahana (W)
Faktor external			
Peluang (O)		Strategi S-O Strategi yang menguraikan kekuatan untuk mengambil keuntungan dan peluang yang ada.	Strategi W-O Strategi dengan mengambil kekuatan dari peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki.
Ancaman (T)		Strategi S-T Strategi dengan menguraikan kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi W-T Strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

1. Strategi Strength Opportunities (SO) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi Weaknesses Opportunities (WO) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3. Strategi Strength Threats (ST) ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
4. Strategi Weaknesses Threats (WT) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengolahan Kopro Putih

Proses pengolahan kopra putih di Desa Lameo-meong menggunakan bahan berupa belerang (sulfur). Penggunaan belerang berkisar 3-4 kg per 2000 kelapa yang telah dibelah. Asap belerang digunakan untuk mencegah pertumbuhan jamur dan mikroorganisme serta memperpanjang umur simpan. Caranya cukup di jemur dibawah terik sinar matahari ataupun dengan bantuan rumah pengeringan yang dibuat untuk menampung kelapa. Belerang memiliki sifat anti jamur dan anti mikroba yang efektif dalam mencegah pertumbuhan jamur, ragi, dan bakteri pada kopra putih. Dalam kondisi yang lembab, kopra putih rentan terhadap serangan mikroorganisme yang dapat menyebabkan pembusukan atau kerusakan kualitas.

Proses pengolahan kopra putih yaitu kelapa yang telah dipanen maupun dibeli dari petani dipisahkan dengan kulit kerasnya ini biasanya dilakukan dengan menggunakan alat tertentu, setelah pemisahan kulit kelapa selanjutnya kelapa dibelah untuk memudahkan daging kelapa dipisahkan dari tempurungnya. Kelapa yang telah dibelah kemudian disusun rapi di rumah pengeringan dengan ukuran 10x17, dalam satu rumah plastik dapat menampung 2000 kelapa yang telah dibelah. Setelah kelapa penuh di dalam rumah pengeringan terpal, pada malam hari dapat dilakukan proses pengeringan dengan menggunakan bantuan belerang. Belerang pada malam hari dibakar lalu di masukkan di rumah pengeringan, agar asap belerang tidak mencemari lingkungan maka rumah pengeringan ditutup dengan terpal sesuai dengan ukuran rumah pengeringan. Hal ini dilakukan terus menerus sampai kadar air mencapai 5%.

Proses pengeringan kelapa menjadi kopra putih sangat bergantung pada kondisi cuaca apabila pada musim kemarau kelapa di keringkan hanya butuh 4 hari kelapa dipisahkan dari tempurungnya lalu di jemur Kembali untuk menghasilkan kekeringan yang sempurna. Tetapi apabila pada musim penghujan pengeringan kelapa menjadi kopra bisa mencapai 2 minggu, hal ini yang dapat

menyebabkan kerusakan pada kelapa sehingga tidak memenuhi standar kekeringan yang sempurna. Setelah pemisahan kelapa dan tempurungnya kopra dimasukkan didalam karung dan kopra siap di pasarkan.

Analisis Matriks IFE

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation Matrix) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal suatu perusahaan. Matriks ini membantu dalam menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta memberikan gambaran tentang posisi internal perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya. Astuti dan Rahmawati (2020), Matriks IFE digunakan ntuk mengetahui seberapa besar perana dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFE menunjukkan kondisi internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil analisis matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Kekuatan			
1. Sumber bahan baku yang melimpah	0,13	3	0,39
2. Tenaga kerja mudah didapat	0,11	2	0,22
3. Lokasi produksi mudah dijangkau	0,14	4	0,56
4. Hubungan baik dengan pekerja dengan pemilik modal	0,10	2	0,2
5. Modal usaha yang cukup	0,12	3	0,36
Total	0,6		1,73
Kelemahan			
1. Belum pernah mendapatkan pelatihan khusus	0,10	1	0,1
2. Penggunaan teknologi yang masih rendah	0,08	2	0,16
3. Pemasaran masih local	0,07	1	0,07
4. Proses produksi yang rumit	0,09	1	0,09
5. Produksi dipengaruhi oleh cuaca	0,06	1	0,06
Total	0,4		0,39
Total IFE	1		2,12

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE pada Tabel 4, menunjukan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama industri rumah tangga kopra putih adalah lokasi produksi mudah dijangkau sebesar 0,56 hal ini dapat dijadikan kekuatan untuk meningkatkan pengembangan usaha industri rumahtangga kopra putih di desa Lameo-meong. Kelemahan utama dalam produksi kopra adalah penggunaan teknologi yang masih rendah sebesar 0,16 hal ini, karena industri rumah tangga kopra di Desa Lameo-meong belum menggunakan teknologi dalam proses pembuatan kopra.

Kelemahan utama ini harus dijadikan pertimbangan untuk merubah industri rumah tangga agar menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas kopra. Total analisis matriks IFE adalah

2,12 hal tersebut menunjukkan bahwa posisi usaha industri rumah tangga kopra putih di Desa Lameo-meong adalah sedang dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki. Dengan posisi yang dimiliki, usaha kopra putih di Desa Lameo-meong Kecamatan Poleang Barat harus tetap meningkatkan kinerjanya dengan cara mengatasi kelemahan utama yang menjadi kendala.

Hal ini senada dengan penelitian Afizi & Sawitri (2021), dalam penelitiannya strategi pengembangan usaha kopra putih di kecamatan tembilahan hulu Kabupaten Indragiri Hilir. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah total faktor kekuatannya sebesar 2,53 sedangkan faktor kelemahannya sebesar 0,37 ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha kopra putih di kecamatan tembilahan hulu Kabupaten Indragiri Hilir. mampu memanfaatkan kekuatan dalam mengatasi kelemahan.

Analisis Matriks EFE

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) adalah salah satu analisis strategi yang digunakan dalam perencanaan strategi bisnis dalam perusahaan. Matriks EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal untuk mengetahui kinerja suatu perusahaan. Anissa Mayang Indri Astuti dkk (2020) Matriks EFE digunakan untuk bagaimana cara mengetahui besar pengaruh faktor – faktor eksternal perusahaan. Matriks EFE ini menggambarkan kondisi peluang dan ancaman perusahaan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 5. Hasil analisis matriks EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang			
1. Lahan yang cukup banyak	0,11	4	0,44
2. Permintaan produk yang tinggi	0,11	5	0,55
3. Pemasaran kopra putih mudah	0,10	4	0,40
4. Adanya peluang ekspor	0,10	4	0,40
5. Harga produk tinggi	0,11	5	0,55
Total	0,53		2,34
Ancaman			
1. Banyaknya pesaing dalam usaha	0,11	4	0,44
2. Tidak ada peran pemerintah setempat	0,07	3	0,21
3. Harga yang berubah-ubah (Fluktuasi harga)	0,09	4	0,36
4. Belum ada subsidi dari pemerintah	0,10	4	0,40
5. Tidak ada surat izin usaha	0,10	3	0,30
Total	0,47		1,71
Total EFE	1		4,05

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023.

Berdasarkan hasil analisis matriks EFE pada Tabel 5, menunjukkan bahwa faktor yang menjadi peluang utama industri rumah tangga kopra putih adalah permintaan produk yang tinggi dengan skor 0,55 dan harga produk tinggi dengan skor 0,55 hal ini dapat dijadikan peluang utama untuk meningkatkan pengembangan usaha industri rumah tangga kopra putih di Desa Lameo-meong. Ancaman utama pada produksi kopra putih adalah banyaknya pesaing dalam usaha sebesar 0,44 hal ini, banyak usaha industri kopra di kecamatan Poleang Barat sehingga petani memilih usaha industri untuk dijadikan tempat memasok kelapa.

Ancaman utama ini harus dijadikan pertimbangan untuk merubah industri rumah tangga agar mengembangkan industri rumah tangga di Desa Lameo-meong. Total analisis matriks EFE adalah 4,05 hal tersebut menunjukkan bahwa posisi usaha industri rumah tangga kopra putih di Desa Lameo-meong adalah tinggi dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang dimiliki. Dengan

posisi yang dimiliki, usaha kopra putih di Desa Lameo-meong Kecamatan Poleng Barat harus tetap meningkatkan kinerjanya dengan cara mengatasi ancaman utama yang menjadi kendala.

Matriks IE (Internal - Eksternal)

Tujuan dari matriks IE untuk melihat bagaimana posisi perusahaan serta memperoleh strategi pengembangan industri rumah tangga kopra di Desa Lameo-meong. Putri, dkk (2014) menyatakan didalam penelitiannya bahwa Input yang digunakan dalam matriks IE adalah total dari nilai tertimbang matriks IFE dan matriks EFE. Total matriks IFE diletakkan disumbu vertikal dan total nilai tertimbang matriks EFE diletakkan di sumbu horizontal.

Total nilai matriks IFE sebesar 2,11 dan total nilai matriks EFE sebesar 4,05. Titik pertemuan dari kedua sumbu tersebut adalah pada sel ke II yang menunjukkan kekuatan internal usaha industri kopra putih berada pada posisi rata-rata dan kekuatan external berada pada posisi tinggi.

Sel I, II, IV dapat melaksanakan strategi *growth and built* (kembang dan bangun). Strategi yang umum diterapkan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk) atau strategi integratif (integritasi kebelakang, kedepan dan horizontal) (Putri, dkk., 2014)

		Skor total IFE		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Skor Total EFE	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 2. Matriks internal-eksternal usaha kopra putih di Desa Lameo-meong

Analisis SWOT

Strategi pengembangan usaha industri rumah tangga kopra didapatkan melalui matriks SWOT dengan memformasikan strategi berdasarkan pembangunan antara faktor internal dan external (Ratnawati, 2020). Matriks SWOT adalah matriks yang digunakan untuk menghasilkan alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh pengusaha kopra putih dengan cara memindahkan hasil analisis data matriks IFE dan EFE kedalam matriks SWOT. Alternatif strategi yaitu strategi S x O, strategi S x T, strategi W x T dan strategi W x O (Afiza & Sawitri, 2021; Alviza, dkk., 2013).

Strategi S X O

Strategi S x O merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi S x O berdasarkan hasil matrik SWOT untuk usaha kopra putih adalah meningkatkan produksi kopra putih untuk menambah keuntungan. Hal ini didukung oleh harga kopra putih yang tinggi. Selain itu, strategi lain yang dapat dilakukan adalah melakukan kerja sama dengan

pedang besar agar dapat mencapai ekspor. Serta strategi selanjutnya yang dapat dilakukan menambah tenaga kerja karena melihat bahan baku sangat melimpah dan lahan yang cukup banyak.

Strategi S x T

Strategi S x T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi ancaman untuk keberlangsungan usaha. Dari hasil matrik SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh pengusaha kopra putih Mempererat hubungan antar petani dan pemilik modal untuk keberlangsungan proses produksi kopra. Hubungan ini sangat dibutuhkan oleh pemilik modal agar petani memasok kelapa di industri rumah tangga di Desa Lameo-meong. Strategi selanjutnya yaitu melakukan kerja sama dengan pemerintah setempat guna untuk mengembangkan ekonomi industri melalui investasi pelatihan dan tenaga kerja.

Strategi W x O

Strategi W x O merupakan strategi yang menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Dari hasil matrik SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh pengusaha kopra putih adalah meningkatkan pangsa pasar. Selama ini, pengusaha kopra putih hanya menjual hasil produksinya selain ke pengempul, sehingga diharapkan harus ada kerjasama kepada konsumen lainnya agar harga jual lebih menguntungkan serta kopra putih di Desa Lameo-meong bisa mencapai tahap ekspor untuk mendapatkan keuntungan yang lebih. Strategi selanjutnya yang dapat diambil adalah menggunakan teknologi yang modern untuk mendapatkan kualitas kopra yang tinggi.

Strategi W x T

Strategi W x T merupakan strategi yang meminimalisasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghindari ancaman. Dari hasil matriks SWOT adapun strategi yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan teknologi misalnya membuat tempat pengeringan untuk kopra putih agar tidak bergantung kepada cuaca. Penggunaan teknologi juga diharapkan mampu memaksimalkan kualitas hasil produksi. Selain itu, pelaku usaha kopra putih juga disarankan melakukan diskusi dengan pemerintah agar bisa membantu dalam pengembangan usaha. Strategi selanjutnya yang dapat dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada tenaga kerja agar keterampilan tenaga kerja bisa bertambah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan dalam hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis matriks IE posisi usaha industri rumah tangga kopra putih di Desa Lameo-meong berada pada posisi di sel II yaitu rata-rata. Sel I, II, IV dapat melaksanakan strategi *growth and built* (kembang dan bangun). Strategi yang umum diterapkan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi kebelakang, kedepan dan horizontal). Strategi yang dapat dilakukan usaha kopra yaitu peningkatan teknologi dan peningkatan pangsa pasar.
2. Strategi yang dapat digunakan berdasarkan analisis SWOT adalah sebagai berikut:
 - 1) Strategi S X O
 - a. Meningkatkan produksi kopra putih
 - b. Berkerja sama atau berminta dengan pedagang besar
 - c. Menambah tenaga kerja
 - 2) Strategi S X T
 - a. Mempererat hubungan antar petani dan pemilik modal
 - b. Membangun Kerjasama dengan pemerintah setempat
 - 3) Strategi W X O
 - a. Meningkatkan pangsa pasar untuk Mencapai pada tahap ekspor
 - b. Menggunakan teknologi modern

- 4) Strategi W X T
 - a. Perlu adanya pengeringan yang tidak dipengaruhi oleh cuaca
 - b. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja untuk meningkatkan keterampilan
 - c. Membuat surat izin usaha

Saran

1. Untuk pengusaha kopra perlu di terapkan teknologi yang dapat mempermudah proses produksi kopra dan menghasilkan kopra yang berdaya saing sehingga bisa mencapai tahap ekspor
2. Perlu adanya kerja sama antara pemerintah dan pemilik usaha untuk meningkatkan usaha kopra putih, serta mengembangkan keteampilan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiza, Y., & Sawitri, N. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kopra Putih di Kecamatan Tembilahan Hulu Kabupaten Indragiri Hilir. *JURNAL AGRIBISNIS*, 10(1), 41-52.
- Alviza, M., Sihombing, L., & Ayu, S. F. (2013). Analisis usahatani Dan Prospek Pengembangan Kopra (Studi Kasus: Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan). *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 2(12), 15164.
- Astuti, A. M. I., dan Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Ilyas, M., Syahpawi, S., & Jonnius, J. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Kopra Putih di Kabupaten Indragiri Hilir Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 3(2), 158-178.
- Iswarini, H., Ningrum, P. P. A., & Setiawati, E. (2022). Strategi Pemasaran Usaha Kopra Putih di Desa Manggar Raya Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. *J-PEN Borneo: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(2), 1-7.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 3(2), 93-106.
- Rangkuti, F. (2008). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot Rating dan Ocai.
- Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.
- Rosidi, A. R., Mustaniroh, S. A., & Deoranto, P. (2017). Perencanaan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopra (Studi Kasus di Kabupaten Halmahera Timur). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 18(3), 211-224.
- Rumagit, G. A., & Pangemanan, P. A. (2017). Peran Kredit Perbankan Pada Sektor Pertanian Di Provinsi Sulawesi Utara. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 13(1A), 183-194.