

ANALISIS STRATEGI BISNIS HOME INDUSTRI KERUPUK UBI DESA TANGKIT JAMBI

Aisya Cahyaningtyas Santo Putri
aisyauinstsjambi@gmail.com
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Industri rumah tangga merupakan peluang usaha ekonomi yang menguntungkan yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha untuk menambah uang, sehingga bisa memenuhi kebutuhan hidup. Dalam mengembangkan usaha perlu adanya strategi Bisnis untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis home industri dan apa saja hambatan bisnis islam home industri. Pendekatan penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kelangkaan bahan baku ubi kayu ini membuat pengusaha home industri terhambat dan usaha ini sudah mempunyai standar SOP nya, kurangnya steril dalam sanitasi penjemuran dan juga alat yang digunakan. Home industri kerupuk ubi ini mempunyai hambatan dalam proses pembuatannya seperti: Keterbatasan Modal, Sumber Daya Manusia, Kualitas dan Standar Produk, Promosi, Akses Ke Teknologi, dan Keterbatasan Bahan Baku. Adapun strategi bisnis yang digunakan pada home industri kerupuk ubi ini adalah: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Promosi.

Kata Kunci: Analisis, Strategi Bisnis, Home Industri

ABSTRACT

Home industry is a profitable economic business opportunity carried out by individuals or business entities to earn extra money, so that they can meet their living needs. In developing a business, a business strategy is needed to get maximum results. Therefore, this research aims to find out what the home industry business strategy is and what are the obstacles to Islamic home industry business. This research approach is qualitative research and data collection methods include observation, interviews and documentation. The scarcity of cassava raw materials has hampered home industry entrepreneurs and these businesses already have standard SOP, lack of sterility in drying sanitation and also the tools used. The home industry of sweet potato crackers has obstacles in the manufacturing process such as: Limited Capital, Human Resources, Product Quality and Standards, Promotion, Access to Technology, and Limited Raw Materials. The business strategies used in the sweet potato cracker home industry are: Product Strategy, Price Strategy, Promotion Strategy.

Keywords: Analysis, Business Strategy, Home Industry

PENDAHULUAN

Keadaan dunia sekarang ini mengalami kemajuan dan perkembangan dengan pesat dalam segala bidang usaha, semakin banyak perusahaan-perusahaan yang didirikan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, sehingga menimbulkan persaingan di antara para pelaku industri serta mampu mengatasi masalah-masalah yang timbul dan mungkin terjadi dalam perusahaan, baik itu secara intern maupun ekstern. Perkembangan sektor ekonomi Indonesia beberapa tahun terakhir ini mengalami pelemahan dan cenderung lesu. Hal ini adalah imbas dari krisis ekonomi global yang menyebabkan banyak pengusaha besar yang tidak dapat melanjutkan usahanya dan berakibat pada berkurangnya lapangan pekerjaan. Dampaknya antara pertumbuhan penduduk dan penyediaan lapangan kerja terjadi ketidakseimbangan, sehingga timbul banyaknya permasalahan pengangguran yang terjadi hampir diseluruh wilayah Indonesia.

Menurut hasil survei peneliti, Kerupuk ubi ibu sarimpi ini yang paling banyak diminati oleh masyarakat di antara merk kerupuk lainnya hal ini terbukti dengan stok

kerupuk yang selalu saja habis terjual sehingga para pembeli biasanya melakukan pemesanan terlebih dahulu. Selama ini Kerupuk ubi berusaha agar konsumen merasa puas . Menurut hasil wawancara peneliti, keunikan yang terdapat pada kerupuk ubi tersebut yaitu dalam segi bentuknya, dan juga memiliki corak yang sangat unik dan kerupuk ubi ini tidak memiliki varian rasa seperti kerupuk ubi yang lain. Omset penjualan usaha kerupuk ubi pada tahun 2021 meningkat di karenakan bahan baku yang di gunakan sangat mudah di dapatkan dan masih banyak di kalangan Masyarakat setempat, berlanjut pada tahun 2022 mengalami sedikit penurunan di karenakan pekarangan kosong yang di tanami ubi tersebut sudah tidak ada lagi dan sudah di bangun menjadi perumahan sehingga pengusaha susah untuk mendapatkan bahan pokok tersebut, dan untuk tahun 2023 pada saat ini pengusaha sangat susah untuk mendapatkan bahan baku tersebut karena tidak ada lagi lahan yang tertanam ubi, sehingga omset pada tahun ini mengalami penurunan.

Mengenai sertifikasi halal pada kerupuk ubi ini sudah ada sejak awal membuka usaha ini, promosi yang dilakukan pada usaha ini yaitu periklanan, penjualan perseorangan seperti kemampuan komunikasi, kreativitas dan pengetahuan produk. promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi promosi yang dilakukan oleh usaha home industri keripik singkong adalah membangun merek yang mudah dikenal oleh masyarakat dengan memasang spanduk di tempat usaha dan menyebarkan info produk melalui mulut kemulut.

Perkembangan home industry diharapkan dapat menjadi faktor pendukung peningkatan pendapatan Masyarakat. Seperti halnya yang dilakukan oleh Masyarakat yang berada di desa tangkit Kec. Sungai Gelam ini. Yang mana rata-rata sumber ekonominya berasal dari hasil tani dan juga berkebun. Tentu hal itu tidak menutup kemungkinan Masyarakat setempat mengembangkan keahlian yang dimilikinya yaitu dengan mendirikan home industry yang bergerak dibidang makanan ringan atau snack yaitu pada home industri kerupuk ubi.

Tabel 1 Data-data Kerupuk Ubi Home Industri DesaTangkit

No.	Home Industri	Omset
1	Home Industri Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi	Rp. 1.020.000
2	Kerupuk Ubi Ilham	Rp. 950.000
3	Kerupuk Ubi Ungu Melani	Rp. 770.000
4	Kerupuk Ubi Abdel	Rp. 600.000

Sumber: hasil observasi peneliti tanggal 30 November 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil penjualan produk kerupuk ubi home industri ibu sarimpi mendapatkan keuntungan yang besar dan juga mengalami penurunan (fluktuasi). Yang mana dapat dilihat bahwa pendapatan usaha home industri kerupuk ubi mendapatkan keuntungan yang sangat tinggi di bandingkan usaha home industri yang lainnya. Dengan kondisi dan keadaan yang terjadi maka perlu untuk diperhitungkan dan bersikap kritis demi kelangsungan dari suatu home industri diperlukan strategi bisnis yang tepat sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Home industri kerupuk ubi ibu sarimpi ini sudah menerapkan strategi bisnis islam yang sesuai dengan prinsip dagang Rasulullah seperti tidak curang dalam berdagang dan juga tidak merugikan satu sama lain.

Tabel 2 Data Penjualan Produk Home Industri

Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi

Tahun	Penjualan	Harga Per Kg	Keuntungan
2021	60 Kg	Rp. 17.000	Rp. 1.020.000
2022	55 Kg	Rp. 17.000	Rp. 935.000
2023	30 Kg	Rp. 17.000	Rp. 510.000

Sumber : Data Primer Home Industri Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi

Dari survey yang telah dilakukan, pengolahan kerupuk ubi yang ada di desa tangkit hanya berdasarkan pengetahuan yang bersifat turun menurun. Masih banyak terdapat kekurangan dalam pengolahan kerupuk yang dilakukan oleh Masyarakat setempat, Karena belum mencapai standar operasi prosedur (SOP) dalam proses pengolahannya. Proses pengolahan yang dilakukan kurang terjaga dalam hal sanitasi, baik itu menyangkut sanitasi alat yang digunakan serta kebersihan area produksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Faizah, berjudul analisis strategi pengembangan bisnis Islami pada UMKM Mekar Abdi Kabupaten Grobogan dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, menghasilkan temuan bahwa strategi yang diterapkan oleh UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan secara garis besar sudah sesuai dengan teori strategi pengembangan bisnis. Strategi yang diterapkan adalah strategi kombinasi, yaitu dengan mengkombinasikan strategi integrasi vertikal, strategi intensif dan strategi diversifikasi terkait/konsentrik. Ini dikarenakan usaha yang di jalankan oleh UMKM Mekar Abadi menghasilkan tiga macam produk, sehingga penerapan strategi kombinasi dirasa sangatlah efektif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan obyek penelitian UMKM Mekar Abdi Kabupaten Grobogan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan obyek penelitian Home Industri Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi

Penelitian yang dilakukan oleh Malinda, berjudul analisis strategi pengembangan bisnis UKM guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi Islam dengan analisis kualitatif, menghasilkan temuan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan Cahaya Bahari adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk yang halal, harga yang terjangkau, dan promosi yang transparan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan obyek penelitian Cahaya Bahari, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan obyek penelitian Home Industri Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diketahui bahwa analisis strategi bisnis home industri sangat penting. Maka dalam hal ini peneliti ingin mengambil penelitian yang berjudul: “Analisis Strategi Bisnis Home Industri Kerupuk Ubi Desa Tangkit”

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat post positivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana adalah sebagai instrumen kunci. Metode penelitian ini menunjukkan kualitas atau mutu dari sesuatu yang ada berupa keadaan, proses, kejadian atau peristiwa dan lain-lain yang diinyatakan dalam bentuk pernyataan (perkataan). Misalnya data mengenai intelegasi, keterampilan, aktivitas sosiabilitas, kejujuran dan lain-lain.

Pendekatan penelitian kualitatif yang dilakukan bermaksud untuk memahami fenomena apa yang terjadi pada subjek peneitian misalnya modal usaha, strategi pemasaran

dan lain-lain. Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis bermaksud untuk meneliti lebih mendalam atas sesuatu yang dijadikan dalam objek penelitian tersebut sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Bisnis Home Industri Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi Desa Tangkit

Dimana pada setiap harinya penjualan kerupuk ubi mengalami kenaikan dari permintaan konsumen. Strategi dalam persaingan yang semakin ketat dan semakin tidak bisa dihindari. Maka dari itu kerupuk ubi ibu sarimpi tetap mengembangkan bisnisnya dengan cara berupaya memberikan kualitas yang baik, karena hal tersebut merupakan kunci keberhasilan dalam mengembangkan suatu usaha. Adapun strategi bisnis yang diterapkan kerupuk ubi ibu sarimpi yaitu:

a. Strategi Promosi

Promosi adalah serangkaian kegiatan yang dirancang untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan meyakinkan konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi itu sendiri. Kerupuk ubi ibu sarimpi ini melakukan promosi nya hanya mulut ke mulut saja sehingga produk yang di pasarkan hanya diminati oleh Masyarakat dan tetangga sekitar dan kerupuk ubi ini belum di kenal oleh Masyarakat luas dan belum tersedia di swalayan. Hal tersebut mejadi salah satu hambatan pada home industri.

c. Strategi Tempat Distribusi

Pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa produk atau layanan mereka tersedia di lokasi yang tepat dan pada waktu yang tepat agar dapat dijangkau oleh konsumen dengan mudah dan efisien. Ini melibatkan pemilihan saluran distribusi, penempatan fisik gudang atau outlet, manajemen rantai pasokan, dan logistik untuk mengoptimalkan ketersediaan produk, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tempat distribusi home industri kerupuk ubi ibu sarimpi ini sangat mudah di jangkau dan juga dekat dengan kota dan juga muaro jambi tetapi produk kerupuk ubi ini belum tersedia di supermarket ataupun swalayan besar jadi bagi konsumen yang ingin membeli produk nya bisa datang ke tempat produksi tersebut.

b. Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada pasar untuk dipakai ataupun dikonsumsi. Dalam Upaya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Kerupuk ubi ibu sarimpi memberikan kualitas yang baik, dan rasa yang enak hal tersebut sangat diperhatikan kerupuk ubi ibu sarimpi untuk menghadapi persaingan dengan home industri yang lainnya.

Sangat disayangkan kerupuk ubi ibu sarimpi ini hanya mengolah kerupuk ubi itu sendiri dan tidak ada produk yang lainnya. Jika usaha ibu sarimpi ini mempunyai banyak produk kemungkinan akan bisa menambah omset penjualan dan keuntungan yang besar, dan sistem pemesanan pada kerupuk ubi ini bersifat sistem PO.

2. Faktor Pengambat Strategi Bisnis yang Dihadapi Kerupuk Ubi Ibu Sarimpi

a. Keterbatasan Modal

Modal merupakan permasalahan pokok yang dihadapi setiap pelaku usaha bisnis, termasuk pelaku usaha kerupuk ini. Karena Sebagian dari mereka mengalami kesulitan untuk mencari tambahan modal usahanya. Apalagi untuk pelaku usaha yang baru mereka takut untuk melakukan peminjaman di bank karena bunga yang terlalu tinggi.

Pendapat tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Robby

Firmasnya dengan hasil penelitian menunjukkan minimnya akses industri kecil di Indonesia pada pinjaman modal dari Lembaga keuangan membuat mayoritas pelaku usaha memiliki kecenderungan mengupayakan modal pribadi atau sumber lainnya seperti keluarga dan juga kerabat terdekat bahkan rentenir. Oleh sebab itu, dinas koperasi usaha mikro dan perdagangan menjadi penyalur bantuan untuk para pengusaha ingin meminjam bantuan modal.

b. Kualitas dan Standar Produk

Kualitas dan standar produk adalah aspek penting dalam produksi yang memastikan produk memenuhi ekspektasi pelanggan dan mematuhi persyaratan yang ditetapkan oleh organisasi standar. Dengan mematuhi standar, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, mengurangi cacat produk, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Pendapat tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Made Virma Permana Suatu produk dinilai unggul oleh konsumen apabila produk tersebut dianggap memiliki nilai (value) yang lebih dibanding produk kompetitor mendeskripsikan bahwa suatu produk dianggap bernilai apabila manfaat atau kualitas produk tersebut sebanding dengan pengorbanan yang diberikan oleh konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bisnis yang diterapkan dalam home industri ini adalah dengan adanya strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat distribusi. Promosi yang dilakukan pada home industri ini yaitu hanya dengan cara mempromosikan secara offline saja, yaitu dengan cara mempromosikan secara langsung kepada konsumen dan Masyarakat yang ingin membeli produk tersebut langsung datang ke tempat produksi kerupuk ubi. Strategi bisnis yang dilakukan kerupuk ubi home industri ibu sarimpi ini bertujuan meningkatkan omset penjualan, meningkatkan kualitas produk.
2. Faktor penghambat yang terjadi pada home industri ibu sarimpi yaitu: a. Keterbatasan Modal faktor ini merupakan penunjang dalam keberhasilan usaha dan bisnis, keuangan digunakan sebagai operasional Perusahaan, baik produksi, biaya lainnya, membeli bahan baku, promosi, pemasaran, penjualan. Faktor ini menjaga kestabilan usaha. Perusahaan yang ingin maju dan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya harus dapat mencari sumber permodalan Perusahaan. b. Kualitas dan Standar Produk faktor ini merupakan penunjang bagi kompetitor dalam menjalankan usahanya. Dan ibu sarimpi ini memiliki ciri khas rasa yang berbeda dan ubi yang diolah tersebut harus ubi yang segar.

DAFTAR PUSTAKA

Ainol Zuhriyah Aminatus, Waqi'atul Aqidah, (jurnal informatika ekonomi bisnis: e-ISSN: 2714-8491, doi: 10.37034/infob.v5i1.190, Vol. 5, No. 1 (2023) 7-12)

Ardianti Retno R.R, S Chandra Andika. "Faktor-faktor penghambat pertumbuhan usaha mikro kecil pada sektor formal dan informal di Jawa Timur" Jurnal AGORA: vol. 2, no. 1 (2014)

Ezril, Eriyana, Mashuri. "Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pedagang pasar sukaramai di kecamatan bengkalis" Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita: vol. 8, no. 1 138-154

Faizah Nurotul Fita—Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan (Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015).

Harahap, Z. Khadijatul Ade. "Pengaruh Home Industri Tempe Terhadap Pendapatan Perekonomian Masyarakat Desa Hapesong Baru Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli

- Selatan”, Jurnal LPPM UGN: vol. 7, no. 2, Desember 2016, hal. 6
- Madjakusumah, Gandana Deden, Ningrum Widya, Yuniar Hilma, (jurnal: jurnal riset perbankan syariah (JRPS) e.ISSN 2961-7227 p-ISSN 2961-7235. VOL: 1 No, 1juli 2022)
- Nurotul Faizah, Fita. —Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan. I Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- Permana Virma Made, Peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan kualitas layanan. JURNAL DINAMIKA MANAJEMEN, VOL.4 (2) 2013:126-127
- Rahyu puji Suci, Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen Dan Strategi Bisnis. JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN, VOL.11, NO. 1, MARET 2009: 46-58
- Riyanto, Pratiwi Nur Ratih, Firmansyah Robby, STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN MADIUN (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun. JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK(JAP), VOL. 2,NO.1, 157
- Santoso, strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan pada UMKM next level apparel di desa suluk kecamatan dolopo kabupaten madiun, (skripsi: IAIN PONOROGO 2023)
- Suci widayanti, Hj faridah yuliani, hairul, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KERIPIK SINNGKONG KURIHING PADA USAHA DAGANG DI DESA CINDAI ALUS MARTAPURA
- Suhairi Wahyuni Sri, Andayani Nadya, (VISA: Journal of Visions and Ideas Vol 1 2 No 2 (2022) 143-151 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643 DOI:47467/visa.v2i2.962
- Suhairi, Bugis Wulandari Sri, Yuniar Vira, Bangun Br, Florentina Cantika, (Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management, Volume 2 Nomor 2 (2022) 142-151 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710 DOI: 10.47476/manageria.v2i2.929