

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati

1. Sejarah singkat usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati

Usaha Kacang Jaruk produksi Hj. Sri Yati adalah salah satu usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang kuliner yaitu cemilan kemasan. Tempat produksi ini berlokasi di Jalan Haruyan Seberang, RT.006/RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363. Usaha yang dihasilkan Hj.Sri Yati ada beberapa produk kemasan lainnya yaitu memproduksi abon haruan dan pakasam. Namun yang menjadi ciri khas usaha ini yaitu kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati.

Usaha kacang jaruk Produksi Hj. Sri Yati ini merintis sejak tahun 2011 yang berarti sudah berjalan 11 tahun hingga saat ini bersama suaminya yang bernama bapak Rahmadi. Awal usaha ini berdiri karena kesadaran pemilik yaitu Hj. Sri Yati melihat hasil kacang tanah yang melimpah di daerahnya dan permasalahan pengangguran di sekitar lingkungan rumah produksi tersebut, sehingga tergerak untuk merintis usaha kacang jaruk dari resep ataupun takaran penyajian langsung dari Hj. Sri Yati dan suami.

Awal bergerak usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini masih kecil-kecilan atau dikatakan tidak langsung dipasarkan ke luar kabupaten sampai sekarang ini. Hj. Sri Yati dan suami merangkul para petani kacang tanah dan

ibu-ibu ataupun remaja lainnya untuk bekerjasama dalam pengolahan kacang jaruk ini.

Sebelum awal pengolahan Hj. Sri Yati memberikan pelatihan untuk membuat kacang jaruk kepada warga yang terlibat dalam pembuatan tersebut, seiring berjalannya waktu kacang jaruk ini diterima dengan baik karena rasanya gurih, renyah dan nikmat dan sudah berstandar SOP dan terdaftar di LPPOM MUI. Hingga di tahun 2017 ada sebuah Lembaga ritel modern yaitu *Alfamart* dan *Indomaret* mengajak bekerjasama. Selama pandemi Covid-19 pada Maret 2020, usaha kacang jaruk ini sempat terhenti selama 9 bulan akibat kebijakan pembatasan di masyarakat. Namun, berkat kerjasama dengan ritel modern tadi, hingga saat ini pemasaran kembali normal.

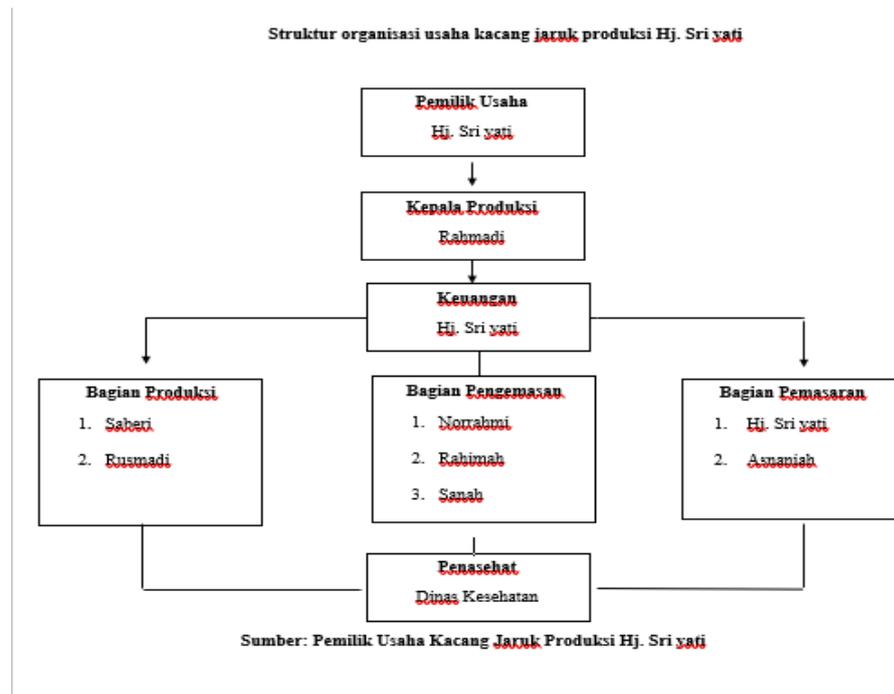
2. Struktur Organisasi Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati

Dalam setiap usaha, struktur organisasi merupakan aspek penting yang harus dibentuk. Dalam struktur organisasi inilah bagaimana tergambaranya keseluruhan kerangka kerja ataupun tugas yang sudah tersusun dan terarah untuk pelaksanaan dan pemantauan saat kegiatan berlangsung oleh manajemen dalam suatu organisasi. Struktur organisasi ini juga berperan penting untuk tercapainya suatu tujuan yang diharapkan dengan alur kerja yang selalu terarah baik dari manajer ataupun karyawan.

Struktur organisasi kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini semua karyawan diatur oleh satu pemilik usaha atau manajer, yang bertujuan proses produksi dan hasil cita rasanya tercapai dengan yang diharapkan oleh pemilik

usaha, akan tetapi usaha kacang jarak ini juga selalu didampingi Dinas Kesehatan sebelum pemasaran dilakukan.

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Usaha Kacang Jarak Produksi Hj. Sri Yati



Berdasarkan struktur organisasi di atas dapat disimpulkan bagan struktur kerja organisasi pada usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati cukup terstruktur dan sangat diperhatikan oleh Dinas kesehatan, akan tetapi dari usaha yang ditekuni semua aspek akan kembali kepada keputusan dari manajer atau pemilik bisnis yang terpenting semua yang terlibat saling berkontribusi memberikan yang terbaik untuk konsumen. Dari struktur organisasi yang dipaparkan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pemilik usaha

Pemilik usaha atau *owner* adalah pendiri ataupun yang berinvestasi di usaha yang akan ditekuni baik perorang atau sekelompok orang yang mempunyai ide gagasan untuk mendirikan ataupun memulai sebuah usaha dengan merencanakan, mengatur, mengelola, sampai menanggung resiko yang akan dihadapi kedepannya.

Pemilik usaha kacang jarak merek Hj. Ati ini adalah Ibu Hj. Sri Yati selaku yang memiliki kendali penuh semua aktivitas produksi ataupun pemasaran. Pada usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati, pemilik usaha atau *owner* bertugas melaksanakan kebijakan yangmana untuk memajukan dan mengambil setiap keputusan dalam usaha yang mengarahkan semua bidang pekerjaan yang tertera dalam struktur organisasi, Selain itu untuk bagian keuangan ataupun pemasaran usaha kacang jarak diproduksi Hj. Sri Yati ini di tanggung jawabi juga oleh pemilik usaha yaitu Ibu Hj. Sri Yati.

b. Kepala Produksi

Kepala bagian produksi merupakan orang yang mengambil alih setiap kegiatan produksi berlangsung, orang yang paling banyak tugas dan tanggung jawab dalam perusahaan. Kepala produksi pada usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati adalah Bapak Rahmadi yang mana juga suami dari ibu Sri yati. Tugas bagian produksi pada usaha ini meliputi menyediakan dan memelihara peralatan, menyediakan dan

menyajikan bahan baku, mengawasi saat produksi berlangsung dan lainnya.

c. Bagian Produksi

Bagian produksi adalah salah satu bagian yang menjalankan tugas untuk mengatur kegiatan-kegiatan atau tahapan-tahapan proses dalam produksi. Bagian produksi atau proses pembuatan kacang jaruk ini dilakukan oleh karyawan yang mana karyawan ditempat ini juga warga sekitar tempat produksi yang terdiri 2 orang yaitu Bapak Saberi, Bapak Rusmadi.

Pada bagian produksi kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini dilakukan cukup lama sekitar 1-2 jam bahan utama dalam pembuatan kacang jaruk yaitu: kacang tanah, garam, bawang putih dan gula pasir. Adapun proses kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini sangat selektif mulai dari perendaman, penjemuran hingga penyangraian (cara tradisional tidak menggunakan minyak tetapi menggunakan pasir) pasca disangrai yang mana saat disangrai ini ada tiga kali penyortiran sehingga menghasilkan produksi kacang yang berkualitas

d. Bagian pengemasan

Bagian pengemasan adalah orang yang melakukan proses pengemasan, penampung atau pengemasan suatu produk dengan menggunakan bahan-bahan tertentu agar produk yang terkandung di dalamnya dapat tertampung dan terlindungi. Pada usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati bagian pengemasan dilakukan setelah kacang jaruk

sudah mateng dan didinginkan maka selanjutnya proses pengemasan, pengemasan dilakukan sesuai isi kemasan kacang jarak yaitu isi 250 gram dan 120 gram. Setelah kacang jarak dimasukkan kedalam kemasan selanjutnya proses *press klip* agar tidak ada angin yang masuk untuk menjaga kualitas kacang dan tahap selanjutnya pemberian tanggal tidak luarsa.

e. Bagian pemasaran

Bagian pemasaran atau *marketing* adalah kegiatan mempromosikan suatu produk untuk memperluas penjualan. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan dan pengiriman produk baik ke konsumen, toko pusat perbelanjaan ataupun central besar lainnya.

Pada usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini dilakukan dua orang yaitu Ibu Hj. Sri yati dan Ibu Asnaniah. Pemasaran yang dilakukan usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini sudah baik, karena produk dari usaha ini sangat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga pemasarannya juga berdampak. Adapun pemasarannya *online* dan *offline*. Untuk *online* melalui media sosial *WhatsApp Facebook* sedangkan *offline* mencakup ke toko atau central pusat oleh-oleh khas Barabai, bahkan kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini pemasarannya sudah bekerjasama dengan ritel *Alfamart* dan *Indomaret* sejak 2017 hingga sekarang baik di Kalimantan Selatan hingga pemasaran ke Kalimantan Tengah.

f. Bagian Penasehat

Bagian penasehat usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini langsung dari Dinas Kesehatan Hulu Sungai Tengah sebelum produk dipasarkan, bagian penasehat ini juga membantu dalam pengawasan pembuatan proses kacang jarak hingga pengemasan menggunakan plastik klip sesuai isi perkemasan. Kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini sudah mendapatkan izin edar DINKES dengan nomor P-IRT No. 2156307040153-23.

Dan kacang jarak produksi Hj. Sri yati ini juga sudah terdaftar di LPPOM-MUI dengan Nomor 281991001090814. Maka dari itu kacang jarak produksi Hj. Sri Yati sangat diperhatikan secara selektif dari awal sampai ke konsumen.

B. Penyajian Data

1. Identitas Informan

Nama : Hj. Sri Yati
Umur : 44 tahun
Pendidikan : SMP Sederajat
Alamat : Jalan Haruyan Seberang, RT.006/RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363.

Hasil wawancara dengan informan selaku pemilik usaha Kacang Jarak yang diproduksi oleh Hj. Sri Yati dengan merek dagang pada kemasan “Hj. Ati”, yaitu Ibu Hj. Sri Yati. Dalam mencari data dan dokumentasi, peneliti

sengaja menginformasikan kepada informan bahwa hasil wawancara ini akan digunakan sebagai bahan penelitian yang telah dibahas sebelum proses penelitian berlangsung dengan pemilik usaha. Dalam melakukan wawancara peneliti tidak menggunakan bahasa tekstual yang dilampirkan pada pedoman wawancara, namun dalam melakukan wawancara peneliti mengajukan pertanyaan dengan bahasa yang halus dan mudah dipahami kepada anggota keluarga. Tujuannya agar informan lebih terbuka dan lebih leluasa dalam memberikan informasi terkait usaha yang dirintis.

Usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati berdiri dari tahun 2011 yang berarti sudah berjalan 11 tahun hingga saat ini bersama suaminya yang bernama bapak Rahmadi. Faktor awal usaha ini berdiri karena kesadaran pemilik yaitu Hj. Sri Yati melihat hasil kacang tanah yang melimpah di daerahnya dan permasalahan pengangguran di sekitar lingkungan tempat produksi tersebut, sehingga tergerak hati untuk merintis usaha kacang jaruk dari resep ataupun takaran penyajian langsung dari Hj. Sri Yati dan suami.

Faktor selanjutnya karena Hj. Sri Yati ingin menambah penghasilan dan membantu perekonomian suaminya, pekerjaan awal beliau adalah seorang pedagang karet bersama suaminya sampai akhirnya mereka berdua berpikir untuk membuka usaha kacang jaruk ini.

Awal bergerak usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri yati ini masih kecil-kecilan atau dikatakan tidak langsung dipasarkan ke luar kabupaten sampai sekarang ini. Hj. Sri Yati dan suami merangkul para petani kacang

jaruk dan ibu-ibu ataupun remaja lainnya untuk bekerjasama dalam pengolahan kacang jaruk ini.

Sebelum awal pengolahan Hj. Sri Yati memberikan pelatihan untuk membuat kacang jaruk kepada warga yang terlibat dalam pembuatan tersebut, seiring berjalannya waktu kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini diterima dengan baik dipasaran dikarenakan ciri khas kacang ini gurih, renyah, dan nikmat. Untuk nama merek pada kemasan kacang jaruk yaitu “Hj. Ati”, yang diambil dari nama pemilik usaha yaitu Ibu Hj. Sri Yati sehingga kacang jaruk merek Hj. Ati ini terkenal dan merek dari kacang jaruk ini sudah terdaftar Hak Paten Nasional

Dalam usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini mepekerjakan 6 orang karyawan dan dibantu suaminya, unruk karyawan tersebut juga masih bertempat tinggal disekitaran rumah produksi. Untuk bidang terbagi menjadi tiga, yaitu bidang produksi, bidang pengemasan dan bidang pemasaran yangmana usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati selalu diawasi oleh bagian penasehat langsung oleh Dinas Kesehatan.

Selanjutnya hasil wawancara Bersama pemilik yaitu Hj. Sri Yati, untuk sistem upah atau penggajian karyawan itu berbeda-beda, pada bagian produksi akan diberikan upah Rp. 100.000,- /borongan dengan sistem borongan per 100 kilogram kacang tanah yang siap diolah dan untuk hasil jadinya menghasilkan 97 kilogram sedangkan untuk bagian pemasaran sekitar Rp. 75.000,-. Ibu Hj. Sri Yati mengatakan

“untuk meolah kacang jaruk nih biasanya 100 kg per sekali meolah dan untuk upah biasanya borongan, kalonya rami misalnya handak hari raya atau habis hari raya bisa bebanyak meolah karena kacang jaruk cukup banyak peminatnya sagan oleh-oleh dari Barabai, jadi untuk pengolahan kacang jaruk bisa sampai 100 kg lebih bisa sampai 200 kg”. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022)

Setiap karyawan akan diberikan motivasi ataupun bimbingan agar setiap kegiatan yang akan dilaksanakan berjalan dengan baik dan lancar. Adapun motivasi yang diberikan Hj. Sri Yati terhadap karyawan yaitu *Briefing* atau arahan yang akan dilaksanakan tidak hanya dari pemilik usaha karyawan dapat motivasi tetapi juga dari Dinas Kesehatan Hulu Sungai Tengah khususnya DINKES Haruyan yang akan memberikan masukan-masukan kepada karyawan.

Untuk motivasi lainnya Hj. Sri Yati juga menerapkan penambahan bonus jika lembur pembuatan kacang jaruk melebihi target 100 Kg dan informan juga mengatakan bahwa ditempat usahanya ini ada *Reward* atau penghargaan kepada karyawan seperti karyawan teraktif dan sebagainya.

“Untuk motivasi yang acil berikan kepada karyawan berupa briefing atau papadahan sebelum meolah kacang jaruk, lawan selain acil paman memotivasi buhan Dinas Kesehatan biasanya kesini jua sagan memberi masukan. Sedangkan motivasi lainnya kalonya produksi kacang jaruk melebihi 100 kilo biasanya bagiannya lembur nah itu ada jua bonus terlepas gaji yang didapat borongan, lawan motivasi terakhir di tempat usaha acil ada reward sagan karyawannya setiap 6 bulan sakali”. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022)

Dalam pembuatan kacang jaruk produksi Hj. Sri yati selalu diawasi langsung oleh Ibu Hj.Sri yati dan Bapak Rahmadi untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan dan diimplementasikan bisa terjalan sesuai target dan juga kembali lagi ke Dinas

Kesehatan selalu membantu dalam pengawasan proses pembuatan kacang jaruk.

“Untuk pengawasan biasanya acil lawan paman tetapi ada jua bagian Dinas Kesehatan yang turun langsung” (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022)

Selain kacang jaruk Hj. Sri yati juga memproduksi olahan lainnya, Adapun daftar produk dan harga yang dijual dari usaha kacang jaruk Hj. Sri Yati sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Daftar Harga Usaha Kacang Jaruk Hj. Sri Yati

No.	Nama Produk	Harga
1.	Kacang Jaruk	Rp. 16.000/ 250 gram
2.	Kacang Jaruk	Rp. 8.000/120 gram
3.	Abon Haruan	Rp. 50.000/ 50 gram
4.	Roti Baras	Rp. 10.000/ bungkus

Sumber: Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati

Tabel 4. 2 Mengenai data penjualan kacang jaruk Produksi Hj. Sri Yati

No.	Tahun	Penghasilan
1.	2017	Rp. 337.500.000,-
2.	2018	Rp. 337.500.000,-

3.	2019	Rp. 337.500.000,-
4.	2020	Rp. 337.500.000,-
5.	2021	Rp. 337.500.000,-

Sumber: Laba Kotor Usaha Kacang Jarak Produksi Hj. Sri Yati

Dapat dilihat dari data diatas bahwa penghasilan dari 5 tahun kebelakang yang didapatkan kacang jarak produksi Hj. Sri yati bisa dikatakan stabil dari tahun ke tahun dan ini tidak terlepas dari kerjasama dengan ritel modern seperti *Alfamart* dan *Indomaret*.

Pemilik usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini termasuk seorang yang cekatan dan selalu ingin belajar baik untuk usaha maupun diri sendiri, maka dari itu Hj. Sri Yati selalu mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan Kabupaten Hulu Sungai Tengah maupun pelatihan lainnya hingga tahap Provinsi baik pelatihan pengembangan produk ataupun masalah peningkatan berwirausaha bagi UMKM.

Pengembangan produk pada setiap usaha termasuk salah satu yang terpenting agar konsumen tidak bosan dan tidak berpaling ke produksi lain, pengembangan produk yang dilakukan Hj. Sri Yati terhadap produksinya yaitu kacang jarak dengan adanya tambahan kemasan produk menggunakan alumunium foil untuk cemilan kemasan yangmana kemasan awal menggunakan plastik klip dan sekarang ada kemajuan dengan menambah inovasi terbaru pada kemasan sehingga lebih higienis dan menarik, akan tetapi untuk kemasan plastik tadi masih dipasarkan jadi bungkusuan cemilan

kacang jarak ini dua desain kemasan dan takaran sajiannya juga berbeda pada kemasan plastic klip 250 gram sedangkan kemasan alumunium foil 175 gram. Untuk pengembangan varian rasa pada kacang masih belum terealisasikan dikarenakan persiapan belum matang sehingga belum dipasarkan. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

Mengenai pengembangan produk, program yang biasanya dilakukan yaitu menggunakan diversifikasi produk atau suatu kebijakan untuk menambah produk-produk terbaru guna meningkatkan penjualan. Pada usaha kacang jarak Hj. Sri Yati menyatakan mengetahui apa itu pembaharuan produk tetapi untuk kata lain dari pembaharuan produk masih terasa asing yaitu Diversifikasi.

Untuk penerapan strategi diversifikasi pada kacang jarak ini belum terealisasikan karena beberapa kendala tapi kemungkinan besar nantinya akan melakukannya, seperti pembaharuan di bagian varian rasa.

“Pengembangan yang acil lakukan hanyar pada kemasan produk, belum sampai ke penambahan varian rasa sagan kacang jarak, walau peminat konsumen itu yang original tapia da kemungkinan jika adanya diversifikasi tadi bisa menambah tingkat penjualan, karena selera konsumen berbeda-beda” (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022)

Mengenai penjualan atau pemasaran kacang jarak produksi Hj. Sri yati ini dilakukan secara *offline*, *online* dan pemasaran di beberapa titik, untuk offline bisa langsung ke tempat produksi yang beralamat di Jalan Haruyan Seberang, RT.006/RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363.

Dan untuk penjualan secara *online* bisa melalui jejaring sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*. Untuk media *e-commerce* seperti *shopee*, dan *toko pedia* tidak ada dari kami langsung dikarenakan gaptek dan tidak ada karyawan khusus untuk penjualan online tetapi kalo ingin membeli lewat *e-commerce* tersebut ada saja di pencarian oleh *reseller*, akan tetapi pemasaran yang dilakukan oleh Hj. Sri Yati dan tim bagian pemasaran lebih berfokus pada pemasaran ke toko-toko maupun central oleh-oleh khas Barabai di sekitaran Kabupaten Hulu Sungai Tengah hingga ke luar kabupaten dan sejak tahun 2017 sudah bekerjasama dengan ritel *Alfamart* yang mana pemasarannya mencangkup Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah. Tidak hanya *Alfamart* dan *Indomaret* tetapi juga produk kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini ada di *lotte Grosir* Banjarmasin dan Central perbelanjaan yang ada di *Airport* Syamsuddinor.

Bisa dikatakan pemasaran oleh Hj. Sri yati ini berkembang dengan baik yang terpenting kualitas produk diperhatikan semakin luas pemasaran semakin selektif produksi dan pengemasan agar sampai ke tangan konsumen dengan aman.

2. Informan Kedua

Nama : Rahmadi
Umur : 47 Tahun
Jabatan : Kepala Produksi
Pendidikan : SMA sederajat

Alamat : Jalan Haruyan Seberang, RT.005/RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363.

Hasil wawancara bersama Bapak Rahmadi selaku kepala produksi, bertugas mengawasi dan memperhatikan setiap jalannya produksi baik dari bahan baku, produksi dari kacang tanah sampai diolah kacang jarak hingga pengemasan selalu diperhatikan karena menghindari hal yang tidak diinginkan agar kualitas tetap terjaga. Untuk manajemen yang diterapkan oleh Hj. Sri Yati sudah baik dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengimplementasi. Harapan kedepannya untuk usaha kacang jarak produksi Hj. Sri yati agar tetap mendapatkan kacang tanah yang berkualitas untuk hasil produksi yang maksimal. Mengingat beberapa bulan yang lalu karena cuaca tidak menentu, jadi lebih diperhatikan lagi membeli dari pemasok kacang tanah (Rahmadi, wawancara pribadi, 08 September 2022)

3. Informan Ketiga

Nama : Saberi

Umur : 48 Tahun

Jabatan : Bagian Produksi

Pendidikan : SMA sederajat

Alamat : Jalan Haruyan Seberang, RT.005/RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363.

Hasil wawancara dengan bapak Saberi selaku tim bidang produksi bertugas membuat kacang mentah menjadi kacang jaruk, Adapun tahapannya yaitu perendaman, penjemuran hingga penyangraian (cara tradisional tidak menggunakan minyak tetapi menggunakan pasir) pasca disangrai yangmana saat disangrai ini ada tiga kali penyortiran sehingga menghasilkan produksi kacang yang berkualitas. Bapak Saberi biasanya bekerja dari pagi hingga siang dengan masa produksi sekitar 75-100 kg per Borongan.

Untuk sistem manajemen yang di terapkan oleh Ibu Hj. Sri Yati terhadap karyawannya sangat baik, beliau selalu memberikan motivasi kepada kami dan selalu bersikap jujur yang paling penting saat pembuatan kacang jaruk ini harus terjaga kebersihan agar hasil yang diperoleh nantinya berkualitas. (Saberi, wawancara pribadi, 08 September 2022)

4. Informan Keempat

Nama : Asnaniah
Umur : 32 Tahun
Jabatan : Bagian Pemasaran
Pendidikan : SMA sederajat
Alamat : Jalan Haruyan Seberang, RT.005/RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363.

Hasil wawancara dengan Ibu Asnaniah selaku tim bidang pemasaran bertugas untuk memasarkan produk kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati yang

sudah dikemas sesuai isi pengemasan yang akan dipasarkan, Setelah bagian produksi selesai mengolah kacang tanah menjadi kacang jaruk dari 100 kg kacang mentah menjadi 97 kg kacang jaruk nantinya akan dibungkus menjadi 388 bungkus untuk kemasan 250 gram ukuran kemasan ada dua yaitu ukuran 120 gram dan 250 gram. Pemasaran kacang jaruk ini sudah berhasil tembus hingga keluar Kalimantan Selatan yaitu hingga Kalimantan Tengah dan usaha ini juga bekerja sama dengan ritel modern seperti *Alfamart, Indomaret dan Lotte Grosir*.

Biasanya pengiriman juga ke toko-toko atau central oleh-oleh di sekitar kabupaten Hulu Sungai Tengah, informan mengatakan pengiriman akan dilakukan setiap barang habis atau sebelum masa kadaluarsanya sampai agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan kepada konsumen.

Untuk sistem manajemen yang di terapkan oleh Ibu Hj. Sri yati terhadap karyawannya sangat baik, beliau selalu memberikan motivasi kepada kami dan selalu menerapkan bersikap jujur dan yang paling penting saat pemasaran kacang jaruk ini harus terjaga kebersihan dan pengecekan kembali pada setiap kemasan yang ingin dipasarkan. (Asnaniah, wawancara pribadi, 10 September 2022)

C. Penyajian Data lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri yati meliputi beberapa faktor yaitu :

1. Analisis Kekuatan (*Strength*)

a. Produk yang berkualitas

Produk yang digunakan untuk proses pembuatan kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati tidak diragukan lagi, karena setiap bahan atau

produk berasal dari bahan baku yang berkualitas dan selektif untuk pemilahan bahan baku terutama kacang tanah, Hj. Sri Yati dan suaminya berkomitmen hanya membeli kacang tanah lokal yang berkualitas. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

b. Transparansi harga

Berdasarkan pengamatan saat wawancara dari penulis, Kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini memiliki transparansi harga, yaitu memiliki harga jual produk yang telah ditentukan sehingga konsumen dapat melihatnya atau *reseller* sebelum terjadinya akad (transaksi jual beli). Meskipun ada perubahan harga pada bahan baku naik akan tetapi Hj. Sri Yati tidak langsung menaikkan harga jual apalagi sejak 2017 sudah bekerja sama dengan ritel *Alfamart dan Indomaret* jikapun harga bahan baku naik tetap kembali ke harga awal, dikarenakan penetapan harga akan bisa diubah setiap 6 bulan sekali di surat perjanjian kerjasama. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

c. Memiliki kelengkapan surat izin dalam usaha

Dalam setiap usaha kelengkapan surat sangat mempengaruhi dan sangat penting bagi konsumen, Kacang jarak produksi Hj. Sri Yati dengan merek pada kemasan "HJ. ATI" sudah memiliki surat izin edar DINKES dengan nomor P-IRT No. 2156307040153-23, kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini juga sudah terdaftar di LPPOM-MUI dengan Nomor 281991001090814 dengan label halal MUI yang tertera pada kemasan dan juga memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP), Jadi kacang jarak

merek “HJ.ATI” sudah terdaftar di Kemenkumham Kalimantan Selatan sebagai hak cipta atau hak kekayaan intelektual. (Sri yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

d. Pelayanan yang baik

Usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati memiliki pekerja/karyawan yang baik baik dari bagian produksi maupun pemasaran, itu tidak terlepas dari cara bagaimana Hj. Sri Yati dan suaminya memajemen usahanya sehingga para karyawan selalu memberikan pelayanan terbaik dalam pembuatan maupun pengemasan. Untuk pelayanan kegiatan pemasaran biasanya akan langsung diantarkan ke *reseller* atau tempat penitipan produk dan pada kemasan kacang jarak juga terdapat tanggal kadaluarsa atau *expired* dan pada kemasan juga terdapat *double* klip sehingga kacang jarak akan selalu terjaga kualitasnya. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

e. Kemasan Produk yang menarik

Setiap produk pasti memiliki kemasan yang berbeda-beda sesuai fungsi dan ukurannya, Kemasan cemilan kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini menarik yaitu pada kemasan terdapat *double klip* untuk memudahkan konsumen menyimpan kembali jika kacang jarak masih ada dalam kemasan.

Selain menggunakan kemasan plastik klip, pemilik usaha juga memiliki kemasan alumunium foil yang bertujuan untuk lebih menjaga ke higienisan kacang jarak.

2. Meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*)

a. Sistem keuangan masih manual

Sistem keuangan kacang jarak produksi Hj. Sri Yati masih menggunakan alat manual seperti kalkulator, pembayaran juga menggunakan uang *cash* tidak ada melalui *M-banking*, dan juga untuk pencatatan atau pembukuan belum dengan standar akuntansi, sehingga bisa dikatakan untuk manajemen keuangan belum mengalami peningkatan. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022)

b. Tidak ada varian rasa yang beragam

Berdasarkan pengamatan dari penulis, kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini hanya berfokus pada rasa original tidak ada penambahan rasa lainnya. Padahal jika dari pengamatan penulis kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini sangat berpotensi menambah inovasi baru di varian rasa guna menambah penghasilan. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

c. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Berdasarkan pengamatan penulis, usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini memiliki keterbatasan sumber daya manusia terutama pada bidang pemasaran lewat *e-commerce*, sehingga selangkah lebih maju dari pesaing produksi kacang jarak yang ada di kabupaten Hulu sungai tengah. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

d. Tidak memiliki toko usaha di pusat kota

Usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati untuk saat ini belum memiliki toko di wilayah pusat kota Barabai, yang mana menyulitkan konsumen jika ingin membeli langsung ke tempat produksi.

e. Akses masuk ke tempat produksi cukup jauh

Tempat produksi kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini bisa dibilang jauh dari kota Barabai, dan untuk akses jalan untuk kesana juga berlobang-lobang atau kondisi jalan rusak ringan.

D. Penyajian Data Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi Usaha Kacang Jaruk produksi Hj. Sri Yati meliputi beberapa faktor yaitu :

1. Analisis peluang (*Opportunities*) antara lain:

a. Masyarakat sudah mengenal kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati dari segi ciri khas dan cita rasa.

Seiring berjalannya waktu produk kacang jaruk Hj. Sri Yati ini semakin terkenal dari mulut ke mulut, dikarenakan usaha ini sudah berdiri sejak 2011 dan saat ini juga pemasarannya cukup berkembang hingga tingkat provinsi Kalimantan Selatan hingga Kalimantan Tengah. ada beberapa tempat produksi kacang jaruk lainnya yang mengubah ciri khas dan cita rasanya, akan tetapi pada kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati akan tetap mempertahankan kualitas terutama pada kacang tanah yang akan diproduksi, ciri khas kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini adalah gurih, renyah dan bumbu bawang

putihnya meresap hingga kedalam kacang. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

b. Adanya ikatan kerjasama dengan ritel modern

Usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini sudah bekerjasama dengan ritel modern seperti *Alfamart*, *Indomaret* sejak tahun 2017 dan untuk pemasarannya juga terdapat di *Lotte Grosir* dan *Central* oleh *Airport Syamsuddinnor*. Adanya ikatan kerjasama dengan ritel modern mampu meningkatkan penjualan dan mengenalkan produk kacang jaruk produksi Hj. Sri yati ini. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

c. Bekerjasama dengan petani kacang tanah berkualitas

Usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini bekerjasama dengan petani lokal khususnya daerah Haruyan, sekitar Banua Anam hingga ke daerah Pelaihari dan Pengaron yang bertujuan hanya membeli kacang tanah dengan kualitas tinggi. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022)

d. Cemilan khas Barabai yang diminati oleh wisatawan domestik

Kabupaten Hulu Sungai Tengah salah satu yang memiliki pariwisata yang sering dikunjungi wisatawan luar daerah Barabai, maka dari itu biasanya wisatawan jika ingin kembali ke kota masing-masing biasanya membawa buah tangan atau kuliner khas Barabai salah satunya kacang jaruk produksi Hj. Sri yati. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

- e. Menjadi salah satu perwakilan dalam berbagai *event* kuliner

Kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati merupakan salah satu perwakilan yang biasaya diikut sertakan dalam produk UMKM baik *event* pameran daerah ataupun provinsi. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

2. Analisis dari Ancaman (*Threats*) Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj.

Sri yati

- a. Persaingan

Dalam berbisnis pasti tidak terlepas dari persaingan yangmana itu akan berdampak besar bagi usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati apalagi jika pesaing baru yang menemukan celah untuk mengambil celah bersaing seperti hal: pelayanan, harga, varian rasa, dan lainnya. Walaupun usaha kacang jaruk Produksi Hj. Sri Yati ini berkembang di bagian pemasaran tetapi disisi lain ancaman ini bisa saja mengalahkan usaha dan mengambil konsumen dari kita. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

- b. Produk mudah diproduksi bagi usahawan baru

Produk kacang jaruk ini bisa dikatakan mudah diproduksi bagi usahawan baru karena bahan baku yang mudah didapat dan cara pengolahannya cukup sederhana tapi juga membutuhkan waktu. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

c. Pemasok hasil kacang tanah di lokal tidak menetap

Kacang jarak produksi Hj. Sri Yati membeli bahan baku yaitu kacang tanah dari lokal akan tetapi tidak menetap, dikarenakan cuaca yang tidak menentu yang mana mempengaruhi kualitas kacang sehingga Hj. Sri Yati dan suami juga berlangganan membeli di luar daerah seperti sekitar banua anam, Pelaihari, Pengaron hingga Kalimantan Tengah. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

d. Harga bahan baku yang tidak menetap

Harga bahan baku termasuk pengaruh penting dalam mempertimbangkan harga jual untuk konsumen. Apabila, harga bahan baku naik pertahunnya atau terus-menerus dan harga jual produk kacang jarak dalam kemasan tidak dinaikkan secara langsung apalagi kacang jarak produksi Hj. Sri Yati ini sudah bekerjasama dengan ritel *Alfamart* dan *Indomaret* yang mana dalam perjanjian tersebut hanya berlaku perubahan harga setiap 6 bulan sekali. Walaupun harga bahan baku naik seperti komposisi pembuatan kacang jarak yaitu kacang tanah, bawang putih, garam, dan gula pasir tidak ada pengurangan takaran dalam proses pembuatan demi menjaga cita rasa kacang jarak produksi Hj. Sri Yati. (Sri yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

e. Cuaca yang tidak menentu karena mempengaruhi hasil panen

Kacang tanah merupakan salah satu bahan utama dalam pembuatan kacang jarak, maka untuk menghasilkan kacang jarak berkualitas faktor utamanya adalah kacang tanah yang bagus, cuaca yang tidak menentu

sangat mempengaruhi kualitas kacang, apalagi jika sekarang ini memasuki musim hujan maka akan sangat kesulitan memilih dan memilah kacang tanah. (Sri Yati, wawancara pribadi, 10 September 2022).

E. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan yang mana dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini:

1. Manajemen pengembangan produk kacang jaruk khas Barabai melalui diversifikasi varian rasa guna memajukan penjualan.

Manajemen merupakan suatu langkah yang dilakukan guna untuk tujuan mengatur apa yang harus dilakukan dengan baik, tepat, teratur, terstruktur dengan efektif dan efisien dan pemimpin yang akan bertanggung jawab atas jalannya suatu perusahaan atau organisasi. Dalam setiap usaha manajemen sangat perlu diperhatikan guna terjalannya suatu kegiatan yang sudah direncanakan dan disusun berjalan dengan lancar.

Dalam penelitian yang penulis teliti, usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini bagaimana dalam mengembangkan usahanya yang perlu diperhatikan yaitu dari segi manajemen meliputi fungsi manajemen: perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, pengawasan.

a. Aspek fungsi manajemen

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan atau *Planning* yaitu suatu proses yang melibatkan upaya-upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi *trend* dimasa depan dengan melakukan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan tujuan dan sasaran organisasi agar mendapatkan hasil yang optimal.

Hasil penelitian lapangan tentang perencanaan yang dilakukan pemilik usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati sudah baik. Adapun perencanaan yang dilakukan perencanaan varian produk, pemilihan kacang, tenaga kerja, komoditas jual (kacang), dan pemasaran produk dengan seperti melakukan kerjasama dengan toko-toko atau sentral oleh-oleh khas Barabai mana saja yang ingin dititipkan produk kacang jarak, biasanya melihat seberapa strategis tempat usaha tersebut dan melakukan kerjasama dengan ritel moderen (*Alfamart dan Indomaret*).

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian termasuk hal yang diperlukan dalam manajemen untuk mengatur berbagai macam organisasi, struktur organisasi yang terbagi menjadi berapa bagian atau divisi, pengalokasian tugas, wewenang serta tanggung jawab atas yang sudah direncanakan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam suatu struktur organisasi.

Pada usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati dalam bagan struktur organisasinya sudah mempunyai tugas dan tanggung jawab

masing-masing yaitu pemilik usaha, kepala produksi, bagian produksi, bagian pemasaran, serta bagian penasehat.

3) Pengimplementasian (*Directing*)

Pengimplementasian atau *directing*, yaitu proses pelaksanaan program agar dapat dilakukan oleh semua pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak dapat melaksanakan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi. (McHugh, 1997).

Pengimplementasian yang dilakukan Hj. Sri Yati dan bagian kepala produksi seperti motivasi terhadap karyawannya sangat diperhatikan dari awal hingga akhir pembuatan produk dan sebelum melakukan proses produksi pemilik dan kepala produksi selalu melakukan *briefing* atau pengarahan dengan bagian produksi maupun pemasaran agar betul-betul dilaksanakan seperti yang diharapkan oleh pemilik usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati.

Selain itu juga ada bonus bagi karyawan yang lembur jika pesanan melebihi target. Usaha kacang jaruk ini pemilik juga memberikan *reward* bagi karyawannya setiap 6 bulan sekali yang bertujuan memotivasi agar semangat bekerja.

4) Pengendalian atau pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang

diharapkan sekalipun sebagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi. (McHugh, 1997).

Pengawasan yang dilakukan Hj. Sri Yati dan kepala produksi cukup diperhatikan setiap prosesnya dikarenakan yang nantinya kacang jarak ini akan dijual baik di daerah Barabai hingga ke tingkat provinsi Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah, jadi kualitas produksi dan pengemasan harus terjamin aman dan yang pasti kebersihan nomor satu.

Selain dari Pemilik dan kepala produksi, Usaha kacang jarak ini juga mendapatkan perhatian penasehat dari Dinas Kesehatan kabupaten Hulu Sungai Tengah setiap produksi, pengemasan ataupun sebelum pemasaran.

b. Aspek pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan strategi pemasaran yang membutuhkan penciptaan produk baru atau inovatif untuk produknya untuk dipasarkan. Upaya pengembangan produk dapat menjadi sarana agar konsumen tidak beralih ke produk pesaing. (Charles W, 2001).

Dalam segi pengembangan produk, pemilik usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati masih mempelajari dan selalu mengikuti pelatihan yang diselenggarakan Dinas Perdagangan tingkat kabupaten maupun Provinsi untuk mendorong usahanya ini maju dan selalu inovatif. Untuk pengembangan yang telah dilakukan Hj. Sri Yati dari yaitu segi kemasan produk yang awalnya menggunakan plastik klip bungkus ukuran 250

gram dan 120 gram sekarang menggunakan kemasan alumunium foil yang mana untuk kemasan ini lebih terjaga kebersihannya dan higienisnya terjamin akan tetapi untuk kemasan plastik klip juga masih dipasarkan.

“Untuk usaha yang kami kembangkan, kami berusaha untuk memberikan yang terbaik dan produk berkualitas terhadap konsumen. Maka dari itu pengembangan produk diperlukan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang kami tawarkarkan, pengembangan yang telah dilaksanakan yaitu pada bungkus kemasan produk”. (Hj. Sri Yati, 2022)

Ada beberapa pengembangan produk yang telah diterapkan dan belum oleh usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati. Yang pertama adalah untuk memenuhi keinginan konsumen dari segi kemasan produk. Dengan kata lain perusahaan berusaha memenuhi apa masukan dari konsumen sehingga tampilan kemasan menjadi menarik dan lebih higienis dengan desain yang berbeda dan untuk mencegah adanya kebosanan, yang artinya usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati menginginkan produknya selalu ada inovasi baru seperti yang sudah diterapkan yaitu kemasan produk baik dari kemasan 250 gram dan beberapa tahun yang lalu memproduksi untuk kemasan 120 gram. Kedua pengembangan dari strategi pemasaran yang dari tahun ketahun berkembang, yangmana di tahun 2017 bisa bekerjasama dengan ritel moderen dan central oleh-oleh maupun toko-toko pusat oleh-oleh ternama. Akan tetapi usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati untuk penambahan varian rasa belum diterapkan sehingga belum tercapainya keinginan konsumen. Yang ketiga adalah meningkatkan jumlah penjualan, dimana perusahaan berusaha untuk memajukan penjualanya.

Dengan adanya pengembangan produk dan jika produk yang dipasarkan bisa diterima dengan baik oleh konsumen maka kemungkinan besar akan berpengaruh untuk memajukan penjualan.

Adapun pengembangan yang belum dilakukan terhadap produk kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati yaitu pengembangan varian rasa untuk kacang jaruk, usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini hanya berfokus pada rasa original jika dilihat peluang yang ada inovasi untuk penambahan varian rasa ini sangat bisa menambah tingkat penjualan apalagi usaha ini sudah memiliki kelengkapan izin usaha seperti P-IRT, LPPOM Halal MUI, dan Standar Operasional Prosedur (SOP), hingga merek “HJ.ATI” sudah terdaftar di Kemenkumham Kalimantan Selatan sebagai hak cipta atau hak kekayaan intelektual.

Jika nantinya usaha kacang jaruk Hj. Sri Yati ini melakukan pengembangan produk, hendaklah nantinya memperhatikan tahapan-tahapan pengembangan produk sebelum dipasarkan, tahapannya sebagai berikut:

1) Pengumpulan gagasan

Pengumpulan gagasan pada kacang jaruk ini dapat berupa pengembangan produk yang dimulai dengan penelitian gagasan produk baru, diantaranya pengumpulan ide-ide atau gagasan produk yang ingin dikembangkan dari segi varian rasa (manis, asin, ekstrak bawang, pedas, jeruk purut, dan lainnya) dan kemasan produk

(penambahan berat produk pada kemasan, adanya penjualan menggunakan toples)

2) Penyaringan

Penyaringan dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menghilangkan ide-ide yang kurang menarik. Penyaringan dalam usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati nantinya apa saja yang ingin tetap dilakukan untuk mengembangkan produk. Penyaringan dari pengumpulan gagasan yang sudah ditentukan akan disaring dan di ambil untuk diterapkan di perusahaan. Dari varian rasa atau tambahan kemasan produk menggunakan toples.

3) Pengembangan dan pengujian konsep

Dari ide yang sudah di tentukan ditahap sebelumnya, selanjutnya perlu kita bedakan lagi antara ide pokok, konsep produk, dan citra produk. Ide pokok adalah produk yang kemungkinan akan dipasarkan, pada usaha kacang jaruk produksi Hj.Sri Yati ini akan menambahkan ide pokok varian rasa, maka dari itu perlu konsep ide apasaja untuk varian rasa yang ditambahkan bisa varian asin, manis, ekstra bawang, jeruk purut, atau pedas. Pengujian konsep alangkah baiknya nanti bekerjasama dan didampingi langsung oleh Dinas Kesehatan atau Dinas Perdagangan bagian perindustrian agar bisa memberikan saran lebih lanjut tentang inovatif kacang jaruk ini.

4) Pengembangan strategi pemasaran

Pernyataan strategi pemasaran usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati terdiri dari tingkah laku pasar sasaran, merencanakan penempatan produk untuk dipasarkan baik di toko atau central oleh-oleh, serta sasaran keuntungan ditahun pertama, kedua menguraikan harga produk direncanakan dan biaya pemasaran, ketiga bagaimana penjualan jangka Panjang yang direncanakan serta keuntungan yang didapat.

5) Analisis usaha

Mengkaji bagaimana manajemen usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati dalam menilai penjualan, biaya, dan perkiraan keuntungan untuk menentukan apakah telah memenuhi tujuan perusahaan guna memajukan penjualan.

6) Pengembangan produk

Bila konsep produk lolos dari uji analisis usaha, selanjutnya merekayasa untuk dikembangkan menjadi produk jadi atau pengolahan produk baru. Dalam usaha kacang jaruk ini nantinya bisa mengolah produk dengan varian rasa baru lalu dikemas dalam kemasan 250 gram dan 120 gram.

7) Pengujian pasar

Ketika produk mendapat respon yang baik dari konsumen, maka produk harus dilanjutkan dalam produksi. Jika produk yang dibuat mendapat respon yang buruk, produk akan dihentikan. Dari

inovatif penambahan varian rasa atau kemasan toples tadi akan diuji dipasaran untuk sementara bisa tingkat antar kabupaten pe masarannya dulu bagaimana respon masyarakat jika produk diterima maka akan dilakukan produksi lebih lanjut dan pemasaran lebih jauh jika tidak maka dihentikan.

8) Komersialialisasi

Tahap komersialisasi adalah tahap dimana produk sudah siap untuk dijual belikan. Dari pengujian pasar tahap sebelumnya tadi jika mendapatkan respon baik di masyarakat maka produk akan diperjualbelikan dan jika penjualan bagus atau meningkatkan penjualan maka produksi akan diperbanyak dan diperluas pemasarannya.

c. Aspek Diversifikasi produk

Diversifikasi adalah salah satu kebijakan upaya untuk mengembangkan produk melalui ide-ide inovatif terbaru guna melayani kepuasan konsumen dipasar dan menstabilkan atau meningkatkan pendapatan penjualan dari peluang pertumbuhan baru.

Hasil wawancara bersama Ibu Hj. Sri Yati terkait diversifikasi sebagai berikut:

“Pengembangan yang acil lakukan hanyar pada kemasan produk, belum sampai ke penambahan varian rasa sagan kacang jaruk, walau peminat konsumen itu yang original tapi ada kemungkinan jika adanya diversifikasi tadi bisa menambah tingkat penjualan, karena selera konsumen berbeda-beda” (Hj. Sri yati, 2022).

Untuk penerapan strategi diversifikasi pada kacang jaruk ini belum terealisasikan karena beberapa kendala tapi kemungkinan besar nantinya

akan melakukannya, seperti penambahan di bagian varian rasa melalui strategi diversifikasi produk.

Ada beberapa strategi diversifikasi yang salah satunya cocok untuk usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini dalam bidang penambahan varian rasa menggunakan strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris adalah dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

2. Pengembangan usaha kacang jaruk khas Barabai melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Setelah penulis melakukan identifikasi faktor-faktor Internal dan Eksternal pada penyajian data, maka selanjutnya penulis akan sajikan pada tabel analisis faktor internal dan faktor eksternal usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati.

a) Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 4. 3 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati (SWOT)

	KEKUATAN	KELEMAHAN
FAKTOR INTERNAL	1. Produk berkualitas 2. Transparansi harga 3. Memiliki kelengkapan surat izin usaha 4. Pelayanan yang baik	1. Sistem keuangan masih manual 2. Tidak ada varian rasa 3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia 4. Tidak memiliki toko usaha di pusat kota

	5. Kemasan produk yang menarik	5. Akses masuk ke tempat produksi cukup jauh
FAKTOR EKSTERNAL	PELUANG	ANCAMAN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat sudah mengenal kacang jarak produksi Hj. Sri yati dari segi ciri khas dan cita rasa 2. Adanya ikatan kerjasama dengan ritel modern 3. Adanya ikatan dengan petani kacang tanah yang berkualitas 4. Cemilan khas barabai yang diminati oleh wisatawan domestik 5. Menjadi salah satu perwakilan dalam berbagai <i>event</i> kuliner 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing lama dan baru 2. Produk mudah diproduksi bagi usahawan baru 3. Harga bahan baku tidak menetap 4. Pemasok hasil kacang tanah di lokal tidak menetap 5. Cuaca yang berubah-ubah karena mempengaruhi hasil panen

b) Pemberian Nilai Bobot dan Rating

Tabel 4. 4 Pemberian Bobot dan Rating Faktor Internal dan Eksternal Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Strength (S)</i>			

1. Produk berkualitas	0,12	4	0,48
2. Transparansi harga	0,07	3	0,21
3. Memiliki kelengkapan surat izin usaha	0,15	4	0,6
4. Pelayanan yang baik	0,06	3	0,18
5. Kemasan produk yang menarik	0,1	4	0,4
Jumlah	0,5		1,87
Weakness (W)			
1. Sistem keuangan masih manual	0,13	2	0,26
2. Tidak ada varian rasa	0,17	1	0,17
3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia	0,08	2	0,16
4. Tidak memiliki toko usaha di pusat kota	0,06	2	0,12
5. Akses masuk ke tempat produksi cukup jauh	0,06	2	0,12
Jumlah	0,5		0,83
Total	1		2,7

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Rangkuti (2016: 26)

Tabel 4. 5 Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Opportunities (O)</i>			

1. Masyarakat sudah mengenal kacang jarak produksi Hj. Sri yati dari segi ciri khas dan cita rasa	0,12	2	0,24
2. Adanya ikatan kerjasama dengan ritel modern	0,15	3	0,45
3. Adanya ikatan dengan petani kacang tanah yang berkualitas	0,07	3	0,21
4. Cemilan khas barabai yang diminati oleh wisatawan domestik	0,1	2	0,2
5. Menjadi salah satu perwakilan dalam berbagai <i>event</i> kuliner	0,06	2	0,12
Jumlah	0,5		1,22
Threats (T)			
1. Adanya pesaing lama dan baru	0,1	2	0,2
2. Produk mudah diproduksi bagi usahawan baru	0,1	3	0,3
3. Harga bahan baku tidak menetap	0,07	3	0,21
4. Pemasok hasil kacang tanah di lokal tidak menetap	0,13	3	0,39
5. Cuaca yang berubah-ubah karena mempengaruhi hasil panen	0,1	2	0,2
Jumlah	0,5		1,3
Total	1		2,52

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Rangkuti (2016: 26)

c) MATRIKS SWOT

Setelah memberikan nilai bobot dan *rating* pada faktor-faktor internal dan eksternal, kemudian menentukan alternatif-alternatif strategi matriks SWOT. Maka selanjutnya penulis akan menyajikan table matriks SWOT.

Tabel 4. 6 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas 2. Transparansi harga 3. Memiliki kelengkapan surat izin usaha 4. Pelayanan yang baik 5. Kemasan produk yang menarik 	<p style="text-align: center;">Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem keuangan masih manual 2. Tidak ada varian rasa 3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia 4. Tidak memiliki toko usaha di pusat kota 5. Akses masuk ke tempat produksi cukup jauh
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat sudah mengenal kacang jaruk produksi Hj. Sri yati dari segi ciri khas dan cita rasa 2. Adanya ikatan kerjasama dengan ritel modern 3. Adanya ikatan dengan petani kacang tanah yang berkualitas. 4. Cemilan khas barabai yang diminati oleh wisatawan 	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk dari segi rasa, kemasan, produk ataupun transparansi harga kepada konsumen. 2. Mempertahankan aset dan meningkatkan kerja sama dengan ritel modern ataupun penitipan produk pada toko-toko di luar provinsi KALSEL. 3. Mempertahankan dan memperluas kerjasama dengan petani lokal yang menghasilkan kacang tanah berkualitas. 4. Memperkenalkan 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan dan meningkatkan inovatif produk dengan penambahan varian rasa yang ada dengan melihat selera ataupun permintaan konsumen. 2. Melakukan perekrutan tenaga kerja untuk menambah struktur organisasi terutama bagian pemasaran. 3. Membuka toko usaha dipusat kota untuk memudahkan dan lebih mengenalkan produk lainnya dari produksi Hj. Sri yati kepada wisatawan

<p>domestik.</p> <p>5. Menjadi salah satu perwakilan dalam berbagai <i>event</i> kuliner.</p>	<p>produk kacang jaruk khas Barabai kepada wisatawan saat <i>event-event</i> kuliner.</p>	<p>domestik.</p> <p>4. Meningkatkan dan memulai strategi pemasaran produk melalui media sosial atau <i>e-commerces</i>.</p>
<p>Threats (T)</p> <p>1. Adanya pesaing lama dan baru</p> <p>2. Produk mudah diproduksi bagi usahawan baru</p> <p>3. Harga bahan baku tidak menetap</p> <p>4. Pemasok hasil kacang tanah di lokal tidak menetap</p> <p>5. Cuaca yang berubah-ubah karena mempengaruhi hasil panen</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>1. Mengutamakan kualitas produk dengan menciptakan pelayanan yang baik untuk konsumen.</p> <p>2. Memiliki dan selalu memperhatikan kelengkapan surat izin usaha untuk meyakinkan produk yang dipasarkan.</p> <p>3. Melakukan inovatif produk dengan penambahan varian rasa untuk menghadapi kelemahan dan ancaman dari pesaing.</p> <p>4. Memperluas hubungan kerja dengan pemasok petani kacang tanah dari berbagai daerah yang berkualitas.</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>1. Menciptakan dan menambah peluang kerja untuk masyarakat.</p> <p>2. Menciptakan produk yang bervariasi dengan inovasi produk untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang dimiliki.</p> <p>3. Meninjau kembali dan memulai strategi pemasaran untuk menyesuaikan perkembangan zaman serba <i>online</i>.</p> <p>4. Memperhatikan penyimpanan ketersediaan bahan baku guna memenuhi pesanan konsumen.</p>

Sumber: Analisis Data Primer Usaha Kacang Jaruk Khas Barabai Produksi Hj. Sri yati, Tahun 2022

1. Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari *Strenght* atau kekuatan dari faktor internal dan *Opportunity* atau peluang dari faktor eksternal. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran usaha produk, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Adapun strategi SO yang dijalani oleh Hj. Sri Yati :

- a. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk dari segi rasa, kemasan, produk ataupun transparansi harga kepada konsumen.
- b. Mempertahankan aset dan meningkatkan kerja sama dengan ritel modern ataupun penitipan produk pada toko-toko di luar provinsi KALSEL.
- c. Mempertahankan dan memperluas kerjasama dengan petani lokal yang menghasilkan kacang tanah berkualitas.
- d. Memperkenalkan produk kacang jarak khas Barabai kepada wisatawan saat *event-event* kuliner.

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari *Strenght* atau kekuatan dari faktor internal dan *Threat* atau ancaman dari faktor eksternal. Strategi ini dibuat dengan tujuan menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati untuk mengatasi ancaman. Adapun strategi SO yang dijalani oleh Hj. Sri Yati :

- a. Mengutamakan kualitas produk dengan menciptakan pelayanan yang baik untuk konsumen.
- b. Memiliki dan selalu memperhatikan kelengkapan surat izin usaha untuk meyakinkan produk yang dipasarkan.
- c. Melakukan inovatif produk dengan penambahan varian rasa untuk menghadapi kelemahan dan ancaman dari pesaing.
- d. Memperluas hubungan kerja dengan pemasok petani kacang tanah dari berbagai daerah yang berkualitas.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari *Weakness* atau kelemahan dari faktor internal dan *Opportunity* atau peluang dari faktor eksternal. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Adapun strategi WO yang dijalani oleh Hj. Sri Yati :

- a. Melakukan dan meningkatkan inovatif produk dengan penambahan varian rasa yang ada dengan melihat selera ataupun permintaan konsumen.
- b. Melakukan perekrutan tenaga kerja untuk menambah struktur organisasi terutama bagian pemasaran.
- c. Membuka toko usaha dipusat kota untuk memudahkan dan lebih mengenalkan produk lainnya dari produksi Hj. Sri Yati kepada wisatawan domestik.

d. Meningkatkan dan memulai strategi pemasaran produk melalui media sosial atau *e-commerces*.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari *Weakness* atau kelemahan dari faktor internal dan *Threats* atau ancaman dari faktor eksternal. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Adapun strategi WT yang dijalani oleh Hj. Sri Yati :

- a. Menciptakan dan menambah peluang kerja untuk masyarakat.
- b. Menciptakan produk yang bervariasi dengan inovasi produk untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang dimiliki.
- c. Meninjau kembali dan memulai strategi pemasaran untuk menyesuaikan perkembangan zaman serba *online*.
- d. Memperhatikan penyimpanan ketersediaan bahan baku guna memenuhi pesanan konsumen.

d) Penentuan Matriks Grand Strategy

Berdasarkan hasil pengumpulan data hasil pembobotan dan rating EFAS dan IFAS dapat diketahui sebagai berikut :

(1) Skor Total Kekuatan = 1,87

(2) Skor Total Kelemahan = 0,83

(3) Skor Total Peluang = 1,22

(4) Skor Total Ancaman = 1,3

Dari data yang disebutkan diatas, kemudian dilakukan titik koordinat analisis internal dan eksternal. Berikut perhitungan titik koordinat :

a. Koordinat Analisis Internal

= (Skor Total Kekuatan – Skor Total Kelemahan)

= **1,87 – 0,83**

= **1,04**

b. Koordinat Analisis Eksternal

= (Skor Total Peluang – Skor Total Ancaman)

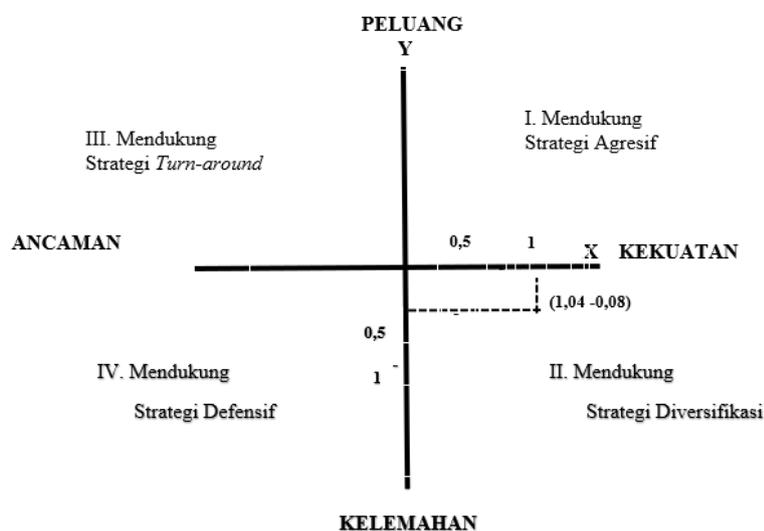
= **1,22 – 1,3**

= **-0,08**

e) Penentuan Posisi Kuadran

Dari hasil perhitungan bobot indikator maka mendapatkan nilai IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi alternatif yang bertujuan untuk penentuan bentuk posisi kuadran dalam diagram analisis SWOT. Penentuan koordinat dalam diagram analisis SWOT yang berfungsi untuk menentukan dimana letak posisi strategi perusahaan tersebut, apakah pada posisi kuadran I agresif, II Diversifikasi, III *Trun-Around*, atau IV Difensif. Dari keempat kuadran tadi berfungsi untuk mengidentifikasikan strategi apakah yang cocok untuk perusahaan tersebut. Berikut penulis paparkan gambar posisi strategi Usaha

Gambar 4. 2 Diagram Analisis SWOT



Sumber: olah data primer Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati, tahun 2022

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat diketahui posisi strategi Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati berada pada titik kuadran II yaitu mendukung Strategi Diversifikasi. Maka ini menunjukkan bahwa Usaha Kacang Jaruk Produksi Hj. Sri Yati memiliki kekuatan internal yang bisa dimanfaatkan dalam menghadapi berbagai ancaman sehingga hal tersebut bisa mengatasi ancaman yang datang tetapi nantinya usaha tersebut harus meningkatkan strategi agar setiap ancaman bisa terlewati atau dihadapi. Menurut Freddy Rangkuti (2016, hal. 21) pada posisi kuadran 2 meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi Internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka Panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT diatas maka diperoleh dari hasil faktor matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan dan faktor kelemahan memiliki total nilai **2,7**. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kacang jaruk

produksi Hj. Sri Yati berada pada posisi internal yang begitu kuat. Selanjutnya pada faktor matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total **2,52**. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati memiliki peluang dan ancaman yang berpengaruh pada usaha kedepannya. Adapun dalam diagram matriks grand strategi ditunjukkan bahwa usaha kacang jarak produksi Hj. Sri Yati berada pada kuadran *Diversifikasi* dimana titik kuadran tersebut merupakan Kuadran 2 yang artinya meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Untuk hasil matriks setelah menggabungkan kekuatan dengan peluang atau Strategi SO. Maka hasil dari penggabungan faktor kekuatan yang mesti dipertahankan untuk mampu memanfaatkan peluang kedepannya. Penggabungan strategi ST bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan perusahaan yang ada guna menghindari ancaman. Strategi WO, memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan kelemahan-kelemahan pada pasar. Terakhir strategi WT yang mana strategi ini mengharuskan perusahaan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.