

Strategi Pengembangan *Home Industry* Era *New Normal* Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) “Arjanjang” Desa Sebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur)

Tati Atmayanti¹, Baiq Dewi Lita Andiana²

^{1,2} Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Mataram
email: tatiatmayanti@gmail.com

Received: 22 April 2021; Accepted: 28 April 2021; Published: 22 Juni, 2021

Abstrak

Upaya pemberdayaan masyarakat melalui UMKM adalah salah satu bentuk wujud dalam pemberantasan kemiskinan. Salah satunya dengan pengembangan *home industry* atau industri rumahan dengan pembentukan kelompok usaha bersama (KUBE). Pandemi Covid-19 berdampak pada kelesuan ekonomi yang berujung pada merorotnya pendapatan dan pengembangan UMKM, tak terkecuali di NTB. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan home industri pada era *new normal* pandemi Covid-19, guna meningkatkan pendapatan KUBE “Arjanjang” Desa Sebung Ketangga, Lombok Timur. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dan wawancara fokus penelitian pada KUBE “Arjanjang” yang bergerak dibidang kuliner dengan teknis analisis menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan (*strength*) dari KUBE “Arjanjang” terdapat pada jenis produk yang inovatif, di sisi kelemahan (*weaknesses*) bahan baku dan pemasaran yang terbatas, di sisi Peluang (*opportunity*) belum ada kompetitor sedangkan untuk ancaman (*treats*) adalah harga bahan baku yang semakin meningkat. Hasil penelitian menjelaskan strategi pengembangan *home industry* pada KUBE “Arjanjang” pada posisi kuadran I yaitu *growth strategy* adalah meningkatkan kualitas produksi hasil olahan jantung pisang dengan memanfaatkan potensi yang dapat memberikan inovasi terbaru dalam memproduksi sehingga tercipta berbagai varian rasa, peningkatan kualitas SDM yang memadai sehingga mampu memberikan sentuhan baru pada tampilan produk, seperti pengemasan, promosi, pemanfaatan media digital dan mempunyai kemampuan dalam pengelolaan (*manajemen*) yang handal. Selain itu, menjalin kerjasama yang lebih luas, baik dengan petani pisang maupun pengusaha-pengusaha lainnya serta memperluas akses permodalan melalui lembaga keuangan. Dalam menghadapi kondisi *New Normal* maka sebisa mungkin KUBE “Arjanjang” senantiasa mematuhi protokol kesehatan, dan tentunya memanfaatkan bantuan dari pemerintah dengan optimal.

Kata kunci : Analisis SWOT; *Growth Strategy*; *Home industry*; *Marketing Mix*; Kemiskinan.

Abstract

Community empowerment efforts through UMKM are a form of poverty eradication. One of them is by developing a home industry or home industry by forming a joint business group (KUBE). The Covid-19 pandemic has an impact

on an economic downturn which has resulted in a decline in income and development of MSMEs, including in NTB. This study aims to formulate a home industry development strategy in the new normal era of the Covid-19 pandemic, in order to increase the income of KUBE "Arjanjang" in SELEBUNG KETANGGA Village, East Lombok. This study used a case study method with qualitative approach data collection techniques using questionnaires and interviews with the focus of research on KUBE "Arjanjang" which is engaged in the culinary field with technical analysis using SWOT analysis. Based on the SWOT analysis, the strengths of KUBE "Arjanjang" are found in innovative types of products, on the weaknesses of raw materials and limited marketing, on the Opportunity side there are no competitors while for the threat is the price increasing raw material. The results of the study explain the home industry development strategy at KUBE "Arjanjang" in quadrant I position, namely the growth strategy is to improve the quality of processed banana flower production by utilizing the potential that can provide renewable innovation in production so as to create various flavors, improve the quality of adequate human resources so that they are able give a new touch to product appearance, such as packaging, promotion, use of digital media and have a reliable management (management) capability. In addition, to establish broader cooperation, both with banana farmers and other entrepreneurs and broaden the capital access through more financial institutions. In facing the New Normal condition, KUBE "Arjanjang" as much as possible always adhere to health protocols, and of course make optimal use of government assistance.

Keywords : *Growth Strategy; Home industry; Marketing mix; Poverty; SWOT Analysis.*

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan masalah yang kompleks karena mencakup berbagai aspek kehidupan baik politik, ekonomi, sosial dan budaya serta pertahanan dan keamanan realitas masyarakat lebih diposisikan sebagai obyek pembangunan. Ketika kini pemerintahan yang demokratis yang hendak dikembangkan, maka ada perubahan posisi masyarakat yang semula lebih diposisikan sebagai obyek pembangunan menjadi subyek pembangunan (Margolang, 2018). Pertumbuhan ekonomi dapat diukur dengan melihat pendapatan nasional riil yang digunakan sebagai ukuran kinerja (*performance*) perekonomian suatu negara (Lincoln Arsyad, 2010). Pertumbuhan ekonomi diyakini sebagai indikator yang paling tepat dalam menggambarkan proses kemajuan pembangunan sesuatu negara. Hal tersebut terkait dengan kemampuannya dalam menggambarkan tercapainya suatu proses peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kapasitas produksi nasional, konsumsi dan peningkatan pendapatan (Lincoln Arsyad, 2010)

Ukuran pertumbuhan ekonomi memperlihatkan keberhasilan suatu negara dibidang ekonomi yang kemudian dianggap mampu untuk meminimalisir tingkat kemiskinan (Afifuddin & Atmayanti, 2020). Kemiskinan merupakan salah satu masalah yang ada di masyarakat dan tidak bisa dielakkan. Kemiskinan juga berkaitan dengan kepemilikan faktor produksi, produktivitas dan tingkat perkembangan masyarakat itu sendiri (Lincoln Arsyad, 2010). Tinggi rendahnya tingkat kemiskinan tergantung dari tingkat pendapatan nasional rata-rata dan lebar sempitnya kesenjangan dalam distribusi pendapatan (Todaro, 2000). Dalam hal ini, kemiskinan identik dengan kegiatan pertanian yang tradisional yang jauh dari modern. Hasil produksi pertanian hanya mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Atmayanti & Hadiwigeno, 2014). Upaya pemberdayaan melalui berbagai program pemberantasan kemiskinan pun banyak di gaungi salah satunya dengan pengembangan usaha agribisnis pertanian (Atmayanti & Cahayani, 2019). Permasalahan pengangguran, keterbatasan lapangan pekerjaan baru, kemiskinan serta desakan kebutuhan ekonomi dalam mempertahankan hidup, sektor informal yang banyak digeluti oleh masyarakat lebih kepada usaha mikro kecil menengah (Tengah et al., 2015).

Perumusan strategi didasarkan dengan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2014). Analisis SWOT dalam analisis usaha mikro kecil dan menengah termasuk *home industry* (Budi et al., 2016). Dalam analisis SWOT terdapat empat faktor utama yang akan dilakukan pengamatan, yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Treats*. Dari ke empat elemen tersebut, suatu perusahaan dapat di bagi menjadi dua yaitu internal dan eksternal. Di mana internal meliputi *Strength* dan *weakness*. Faktor eksternal meliputi *opportunities* dan *treats* (Maulina, 2018). Analisis SWOT dapat mendiskripsikan perencanaan strategi yang berpengaruh secara internal dalam bisnis berdasarkan kategori yang digunakan (Machmud & Sidharta, 2014).

Adapun indikator penyusun analisis SWOT adalah a) *Strenght* (kekuatan) merupakan analisa untuk melihat kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki yang dapat menjadi suatu keunggulan di dalam bersaing dengan *competitor*; b) *Weakness* (Kelemahan)

merupakan indikator dalam analisis untuk melihat gambaran kelemahan yang dimiliki perusahaan, sehingga dengan begitu kelemahan dapat diminimalisir agar tidak menyebabkan suatu penurunan dalam perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat melakukan perbaikan-perbaikan yang maksimal; c) *Opportunities* (Peluang) merupakan analisa yang dilakukan untuk melihat peluang-peluang yang dimiliki perusahaan sehingga mampu berkembang; d) *Treats* (Ancaman) merupakan bagian analisa dalam SWOT untuk melihat faktor-faktor apasaja yang mampu menjadi ancaman dan mampu memperlambat perusahaan (Agusman, n.d.). Adapun kombinasi dari matriks SWOT yang meliputi situasi internal dan eksternal dapat di gambarkan sebagai berikut (Rangkuti, 2014):

Tabel: 1
Matrik SWOT

| | <i>Strenghts (S)</i> | <i>Weaknesses (W)</i> |
|------------------------|----------------------|-----------------------|
| <i>Opportunity (O)</i> | Strategy S-O | Strategi W-O |
| <i>Treats (T)</i> | Strategy S-T | Strategi W-T |

Sumber: (Rangkuti, 2014)

Untuk mengetahui kekuatan internal dan pengaruh eksternal perusahaan yang akan diidentifikasi melalui keadaan elemen internal dan eksternal yaitu melalui matrik I-E, yang diperoleh dari matriks *Internal Faktor Evaluation (IFE)* dan *Exsternal Faktor Evaluation (EFE)*. Pengembangan kedua matriks tersebut menghasilkan matriks Internal-Eksternal (IE) yang menghasilkan Sembilan macam sel yang memperlihatkan kombinasi total nilai terboboti dari matriks IFE-EFE (Agusman, n.d.).

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) menjadi wadah penyemangat masyarakat dalam melakukan usaha. Kelompok KUBE “Arjanjang” yang berlokasi di Desa Sebung Ketangga mulai dibentuk pada tahun 2020 dengan Akte pendirian : Kelompok Usaha Bersama (KUBE) “Arjanjang” No. 02 Tanggal 16 Maret Tahun 2020. Produk yang menjadi keunggulan dari kelompok ini adalah pemanfaatan bunga jantung pisang yaitu diolah menjadi produk olahan unik dengan cita rasa yang beraneka ragam seperti: nugget, kripik, abon. Produksi pertama diluncurkan pada bulan april tahun 2020 dengan proses pemasaran yang sederhana melalui toko-toko kelontong yang ada di daerah sekitar kelompok tersebut. Produksi pun mulai

mengalami peningkatan dengan bertambahnya permintaan, ditandai dengan semakin banyaknya kebutuhan jantung pisang. Dimana, produksi awal kripik sejumlah 10kg menjadi 25 kg.

Namun, tepatnya pada tahun 2019 dunia dilanda pandemi covid 19, berawal dari China yang melumpuhkan perekonomian dunia tak terkecuali Indonesia dan tentunya NTB mulai pada pertengahan tahun 2020 (Muhammad Irham, 2020). Di tengah wabah Covid-19 seperti ini membuat aktivitas ekonomi masyarakat macet dan berkurang secara drastis. Status pekerjaan yang hanya mengandalkan dan bergantung pada penghasilan harian, dan aktivitas dalam *home industry* ini menyebabkan kerentanan pada ketahanan ekonomi mereka (Farihiyyah, 2020). Hingga kini, dampak yang sangat jelas dirasakan oleh UMKM dan usaha-usaha yang baru berkembang adalah merosotnya hasil penjualan dikarenakan permintaan yang menurun, modal usaha yang terbatas, ketidakmampuan untuk membayar upah serta tidak stabilnya perekonomian di dalam negeri. Pada April 2019 tercatat 180 perusahaan merumahkan 11.000 karyawan, industri pariwisata melakukan PHK 100 karyawan dan merumahkan 4.000 karyawan. Berdasarkan Kepmendagri No. 440-830-2020 masyarakat pada akhirnya harus hidup berdampingan dengan ancaman virus corona sebagai upaya mengembalikan kehidupan masyarakat dan penyelenggaraan pemerintahan pada kondisi sebelum covid yang disebut sebagai era new normal (Kedokteran & Al-azhar, n.d.).

Di NTB sendiri, Penanganan pandemi covid tidak hanya terfokus pada aspek kesehatan saja. Namun juga cepat menyiapkan IKM/UMKM guna pemenuhan kebutuhan sosial masyarakat dan menyiapkan program-program stimulus untuk pemulihan ekonomi masyarakat. Program-program tersebut antara lain: a) pemberdayaan UKM atau Jaring Pengaman Sosial (JPS) Gemilang untuk membantu 105.000 KK masyarakat yang kurang mampu dan sektor formal dan informal terdampak covid-19; b) Pemberdayaan BUMDES (diskominfortntb, 2020). Selain, program-program stimulus tersebut, modal merupakan salah satu kebutuhan vital dalam sebuah bisnis/usaha. Tanpa modal, usaha akan sulit untuk berjalan sebagaimana mestinya (Ansor & Andiana, 2020).

Keadaan New Normal dikatakan sebagai suatu keadaan dimana masyarakat harus mampu menjalankan kehidupan seperti sedia kala sebelum adanya pandemi covid 19 dengan memperhatikan protokol kesehatan. dalam keadaan new normal beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu dengan penentuan prioritas sektor dan aktivitas mana saja yang bisa dimulai dan dibuka secara bertahap, perhitungan dengan cermat dalam mengambil kebijakan yang didasari oleh data dan fakta dilapangan, sosialisasi kepada masyarakat harus dilakukan secara massif terutama mengenai sejumlah protokol kesehatan(Kedokteran & Al-azhar, n.d.)

Berdasarkan observasi, selama pandemi *Covid 19*, KUBE “Arjanjang” mengalami penurunan produksi, akibat menurunnya permintaan. menurunnya permintaan tersebut disebabkan oleh pembatasan kegiatan (*sosial distancing*) dan dengan adanya keterbatasan metode pemasaran. Maka dalam kaitannya dalam penguatan dan mempertahankan usaha, khususnya bagi kalangan usaha mikro kecil menengah maupun industri rumahan seperti KUBE“Arjanjang” diperlukan usaha ekstra dalam mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankan selama masa *new normal* pandemi covid 19. Dalam pelaksanaannya dibutuhkan strategi yang mampu memberikan kontribusi bagi keberlangsungan produksi produk KUBE“Arjanjang”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif(Sutopo, 2006). Penelitian kualitatif merupakan suatu tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya(Moleong, 2004).Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut(Mulyana, 2004). Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara secara mendalam dan dokumentasi kepada informan dengan metode purposive sampling yaitu anggota kelompok usaha bersama “Arjanjang”(Sugiyono, 2010). Alat Analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi yaitu analisis SWOT untuk mengetahui

faktor internal berupa kekuatan, kelemahan dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Rangkuti, 2014).

HASIL PENELITIAN

Analisis Bauran Pemasaran

Pada home industry KUBE "Arjanjang" ini, membutuhkan strategi pemasaran yang maksimal demi keberlangsungan produksi ditengah menghadapi new normal covid 19. Strategi pemasaran *marketing mix* dengan 4P yang diterapkan adalah 1) *Product* (Produk). Produk yang ditawarkan oleh KUBE "Arjanjang" adalah berupa makanan ringan (produk olahan) dengan bahan dasar adalah jantung pisang. selain memproduksi produk olahan dengan bahan olahan jantung pisang dengan beberapa varian rasa, terdapat pula produk lainnya yaitu kripik pisang; 2) *Place* (tempat). Lokasi home industri KUBE "Arjanjang" berada di Desa Sebung Ketangga, Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur. Lokasi atau tempat juga mempunyai andil besar terhadap keberlangsungan suatu usaha. terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi, antara lain: lokasi berada di permukiman, mudah dijangkau, tersedianya sumber daya manusia yang memadai, tersedianya bahan baku; 3) *Price* (harga). Penentuan harga jual pada masing-masing produk disesuaikan dengan harga bahan baku yang diperoleh, untuk harga satu bungkus produk olahan jantung pisang di bandrol pada kisaran harga Rp10.000; 4) *Promotion* (promosi). Bentuk promosi yang dilakukan sebelum adanya pandemi covid 19 dengan cara: menitipkan produk pada toko-toko kelontong dan dari mulut kemulut.

Analisis SWOT

Analisis Faktor Lingkungan Internal (IFAS)

Analisis Faktor lingkungan internal menjelaskan dua bagian dari SWOT yaitu *Strenght* (kekuatan) dan *Weakneses* (kelemahan). Pada bagian ini menjelaskan sejauhmana kekuatan dari internal perusahaan dan kelemahan yang dimiliki, sehingga dapat diminimalisir. Disajikan tabel matriks faktor internal pada analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel: 2

Matriks Internal Faktor Analisis *Summary* (IFAS)

| No. | Faktor Strategi Internal | Bobot (Weighted) | Peringkat (Rating) | Skor Bobot |
|-------------------------------|---|------------------|--------------------|-------------|
| Kekuatan (Strength) | | | | |
| 1 | Jenis produk yang masih baru | 0.2 | 4 | 0.8 |
| 2 | Banyak variasi olahan produk | 0.1 | 4 | 0.4 |
| 3 | Memiliki banyak tenaga kerja dari anggota KuBe | 0.05 | 3 | 0.15 |
| 4 | Memiliki akte pendirian Usaha | 0.025 | 3 | 0.08 |
| 5 | Harga terjangkau | 0.05 | 3 | 0.15 |
| 6 | KuBe“Arjanjang” | 0.05 | 3 | 0.15 |
| Total Skor Strength | | 0.475 | | 1.73 |
| Kelemahan (Weaknesses) | | | | |
| 1 | Bahan baku masih terbatas | 0.1 | 2 | 0.2 |
| 2 | Keterbatasan Modal | 0.15 | 2 | 0.3 |
| 3 | Belum memiliki izin PIRT, Halal-MUI dan BPOM | 0.05 | 1 | 0.05 |
| 4 | Pemasaran masih secara offline (dititip di RM, warung/toko) | 0.125 | 2 | 0.25 |
| 5 | Alat produksi masih masih sederhana | 0.1 | 2 | 0.2 |
| Total Skor Weakness | | 0.525 | | 1 |
| Total Skor | | 1 | | 2.73 |

Sumber: Data diolah, 2020 (SWOT Analysis)

Analisis Faktor Lingkungan Eksternal (EFAS)

Analisis faktor lingkungan eksternal ini digunakan untuk melakukan analisis terhadap ancaman dan peluang terhadap bisnis yang dimiliki. Disajikan tabel matriks faktor eksternal pada analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel: 3

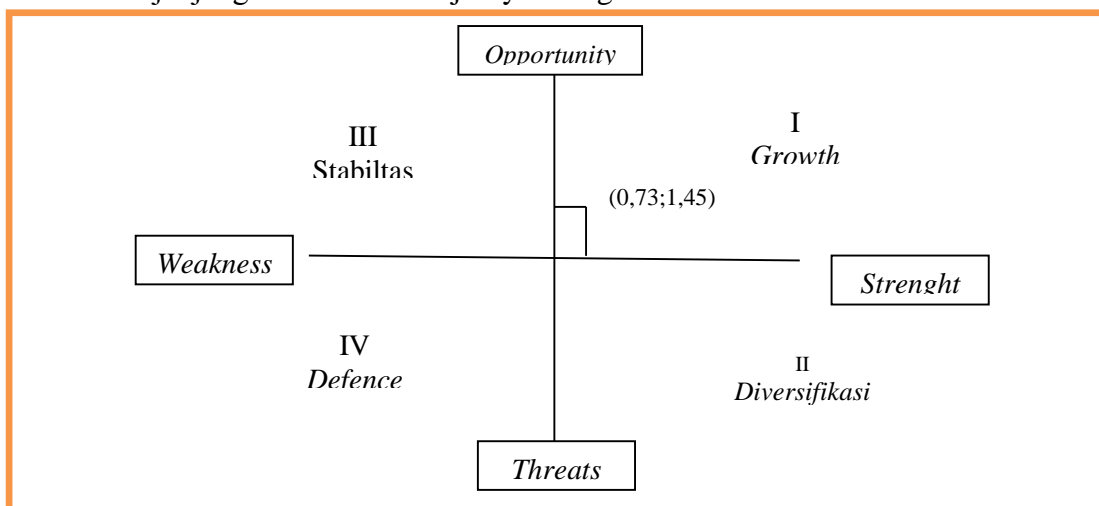
Matriks Eksternal Faktor Analisis *Summary* (EFAS)

| No. | Faktor Strategi Eksternal | Bobot (Weighted) | Peringkat (Rating) | Skor Bobot |
|-----------------------------|---------------------------|------------------|--------------------|------------|
| Opportunity(Peluang) | | | | |

| | | | | |
|----------------------------|---|--------------|---|--------------|
| 1 | Belum ada kompetitor di wilayah yang sama | 0.150 | 3 | 0.45 |
| 2 | Produk bisa dikembangkan menjadi berbagai macam produk olahan (nuget, abon, dll) | 0.200 | 4 | 0.80 |
| 3 | Bisa memperluas pasar menggunakan online marketing dalam masa pandemi dan kerjasama outlet-outlet di destinasi wisata | 0.200 | 4 | 0.80 |
| Total Skor Strength | | 0.550 | | 2.05 |
| Treats(Ancaman) | | | | |
| 1 | Harga bahan baku meningkat | 0.150 | 2 | 0.30 |
| 2 | Potensi munculnya kompetitor sejenis | 0.200 | 1 | 0.20 |
| 3 | Menurunnya kepercayaan pelanggan terhadap produk | 0.050 | 1 | 0.05 |
| 4 | Penerapan <i>social distancing</i> | 0.050 | 1 | 0.05 |
| Total Skor Treats | | 0.450 | | 0.60 |
| Total Skor | | 1.000 | | 2.650 |

Sumber: Data diolah, 2020 (SWOT Analysis)

Berdasarkan hasil penentuan bobot pada masing-masing matrik IFAS dan EFAS, maka diperoleh hasil dalam kuadran SWOT sebagai penggambaran posisi KUBE“Arjanjang” dan tindak lanjutnya sebagai berikut:



Gambar. 1 Diagram Analisis SWOT
Kombinasi Strategi Matriks SWOT

| | IFAS | Strength | Weakness |
|------|----------------------|---|--|
| EFAS | Opportunities | Strategi SO: $1.73 + 2.05 = 3.78$ | Strategi WO: $1+2.05 = 3.05$ |

Threats **Strategi ST: $1.73 + 0.6 = 2.33$** **Strategi WT: $1+0.6 = 1.6$**
 Sumber: Data diolah 2020, (SWOT Analysis)

Posisi pada kuadran pada analisis SWOT menggambarkan tingkat perlakuan atau perumusan strategi yang digunakan oleh pengusaha, baik untuk pengembangan usaha, peningkatan usaha maupun pertahanan usaha, disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel: 5
 Perhitungan Masing-Masing Kuadran

| Kuadran | Posisi Titik | Luas Matrik | Ranking | Prioritas Strategi |
|------------|---------------|-------------|---------|--------------------|
| I | (1.73 ; 2.05) | 3.78 | 1 | <i>Growth</i> |
| II | (1.00 ; 2.05) | 3.05 | 2 | Diversifikasi |
| III | (1.00 : 0.6) | 1.6 | 4 | Stabilitas |
| IV | (1.73 : 0.6) | 2.33 | 3 | Defensif |

Sumber: Data diolah 2020, (SWOT Analysis)

Matriks SWOT menggambarkan bentuk strategi yang dirumuskan dalam pengembangan usaha pada KUBE“Arjanjang”, disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel: 4
 Matriks SWOT Pada KUBE“Arjanjang”

| | STRENGTH | WEAKNESS |
|--|--|--|
| | 1. Jenis produk yang masih baru; 2. Banyak variasi olahan produk; 3. Memiliki banyak tenaga kerja dari anggota KuBe; 4. Memiliki akte pendirian Usaha; 5. Harga terjangkau; 6. KuBe“Arjanjang”. | 1. Bahan baku masih terbatas; 2. Keterbatasan Modal; 3. Belum memiliki izin PIRT, Halal-MUI dan BPOM; 4. Pemasaran masih secara <i>offline</i> (dititip di RM, warung/toko); 5. Alat produksi masih masih sederhana. |
| Opportunity | Strategi SO | Strategi WO |
| 1. Belum ada kompetitor di wilayah yang sama. | 1. Meningkatkan kualitas produk olahan serta memberikan inovasi pada varian rasa sehingga mampu menjadi pioner produk olahan jantung pisang di wilayah tersebut (S1, S2, O1, O2) | 1. Menjalin kerjasama dengan petani penghasil pisang di wilayah setempat agar bahan baku jantung pisang lebih murah dan dapat memenuhi permintaan pasar (W1, O1) |
| 2. Produk bisa dikembangkan menjadi berbagai macam produk olahan (nuget, abon, dll). | 2. Meningkatkan kualitas SDM yang tergabung dalam Kelompok Usaha bersama dengan | 2. Mampu mengakses pembiayaan dengan bunga yang rendah pada lembaga keuangan dan memanfaatkan |

| | | |
|--|--|--|
| | memberikan pelatihan dan pendampingan dalam hal produksi dan manajemen usaha (S3, S6, O3) | bantuan pemerintah di era new normal pandemi covid-19, seperti Bantuan Presiden Bagi Usaha Mikro (BPUM) agar dapat mengembangkan produk, pengemasan yang lebih menarik dan memperluas pasar (W2, O2, O3) |
| 3. Bisa memperluas pasar menggunakan online marketing dalam masa pandemi dan kerjasama outlet-outlet di destinasi wisata | 3. Mengembangkan pemasaran dan promosi produk melalui saluran pemasaran digital (digital marketing) serta memperluas pangsa pasar dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau (S5, O3) | 3. Selain tetap menjalankan pemasaran secara offline juga memulai pemasaran secara online (W4, O3) 4. Memperluas jaringan dengan lembaga keuangan bank dan non bank (W3, O2) |
| | 4. Meningkatkan legalitas usaha dengan menambah perijinan (SIUP, PIRT, Halal-MUI, BPOM) (S4, S6, O1) | 4. Menggunakan alat produksi mesin dan peralatan yang lebih modern sehingga kapasitas produksi meningkat (W5, O2) |
| Threats | Strategi ST | Strategi WT |
| 1. Harga bahan baku meningkat | 1. Tetap berfokus pada kualitas produk dan pengemasan yang lebih menarik (S1, S2, T1, T2, T3, T4) | 1. Untuk memenuhi permintaan pasar, pemenuhan kebutuhan bahan baku dengan memulai kerjasama dengan petani pisang baik di dalam dan diluar wilayah |
| 2. Potensi munculnya kompetitor sejenis | 2. Harga jual dapat dinaikkan dengan pengemasan yang lebih menarik, kualitas yang terjaga, menambah perijinan seperti label halal dan no. PIRT (S1,S2, S4, S5, T1, T2, T3) | 2. Memaksimalkan Promosi dan pemasaran secara offline dan online dengan memperhatikan protokol kesehatan dalam menghadapi kompetitor (W4, T2, T3, T4) |
| 3. Menurunnya kepercayaan pelanggan terhadap produk dan penerapan <i>social distancing</i> | 3. Tetap menjalankan protokol kesehatan selama era new normal pandemi baik dalam kegiatan berproduksi maupun dalam kegiatan memasarkan produk (S3, S6, O3, O4) | |

Sumber: Data diolah 2020, (SWOT Analysis)

Implementasi Strategi

Berdasarkan pengolahan data dan digambarkan pada diagram 1 diatas, analisis terhadap KUBE“Arjanjang” berada pada kuadran ke I yaitu Strategi : *growth oriented strategy* (Strategi agresif), dimana pada kuadran ini kekuatan (*Strenght*) yang dimiliki harus dimaksimalkan dengan peluang (*opportunity*) yang sekiranya memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha harus dimanfaatkan.Strategi bisnis yang dapat dilakukan yaitu 1) Meningkatkan kualitas dan kekhasan produk; 2) Meningkatkan kualitas SDM; 3) Promosi lebih ditingkatkan; 4) kerjasama dengan petani pisang ditingkatkan; 5) Memperluas akses permodalan melalui lembaga keuangan untuk ekspansi usaha dimasa yang akan datang; 6) Penggunaan teknologi lebih ditingkatkan.

KESIMPULAN

Salah satu usaha atau home indistri yang mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat adalah KUBE“Arjanjang” yang bergerak pada bidang kuliner yaitu produk olahan jantung pisang. Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bauran pemasaran sangat perlu ditingkatkan meliputi: 1) jenis produk yang unik; 2)tempat usaha yang memadai; 3)harga terjangkau; dan 4) promosi secara online. Selanjutnya, strategi pengembangan home industri pada KUBE“Arjanjang” dengan posisi kuadran I yaitu *growth strategy* dengan meningkatkan kualitas produksi hasil olahan jantung pisang dengan memanfaatkan potensi yang dapat memberikan inovasi terbaru dalam berproduksi sehingga tercipta berbagai varian rasa, peningkatan kualitas SDM yang memadai sehingga mampu memberikan sentuhan baru pada tampilan produk, seperti pengemasan, promosi, pemanfaatan media digital dan mempunyai kemampuan dalam pengelolaan (manajemen) yang handal. Selain itu, perlunya menjalin kerjasama yang lebih luas, baik dengan petani pisang maupun pengusaha-pengusaha lainnya, serta memperluas akses permodalan melalui lembaga keuangan untuk ekspansi usaha dimasa yang akan datang. Dalam menghadapi kondisi *New Normal* maka sebisa mungkin KUBE“Arjanjang” senantiasa mematuhi protokol kesehatan, dan tentunya memanfaatkan bantuan dari pemerintah dengan optimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Afifuddin, A., & Atmayanti, T. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Nusa Tenggara Barat: Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 25–42. <http://e-journal.unizar.ac.id/index.php/kompetitif/article/view/217>
- Agusman, G. (n.d.). *Analisis SWOT*.02(02), 84–100.
- Ansor, S., & Andiana, B. D. L. (2020). Pengaruh Pemberian Kredit Modal Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pada PD. BPR NTB Lobar Cabang Gunungsari Tahun 2018). *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 132–149. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47885/kompetitif.v6i2.294>
- Atmayanti, T., & Cahayani, M. (2019). Analisis Dampak Ekonomi Program Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP) Dalam Pengentasan Kemiskinan : Studi Kasus Gapoktan “Karunia” Desa Pringgasela, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 18–34. <http://e-journal.unizar.ac.id/index.php/kompetitif/article/view/146>
- Atmayanti, T., & Hadiwigeno, S. H. (2014). *Analisis Pola Perubahan Penggunaan Lahan Pertanian Ke Non Pertanian Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Di Kota Mataram, 2007-2012*. [Yogyakarta]: Universitas Gadjah Mada.
- Budi, I., Bhayangkara, W. D., & Fadah, I. (2016). Identification of Problems and Strategies of the Home-Based Industry in Jember Regency. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 9, 363–370. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.151>
- diskominfortikntb. (2020, April). NTB dinilai Lebih Cepat Dalam Mengantisipasi Dampak Covid 19. *Ntbprov.Go.Id*. <https://www.ntbprov.go.id/post/program-unggulan/ntb-dinilai-lebih-cepat-dalam-mengantisipasi-dampak-covid-19>
- Farihiyyah, M. B. M. (2020). Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Dalam Menghadapi Dampak Perekonomian Masyarakat Di Era Pandemi (Studi Kasus Penurunan Omset Penjahit UD. Ahas B J Di Desa Dukunanyar Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, Volume 3 N, 43–54.
- Hadiyanti, P. (2008). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Keterampilan Produktif Di Pkbn Rawasari, Jakarta Timur. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 17(IX), 90–99. <https://doi.org/10.21009/pip.171.10>
- Kedokteran, F., & Al-azhar, U. I. (n.d.). *Perspektif Masyarakat Dalam Di Nusa Tenggara Barat*.
- Lincoln Arsyad. (2010). *Ekonomi Pembangunan Edisi 5* (2nd ed.). STIM YKPN.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2014). Business Models For SMEs In Bandung: Swot Analysis. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 8(1), 51–61. <http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/38>
- Margolang, N. (2018). Pemberdayaan Masyarakat. *Dedikasi: Journal of Community Engagment*, 19–20. <https://doi.org/10.31227/osf.io/weu8z>
- Maulina, E. (2018). SWOT Analysis for Business Strategies : A Case of Virage

- Awi in the Bamboo Craft Industries, Bandung, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 213–225. <http://buscompress.com/journal-home.htm>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Muhammad Irham. (2020). Virus corona: UMKM diterjang pandemi Covid-19 sampai “kembang kempis.” *Bbc.Com*. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51946817>
- Mulyana, D. (2004). *Metode penelitian kualitatif paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu social lainnya*. PT. Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2014). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D)*. Alfabeta.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan terapannya dalam Penelitian*. Universitas Sebelas Maret.
- Tengah, J., Guna, D., Laporan, M., & Penelitian, H. (2015). *Laporan Hasil Penelitian Kolektif Analisis Swot (Strengths , Weakness , Opportunities , Threats) Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) (Studi Kasus di Pasar Pratistha Harsa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) . 1323203023*.
- Todaro, M. P. (2000). *Pembangunan Ekonomi Dunia Ketiga*. Erlangga.