

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPRA PUTIH DI KECAMATAN TEMBILAHAN HULU KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Kurniawan, Nina sawitri, Yeni Afiza

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNISI

e-mail : kawan4190@gmail.com

ABSTRAK

Pemahaman yang baik terhadap lingkungan internal dan eksternal usaha kopra putih diharapkan dapat menghasilkan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dan mengembangkan usaha kopra putih dimasa yang akan datang. Tujuan penelitian adalah untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kopra putih di Kecamatan Tembilihan Hulu Kabupaten Indragiri Hilir. Analisis data yang digunakan matriks IFAS, EFAS, IE dan SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kopra putih di Kecamatan Tembilihan Hulu berada pada sel V dengan strategi pertahankan dan pelihara. Beberapa strategi yang dapat digunakan berdasarkan analisis SWOT adalah meningkatkan produksi, menjalin kerja sama dengan konsumen diluar daerah, meningkatkan kualitas dan memperluas pangsa pasar.

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

ABSTRACT

A good understanding of the internal and external environment of white copra business is expected to produce the right strategy in developing the business. This aims to increase profits and develop white copra business in the future. The aim of this study is to formulate a white copra business development strategy in Tembilihan Hulu District, Indragiri Hilir Regency. The method used are matrix IFAS, EFAS, IE and SWOT. The results of this study indicate that the white copra business in Tembilihan Hulu District was in cell V with a strategy of hold and maintain. Several strategies that can be used based on a SWOT analysis are increasing production, cooperating with consumers outside the region, increasing quality and expanding market share.

Keywords: White copra, IFAS, EFAS, IE, SWOT

I. PENDAHULUAN

Kelapa merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi penting bagi masyarakat tani di Indonesia. Areal perkebunan kelapa terluas di Indonesia berada di Provinsi Riau, untuk produksi kelapa di Provinsi Riau pada tahun 2018 sebesar 392.702 ton sedangkan ditahun 2019 produksinya sebesar 417.172 ton (Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2019). Untuk produksi kelapa di Provinsi Riau pada tahun 2018 sebesar 392.702 ton sedangkan ditahun 2019 produksinya sebesar 417.172 ton

(Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2019). Produksi kelapa terbesar di Riau terdapat di Kabupaten Indragiri Hilir dengan produksi tahun 2019 sebesar 361.348,00 ton. Salah satu daerah penghasil kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir adalah Kecamatan Tembilihan Hulu.

Petani kelapa di Kecamatan Tembilihan Hulu telah banyak melakukan usaha pengolahan kelapa menjadi kopra putih. Kopra putih diolah dengan cara dikeringkan di sinar matahari. Biaya produksinya relatif rendah jika dibanding pengolahan daging kelapa menjadi produk

santan kering atau minyak goreng (Amin, 2010).

Kopra putih adalah buah kelapa yang sudah dikeringkan dengan sinar matahari ataupun panas buatan, kelapa yang masih basah diperkirakan memiliki kadar air sekitar 52%, minyak 34%, putih telur dan gula 4,5%, serta mineral 1%. Setelah menjadi kopra, kandungan air turun menjadi 5%-7%, minyak meningkat menjadi 60%-65%, putih telur dan gula menjadi 20%-30%, dan mineral 2%-3% (Warisno, 2013).

Harga kopra putih pada bulan Desember 2020 berkisar sebesar Rp. 10.500 – Rp 13.500 per kg. Sedangkan harga kelapa butiran pada berkisar Rp. 2.000 per kg. Hal tersebut menyebabkan lebih banyak petani mengolah kelapa dalam bentuk kopra putih. Usaha pengolahan kopra putih yang dilakukan petani memerlukan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Hal ini berguna untuk meningkatkan keuntungan dan perkembangan usaha dimasa yang akan datang. Selama ini usaha pengolahan kopra putih yang dijalankan belum menggunakan strategi khusus untuk mengembangkan usahanya sehingga diperlukan suatu kajian untuk mengetahui strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha kopra putih.

Pengenalan dan pemahaman yang baik terhadap lingkungan internal dan eksternal dalam pengembangan usaha kopra putih diharapkan menghasilkan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha kopra putih yang mampu meningkatkan keuntungan dan dapat mengembangkan usaha kopra putih dimasa yang akan datang. Analisis lingkungan internal terdiri dari kekuatan seperti modal usaha cukup dan kelemahan seperti kurangnya pengalaman usaha. Analisis lingkungan eksternal terdiri dari peluang seperti permintaan produk kopra putih yang tinggi dan ancaman seperti

belum ada peran nyata pemerintah. Berdasarkan latar belakang tersebut maka tujuan penelitian adalah untuk merumuskan strategi pengembangan usaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu Kabupaten Indragiri Hilir.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 3 bulan yaitu pada bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Februari 2021. Penelitian ini dilakukan di Usaha Pengolahan Kopra Putih di Kecamatan Tembilahan Hulu. Penentuan lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Tembilahan Hulu merupakan salah satu daerah yang banyak melakukan usaha pengolahan kopra putih.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan pada penelitian ini adalah :

- Data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara kepada pelaku usaha pengolahan kopra putih di wilayah Kecamatan Tembilahan Hulu dengan panduan pertanyaan yang sudah disiapkan dalam bentuk kuisioner.
- Data sekunder diperoleh dari studi literatur yang relevan dengan penelitian ini seperti buku, skripsi, jurnal, dan sebagainya.

2.3. Metode Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja) dengan jumlah responden sebanyak 12 orang. Sampel dipilih berdasarkan data dari Balai Penyuluhan Pertanian Tembilahan pada tahun 2020 dengan pertimbangan skala usaha kopra putih yang cukup besar di Kecamatan Tembilahan Hulu.

2.4. Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

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

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

1. Matrik Faktor Strategi Internal

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

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan pada kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling tinggi) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh-pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya).
- c. Hitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang termasuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai + 1 sampai + 4 (sangat baik), dengan cara membandingkan rata-rata industry atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif adalah

kebalikannya.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 rating dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasil merupakan skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya di hitung.
- f. Jumlah faktor pembobotan (kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

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

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
-			
-			
Kelemahan			
-			
-			
Total		1,0	

Sumber : Rangkuti, 2008

2. Matrik Faktor Strategi Eksternal

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

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
- b. Beri bobot masing-masing faktor

dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,00 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategi.

- c. Hitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang besar diberi + 4 tetapi peluang kecil diberikan rating + 1). Pembelian rating ancaman adalah kebalikannya.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 rating dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasil merupakan skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

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

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
-			
-			
Ancaman			
-			
-			
Total		1,0	

Sumber : Rangkuti, 2008.

3. Analisis Matrik IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE adalah gabungan dari matriks IFE dan matriks EFE. Menurut Rangkuti (2008), Matriks IE merupakan matriks yang meringkas hasil evaluasi faktor internal dan eksternal yang menempatkan perusahaan pada salah satu kondisi dari sembilan sel, dimana tiap-tiap sel merupakan kondisi atau langkah yang harus ditempuh perusahaan. Tujuan penggunaan matriks ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail.

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

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

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

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

Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal

4. Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2008), matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana

peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Bentuk matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 2.

Tabel 3. Matriks SWOT

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

Menurut Rangkuti (2008), matriks SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

1. Strategi *Strength Opportinities* (SO) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk

merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3. Strategi *Strenght Thearts* (ST) ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
4. Strategi *Weaknesses Threats* (WT) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengolahan Kopra Putih

Proses produksi kopra putih di Kecamatan Tembilihan Hulu, produksi kopra putih menggunakan bahan berupa belerang (sulfur). Kadar/ukuran sulfur yang digunakan adalah 4 kg Bahan Sulfur untuk 2 ton daging Kopra. Asap belerang dapat dimanfaatkan untuk mencegah timbulnya jamur pada kopra, caranya cukup dengan menjemur di terik matahari ataupun dengan bantuan rumah plastik yang dibuat sendiri untuk manampung kelapa yang telah dibelah. Prosesnya sebagai berikut, kelapa awal yang dibeli adalah berupa kelapa bulat jambul, kemudian jambulnya dibuang dan kelapa dibelah, kelapa yang telah dibelah dua, terutama untuk kelapa (PMK) pecah, muda dan kecil apabila kelapa tersebut berlendir atau kotor maka dilakukan proses pencucian pada kelapa melalui air hujan yang telah disediakan di dalam baskom-baskom pencucian, lalu ditata di dalam keranjang dengan cara ditelungkupkan sampai air hasil pencucian tadi menetes kebawah sehingga sedikit kering dalam beberapa waktu atau langsung ditata di tanah agak luas, buatlah penutup dari terpal dengan ketinggian antara 50-70 cm atau langsung dapat dibuatkan berupa

rumah plastik (terpal transaran) sehingga dapat menampung kopra yang lebih banyak untuk proses pengeringan.

Tutup kelapa yang sudah dibelah dua, jadi kelapa tadi ada di dalam penutup dari terpal. Setelah kelapa penuh di dalam rumah pengeringan terpal tadi pada malam hari dapat dilakukan proses pengeringan dengan menggunakan bantuan sulfur atau belerang. Siapkan belerang bongkah atau flake secukupnya dan nyalakan. Masukkan belerang yg sudah nyala ke dalam tenda tadi, lalu tutup rapat terpalnya jangan sampai asap belerang keluar terpal, agar penggunaan belerang tidak boros. Biarkan sampai besok pagi. Besok paginya setelah matahari sudah mulai bersinar, bukalah terpal tadi. Biarkan hingga sore terjemur.

Hal ini dilakukan terus menerus 3 hari sampai kadar air mencapai 5%. Salah satu keuntungan menggunakan rumah pengeringan terpal adalah dapat membantu saat musim hujan sehingga proses pengeringan tidak sepenuhnya dengan bantuan sinar matahari lagi (Syahrantau, 2020). Saat sudah memasuki hari ke 3 atau 4, daging kelapa sudah mulai merekah (merongkang) dari batok kelapanya, sehingga dapat dilakukan proses pencungkulan daging kelapa dan Kopra Putih siap untuk di pasarkan yang sebelumnya sudah dikemas kedalam karung-karung goni khusus untuk kopra putih dengan berat per karung yang sudah ditentukan dari pihak pembeli sehingga memudahkan dalam proses penimbangan hasil kopra putih.

Analisis Matriks IFE

Menurut Rangkuti (2008), matriks IFE (Tabel 1) digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area tersebut. Matriks IFE menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan yang

dihitung berdasarkan peringkat dan bobot yang diperoleh dari kuisioner. Matriks IFE dapat dilihat pada tabel 4. Tabel 4

menunjukkan matriks IFE yang menganalisis 12 faktor sukses kritis yang terdiri dari 6 kekuatan dan 5 kelemahan.

Tabel 4. Hasil Analisis Matriks IFE

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Modal usaha cukup	0,13	3	0,38
2	Bahan baku mudah diperoleh	0,14	4	0,56
3	Hasil usaha mampu memenuhi kebutuhan keluarga	0,14	4	0,55
4	Lokasi produksi mudah dijangkau dan strategis	0,12	3	0,35
5	Tenaga kerja mudah didapat	0,11	3	0,33
6	Motivasi usaha kuat	0,12	3	0,35
Total		0,75		2,53
Kelemahan				
1	Pengalaman usaha kurang	0,04	1	0,04
2	Belum pernah mendapatkan pelatihan resmi	0,06	2	0,11
3	Penggunaan teknologi rendah	0,06	2	0,12
4	Pemasaran masih lokal	0,05	1	0,05
5	Kuaitas produksi masih rendah	0,04	1	0,04
Total		0,25		0,37
Total Analisis Matriks IFE		1,0		2,90

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE pada tabel 4, menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama pengusaha adalah bahan baku mudah diperoleh sebesar 0,56 hal ini dapat dijadikan kekuatan untuk meningkatkan pengembangan usaha. Kelemahan utama adalah penggunaan teknologi rendah sebesar 0,06 hal ini, karena penggunaan teknologi yang masih rendah dalam usaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu.

Kelemahan utama ini harus dijadikan pertimbangan untuk merubah pengusaha agar menggunakan teknologi yang baru. Total analisis matriks IFE adalah 2,90 hal tersebut menunjukkan bahwa posisi usaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu adalah

sedang dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki. Dengan posisi yang dimiliki, usaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu harus tetap meningkatkan kinerjanya dengan cara mengatasi kelemahan utama yang menjadi kendala.

Hal ini senada dengan penelitiannya Rosidi, dkk (2017), dalam penelitiannya strategi dalam pengembangan agroindustri kopra di Kabupaten Halmahera Timur. Hasil ini Menunjukkan bahwa jumlah total faktor kekuatannya sebesar 1,56 sedangkan faktor kelemahannya sebesar 0,88 ini menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri kopra di Kabupaten Halmahera Timur mampu memanfaatkan kekuatan dalam mengatasi kelemahan.

Analisis Matriks EFE

Menurut Rangkuti (2007), matriks EFE memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi lingkungan mikro dan makro. Matriks EFE menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot yang diambil. Matriks EFE dapat dilihat pada tabel 4. Tabel 4 menunjukkan matriks EFE yang menganalisis 12 faktor sukses kritis yang terdiri dari 5 peluang dan 6 ancaman.

Berdasarkan hasil analisis matriks EFE pada Tabel 5 menunjukkan bahwa faktor peluang yang menjadi peluang utama pengusaha adalah permintaan produk tinggi sebesar 0,57 hal ini dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan pengembangan usaha kopra putih. Ancaman utama adalah belum ada peran nyata pemerintah sebesar 0,12 hal ini karena belum ada peran nyata pemerintah

terhadap pengusaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5 maka dapat diperoleh persentase nilai EFE sebesar 2,85 Hal ini menunjukkan bahwa usaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu berada dalam posisi sedang dalam menjalankan usaha kopra putih dengan memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Hal ini senada dengan penelitiannya Rosidi, dkk (2017), dalam penelitiannya strategi dalam pengembangan agroindustri kopra di Kabupaten Halmahera Timur. Hasil ini menunjukkan bahwa total faktor peluang sebesar 1,44 sedangkan faktor ancamannya sebesar 0,88 hal ini menunjukkan bahwa strategi dalam pengembangan agroindustri kopra di Kabupaten Halmahera Timur mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk menghindari segala ancaman

Tabel 5. Hasil Analisis Matriks EFE

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Permintaan produk tinggi	0,14	4	0,57
2	Harga produk tinggi	0,14	4	0,56
3	Produk olahan kopra putih beragam	0,13	3	0,40
4	Pemasaran kopra putih mudah	0,14	4	0,56
5	Ketersediaan lahan cukup banyak	0,13	3	0,38
Total		0,68		2,48
Ancaman				
1	Belum ada peran nyata pemerintah	0,06	2	0,12
2	Produksi dipengaruhi cuaca	0,05	1	0,05
3	Substitusi bahan penolong tidak ada	0,05	1	0,05
4	Tidak adanya standar mutu kopra putih	0,05	1	0,05
5	Pola kemitraan belum ada	0,06	1	0,06
6	Pesaing dalam usaha	0,05	1	0,05
Total		0,32		0,37
Total Analisis Matriks EFE		1,0		2,85

Sumber : Data primer diolah 2021

Matriks IE (Internal - Eksternal)

Analisis matriks IE dilakukan untuk mempertajam analisis yang telah

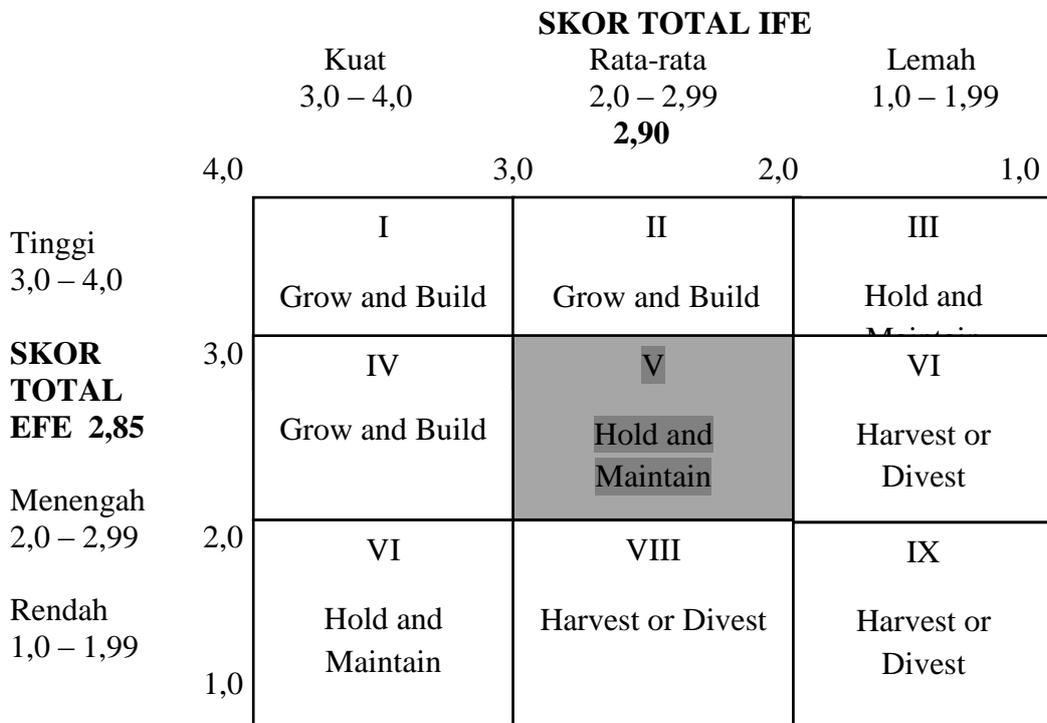
dilakukan dengan matriks IFE dan EFE. Hasil matriks IFE dan EFE berupa total nilai tertimbang IFE dan EFE dipetakan ke dalam matriks IE. Total nilai tertimbang

IFE dipetakan pada sumbu X, sedang total tertimbang EFE dipetakan pada sumbu Y. Matriks IE dapat dilihat pada gambar 2.

Bedasarkan analisis faktor internal menggunakan matriks IFE, diperoleh skor bobot total pada sumbu X sebesar 2,90 dan sumbu Y yang merupakan faktor eksternal dengan menggunakan matriks EFE, diperoleh skor bobot total sebesar 2,85. Hasil ini menempatkan usaha kopra putih di Kecamatan Tembilahan Hulu pada sel V dalam matriks IE yang dapat dilihat pada gambar 5. Posisi tersebut mencerminkan bahwa pengusaha berada dalam posisi strategi (pertahankan dan pelihara) dimana

strategi yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Hal ini senada dengan penelitiannya A.R. Rosidi, dkk (2017), peneltiannya tentang strategi dalam pengembangan agroindustri kopra di Kabupaten Halmahera Timur. bahwa titik pertemuan dari kedua sumbu tersebut pada sel ke-V yang menunjukkan kekuatan internal eksternal industri berada pada posisi rata-rata. Divisi pada sel III, V, dan VII sesuai dengan penerapan strategi *hold and maintain* (jaga dan pertahankan). Adapun strategi yang umum diterapkan pada kategori ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.



Gambar 2. Matriks Internal-Eksternal Usaha Kopra Putih Di Kecamatan Tembilahan Hulu.

Analisis SWOT

Dengan mencocokkan faktor-faktor kunci internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor kunci eksternal (peluang dan ancaman) merupakan cara yang efektif untuk menghasilkan strategi yang layak. Strategi yang dihasilkan pada matriks IE hanya secara umum tanpa adanya implementasi yang lebih fokus pada tingkat pengusaha. Oleh karena itu matriks

IE dilengkapi oleh matriks SWOT. Matriks SWOT adalah untuk menghasilkan alternative strategi yang dapat dijalankan oleh pengusaha kopra putih dengan cara memindahkan hasil analisis data matriks IFE dan EFE kedalam matriks SWOT. Alternatif strategi yaitu strategi S x O, strategi S x T, strategi W x T dan strategi W x O. Formulasi strategi ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Strategi S x O

Strategi S x O merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi S x O berdasarkan hasil matrik SWOT untuk usaha kopra putih adalah meningkatkan produksi kopra putih untuk menambah keuntungan. Hal ini didukung oleh harga kopra putih yang tinggi. Selain itu, strategi lain yang dapat dilakukan adalah memperpendek saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Tembilaan Hulu. Strategi berikutnya adalah menjalin kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku agar ketersediaan bahan baku dapat terjamin (Ridwan, 2019).

Strategi S x T

Strategi S x T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi ancaman yang berhubungan dengan keberlangsungan usaha. Dari hasil matrik SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh pengusaha kopra putih adalah menjalin kerja sama atau kemitraan dengan konsumen di luar daerah agar pengusaha tidak bergantung kepada pembeli lokal. Kerja sama ini sangat dibutuhkan oleh para pengusaha kopra putih karena dengan menjalin kerjasama dengan perusahaan yang lebih besar tentunya dapat meningkatkan penjualan produk sehingga menambah pendapatan. Agar konsumen selalu tertarik maka pelaku usaha kopra putih harus meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar tidak berpindah ke para pesaing. Strategi selanjutnya adalah memberikan pelatihan kepada tenaga kerja untuk meningkatkan keterampilan dalam produksi kopra putih agar menghasilkan produksi dengan kualitas yang baik (Nurdwitami, 2019). Selain itu, pelaku usaha kopra putih juga harus menjalin kerja sama dengan pemasok bahan

penolong agar ketersediaan bahan penolong dapat terjamin.

Strategi W x O

Strategi W x O merupakan strategi yang menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Dari hasil matrik SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh pengusaha kopra putih adalah meningkatkan pangsa pasar. Selama ini, pengusaha kopra putih hanya menjual hasil produksinya selain ke pengempul, sehingga diharapkan harus ada kerjasama kepada konsumen lainnya agar harga jual lebih menguntungkan. Strategi selanjutnya yang dapat diambil adalah meningkatkan keterampilan kepada pengusaha kopra putih dalam produksi. Bertambahnya keterampilan akan turut mengubah pola pikir pengusaha agar bisa meminimalkan pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan misalnya dengan bantuan teknologi agar hasil produksi dapat maksimal.

Strategi W x T

Strategi W x T merupakan strategi yang berusaha untuk meminimalisasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghindari ancaman. Dari hasil matriks SWOT adapun strategi yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan teknologi misalnya membuat tempat pengeringan untuk kopra putih agar tidak bergantung kepada cuaca. Penggunaan teknologi juga diharapkan mampu memaksimalkan kualitas hasil produksi. Selain itu, pelaku usaha kopra putih juga disarankan melakukan diskusi dengan pemerintah agar bisa membantu dalam pengembangan usaha. Strategi selanjutnya yang dapat dilakukan adalah melakukan perbaikan dalam manajemen usaha agar usaha kopra putih dapat lebih maju dan berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan pendapatan keluarga (Sawitri, 2019).

Tabel 6. Hasil Analisis Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal usaha cukup 2. Bahan baku mudah diperoleh 3. Hasil usaha mampu memenuhi kebutuhan keluarga 4. Lokasi produksi mudah dijangkau dan strategis 5. Tenaga kerja mudah di dapat 6. Motivasi pengusaha kuat 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman usaha kurang 2. Belum pernah mendapatkan pelatihan resmi 3. Penggunaan teknologi rendah 4. Pemasaran masih lokal 5. Kualitas produksi masih rendah
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan produk yang tinggi 2. Harga jual produk tinggi 3. Produk olahan kopra putih beragam 4. Pemasaran kopra putih sangat mudah 5. Ketersediaan lahan yang cukup banyak 	<p>Strategi S X O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produksi kopra putih (S1, S2, S3, S5, S6 X O1, O2, O3, O4, O5). 2. Memperpendek saluran pemasaran untuk meningkatkan keuntungan (S4 X O1, O2, O4). 3. Menjalin kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku (S2 X O1, O3, O4). 	<p>Strategi W X O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk kopra putih (W1, W6 X O1, O2, O4). 2. Memperluas pangsa pasar (W5 X O1, O2, O3, O4). 3. Meningkatkan keterampilan pengusaha dalam produksi kopra putih (W1, X O1, O2, O3, O4).
<p>Ancaman (<i>Treaths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada peran nyata pemerintah 2. Produksi sangat dipengaruhi oleh cuaca 3. Subtitusi bahan penolong tidak ada 4. Tidak adanya standar mutu kopra putih 5. Pola kemitraan belum ada 6. Pesaing dalam usaha 	<p>Strategi S X T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerja sama atau kemitraan dengan konsumen diluar daerah (S1, S2, S4 X T5). 2. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan agar tidak berpindah kepada para pesaing usaha (S1, S2, S4, S5, S6 X T6). 3. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja untuk meningkatkan keterampilan (S5, S6 X T6). 4. Menjalin kerja sama dengan pemasok bahan penolong (S1 X T3). 	<p>Strategi W X T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat tempat pengeringan kopra putih yang tidak dipengaruhi oleh cuaca (W1, W3 X T2). 2. Melakukan diskusi dengan lembaga pemerintah terkait untuk membantu dalam peng embangan usaha (W1, W2, W3, X T1). 3. Melakukan perbaikan dalam manajemen usaha (W1, W2, W3, W6 X T2, T4, T5, T6).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

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

1. Berdasarkan matriks IE, usaha kopra putih di Kecamatan Tembilihan Hulu berada pada sel V. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk pengembangan usaha adalah *Hold and Maintain* yaitu strategi pertahankan dan pelihara. Strategi yang dapat dilakukan usaha kopra putih di Kecamatan Tembilihan Hulu adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
2. Strategi yang dapat digunakan berdasarkan analisis SWOT adalah sebagai berikut:
 1. Strategi S X O
 - a. Meningkatkan produksi kopra putih
 - b. Memperpendek saluran pemasaran untuk meningkatkan keuntungan
 - c. Menjalinkan kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku
 2. Strategi S X T
 - a. Menjalinkan kerja sama atau kemitraan dengan konsumen diluar daerah
 - b. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan agar tidak berpindah kepada para pesaing usaha
 - c. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja untuk meningkatkan keterampilan.
 - d. Menjalinkan kerja sama dengan pemasok bahan penolong.
 3. Strategi W X O
 - a. Meningkatkan kualitas produk kopra putih
 - b. Memperluas pangsa pasar

- c. Meningkatkan keterampilan pengusaha dalam produksi kopra putih
4. Strategi W X T
 - a. Membuat tempat pengeringan kopra putih yang tidak dipengaruhi oleh cuaca
 - b. Melakukan diskusi dengan lembaga pemerintah terkait untuk membantu dalam pengembangan usaha
 - c. Melakukan perbaikan dalam manajemen usaha.

4.2 Saran

1. Diharapkan pengusaha kopra putih dapat meningkatkan kualitas produksi kopra putih dan dapat menerapkan teknologi pada proses produksi agar kualitas produk menjadi lebih baik dan berdaya saing.
2. Perlu adanya peran pemerintah terhadap usaha kopra putih agar dapat berkembang dengan lebih baik sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. 2019. Riau Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, Pekanbaru.
- Nurdwitami, R. 2019. Strategi Pemasaran Kopra di Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba. Skripsi. Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar, Makasar.
- Rangkuti. 2008. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ridwan, H. 2019. Strategi Pengembangan dan strategi Pemasaran Kopra Dalam Sistem Syariah. Jurnal Asy-Syarika,1(1): 64-78

- Rosidi. A.R., Siti A.M., Panji D. 2017. Perencanaan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopra (Studi Kasus di Kabupaten Halmahera Timur). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 18 (3): 211-224
- Sawitri, N., Afiza, Y. 2019. Strategi Pengembangan Arang Tempurung Kelapa Sebagai Produk Alternatif Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 8 (2): 82-102
- Syahrantau, G., Saputra, A. 2020. Analisis Usaha Pengolahan Kopra Putih di Kecamatan Tembilahan. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 9 (2): 62-72
- Warisno. 2003. *Budi Daya Kelapa Genjah*. Kanisius. Yogyakarta.