

**PELUANG PENGEMBANGAN UMKM MANISAN KURMA TOMAT
DI KABUPATEN LUMAJANG**

***MSME DEVELOPMENT OPPORTUNITIES SWEET DATE TOMATO
IN LUMAJANG DISTRICT***

Dinu Saadillah, Aulia Nadhirah*, Aditya Nizar Al Ardi

Politeknik Negeri Jember, Kabupaten Jember

*Email: aulia.nadhirah@polije.ac.id

(Diterima 24-05-2023; Disetujui 11-07-2023)

ABSTRAK

Tomat menjadi salah satu komoditas buah-buahan yang dapat tumbuh di dataran rendah maupun dataran tinggi. Namun, kadar airnya yang cukup banyak menjadikan tomat tidak dapat bertahan dalam waktu yang lama. Oleh karena itu, perlu dilakukan diversifikasi pada tomat agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Salah satu cara penanganannya yaitu dengan mengolah tomat menjadi manisan kering. Manisan tomat dalam bentuk kurma pada salah satu UMKM Kurmat (kurma tomat) yang terletak di Kabupaten Lumajang merupakan produk yang tergolong baru sehingga dapat memberikan alternatif baru dalam menciptakan peluang usaha. Pengembangan usaha manisan tomat pada UMKM ini menghadapi berbagai kendala. Diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat melalui perencanaan strategis untuk menghadapi persaingan yang ketat. Hasil analisis dengan menggunakan SWOT (Strengths, Weaknesses, Oppourtunities and Threats) pada UMKM kurma tomat di Kabupaten Lumajang menunjukkan bahwa usaha manisan tomat ini sudah dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan baik walaupun masih terdapat beberapa kelemahan. Permodalan menjadi faktor yang harus diperhatikan agar usaha dapat berkembang dengan baik. Selain itu, ancaman yang dihadapi oleh manisan kurma tomat lebih dominan daripada peluang yang ada yaitu jangkauan pasar para pesaing yang lebih luas sehingga dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa diperlukan strategi pengembangan usaha berupa mendukung strategi diversifikasi atau strategi ST (Strenght and Threats) berupa penerapan proses pengeringan yang sesuai dengan standar GMP, menganalisis manajemen risiko secara tepat untuk menghindari kerugian akibat harga bahan pendukung yang meningkat, menerapkan alat promosi yang sesuai dan menarik minat konsumen, mengedepankan keunggulan bersaing produk yang dimiliki sebagai ajang promosi.

Kata kunci: UMKM Kurmat, SWOT, IFE, EFE, Manajemen Risiko

ABSTRACT

Tomatoes are one of the fruit commodities that can grow in the lowlands and highlands. However, the high water content makes tomatoes unable to last for a long time. Therefore, it is necessary to diversify tomatoes in order to have a higher selling value. One way of handling it is by processing tomatoes into dried candied fruits. Candied tomatoes in the form of dates at one of the UKM Kurmat (tomato dates) located in Lumajang Regency is a relatively new product so that it can provide a new alternative in creating business opportunities. The development of the candied tomato business in UMKM faces various obstacles. An appropriate business development strategy is needed through strategic planning to face intense competition. The results of the analysis using SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) on tomato date SMEs in Lumajang Regency show that this candied tomato business has been able to make good use of its strengths even though there are still some weaknesses. Capital is a factor that must be considered so that the business can develop properly. In addition, the threats faced by candied dates are more dominant than the opportunities that exist, namely the wider market reach of competitors so that the results of the SWOT analysis indicate that a business development strategy is needed in the form of

supporting a diversification strategy or an ST (Strength and Threats) strategy in the form of implementing drying in accordance with GMP standards, analyzing risk management appropriately to avoid losses due to rising prices of supporting materials, applying appropriate promotional tools and attracting consumer interest, prioritizing the competitive advantages of products owned as a promotional event.

Keywords: MSME Kurmat, SWOT, IFE, EFE, Risk Management

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang cukup besar dalam perkembangan perekonomian di Jawa Timur. Berdasarkan data, UMKM di Jawa Timur tahun 2021 memiliki kontribusi nilai tambah terhadap Produk Domestik Regional Bruto adalah sebesar 57,81% atau meningkat sebanyak 0,56% dari tahun sebelumnya. Sektor industri pengolahan menjadi salah satu sektor dengan kontribusi terbesar yaitu sebanyak 29%, sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor menjadi menduduki posisi kedua terbesar yaitu sebanyak 23% dan sektor pertanian, kehutanan dan perikanan pada posisi ketiga terbanyak yaitu sebesar 13% (Diskopukm, 2022).

Setiap pertumbuhan ekonomi kearah industrialisasi membutuhkan sektor lainnya sebagai pendukung. Misalnya pada sub sektor pertanian memiliki peranan dalam mendorong pembangunan sub-sektor industri pengolahan (Nadziroh, 2020). Industri

pengolahan bahan baku primer dalam bentuk industri tekstil, makanan, minuman, dan lain-lain. Sektor industri pengolahan memberikan dampak tidak hanya pada peningkatan pendapatan pelaku usaha tetapi juga mampu mendorong industri lainnya untuk berkembang (Udayana, 2011).

Hasil pertanian yang digunakan pada industri pengolahan makanan salah satunya adalah buah-buahan. Buah-buahan tidak hanya dapat dikonsumsi secara langsung tetapi juga dapat diolah menjadi makanan yang lebih awet dalam jangka waktu lama. Salah satu pengolahannya yaitu menjadi manisan buah atau hasil olahan makanan yang menggunakan gula sebagai pemanisnya. Kadar air dalam manisan akan berpengaruh pada tingkat keawetannya dimana kadar air yang semakin sedikit akan menjadikan manisan menjadi lebih awet (Febriyanti et al., 2018). Dinilai saat ini konsumen memiliki minat pada produk olahan manisan sehingga memberikan peluang usaha yang cukup

menjanjikan bagi masyarakat (Rambe et al., 2022).

Tomat buah menjadi salah satu komoditas buah-buahan yang dapat tumbuh dan ditaman baik di dataran rendah maupun dataran tinggi (Sunarjono, 2009). Namun, kadar airnya yang cukup banyak menjadikan tomat tidak dapat bertahan dalam waktu yang lama atau mudah busuk. Oleh karena itu, perlu dilakukan diversifikasi pada tomat agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan mampu bertahan dalam waktu yang lama (Nofriati, 2018). Salah cara yang penanganannya yaitu dengan mengolah tomat menjadi manisan kering. Dagingnya yang kenyal dan kurang manis menjadikan tomat cocok untuk dijadikan manisan (Molina et al., 2022).

Manisan tomat dalam bentuk kurma pada salah satu UMKM Kurmat (kurma tomat) yang terletak di Kabupaten Lumajang merupakan produk yang tergolong baru dan jarang dijumpai di pasaran sehingga pemilihan hasil pertanian tomat ini memberikan alternatif baru dalam menciptakan peluang usaha. Manisan tomat ini juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah dan pendapatan bagi pelaku usaha di bidang pertanian (Harahap, 2020). Pengembangan usaha manisan tomat pada UMKM ini

menghadapi berbagai kendala yang harus diperbaiki agar dapat terus tumbuh dan berkembang. Diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat melalui perencanaan strategis dalam mengevaluasi hingga melakukan monitoring usaha secara berkala untuk menghadapi persaingan yang ketat (Gultom & Sulistyowati, 2018).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal pada UMKM kurma tomat di Kabupaten Lumajang dan menganalisis peluang pengembangan pada UMKM kurma tomat dengan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Oppourtunities and Threats).

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian yaitu pada UMKM kurma tomat di Desa Bades Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive) karena tingginya minat konsumen terhadap produk ini dan perlu adanya strategi pengembangan usaha untuk peningkatan pendapatan produsen. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer yang didapatkan dari wawancara kepada key informan pemilik UMKM

kurma tomat. Metode deskriptif kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk memberikan gambaran umum terkait perancangan strategi.

Analisis SWOT digunakan dalam pengolahan data yang telah dikumpulkan pada penelitian ini. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang hingga ancaman dari usaha manisan kurmat di daerah penelitian. Analisis ini mengacu pada logika agar dapat memaksimalkan nilai strenghts (kekuatan) dan oppourtunities (peluang) serta secara bersamaan juga dapat meminimalkan nilai weaknesses (kelemahan) dan threats (ancaman) (Mashuri & Nurjannah, 2020). Tahapan ini diklasifikasikan kedalam matriks IFE (Internal Factor Evaluation) yang terdiri dari strenghts (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) yaitu sebagai faktor yang muncul dari dalam usaha itu sendiri dan matriks EFE (External Factor Evaluation) yang terdiri dari oppourtunities (peluang) dan threats (ancaman) yaitu sebagai faktor yang muncul dari luar usaha (Ginting, 2006).

Tahap pencocokan berlandaskan pada informasi adalah untuk mencocokkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal. Dalam penelitian ini,

tahap pencocokan menggunakan SWOT. SWOT akan memberikan arah, pilihan dan pengembangan usaha UMKM kurma tomat. Pilihan strategi tesebut didasarkan oleh besarnya bobot faktor internal dan eksternal. Tahapan berikutnya setelah melakukan pencocokan alternatif strategi maka dilanjutkan kepada tahapan analisis pengambilan keputusan strategi yang akan digunakan dalam pengembangan UMKM kurma tomat (Rangkuti, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan kualitatif dilakukan untuk menganalisis pengembangan UMKM manisan kurma tomat dengan menggunakan metode SWOT (Strenght, Weaknesses, Opportunity and Threat). Pertimbangan yang digunakan dalam strategi ini meliputi kondisi internal dan eksternal agar dapat meningkatkan perekonomian lokal. Berikut Tabel 1 yang merupakan penjabaran dari analisis faktor internal dan faktor eksternal pada usaha manisan kurma tomat di Kabupaten Lumajang.

Tabel 1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Usaha Manisan Kurma Tomat

Faktor Internal			
Kekuatan (<i>Strength</i>)		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	
S1	Bahan baku tersedia dengan kualitas yang baik	W1	Kapasitas produksi belum memadai karena menggunakan peralatan yang sederhana
S2	Memiliki SDM yang berpengalaman pada proses produksi manisan kurma tomat	W2	Jangkauan pasar hanya di wilayah Jawa Timur
S3	Tanpa menggunakan pengawet atau pewarna buatan	W3	Belum cukup modal usaha
S4	Good Manufacturing Practices (GMP) sudah mulai diterapkan	W4	Produk hanya memiliki satu varian rasa
S5	Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan dan mampu bersaing dengan produk sejenis	W5	Promosi masih menggunakan word of mouth dan sistem penjualan toko offline
S6	Memiliki sertifikat PIRT	W6	Produk dikemas hanya dalam bentuk plastik mika
S7	Lokasi usaha yang strategis		
Faktor Eksternal			
Peluang (<i>Opportunity</i>)		Ancaman (<i>Threat</i>)	
O1	Gaya hidup sehat masyarakat	O1	Gaya hidup sehat masyarakat
O2	Perkembangan teknologi informasi yang pesat untuk menjangkau pasar	O2	Perkembangan teknologi informasi yang pesat untuk menjangkau pasar
O3	Kesempatan untuk bekerjasama dengan mitra dagang	O3	Kesempatan untuk bekerjasama dengan mitra dagang
O4	Media promosi tersedia dalam bentuk yang bermacam-macam agar penjualan meningkat	O4	Media promosi tersedia dalam bentuk yang bermacam-macam agar penjualan meningkat
O5	Banyaknya kegiatan bazar yang dapat diikuti	T5	Iklan produk sejenis dari pesaing yang lebih menarik

Sumber: Data diolah (2023)

Adapun evaluasi faktor dalam merumuskan peluang pengembangan usaha manisan kurma tomat adalah matriks IFE (Internal Factor Evaluation) pada kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknesses*) berupa kondisi alam, para pelaku, ekonomi, sosial budaya, dan kelembagaan yang ada di wilayah Kabupaten Lumajang. Sedangkan evaluasi untuk faktor eksternal adalah matriks EFE (External Factor Evaluation) memberikan gambaran pada ancaman (*threats*) dan peluang (*opportunity*) yang dihadapi pengusaha saat melakukan pengembangan usaha manisan kurmat.

Berikut merupakan uraian pada masing-masing matriks IFE dan EFE pada usaha manisan kurma tomat.

1. Matriks IFE

Matriks IFE diperoleh dari hasil analisis faktor internal yang diberikan pembobotan dan rating sehingga mendapatkan nilai untuk menentukan nilai tertimbang pada setiap faktornya (Ginting, 2006). Pembobotan dan perankingan mengacu pada wawancara kepada pemilik usaha sebagai key informan dalam penelitian ini. Berikut tabel 2 adalah matriks IFE pada usaha manisan kurma tomat.

Tabel 2. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) Usaha Manisan Kurma Tomat

NO	Faktor Internal	Faktor Internal												Total NU	Rating	Bobot (%)	Nilai	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L					M
A	S1	X	B	A	D	A	A	A	H	A	J	A	A	A	8	3	10	0,3
B	S2	B	X	B	D	B	F	B	B	B	J	B	B	B	9	3	11,4	0,34
C	S3	A	B	X	D	E	F	C	H	I	J	K	C	C	3	2	3,9	0,07
D	S4	D	D	D	X	D	F	D	D	D	J	D	D	D	10	4	12,7	0,5
E	S5	A	B	E	D	X	F	E	H	E	J	K	E	E	5	2	6,4	0,12
F	S6	A	F	F	F	F	X	F	H	I	J	K	L	F	6	2	7,6	0,15
G	S7	A	B	C	D	E	F	X	H	I	J	K	G	M	1	1	1,3	0,01
Total Strength (Kekuatan)																		1,49
H	W1	H	B	H	D	H	H	H	X	H	J	K	H	H	8	3	10	0,3
I	W2	A	B	I	D	E	I	I	H	X	J	I	I	I	6	2	7,6	0,15
J	W3	J	J	J	J	J	J	J	J	J	X	J	J	J	12	4	15,2	0,6
K	W4	A	B	K	D	K	K	K	K	I	J	X	K	K	7	3	8,9	0,26
L	W5	A	B	C	D	E	L	L	H	I	J	K	X	M	2	1	2,5	0,02
M	W6	A	B	C	D	E	F	M	H	I	J	K	M	X	2	1	2,5	0,02
Total Weakness (Kelemahan)																		1,35
Nilai IFE															79	100	0,14	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2, matriks IFE memiliki skor 0,14 yang menggambarkan bahwa usaha manisan kurma tomat secara keseluruhan telah dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki meskipun masih memiliki beberapa kelemahan. Nilai tertinggi terletak pada kelemahan belum cukupnya modal usaha (W3) yaitu sebesar 0,6. Kebutuhan modal yang cukup besar untuk sebuah pengembangan usaha kurma tomat. Permodalan menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya (Widjadja et al., 2018). Pengembangan produk biasa menjadi spesial ataupun berbeda mampu meningkatkan keunggulan bersaing (Sunyoto, 2015). Faktor internal dengan nilai tertinggi kedua yaitu terletak pada

kekuatan Good Manufacturing Practices (GMP) sudah mulai diterapkan di usaha ini (S4) yaitu sebesar 0,5. Penerapan GMP pada usaha ini meliputi jaminan keamanan dan mutu produk, karyawan yang menangani proses produksi, pemeliharaan alat dan bangunan yang digunakan dan sanitasi pembuangan limbah (Somwang et al., 2013). Jaminan keamanan dan mutu produk merupakan tuntutan dalam menghadapi preferensi konsumen (Hermansyah et al., 2013). Faktor terbesar selanjutnya yaitu terletak pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan diantaranya pada kekuatan yaitu kepemilikan usaha pada SDM yang berpengalaman pada proses produksi manisan kurma tomat (S2) dengan nilai sebesar 0,34 dan bahan baku

tersedia dengan kualitas yang baik dengan skor 0,3. Pada kelemahan yaitu terletak pada faktor kapasitas produksi belum memadai karena menggunakan peralatan yang sederhana (S1) dengan nilai sebesar 0,3. Kelemahan usaha ini erat kaitannya dengan permodal yang belum mencukupi untuk dilakukan pengembangan usaha sehingga menjadi sebuah kelemahan usaha manisan tomat kurma.

2. Matriks EFE

Faktor eksternal pada matriks EFE terdiri dari dua aspek yaitu peluang dan ancaman. Tidak ada perbedaan dengan matriks IFE sebelumnya, masing-masing faktor peluang dan ancaman usaha juga dilakukan peratingan, pembobotan dan penilaian sehingga diketahui faktor eksternal yang paling dominan. Berikut merupakan Tabel 3 yang menunjukkan matrik EFE pada usaha manisan tomat kurma.

Tabel 3. Matriks EFE (External Factor Evaluation) Usaha Manisan Kurma Tomat

NO	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen										Total NU	Rating	Bobot (%)	Nilai
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J				
A	O1	X	A	C	A	E	A	G	H	I	A	4	2	8,7	0,17
B	O2	A	X	C	B	E	B	G	H	I	B	3	2	6,5	0,13
C	O3	C	C	X	C	E	C	G	H	I	C	5	3	10,7	0,32
D	O4	A	B	C	X	E	F	G	H	I	D	1	1	2,3	0,02
E	O5	E	E	E	E	X	E	G	H	I	E	6	3	13,1	0,39
Total Opportunity (Peluang)															
F	T1	A	B	C	F	E	X	G	H	I	F	2	1	4,3	0,04
G	T2	G	G	G	G	G	X	G	I	G	8	4	17,4	0,69	
H	T3	H	H	H	H	H	H	G	X	I	H	7	4	15,2	0,6
I	T4	I	I	I	I	I	I	I	I	X	I	9	4	19,6	0,78
J	T5	A	B	C	J	E	F	G	H	I	X	1	1	2,2	0,02
Total Threats (Ancaman)															
NILAI EFE															
												46		100	-1,1

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan matrik EFE di atas pada Tabel 3 menunjukkan usaha manisan kurma tomat mendapatkan skor EFE adalah sebesar -1,1 yang dapat diartikan bahwa ancaman yang dihadapi oleh usaha ini lebih dominan daripada peluang yang ada. Faktor ancaman terbesar yaitu pada jangkauan pasar para pesaing yang lebih luas (T4) dengan nilai

sebesar 0,78. Jangkauan pasar pada usaha manisan kurma tomat yaitu hanya sebatas pada wilayah Jawa Timur saja saat ini. Jangkauan pasar yang masih kecil mengakibatkan produk manisan tomat kurma belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Semakin banyak informasi yang didapatkan oleh masyarakat terhadap suatu produk maka

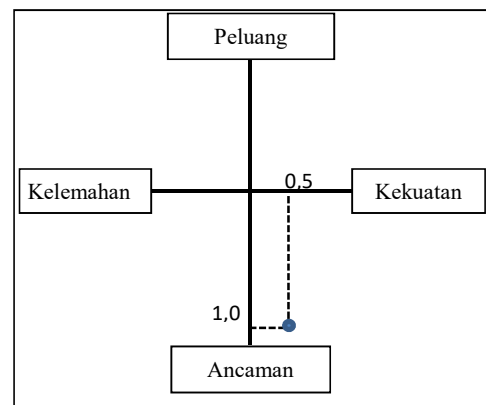
mempengaruhi tingkat keakraban masyarakat terhadap produk tersebut (Mohammad Saleh & Nella, 2011). Ancaman terbesar kedua dengan skor 0,69 adalah harga bahan pendukung yang semakin meningkat (T2). Dan ancaman terbesar ketiga adalah pesaing baru dengan produk sejenis mulai bermunculan (T3) dengan skor yaitu 0,6. Setiap pemilik usaha harus siap dengan adanya pendatang baru sebagai pesaing, maka perlu adanya strategi untuk bersaing. Berbagai ancaman tersebut harus dapat diatasi pada usaha manisan kurma tomat ini untuk dapat bersaing dengan usaha lainnya dan dapat selalu mengembangkan usahanya.

3. Analisis SWOT

Hasil matriks IFE dan EFE yang telah dianalisis selanjutnya digambarkan pada sebuah kurva analisis SWOT sehingga diperoleh strategi pengembangan yang dapat dilakukan. Berikut merupakan Gambar 1 yaitu analisis SWOT pada usaha manisan tomat kurma yang dituangkan dalam bentuk kuadran.

Jika digambarkan berdasarkan kuadran, analisis SWOT pada usaha manisan tomat kurma berada pada kuadran kedua yaitu menggunakan

strategi pengembangan usaha berupa mendukung strategi diversifikasi.



Gambar 1. Analisis SWOT pada usaha manisan tomat kurma

Sumber: Data diolah (2023)

Kuadran dua ini merupakan strategi yang dapat diambil apabila nilai untuk matrik IFE positif yaitu 0,14 pada penelitian ini sedangkan nilai untuk matriks EFE adalah negatif yaitu -1,10. Strategi ini menunjukkan bahwa usaha manisan tomat kurma ini masih memiliki kekuatan di internal yang dapat dikembangkan meskipun faktor eksternal berupa ancaman dari lingkungan luar harus juga dihadapi (Rangkuti, 2014). Berikut merupakan Tabel 4 yaitu matrik analisis SWOT untuk menentukan strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam pengembangan usaha manisan tomat kurma.

Tabel 4. Matriks analisis SWOT pada usaha manisan tomat kurma

	Strenghts (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku tersedia dengan kualitas yang baik 2. Memiliki SDM yang berpengalaman pada proses produksi manisan kurma tomat 3. Tanpa menggunakan pengawet atau pewarna buatan 4. <i>Good Manufacturing Practices</i> (GMP) sudah mulai diterapkan 5. Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan dan mampu bersaing dengan produk sejenis 6. Memiliki sertifikat PIRT 7. Lokasi usaha yang strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas produksi belum memadai 2. Jangkauan pasar hanya di wilayah Jawa Timur 3. Belum cukup modal usaha 4. Produk hanya memiliki satu varian rasa 5. Promosi masih menggunakan <i>word of mouth</i> dan sistem penjualan toko <i>offline</i> 6. Produk dikemas hanya dalam bentuk plastik mika
Opportunity (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup sehat masyarakat 2. Perkembangan teknologi informasi yang pesat untuk menjangkau pasar 3. Kesempatan untuk bekerjasama dengan mitra dagang 4. Media promosi tersedia dalam bentuk yang bermacam-macam agar penjualan meningkat 5. Banyaknya kegiatan bazar yang dapat diikuti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan standar kualitas bahan baku yang terbaik 2. Memperluas media promosi, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> 3. Pengajuan sertifikat GMP untuk menjamin mutu dan kualitas produk 4. Memperkenalkan produk sebagai makanan sehat yang banyak diminati oleh konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan pasar melalui media promosi yang tersedia 2. Mencari informasi terkait pendanaan usaha 3. Memperluas media promosi, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> 4. Bekerjasama dengan mitra sesuai dengan kebutuhan mitra
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pengeringan terganggu pada musim hujan 2. Harga bahan pendukung yang semakin meningkat 3. Pesaing baru dengan produk sejenis mulai bermunculan 4. Jangkauan pasar pesaing lebih luas 5. Iklan produk sejenis dari pesaing yang lebih menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan proses pengeringan yang sesuai dengan standar GMP 2. Menganalisis biaya risiko secara tepat untuk menghindari kerugian akibat harga bahan pendukung yang meningkat 3. Menerapkan alat promosi yang sesuai dan menarik minat konsumen 4. Mengedepankan keunggulan produk yang dimiliki sebagai ajang promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memerapkan sistem <i>pre-order</i> untuk mengantisipasi tingginya permintaan konsumen 2. Menerapkan sistem <i>Below The Line (BTL)</i> 3. Melakukan inovasi produk dalam hal varian rasa maupun kemasan 4. Mencari informasi terkait peluang permodalan usaha

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pembahasan sebelumnya pada Gambar 1, usaha manisan tomat kurma ini dianjurkan untuk menggunakan strategi mendukung strategi diversifikasi atau strategi ST

(Strenght and Threats). Maka pada Tabel 4 telah dijabarkan untuk strategi ST adalah sebagai berikut:

- 1) Penerapan proses pengeringan yang sesuai dengan standar GMP

Sebuah usaha perlu adanya standar dalam menghasilkan olahan pangan yang baik, khususnya pada usaha manisan tomat kurma. Tertera pada Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 75/M-IND/PER/7/2010 mengenai pedoman cara produksi pangan olahan yang baik (Good Manufacturing Practices), salah satu yang menjadi persyaratan dalam pengoperasian usaha adalah kegiatan produksi tidak diperkenankan untuk menggunakan lingkungan diluar bangunan pabrik atau tempat produksi yang terbuka. Penerapan GMP dapat menekan adanya permasalahan keamanan pangan contohnya pada masalah terkontaminasinya bahan pangan olahan sehingga menyebabkan timbulnya bakteri berbahaya yang berkembang biak (Yekti & Suryaningsih, 2019). Pengoperasian usaha yang sesuai dengan GMP menjadi langkah awal dalam pengurusan HACCP dan ISO (Rini et al., 2015).

2) Menganalisis manajemen risiko secara tepat untuk menghindari kerugian akibat harga bahan pendukung yang meningkat

Bahan pendukung dari usaha manisan tomat kurma berupa gula pasir yang memiliki harga berfluktuasi setiap harinya. Terdapat beberapa hal dalam sebuah usaha dalam mengelola risikonya

yaitu menghindari risiko, menahan risiko, mendiversifikasi risiko atau mentransfer risiko (Hanafi, 2014). Dengan membuat perencanaan produksi dengan mengatur jadwal produksi dan persediaan bahan baku dan bahan pendukung. Pengusaha dapat menahan risiko yang terjadi. Manajemen persediaan gula dapat mengurangi terjadinya risiko. Sebuah usaha yang dapat menghadapi risiko usaha dengan baik makan akan mendapatkan beberapa manfaat yaitu dapat meningkatkan keuntungan dan omset serta dapat menghindari penutupan usaha yang disebabkan oleh risiko-risiko yang terjadi (Kountur, 2004).

3) Menerapkan alat promosi yang sesuai dan menarik minat konsumen

Promosi merupakan metode persuasi yang digunakan untuk mengarahkan individu maupun kelompok organisasi agar tercipta suatu tindakan terjadinya pertukaran pada pemasaran. Promosi juga dapat dikatakan sebagai jenis komunikasi pemasaran dengan tujuan agar timbul suatu permintaan (Susilo et al., 2018). Bauran promosi merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam menarik minat konsumen. Bauran promosi meliputi kombinasi dari strategi periklanan, personal selling, promosi penjualan,

informasi dari mulut ke mulut, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, maupun strategi lainnya agar tujuan dari program penjualan dapat tercapai. Personal selling, iklan, sales promotion merupakan metode yang mudah untuk dilakukan jika dibandingkan dengan direct marketing maupun public relation (Wijaya, 2019). Sedangkan aktivitas promosi advertising dapat dilakukan dengan melibatkan celebrity endorser. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan didukung dengan masyarakatnya yang gemar menggunakan sosial media membuat metode ini dinilai efisien karena aktivitas iklan biasanya langsung terhubung dengan sistem penjualan secara online sehingga calon konsumen dapat membeli secara langsung setelah memiliki ketertarikan dengan produk yang diiklan dalam hal ini adalah manisan kurma tomat.

4) Mengedepankan keunggulan bersaing produk yang dimiliki sebagai ajang promosi

Usaha manisan tomat kurma harus memiliki jiwa inovasi, proaktif dan berani ambil risiko untuk mengembangkan usaha dan memunculkan keunggulan bersaing (Tubagus, 2017). Tidak hanya itu perlu dukungan adanya keterampilan dalam dunia digital untuk

memperkenalkan produk. Keterampilan pada dunia digital menjadi salah satu pendorong adanya pengembangan dan pembaharuan pelaku usaha dengan perkembangan teknologi saat ini (Sari et al., 2020). Pelaku usaha yang sadar terhadap perkembangan teknologi yang sekaligus memiliki kemampuan terhadap bisnis yang baik maka akan dapat mampu memberikan manfaat yang positif berupa peluang usaha dan nilai tambah pada usaha manisan tomat kurma (Tubagus, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijabarkan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha manisan tomat ini sudah dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan baik secara keseluruhan walaupun masih terdapat beberapa kelemahan. Permodalan menjadi faktor yang harus diperhatikan agar usaha dapat berkembang dengan baik. Selain itu, ancaman yang dihadapi oleh manisan kurma tomat lebih dominan daripada peluang yang ada yaitu jangkauan pasar para pesaing yang lebih luas dimana jangkauan pasar pada usaha ini masih sebatas pada wilayah Jawa Timur saja saat ini sehingga dari hasil analisis

SWOT menunjukkan bahwa diperlukan strategi pengembangan usaha berupa mendukung strategi diversifikasi atau strategi ST (Strength and Threats) berupa penerapan proses pengeringan yang sesuai dengan standar GMP, menganalisis manajemen risiko secara tepat untuk menghindari kerugian akibat harga bahan pendukung yang meningkat, menerapkan alat promosi yang sesuai dan menarik minat konsumen, mengedepankan keunggulan bersaing produk yang dimiliki sebagai ajang promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Diskopukm. (2022). *Infografis Peningkatan Nilai Tambah Bruto K-UMKM Tahun 2022*.
- Febriyanti, N., Caronge, M. W., & Lahming, L. (2018). Pengaruh Lama Pengeringan Dan Berbagai Jenis Gula Terhadap Kualitas Manisan Tomat (*Lycopersium Esculentum*). *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 1(1), 86. <https://doi.org/10.26858/jptp.v1i1.6222>
- Ginting, A. (2006). Perumusan Strategi Perusahaan PT X menggunakan Matriks Evaluasi Faktor. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7(1), 1–5.
- Gultom, J. Y. T., & Sulistyowati, L. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon). *AGROINFO GALUH*, 5(1), 961–972.
- Hanafi, M. M. (2014). *Risiko, Proses Manajemen Risiko, dan Enterprise Risk Management*, *Manag. Res. Rev.*, Pp. 1â, 40.
- Harahap, W. U. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Manisan Tomat Kering Terhadap Pendapatan Petani. *Logista Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 379–383.
- Kountur, R. (2004). Manajemen Risiko operasional: memahami cara mengelola risiko operasional perusahaan. *Jakarta: PPM*.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112.
- Mohammad Saleh, I., & Nella, N. (2011). Hubungan antara pengetahuan merek sozzis dengan volume pembelian produk sosis merek Sozzis Pada PT. Carrefour Cabang MTC Karebosi, Makassar. *Jurnal AGRIBISNIS*, 10(3).
- Molina, R., Rohaya, S., & Haryani, S. (2022). Kajian Literatur Pembuatan Produk Manisan Tomat Kering (Production of Candied Dried Tomatoes: A Mini Review). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(2), 381–385.
- Nadziroh, M. N. (2020). Peran Sektor Pertanian Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Magelang. *Jurnal Agristan*, 2(1), 52–60.
- Nofriati, D. (2018). Penanganan Pascapanen Tomat. *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jambi*, 1–50.
- Rambe, D. N. S., Khairani, L., Hasibuan, Y. A., & Zainarti. (2022). *STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (Studi Kasus pada Pelaku Penjualan Manisan Buah di Desa Paya Geli*

- Kecamatan Sunggal*). 1(4), 237–243.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI*.
- Rini, F. A., Katili, P. B., & Umami, N. (2015). Penerapan Good Manufacturing Practices untuk Pemenuhan Manajemen Mutu pada Produksi Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus di PT. XYZ). *Jurnal Teknik Industri Untirta*, 3(2).
- Sari, S. M., Yunizar, Y., & Sartika, D. (2020). Penentu Keunggulan Bersaing Pada Umkm: Apakah Kompetensi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Penting? *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 63–72.
- Sunarjono, H. (2009). Bertanam 30 Jenis Sayuran, Seri Agribisnis. *Penebar Swadaya, Jakarta*.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Jurnal Manajemen Unpad*, 4(4), 1–20.
- Tubagus, I. (2017). Improving anticipative learning through entrepreneurial orientation in small to medium size enterprises. *European Research Studies Journal*, 20(3 (A)), 758–767.
- Udayana, I. G. B. (2011). Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 44(1), 3–8.
- Wijaya, V. H. (2019). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Kirei Indonesia Bandung*. 3.
- Yekti, G. I. A., & Suryaningsih, Y. (2019). Penyuluhan Prinsip-prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) pada Home Industry Olahan Singkong dan Ubi di Desa Tokelan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 3(1), 55–63.