BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah desa Joho

   a. Asal usul desa

Menurut pada sesepuh dan tokoh masyarakat, sebagian nenek moyang desa Joho berasal dari daerah Banten dan ada juga yang berasal dari keturunan mataram. Karena sewaktu terjadi perang saudara banyak memakan korban sehingga sebagian masyarakat ada yang mencari tempat bari, salah satunya di desa Joho.

Di tempat baru, baik dari keturunan mataram maupun banten membuka hutan untuk dijadikan tempat perumahan dan pertanian. Sehingga pada tahun 1839 salah satu tokoh dari Banten bernama jokarso diangkat pertama kali menjadi demang di desa Joho.

Setelah diangkat menjadi demang, jokarso mengumpulkan semua tokoh masyarakat untuk bermusyawarah memberikan nama desa. Karena terdapat pohon Joho yang pada besar dan tumbuh di tempat yang dianggap suci pada masa itu maka para tokoh masyarakat sepakat untuk memberikan nama sebagai desa Joho. Pada tahun 1864 demang okarso meninggal dan digantikan oleh demang domoyo.[1]

Sejak tahun 1916 demang domoyo meninggal dunia dan digantikan oleh seorang tokoh keturunan mataram bernama demang kasan mujadi.

[1]Daring Tulungagung, Sejarah Desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung, http://joho.tulungagungdarigng.id/profil, diakses pada tanggal 15 mei 2019 pukul 15.15 WIB.

Dimana kepemimpinannya banyak melakukan perubahan-perubahan positif baik dari segi sosial, budaya dan ekonomi.

Dalam aspek sosial budaya, seiring perkembangan agama Islam, muncul seorang kiyai yang bernama H. Burhan, beliau mendirikan pesantren yang melahirkan banyak tokoh masyarakat. Pondok pesantren tersebut diberi nama pondok gupet.

Dalam aspek ekonomi, demang kasan berkomitmen untuk meningkatkan penghasilan petani khususnya tanaman padi. Beliau membuat saluran irigasi pertanian yang besar. Namun air tersebut sangat besar dan membanjiri sawah sehingga tidak bisa ditanami. Demang kasan kemudian membuat sayembara barang siapa bisa menutup sumber itu akan diangkat sebagai tokoh masyarakat. Akhirnya muncul seorang legendari yang bernama josuro. Beliau bisa menutup sumber tersebut dengan serabut kelapa sehingga petani bisa menanam padi dan hasilnya melimpah ruah.

b. Sejarah Pemerintah

Nama- nama kepala Desa Joho yang mengukir pemerintahan Desa adalah sebagai berikut:

1) Jokarso 1839-1864
2) Domoyo 1864-1890
3) Kasan mujadi 1890-1920
4) Toirin 1920-1948
5) Ambiya 1948-1975
6) Sumarin 1975-1984

7) Suyoto 1984-1993

8) Turmanudin 1993-1999

9) Wakini 1999-2002

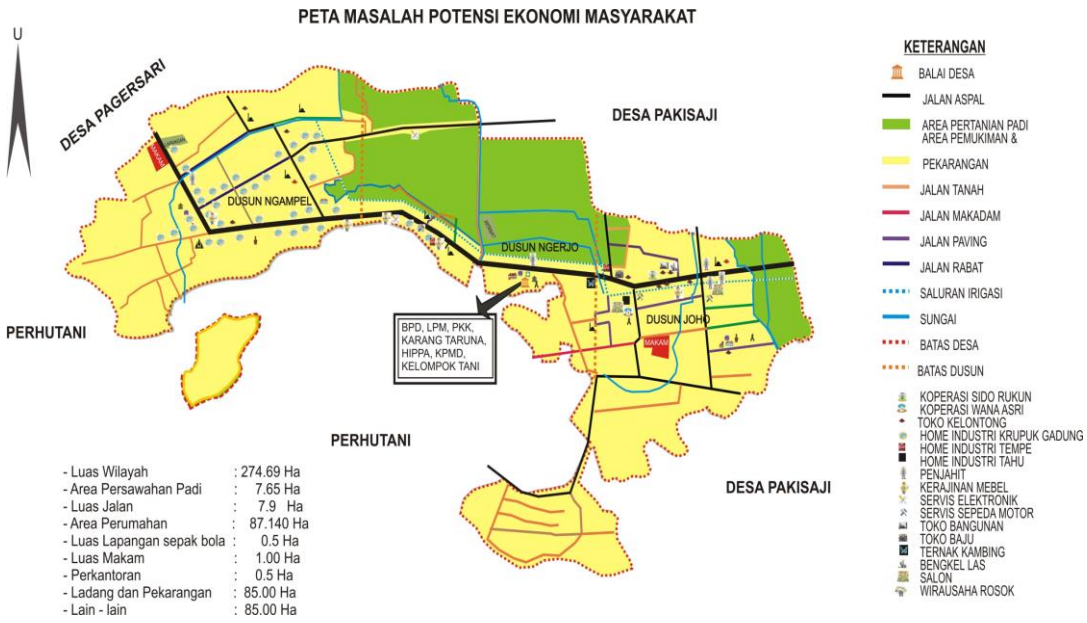
10) Nur Kamim 2002-2007

11) H. Supangi 2007-2013

12) Suharto, S. Hut 2013-Sekarang

2. Kondisi desa Joho

a. Peta Desa Joho



a. Letak geografis desa Joho

Desa Joho terletak di Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung, yang terdiri dari 3 dusun yaitu Dusun Joho, Dusun Ngerjo, Dusun Ngampel, batas- batas wilayah sebagai berikut:

1) Sebelah Utara : Desa Pagersari

2) Sebelah Selatan : Perhutani

3) Sebelah Timur : Desa Pakesaji

4) Sebelah Barat : Perhutani

Pola pembangunan lahan di desa Joho lebih didominasi oleh kegiatan pertanian pangan yang menggunakan pengairan tadah hujan dan irigasi.

Desa Joho merupakan salah satu desa yang memiliki letak cukup strategis. Secara geografis Desa Joho wilayah sebelah utara ini berbatasan dengan desa Pagersari dan terdapat areal persawahan, sedangkan sebelah selatan perhutani, sedangkan sebelah barat juga perhutani dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Pakesaji. Demikian juga kondisi lahan yang subur sangat mendukung produktifitas hasil pertanian.

Transportasi antar daerah juga cukup lancar, hal ini karena Desa Joho dihubungkan jalan desa yang menghubungkan antar dusun maupun antar desa. Desa Joho juga memiliiki akses jalan yang menghubungkan Kecamatan Kalidawir dan Kecamatan Tanggunggunung. Aktifitas mobilisasi di Desa Joho cukup tinggi, khususnya mobilisasi angkutan hasil-hasil pertanian maupun sumber-sumber kegiatan ekonomi lainnya. Selain itu juga didukung fasilitas pendidikan serta fasilitas kesehatan berupa POLINDES yang sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan pelayanan kesehatan.

Namun demikian hal tersebut diatas disamping sebagai potensi desa juga sebagai penyebab terjadinya permasalahan yang akhirnya menimbulkan masalah-masalah sosial seperti kemiskinan, pengangguran dan kenakalan remaja. Hal tersebut terjadi karena keberadaan potensi

tersebut kurang ditunjang oleh insfratuktur yang memadai dan sumber daya manusia yang memenuhi.

Misalnya keberadaan lahan pertanian yang ada di Desa Joho tidak bisa mengangkat derajat hidup petani karena produktifitas kurang maksimal karena gampang terkena banjir kadang tanaman di persawahan hanyut, tetapi meskipun tanaman hanyut tetap bisa panen tetapi tidak maksimal maka dari itu penghasilan tidak hanya dari hasil pertanian tetapi juga dari hasil olahan usaha krupuk gadung yang terkenal enak di Tulungagung yaitu di Desa Joho.

b. Kondisi fisik desa Joho

Secara umum kondisi fisik desa Joho memiliki kesamaan dengan desa-desa- desa lain di wilayah kecamatan Kalidawir. Desa Joho memiliki luas wilayah 3060.32 Ha yang terbagi dalam tiga fungsi penggunaan yaitu Tegal/ladang, pemukiman, pekarangan.

Ditinjau secara klimatologis Desa Joho merupakan daerah dengan iklim tropis yang memiliki tingkat curah hujan yang tinggi. Untuk lebih memahami kondisi Desa Joho berikut adalah data terakhir mengenai kondisi fisik desa Joho:

1) Batas wilayah

Sebelah Utara : Desa Pagersari

Sebelah Selatan : Perhutani

Sebelah Timur : Desa Pakesaji

Sebelah Barat : Perhutani

2) Luas Desa, terdiri dari :

Tegal/ Ladang : 260. 370 Ha

Pemukiman : 1400 Ha

Pekarangan : 1400 Ha

3) Penggunaan Tanah untuk Fasilitas Umum:

Lapangan : 1 Ha

Perkantoran : 0,1 Ha

Polindes : 0,06 Ha

4) Tipologi

Desa perbatasan dengan kecamatan lain.

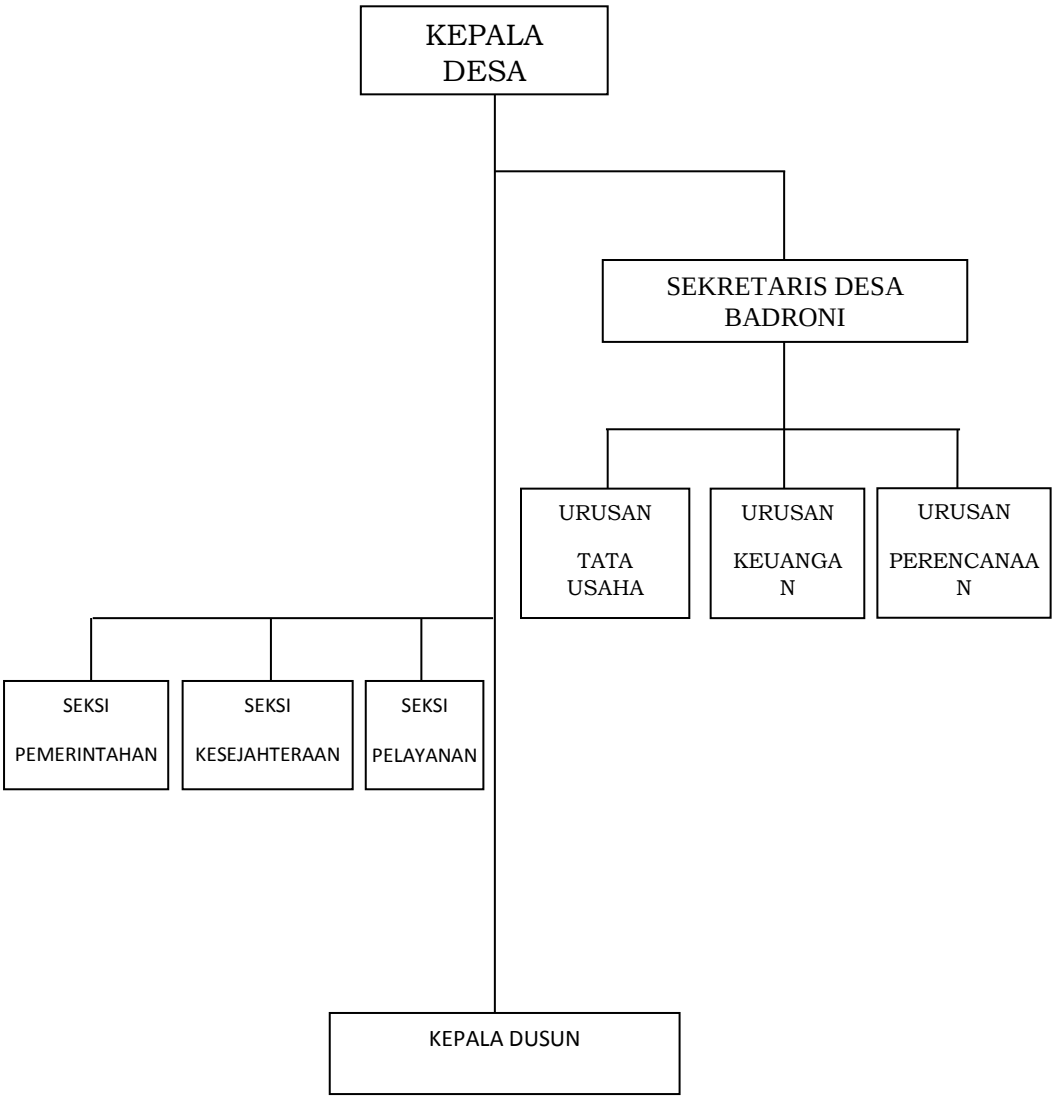
5) Orbitasi

Jarak ke Ibu Kota Kecamatan terdekat : 2,0 KM

Jarak ke Ibu Kota Kabupaten : 8,0 KM

c. Struktur Desa

BAGAN SUSUNAN ORGANISASI DAN TATA KERJA PEMERINTAH DESA
DESA JOHO KECAMATAN KALIDAWIR



d. Kependudukan

Secara umum untuk bisa menggambarkan desa Joho dapat diklasifikasikan dalam 4 hal yaitu berdasarkan jenis kelamin, mata pencaharian, tingkat pendidikan dan penganut agama. Untuk lebih mudah dalam memahami klasifikasi penduduk desa Joho kami akan menggambarkan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Potensi Sumber Daya Manusia berdasarkan tingkat pendidikan:[2]

No	Pendidikan	Jumlah Orang
1	Penduduk usia 3-6 tahun yang masuk TK dan kelompok bermain anak	180
2	Jumlah anak dan penduduk cacat fisik dan mental	360
3	Sedang SD/sederajat	1380
4	Tamat SD/sederajat	20
5	Tidak tamat SD/sederajat	529
6	Sedang SLTP/ sederajat	529
7	Tamat SLTP/ sederajat	200
8	Sedang SLTA/ sederajat	380
9	Tidak tamat SLTP/ sederajat	170
10	Tamat SLTA/ sederajat	450
11	Sedang D-1	80
12	Tamat D-1	60
13	Sedang D-2	10
14	Tamat D-2	6
15	D-3	15
16	S-1	20

[2] Profil Desa dan Kelurahan, format isian data, hlm. 10

Potensi Sumber Daya Manusia dilihat dari Mata Pencaharian Pokok:[3]

No	Sektor matapencaharian	Jumlah pekerja/pekerja perorangan (orang)	Jumlah pemilik usaha (orang)	Jumlah Buruh/karyawan/ pengumpul (orang)	Jumlah (Orang)
1	Pertanian	50	30	5	85
2	Perkebunan	20	5	15	40
3	Peternakan	150	15	15	180
4	Perikanan	75	25	25	125
5	Kehutanan	-	10	10	30
7	Perdagangan	175	70	30	275

8	Sektor Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)
	• Montir	-
	• Pemulung	40
	• Pengrajin industri rumah tangga lainnya	9
	• Tukang anyaman	70
	• Tukang batu	80
	• Tukang jahit • Tukang Kayu	70
	• Tukang kue	15
	• Tukang rias	5
	• Tukang sumur	5
9	Sektor Industri Menengah Besar	
	• Karyawan perusahaan pemerintah	5
	• Karyawan perusahaan swasta	5
	• Pemilik perusahaan	-
10	Sektor jasa	
	• Bidan swasta	4
	• Buruh usaha jasa transportasi dan perhubungan	10
	• Dukun/ paranormal/supranatural	8
	• Guru swasta	80
	• Jasa konsultasi manajemen dan teknis	-
	• Jasa pengobatan alternatif	4
	• Jasa penyewaan peralatan pesta	5
	• Kontraktor	-
	• Notaris	-
	• Pegawai Negeri Sipil	40

[3] Ibid., hlm. 12

	• Pembantu rumah tangga	20
	• Pemilik usaha hotel dan penginapan lainnya	-
	• Pemilik usaha informasi dan komunikasi	-
	• Pemilik usaha jasa hiburan dan pariwisata	5
	• Pemilik usaha transportasi dan perhubungan	3
	• Pemilik usaha warung, rumah makan dan restoran	4
	• Pengacara	-
	• Pensiunan PNS	24
	• Pensiunan swasta	-
	• Pensiunan TNI/POLRI	1
	• Perawat swasta	-
	• POLRI	2
	• Seniman/artis	11
	• Sopir	50
	• Tidak mempunyai mata pencaharian tetap	150
	• TNI	2
	• Usaha jasa pengerah tenaga kerja	-
	• Wiraswasta lainnya	-

Potensi Sumber Daya Manusia dilihat Agama yang dianut:

Islam :

Kristen :

Potensi Sumber Daya Manusia ditinjau dari kondisi fisik:[4]

No	Jenis cacat fisik	Laki-laki (orang)	Perempuan (orang)	Jumlah (orang)
1	Cacat fisik/ tuna daksa lainnya	14	15	29
2	Cacat kulit	1	1	2
3	Lumpuh	3	4	7
4	Sumbing	-	1	1
5	Tuna netra	1	2	3
6	Tuna rungu	3	4	7
7	Tuna wicara	1	-	-
	Jenis cacat mental	Laki-laki (orang)	Perempuan (orang)	Jumlah (orang)
8	Autis	-	-	-
9	Gila	4	-	4
10	Idiot	-	2	2
11	Stress	4	2	6

[4] Ibid., hlm. 25

e. Potensi kelembagaan

a) Jenis aparat desa

- Kades : 1
- Sekdes : 1
- Kaur Pemerintah : 1
- Kaur Umum : 1
- Kaur Kesra : 1
- Kaur Keuangan : 1
- Staf : 1
- Kasun : 3
- RW : 9
- RT : 27
- BPD : 11
- LPM : 13

b) Tingkat pendidikan

- Kades : S-1
- Sekdes : SMA
- Kaur Pemerintah : D III
- Kaur Umum : SLTP
- Kaur Kesra : SLTA
- Kaur Keuangan : DII
- Staf : SLTA
- Kasun : SLTA
- RW : SLTP
- RT : SLTP
- BPD : S-1
- LPM : SLTA

Luas Lahan menurut komoditas pada tahun ini:[5]

No	Aset Tanah	Jumlah (orang)
1	Tidak memiliki tanah	2
2	Memiliki tanah kurang dari 0,2 ha	800
3	Memiliki tanah antara 0,21- 0,3 ha	300
4	Memiliki tanah antara 0,31- 0,4 ha	200
5	Memiliki tanah antara 0,41- 0,5 ha	100
6	Memiliki tanah antara 0,51- 0,6 ha	-
7	Memiliki tanah antara 0,61- 0,7 ha	-
8	Memiliki tanah antara 0,71- 0,8 ha	-
9	Memiliki tanah antara 0,81- 0,9 ha	-
10	Memiliki tanah antara 0,91- 1,0 ha	-
11	Memiliki tanah antara 1,00- 5,0 ha	-
12	Memiliki tanah antara 5,00- 10 ha	-

[5] Ibid., hlm. 27

Tenaga kerja dalam kriteria:[6]

No	Kriteria	Laki-laki (orang)	Perempuan (Orang)	Jumlah (orang)
1	Angkatan kerja	270	299	569
2	Penduduk masih sekolah 7-18	441	451	892
3	Penduduk usia 0-6 tahun	283	253	486
4	Penduduk usia 18-56	1914	1932	3846
5	Penduduk usia 18-56 tahun yang bekerja	1473	1481	2954
6	Penduduk usia 18-56 tahun yang belum/ tidak bekerja	170	210	380
7	Penduduk usia 56 tahun ke atas	1084	1093	2177

Pendapatan perkapita menurut sektor usaha

No	Jenis sektor	Jumlah Rumah Tangga (KK)	Jumlah Total Anggota Rumah Tangga (orang)	Jumlah Rumah Tangga Buruh (KK)	Jumlah Anggota Rumah Tangga Buruh (orang)	Jumlah Pendapatan Perkapita (Rp)
1	Industri kecil, menengha dan Besar	140	200	140	130	15.000.000
2	Jasa dan perdagangan	70	40	25	25	5.000.000
3	Kehutanan	-	-	-	-	-
4	Kerajinan	20	15	10	10	1.000.000
5	perikanan	50	30	70	15	25.000
6	Perkebunan	75	40	20	15	-
7	Pertambangan	-	-	-	-	
8	Pertanian	175	200	300	250	75.000
9	Peternakan	180	200	70	50	1.000.000

[6]Ibid., hlm. 28

Tanah Fasilitas Umum:[7]

No	Jenis Fasilitas Umum	Lua (Ha)
1	Kas Desa/ Kelurahan (a+b+c+d) :	67,921
	a.Tanah bengkok	26,571
	b. Tanah titi sara	0,4
	c. Kebun desa	40,100
	d. Sawah desa	0,85
2	Lapangan olahraga	1,1
3	Perkantoran pemerintah	0,5
4	Ruang publik/ taman kota	-
5	Tempat pemakaman desa/umum	0,4
6	Tempat pembuangan sampah	-
7	Bangunan sekolah/ perguruan tinggi	0,4
8	Pertokoan	1-10
9	Fasilitas pasar	0,2
10	Terminal	-
11	Jalan	20,00
12	Daerah tangkapan air	-
13	Usaha perikanan	0,5
14	Sutet/ aliran listrik tegangan tinggi	-
	Total luas tanah fasilitas umum(1+2+3+4+5+6+7+8.....+14)	200,821

Pemilikan Aset Ekonomi lainnya

No	Jenis Aset	Jumlah (keluarga)
1	Jumlah keluarga memiliki TV dan elektronik lainnya	1500
2	Jumlah keluarga memiliki sepeda motor/ sejenisnya	2450
3	Jumlah keluarga memiliki mobil dan sejenisnya	85
4	Jumlah keluarga memiliki perahu bermotor	-
5	Jumlah keluarga memiliki kapal barang	-
6	Jumlah keluarga memiliki kapal penumpang	-
7	Jumlah keluarga memiliki kapal pesiar	-
8	Jumlah keluarga memiliki helikopter	-
9	Jumlah keluarga memiliki pesawat terbang	-
10	Jumlah keluarga memiliki ternak besar	8
11	Jumlah keluarga memiliki ternak kecil	50
12	Jumlah keluarga yang memiliki hiasan emas/ berlian	500
13	Jumlah keluarga yang memiliki buku tabungan Bank	1300
14	Jumlah keluarga yang memiliki buku surat berharga	100

[7] Profil Desa dan Kelurahan..., hlm. 3

15	Jumlah keluarga yang memilik sertifikat deposito	50
16	Jumlah keluarga yang memiliki sertifikat tanah	400
17	Jumlah keluarga yang memiliki sertifikat bangunan	-
18	Jumlah keluarga memiliki perusahaan industri besar	-
19	Jumlah keluarga memiliki perusahaan industri menengah	-
20	Jumlah keluarga memiliki perusahaan industri kecil	-
21	Jumlah keluarga memiliki usaha perikanan	20
22	Jumlah keluarga memiliki usaha peternakan	20
23	Jumlah keluarga memiliki usaha perkebunan	18
24	Jumlah keluarga memiliki usaha di pasar swalayan	6
25	Jumlah keluarga memiliki usaha di pasar tradisional	-
26	Jumlah keluarga memiliki usaha di pasar desa	1
27	Jumlah keluarga memiliki usaha transportasi/pengangkutan	1
28	Jumlah keluarga yang memiliki aset telekomunikasi 29	50
29	Jumlah keluarga yang memiliki saham di perusahaan	-

Peternakan

Jenis populasi ternak:[8]

No	Jenis Ternak	Jumlah Pemiliki (orang)	Populasi (Ekor)
1.	Angsa	10	20
2.	Anjing	3	3
3.	Ayam kampung	3000	-
4.	Babi	-	-
5.	Bebek	15.000	-
6.	Burung Merpati	500	-
7.	Burung puyuh	-	-
8.	Domba	-	-
9.	Jenis ayam broiler	-	-
10.	Kambing	1500	-
11.	Kelinci	300	-
12.	Kerbau	-	-
13.	Kucing	100	-
14.	Kuda	-	-
15.	Sapi	500	-

Perbedaan jumlah anggota pengrajin krupuk gadung antara data dari Desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung:

[8] Profil Desa dan Kelurahan

No	Data Desa	Jumlah Pengrajin Krupuk Gadung
1.	Dsn. Joho	21
2.	Dsn. Ngerjo	27
3.	Dsn. Ngampel	39

Anggota IR (Industri Rumah Tangga) Kerjasama antara Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Kementerian Koperasi dan UKM RI:

No	Data Dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro	Jumlah Pengrajin Krupuk Gadung
1.	40	40

Dari kedua data yang diperoleh yang benar yaitu dari data desa, tetapi data dari Desa tidak menjelaskan detail tentang yang mempunyai Usaha Olahan Krupuk Gadung. Dari kata salah satu Staff yang ada di kantor Desa Joho Kecamatan Kalidawir itu sebenarnya kalau dijelaskan detail ada pada dasarnya setiap Dusun ada jumlah masing- masing yang mempunyai Usaha Olahan Krupuk Gadung.

B. Data Temuan Penelitian

Pada dasarnya setiap organisasi bisnis memiliki strategi pengembangan masing-masing. Tidak terkecuali usaha olahan krupuk gadung di desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Seperti yang kita ketahui disalah satu desa ini terdapat usaha krupuk gadung yang mempunyai ciri khas tersedniri untuk soal rasa. Letaknya yang berada di jalur vital antara kota begitu juga untuk akses melewati jalan menuji wisata- wisata semakin mempermudah bagi saya untuk mengingat tempat tersebut.

Di desa Joho ini sebagian besar masyarakatnya menjadi pengolah umbi-umbian, khususnya umbi gadung yang diolah menjadi krupuk gadung. Hal ini juga di dukung data yang didapat dari desa dimana di desa Joho lebih didominasi kegiatan olahan krupuk gadung.

1. Strategi Pengembangan usaha olahan krupuk gadung

Strategi pengembangan adalah yang dijadikan dasar dalam melakukan kegiatan terutama dalam bidang pengembangan mulai dari proses perencanaan produk yang dapat berdampak pada kondisi organisasi bisnis kedepanya dan juga untuk mencapai tujuan perusahaan tercapai secara efektif dan efisien. Dalam strategi pengembangan banyak metode- metode analisa yang digunakan. Yang paling sering digunakan adalah pendekatan pengembangan usaha. Strategi pengembangan merupakan strategi kombinasi kegiatan- kegiatan inti pengembangan usaha dimana kegiatan- kegiatan ini dapat dikendalikan dan berdampak pada reaksi konsumen.

Didalam strategi pengembangan terdapat 4 prinsip yang biasa digunakan yakni harga, bahan baku, pemasaran, harga. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, strategi pengembangan mencankup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pengembangan usaha olahan krupuk gadung di desa joho.

a. Proses

Proses merupakan sesuatu tahap yang dilakukan oleh para pembuat olahahan umbi gadung sebelum menjadi krupuk gadung. Di desa joho terkenal dengan usaha olahan krupuk gadung. Sampai- sampai menjadi

banyak peminat karena khas rasanya berbeda dan sudah berkembang dengan baik.

Di desa banyak pengolah umbi gadung menjadi krupuk gadung mayoritas hampir semua mengolah umbi gadung karena sudah menjadi kebiasaan dan kebanyakan proses pembuatan krupuk gadung hampir keseluruhan sama. Seperti yang disampaikan oleh bu Samsiah sebagai berikut:

> "gini mb kalau saya proses yang pertama yaitu apabila umbinya ada tanah- tanah yang nempel dibersihkan terlebih dahulu lalu mulailah dikupas umbinya tersebut hingga bersih, setelah usai semua umbi yang di kupas di pasah dengan tipis- tipis, kemudian dilumuri dengan abu dapur karena hasilnya bisa maksimal abu juga menentukan bagus tidaknya gadung, gadung yang dilumuri abu dapur di bleng 1 malam, mencuci potongan umbi gadung tersebut dengan air secukupnya, umbi gadung dimasukkan kedalam wadah dikum 2 malam lalu direbus setelah itu di jemur lagi". [9]

Sama halnya dengan bu samsiah, juga menggunakan abu dapur untuk menghilangkan racun dalam proses olahan pembuatan krupuk gadung, diantaranya Bu luluk sebagai berikut:

> "kalau saya gini mb proses awal yang saya lakukan dalam pembuatan olahan krupuk gadung yaitu dengan cara memilih gadung yang sekiranya ada yang kurang bagus, karena dalam pembelian umbi gadung itu tidak boleh memilih jadi tidak tau bagus jeleknya umbinya. Jadi setelah saya dapat umbi gadung itu saya lihat- lihat dulu kiranya ada yang kurang bagus saya sendirikan, lalu saya mengupas umbi gadung itu dengan menggunakan sarung tangan, usai mengupas umbi gadung lalu umbinya dilumuri dengan abu dapur dan bukan sembarang abu dapur kalo abu dari pring atau bambu itu juga berbahaya dan di simpang dalam 1 malam, paginya dijemur lalu dicuci dengan air secukupnya, memasukkan umbi gadung kedalam wadah dalam 2 malam setelah itu direbus, kemudian di jemur lagi".[10]

---

[9] Wawancara dengan Bu Samsiah (Bu moden Desa Joho dan salah satu pengolah usaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 6 maret 2019

[10] Wawancara dengan Bu luluk (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 7 maret 2019

Para pengolah krupuk gadung lainnya juga demikian proses yang dilakukan dalam pembuatan krupuk gadung sedemikian rupa, diantaranya Bu awalin seperti berikut:

> "yang saya lakukan pertama mengupas umbi gadung terlebih dahulu lalu diiris tipis- tipis tanpa dicuci, dikasih abu dapur untuk menghilangkah getah yang beracun dioles/ dihuluk- huluk secara merata, lalu di taruh kewadah tompo, dibiarkan ditutup rapet di tindih batu di bleng 1 malam, kemudian di jemur sampai kering, lalu dicuci, kemudian di rendam air lagi dicuci diganti airnya, direndem 3 hari 3 malam lalu di cuci bersih, kemudian di rebus dikasih garam, kemudian dijemur lagi sampai kering".[11]

Sama halnya dengan pengolah umbi gadung menjadi krupuk gadung, diantaranya oleh Bu Srikatun:

> "setelah mendapatkan umbi gadung, umbi gadung dikupas, sebagian dipasah sebagian diiris pakek pisau dengan tipis-tipis, setelah iris- iris selai di taburi awu atau abu dihuluk- huluk menggunakan ayakan/penyaring, di bleng 1 malam ditutup rapet, kemudian dijemur selama 1- 2 hari sampai kering, setelah itu direndam dengan air selama 3 malam setiap hari dikucek di bersihkan memakai ayakan itu untuk menghilangkan debu dan racun, setelah penjemuran selanjutnya di godog sampai matang dikasih garam sedikit, kemudian dijemur sampai kering.[12]

b. Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk dimana diolah menjadi produk bahan jadi dan pemakaian dapat diidentifikasikan secara langsung, bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain.

---

[11] Wawancara dengan awalin (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 8 maret 2019

[12] Wawancara dengan Bu srikatun (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 9 maret 2019

Dalam hal ini dalam penentuan bahan baku tergantung pada pengolah krupuk gadung yang ada di desa joho, masing- masing sedikit ada yang berbeda meskipun selebihnya bahan baku yang dibutuhkan sama, seperti halnya yang disampaikan oleh Bu samsiah sebagai berikut:

> "kalau bahan baku yang saya butuhkan dalam pembuatan krupuk gadung itu yang paling utama yaitu yang pasti umbi gadung di datangkan dari jawa tengah perkg Rp. 1350 begitu juga dibojonegoro juga sama perkg Rp. 1350, dan menurut saya itu begini mb kalo bahan baku itu sangatlah mudah namun prosesnya saja yang sedikit agak sulit, harga bahan baku gadung ini benar-benar relatif murah dan dan sangat mudah ditemukan. Bahan membuat krupuk gadung sangatlah simpel seperti halnya garam, abu dapur, bumbu penyedap dan minyak untuk menggoreng. Kalau untuk abunya saya mendapatkan dari mengumpulkan sendiri tapi kalaupun mendesak beli 1 saknya Rp. 25.000 garam membelinya sedikit yang 1 seharga Rp. 1500. [13]

Lainnya pun hampir sama dalam hal bahan baku yang dibutuhkan dalam pembuatan krupuk gadung. Seperti pemaparan dari bu luluk sebagai berikut:

> "bahan yang saya butuhkan dalam pembuatan olahan krupuk gadung ya yang paling utama umbi gadung yang didatangkan dari jawa tengah perkg Rp.1350 apabila dari blitar perkg Rp. 1400 , lalu menggunakan abu dapur, abu buat merebus tahu pertama juga jauh- jauh hari mengumpulkan abu sendiri ketika kehabisan juga membeli 1 sak dengan harga Rp. 10.000- Rp. 25.000, lalu uyah saya membeli yang harganya Rp. 45.00 sekalian". [14]

pada pengolah krupuk gadumg lainnya yakni Bu awalin, bahan baku yang dibutuhkan hampir sama dengan yang dipaparkan Bu luluk diatas:

---

[13] Wawancara dengan Bu samsiah (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 6 maret 2019

[14] Wawancara dengan Bu Luluk (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 7 maret 2019

> "untuk pembuatan olahan krupuk gadung itu yang paling utama jelasnya umbi gadung ya mbk yang di datangkan dari jawa tengah perkg Rp. 1350 kalau dari blitar perkg Rp. 1400 kalau dari madiun perkg Rp. 1400- Rp. 1500, lalu abu dan abu itu adalah cara ampuh unruk mengjilangkan racun umbi gadung yaitu abu kayu, abu membeli persak yaitu Rp. 20.000- Rp. 25.000, saya juga menggunakan uyah tapi hanya membeli uyah yang kecil itu yang Rp. 1500.[15]

Hampir sama dengan yang disampaikan Bu awalin dalam bahan baku yang dibutuhkan dalam membuat krupuk gaduug. Seperti yang disampaikan oleh Bu Srikatun sebagai berikut:

> "yang dibutuhkan paling utama yaitu umbi gadung yang di datangkan dari nganjuk perkg Rp. 1300 dari blitar perkg Rp. 1400 dari nganjuk perkg Rp. 1300, abu dapur yang dikumpulkan sendiri apabila habis juga membeli 1 sak Rp. 30.000, menggunkan uyah dan saya beli yang per plastik Rp. 7.000. [16]

c. Pemasaran

Pemasaran adalah kegiiatan yang digunakan organisasi bisnis untuk menyampaikan/ memperkenalkan produk kepada konsumen. Pemasaran menyangkut baik periklanan maupun penjualan secara pribadi. Tujuannya adalah menginformasikan dan membujuk pelanggan.

Dalam hal pemasaran, pengolah krupuk gadung yang ada disini memiliki cara pemasaran yang bervariasi baik ketika awal memulai melakukan pemasaran. Berikut ini adalah pemaparan dari Bu samsiah:

> "begini mb kan di desa joho itu sudah terkenal untuk kualitas rasa jadi tanpa saya pasarkan sudah banyak yang mecari biasanya sudah biasa dari mulut kemulut seperti itu mbk. jadi sudah biasa langsung datang kerumah dan untuk lainnya saya jual ke pengepul karena sebagian

---

[15] Wawancara dengan Bu Awalin (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 8 maret 2019

[16] Wawancara dengan Bu Srikatun (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 9 maret 2019

warga disini menjualnya ke saya dikarenakan mereka mengambil umbinya ke saya dan masih hutang jadi menjualnya krupuk gadung dalam bentuk mentah itu ke saya".[17]

Berbeda dengan yang disampaikan sebelumnya Bu luluk mengawali pemasarannya dengan cara menitipkan ke warung- warung:

"ya kalau saya begini mbk, saya memasarkan krupuk gadung saya melalui media sosial karena sekarang jamannya kan sudah canggih tapi saya juga tidak hanya mengandalkan smedia sosial saja, biasanya juga ada yang langsung datang kerumah karena tau dari informasi mulut ke mulut, awalnya saya hanya menjual yang mentah saja teteapi saya mencoba menjual yang mateng dan saya titipkan ke warung- warung kemasan kecil tetapi yang saya titipkan juga gak banyak karena kalau mateng masanya hanya 2 bulan".[18]

Berbeda halnya dengan pemaparan sebelumnya. Bu awalain yang memasarkan olahan krupuk gadungnya ke pengepul, seperti berikut pemaparan beliau:

"saya sejak mempunyai usaha krupuk gadung ini memasarkannya tidak melalui hp yang umumnya jaman sekarang hanya saja saudara saya yang memasarkan ke teman- temanya, jadi taunya hanya dari mulut ke mulut dan memesannya melalui saudara saya nanti saudara saya bilang ke saya bahwa ada pesenan segini- segini gitu mbk dan saya menjualnya hanya dalam bentuk mentah mbk belum mencoba menjual yang mateng, karena kalau mateng itu tidak bisa tahan lama minimal sampai 2 tahunan".[19]

Sama halnya yang dilakukan oleh Bu awalin, Bu srikatun memasarkan olahan krupuk gadungnya ke pengepul dan lewat saudara-saudaranya, seperti berikut pemaparannya:

---

[17] Wawancara dengan Bu Samsiah (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 6 maret 2019

[18] Wawancara dengan Bu luluk (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 7 maret 2019

[19] Wawancara dengan Bu Awalin (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 8 maret 2019

> "begini mbk saya memasarkannya hanya lewat sauda- saudara saya kalau gak gitu ya saya jual langsung ke pengepul dan saya menjualnya hanya dalam bentuk mentah tidak menjual dalam bentuk mateng karena gini ya mb menjual dalam bentuk mentah saja sudah sangat laku, dan kalau dijualnya dalam bentuk mateng itu awetnya juga tidak bisa tahan lama kan kalau misalnya mentah gak laku masanya kan lama tapi kalo mateng gak laku kan sayang karena masanya hanya 2 bulan".[20]

d. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memiliki atau mendapatkan produk yang dibutuhkan. Harga juga merupakan petunjuk tentang nilai produk atau jasa bagi seseorang, dan pelanggan yang berbeda akan memberikan nilai yang berbeda pula untuk barang atau jasa yang sama. Dari harga secara tidak langsung kita dapat menilai kualitas dari suatu barang atau jasa.

Dalam hal strategi penentuan harga pengolah usaha krupuk gadung yang ada di desa Joho menetapkan harga pada masing- masing jenis krupuk yang berbeda. Mengingat jenis krupuk yang berbeda- beda kecil dan besar tidak sama, seperti yang disampaikan oleh Bu Samsiah berikut:

> "kalau untuk harga gini mb untuk paling kecil saya menjual dengan harga perkg Rp. 20.000- Rp. 30.000 itu dalam bentuk mentah ya mb karena saya tidak menjual dalam bentuk mateng, untuk yang agak besar perkg Rp. 35.000 – Rp. 40.000 nanti untuk yang paling besar itu perkgnya Rp. 45.000". [21]

Pengolah krupuk gadung yang lainnya pun sama dalam penetapan harga jualnya, seperti yang disampaikan oleh Bu luluk sebagai berikut:

---

[20] Wawancara dengan Bu Srikatun (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 9 maret 2019

[21] Wawancara dengan Bu Samsiah (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 6 maret 2019

> "untuk soal harga semua hampir sama mbk kalau saya menjual yang paling kecil atau rencekan gitu dengan harga Rp. 15.000- Rp. 25.000 untuk yang agak besar Rp. 35.000- Rp.40.000 untuk paling besar perkg Rp. 45.000- Rp. 50.000, tapi kalau mateng itu harga perkg nya Rp. 60.000 an, saya tidak hanya menjual mentah saja mbk saya juga menjual yang mateng saya titipkan ke warung- warung pakai kemasan kecil gitu Rp. 5000.an".[22]

Pada pengolah krupuk gadung lain yakni Bu awalin, penetapan harga juga kurang lebih hampir sama dengan yang dipaparkan oleh Bu luluk diatas:

> " berbicara soal harga ya hampir sama mbk kalu yang paling kecil ya bisa dibilang rencekan itu menjualnya dengan harga berkisaran untu perkilonya Rp. 20.000- Rp. 25.000, untuk yang agak besar dengan perkgnya Rp. 35.000- Rp. 40.000 untuk paling besar Rp. 45.000- Rp. 50.000".[23]

Sama halnya yang dilakukan oleh Bu awalin, penetapan harga krupuk gadung hampir sama, seperti pemaparan dari Bu Srikatun sebagai berikut:

> "kalau untuk harga dari yang paling kecil itu perkilonya itu Rp. 20.000- Rp. 25.000 itu yang dalam bentuk mentah ya mbk karena saya tidak menjual dalam bentuk mateng, untuk yang agak besar untuk perkilonya Rp. 30.000- Rp. 40.000, untuk yang paling besar itu perkilonya berkisaran Rp. 45.000- Rp. 50.000".[24]

2. Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats) pada Usaha Olahan Krupuk Gadung

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. "SWOT" merupakan akronim dari kata-kata *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities*

---

[22] Wawancara dengan Bu Luluk (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 7 maret 2019

[23] Wawancara dengan Bu Awalin (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 8 maret 2019

[24] Wawancara dengan Bu Srikatun (salah satu pengolahusaha krupuk gadung di desa Joho Kalidawir Tulungagung) pada tanggal 9 maret 2019

(Peluang) dan *Threat* (Ancaman). Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan yang terjadi lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.[25]

a. Analisis lingkungan internal

1) Kekuatan (*Strenght*)
   a) Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas konsumen
   b) Rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah hancur
   c) Lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota
   d) Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen
   e) Bahan baku di datangkan setiap musim
   f) Pelayanan yang baik
   g) Proses produksi yang efektif karena mempunyai peralatan yang memadai
2) Kelemahan
   a) Ketergantungan bahan baku umbi gadung
   b) Hanya mengandalkan satu produk
   c) Pembuatan krupuk gadung yang memakan waktu
   d) Di era teknologi dan komunikasi yang sekarang ini para usaha pengolah krupuk gadung tidak memiliki wibsite untuk

[25] Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah kasus Bisnis*....hal.19

melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya

e) Lokasi untuk memproduksi jauh dengan pusat pasar

b. Analisis lingkungan eksternal

1) Peluang (*Opportunity*)

a) Menjadi pilihan utama penyuka makanan olahan krupuk gadung di Kecamatan kalidawir

b) Memperluas usaha dengan membuka cabang

c) Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran

d) Memiliki pelanggan- pelanggan tetap karena produk berkualitas

2) Ancaman (*Threat)*

a) Semakin banyaknya pesaing bisnis

b) Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi

c) Harga produk sama dari pesaing yang lebih murah

d) Tidak ada bahan baku alternatif lain jika terjadi kenaikan bahan baku umbi gadung

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel sebagai berikut:

TABEL 1.1

Analisis SWOT pada Usaha Olahan Krupuk Gadung

Kekuatan (*Strenght*)	**Kelemahan (*Weakness*)**
• Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas konsumen	• Ketergantungan bahan baku umbi gadung
• Rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah hancur	• Hanya mengandalkan satu produk
• Lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota	• Pembuatan krupuk gadung yang memakan waktu
• Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen	• Di era teknologi dan komunikasi yang sekarang ini para usaha pengolah krupuk gadung tidak memiliki wibsite untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya
• Bahan baku di datangkan setiap musim	• Lokasi untuk memproduksi jauh dengan pusat pasar
• Pelayanan yang baik	
• Proses produksi yang efektif karena mempunyai peralatan yang memadai	
Peluang (Opportinity)	**Ancaman (*Threat*)**
• Menjadi pilihan utama penyuka makanan olahan krupuk gadung di Kecamatan kalidawir	• Semakin banyaknya pesaing bisnis
• Memperluas usaha dengan membuka cabang	• Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi
• Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	• Harga produk sama dari pesaing yang lebih murah
• Memiliki pelanggan- pelanggan tetap karena produk berkualitas	• Tidak ada bahan baku alternatif lain jika terjadi kenaikan bahan baku umbi gadung

c. Matrik IFAS (internal factor Analysis Summary)

Ada beberapa tahap penyusunan matriks internal factor analysis summary (IFAS) yaitu:

1. Tentukan faktor- faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
2. Beri bobot masing- masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah kunci itu adalah kekuatan dan kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Berikan ranting 1 sampai 4 bagi masing- masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (ranting = 1), kelemahan yang kecil (ranting = 2), kekuatan yang kecil (ranting = 3), dan kekuatan yang besar (ranting = 4). Jadi sebenarnya ranting mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
4. Kalikan masing- masing bobot dengan rantingnya untuk mendapatkan score.
5. Jumlahkan total skor masing- masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam faktor IFAS, total rata- rata terimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata- rata 2,5, jika rata- rata dibawah 2,5 menandakan secara

internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

TABEL 1.2

Matriks IFAS (Internal Analysis Summary)

No	Internal Faktor	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan (*Strenght*)				
1.	Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas konsumen	0,30	4	1,2
2.	Rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah hancur	0,8	4	0,32
3.	Lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota	0,02	3	0,06
4.	Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen	0,04	4	0,16
5.	Bahan baku di datangkan setiap musim	0,04	4	0,16
6.	Pelayanan yang baik	0,04	4	0,16
7.	Proses produksi yang efektif karena mempunyai peralatan yang memadai	0,20	4	0,8
Subtotal		0,72		2,86
kelemahan (*weakness*)				
8.	Ketergantungan bahan baku umbi gadung	0,15	2	0,3
9.	Hanya mengandalkan satu produk	0,04	2	0,08
10.	Pembuatan krupuk gadung yang memakan waktu	0,02	2	0,04
11.	Di era teknologi dan komunikasi yang sekarang ini para usaha pengolah krupuk gadung tidak memiliki wibsite untuk melakukan promosi maupun menggunakan media sosial lainnya	0,04	3	0,12

12.	Lokasi untuk memproduksi jauh dengan pusat pasar	0,03	1	0,03
Subtotal		0,28		0,57
Total		1		3,43

Dari hasil analisis pada tabel 1.2 IFAS faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,43. Karena total skor diatas 2,5 berarti ini mengidentifikasi posisi internal yang kuat.

d. Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary)

Ada lima tahap penyusunan matriks eksternal faktor Summary (EFAS) yaitu:

a. Tentukan faktor- faktor yang menjadi peluang dan ancaman
b. Beri bobot masing- masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor- faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
c. Menghitung ranting untuk masing- masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata- rata), 2 (respon diatas rata- rata), ranting ini berdasarkan pada efektifitas strategi perusahaan, dengan demikian nilai berdasarkan pada kondisi perusahaan.
d. Kalikan masing- masing bobot dengan rantingnya untuk mendapatkan score.

e. Jumlah semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor- faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman- ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi- strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang- peluang atau tidak menghindari ancaman- ancaman eksternal.

TABEL 1.3

Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

No	Eksternal Faktor	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)				
1.	Menjadi pilihan utama penyuka makanan olahan krupuk gadung di Kecamatan kalidawir	0,20	4	0,8
2.	Memperluas usaha dengan membuka cabang	0,15	3	0,45
3.	Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	0,15	4	0,6
4.	Memiliki pelanggan-pelanggan yang tetap karena produk yang berkualitas	0,02	4	0,08
Subtotal		**0,52**		**1,93**
5.	Semakin banyaknya pesaing bisnis	0,20	4	0,8
6.	Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi	0,15	1	0,15

7.	Harga produk sama dari pesaing yang lebih murah	0,03	3	0,09
8.	Tidak ada bahan baku alternatif lain jika terjadi kenaikan bahan baku umbi gadung	0,10	2	0,2
Subtotal		0,48		1,24
Total		1		3,17

Dari hasil analisis tabel 1.3 EFAS faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,17 mendekati 4,0 berarti ini mengidentifikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman- ancaman di pasar industri.

a. Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)

Kekuatan Internal

Kekuatan Eksternal	KUAT	RATA- RATA	LEMAH
	(3.0-40)	(2.0- 2.99)	(1.0- 1.99)
	4,0	3.0	2.0	1.0
4,0 TINGGI (3.0- 4.0) 3.0	**TH** Konsentrasi melalui intregasi Vertikal	**TH** Konsentrasi Melalui intergasi Horisontal	**TH** Turnaround
SEDANG (2,0- 2,99) 20	**LITY** Hati- hati	**TH** Konsentrasi melalui intregasi horisontal **STABILITY** Tidak ada perubahan profit strategi	**VI. RETRENCHMENT** Captive Company atau Divesment
RENDAH (1.0-1.99) 1.0	**WTH** Difersifikasi Kosentrik	**WTH** Difersifikasi Kolongmerat	**IX. RETRENCHENT** Bangkrut atau likuidasi

Gambar 1.1 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)

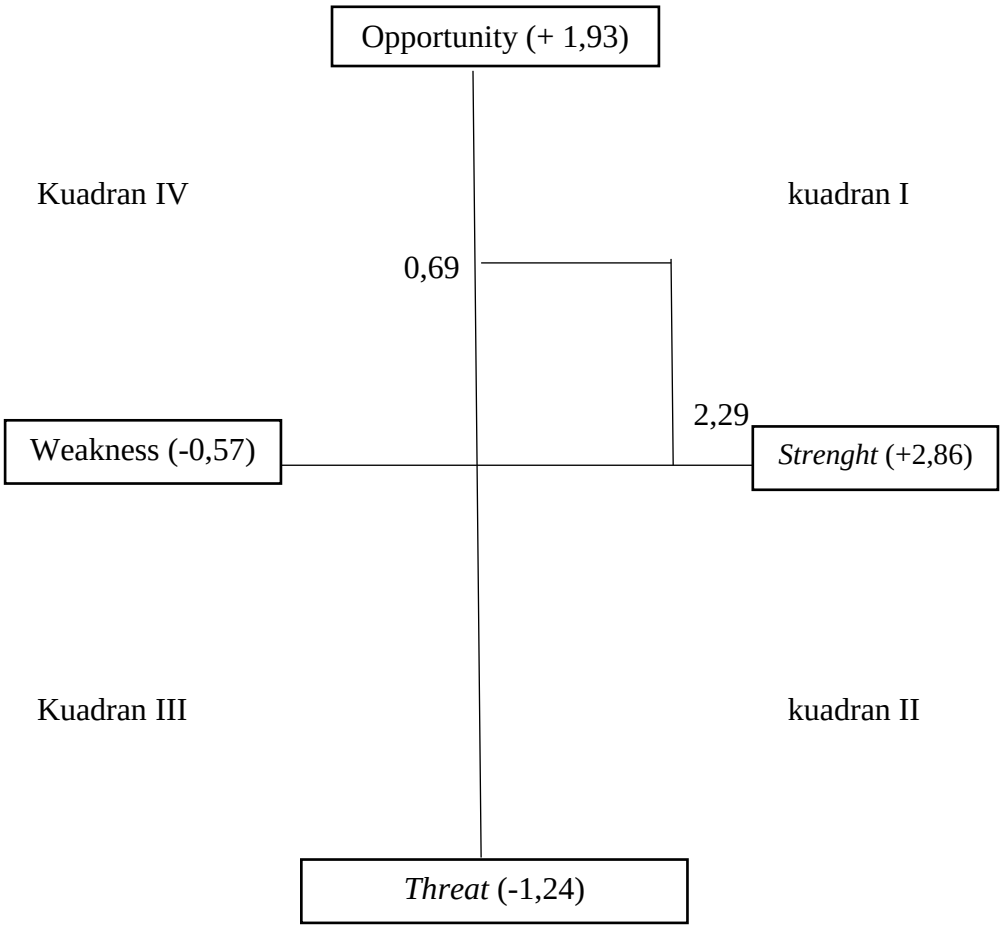
Berdasarkan dari tabel hasil matriks IFAS (tabel 1.2) dan tabel matriks EFAS (tabel 1.3). diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,43 dan nilai EFASnya adalah 3,17 dengan demikian Usaha Olahanan Krupuk Gadung di desa Joho berada pada nomor II yaitu suatu keadaan dimana organisasi mengalami suatu pertumbuhan. Dengan demikian

dapat diketahui strategi yang dapat digunakan adalah strategi pertumbuhan melalui integrasi horisontal strategi adalah suatu kegiatan untuk memperluas Usaha Olahan Krupuk Gadung di desa Joho dengan cara mempertahankan kualitas krupuk gadung dan meningkatkan produksi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Karena usaha Olahan Krupuk Gadung di Joho berada dalam daya tarik sedang, strategi yang diterapkan adalah konsolidasi. Tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan pelanggan. Usaha Olahan Krupuk Gadung di Joho yang berada di sel ini dapat memperluas strategi pengembangan usaha yang baik, dan melalui pengembangan internal dan eksternal.

b. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Selanjutnya nilai total skor masing- masing dapat dirinci, *strenght* **2,86**, *weakness* **0,57**, *opportunity* **1,93**, threat **1,24**, maka diketahui selisih total skor faktor *strenght* dan *weakness* adalah **(+) 2,29**, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah **(+) 0,6**



Gambar 1.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT Usaha Olahan Krupuk Gadung

Dari gambar kartesius diatas sangat jelas menunjukkan bahwa Usaha Olahan krupuk gadung di Joho Kalidawir berada pada kuadran *growf* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi pertumbuhan harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Kebijakan pertumbuhan yang agresif dapat disimpulkan sebagai suatu pemikiran

yang logis, konseptualisasi hal- hal prioritas (dalam jangka panjang maupun pendek) untuk dijadikan acuan untuk menentukan langkah ataupun tindakan yang akan dilakukan. Strategi pertumbuhan yang agresif dapat dimulai dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen serta memenuhi kebutuhan pelanggan.

c. Matriks SWOT

Matrik SWOT merupakan alat- alat yang dipakai untuk mengukur faktor- faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar.[26]

Gambar 1.3 Matriks SWOT

	STRENGH	WEAKNESS
IFAS	S1. mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas konsumen S2. Rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah hancur S3. Lokasi yang strategis dekat dengan pusat kota S4. Desain lokasi yang nyaman bagi konsumen bahan baku yang di datangkan setiap musim	W1. Ketergantungan bahan baku umbi gadung W2. Hanya mengandalkan satu produk W3. Pembuatan krupuk gadung yang memakan waktu W4. Di era teknologi dan komunikasi yang sekarang ini dalam usaha untuk melakukan promosi

[26] Hanifah Asmawati, Strategi Pengembangan Usaha dengan Meode Analisis SWOT pada Usaha Laundry Istiqomah di samarinda, Mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Mulawarman, Vol. 6 No.1, 2018, hal. 68

	S5. Pelayanan yang baik S6. Proses produksi yang efektif karena mempunyai peralatan yang memadai	maupun menggunakan media sosial lainnya W5. Lokasi untuk memproduksi jauh dengan pusat pasar
OPPORTUNITY	**STRATEGI SO**	**STRATEGI WO**
O1. Menjadi pilihan utama penyuka makanan krupuk gadung di kecamatan kalidawir O2. Memperluas usaha dengan membuka cabang O3. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran O4. Memiliki pelanggan-pelanggan tetap karena produk berkualitas	• Mempertahankan rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah hancur • Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	• Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial • Menambah mitra kerja
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
T1. Semakin banyaknya pesaing bisnis T2. Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi	• Mempertahankan rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah hancur • Menetapkan dan mempertahankan harga pasar yang	• Memberikan bahan baku yang benar- benar aman untuk dikonsumsi • Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen

T3. Harga produk sama dari pesaing yang lebih murah T4. Tidak ada bahan baku alternatif lain jika terjadi kenaikan bahan baku umbi gadung	bersaing • Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang enak	

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strenght- Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya. Strategi SO yang ditempuh Usaha Olahan Krupuk Gadung yaitu:

1) Mempertahankan rasa krupuk gadung yang enak, tidak mudah pecah
2) Meningkatkan produksi yang efektif untu memenuhi kebutuhan pelanggan

b. Strategi ST (*Strenght- Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh Usaha Olahan Krupuk Gadung di desa Joho kecamatan kalidawir yaitu:

1) Mempertahankan raasa Krupuk Gadung yang enak, tidak mudah pecah
2) Menetapkan dan mempertahankan harga pasar yang bersaing
3) Mempertahankan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang enak

c. Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal *(Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimilik oleh perusahaan strategi WO yang diterapkan oleh Usaha Olahan Krupuk gadung di desa joho kecamatan kalidawir yaitu:

1) Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial
2) Menambah mitra kerja

d. Strategi WT (*Weakness- Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya

ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Usaha Olahan Krupuk gadung di desa joho kecamatan kalidawir yaitu:

1) Memberikan bahan baku yang benar- benar aman untuk dikonsumsi
2) Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen