

21747

by Reguler H2 Manajemen

Submission date: 06-Mar-2024 11:29AM (UTC+0700)

Submission ID: 2312997713

File name: Jurnal-Farhan-21747-SEA-INSTIPER._1.docx (85.63K)

Word count: 3218

Character count: 20377

AGROFORETECH

Volume 01, Nomor 01, Tahun 2024

ANALISIS PELUANG USAHA KERIPIK NANAS DI DESA KUALU NANAS, KECAMATAN TAMBANG, KABUPATEN KAMPAR, PROVINSI RIAU

Farhan Mughni Lutfi Dr.Ir. Agatha Ayiek Sih Sayekti, MP. Istiti Purwandari, SP. MP.

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta
Email: farhansmart91@gmail.com

ABSTRAK

Nanas merupakan produk yang mudah rusak (perishable) dan memiliki kendala dalam proses pemasaran secara langsung. Pengolahan nanas menjadi produk lanjutan merupakan solusi yang tepat dalam menghadapi permasalahan yang ada. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui karakteristik pengusaha dan profil usaha serta peluang usaha keripik nanas dengan analisis SWOT di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. penelitian menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data dari temuan hasil observasi, survei, wawancara berupa data tertulis atau lisan dari responden yang diamati. Penelitian dilaksanakan di Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau pada bulan Oktober-November 2023. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh yakni pengambilan sampel dilakukan kepada seluruh sampel yang ada. Hasil penelitian yakni karakteristik pemilik UMKM keripik nanas Desa Kualu nana berumur 40-50 tahun, berpendidikan terakhir SMA, UMKM keripik nanas sebagai pekerjaan utama dengan lama usaha rata-rata 10 tahun dan jumlah tanggungan keluarga berkisar 3-5 orang dan hasil analisis SWOT, (1) Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) meningkatkan jumlah produksi dengan cara meningkatkan hubungan kemitraan dari segi bahan baku dan pasar, (2) Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) meningkatkan jumlah produksi dengan cara menambah mesin produksi dan membuat kelompok tani (3) Strategi S-T (*Strength-Threat*) membuat diferensiasi produk (kualitas rasa dan tampilan kemasan) dan menjalin mitra bahan baku dengan baik (4) Strategi W-T (*Weakness-Threat*) membangun dan mendirikan kelompok tani dan koperasi.

Kata Kunci : Keripik Nanas, Karakteristik, Peluang Usaha, SWOT, R/C

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang dijuluki sebagai negara agraris, yakni Sebagian besar penduduknya bekerja dibidang pertanian. Nanas (*Ananas comosus* (L) Merr) merupakan buah tropis yang berasal dari Amerika Selatan. Nenas termasuk

kedalam salah satu komoditas hortikultura yang kaya manfaat dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Daerah yang merupakan sentra produksi nanas serta memiliki potensi produksi nanas terbaik di Provinsi Riau adalah Kabupaten Kampar. Sentra terbesar penghasil buah nanas terdapat di Kecamatan Tambang khususnya di Desa Rimbo Panjang dan Desa Kualu. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kampar (2019) jumlah produksi buah nanas di Kecamatan Tambang mencapai 465.750 kuintal per tahun.

Petani menjual hasil panen nanas dalam bentuk segar kepada para tengkulak dan wirausaha produk nanas. Produk yang dapat ditampung oleh tengkulak dan wirausaha produk nanas sangatlah terbatas dan dilakukan pada interval waktu tertentu. Kendala yang kerap terjadi pada pertanian nanas adalah pemasaran buah nanas segar yang sulit. Hal tersebut terjadi karena terbatasnya pasar untuk menerima permintaan buah nanas segar. Buah nanas segar termasuk kedalam buah yang mudah rusak (*perishable*), sehingga dibutuhkan proses pemasaran secara langsung dan tidak disimpan terlebih dahulu.

Salah satu cara untuk mengatasi kerugian saat panen raya adalah dengan mengolah produk mentah menjadi produk olahan lanjutan baik produk setengah jadi ataupun produk jadi (Sapoan dan Suryadarma 2020). Petani dan masyarakat lokal membuat sebuah usaha kecil dan menengah dengan menggunakan nanas sebagai bahan baku utamanya. Pengolahan nanas menjadi produk lanjutan dapat mengatasi permasalahan saat panen raya serta meningkatkan nilai ekonomi dari nanas yang berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan petani dan masyarakat. Adapun produk olahan nanas yang diusahakan petani dan masyarakat merupakan dari segi makanan yakni keripik nanas.

Semakin besarnya pasar keripik nanas maka meningkat pula besarnya permintaan keripik nanas serta terjadinya peningkatan ekonomi pemilik UMKM keripik nanas. Pasang surut usaha terjadi pada saat pandemi Covid-19 yang membuat UMKM kehilangan Sebagian pasarnya yang diakibatkan oleh adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Sebagian pasar atau konsumen UMKM keripik nanas berasal dari wisatawan yang berlalu Lalang di Jalan Lintas Pekanbaru-Bangkinang. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian usaha keripik nanas gulung tikar yang diakibatkan tidak adanya proses pemasaran serta produk yang tidak laku.

Ketersediaan bahan baku yang cukup serta pasar yang cukup luas merupakan sebuah peluang usaha dalam membentuk usaha produk berbasis nanas. Peluang usaha keripik nanas merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Peluang usaha keripik nanas baik petani dan UMKM memiliki prospek menguntungkan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini bermaksud ingin mengetahui lebih lanjut dan lebih jelas untuk (1) mengetahui karakteristik pengusaha dan profil usaha produk berbasis nanas di Kabupaten

Kampar, Provinsi Riau dan (2) mengetahui peluang usaha produk berbasis nanas di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau dengan menggunakan analisis SWOT.

18

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian non-matematis yang menghasilkan data dari temuan berupa observasi, survei, wawancara, atau penelitian kepustakaan berupa data tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Penelitian dilaksanakan di Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau pada bulan Oktober-November 2023. Metode penentuan lokasi penelitian dipilih menggunakan metode penentuan *purposive sampling* yakni penentuan lokasi berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan tujuan penelitian atau lokasi penelitian bersifat khusus. Kabupaten Kampar terdiri dari 21 kecamatan yang merupakan sentra nanas segar dan usaha nanas yaitu: Kecamatan Tambang tepatnya Desa Kualu Nanas.

13

Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh yakni pengambilan sampel dilakukan kepada seluruh sampel yang ada. Sampling dilakukan dengan mengambil data dari pemilik usaha UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Sampel penelitian berjumlah 5 responden dari wirausahawan nanas di Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Riau. Penentuan 5 responden dilakukan berdasarkan jumlah keseluruhan sampel yang ada untuk mengetahui karakteristik dan peluang usaha produk berbasis nanas di Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, kabupaten Kampar, Riau. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari penelitian di lapangan UMKM Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, kabupaten Kampar, Riau dan data sekunder berupa kondisi fisik wilayah studi yang mencakup data geografis, kependudukan dan jumlah pengusaha nanas serta usaha nanas.

Analisis SWOT adalah evaluasi kekuatan yang komprehensif, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan (Fahri, 2023). Analisis SWOT digunakan untuk mengembangkan strategi internal dengan menganalisis bidang-bidang yang terdiri dari mengidentifikasi aspek kekuatan (*strengths*), aspek kelemahan (*weakness*), aspek peluang (*opportunities*), dan aspek ancaman (*threats*). Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan untuk mendapatkan peluang dalam satu waktu, mampu meminimalkan kelemahan dan menghadapi ancaman dengan menyiapkan beberapa alternatif sasaran strategis dan menyelaraskannya dengan misi, sasaran, serta mencari kesamaan antara unsur strategis lingkungan internal dan unsur strategis lingkungan eksternal (Kurniati, 2017).

Analisis ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi faktor internal maupun faktor eksternal yang antara lain :

- 1) Kekuatan atau keunggulan (*Strength*) adalah faktor internal sebagai pendorong untuk mencapai tujuan pengembangan usaha.
- 2) Kelemahan (*Weakness*) adalah mengidentifikasi faktor internal yang akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pengembangan usaha.
- 3) Memanfaatkan peluang atau kesempatan (*Oppurtunity*) adalah faktor eksternal yang mendukung untuk mencapai tujuan pengembangan usaha.
- 4) Ancaman (*Threats*) adalah mengidentifikasi faktor eksternal yang akan menjadi ancaman terhadap pencapaian tujuan pengembangan usaha.

Menurut Pebriantari dalam Suhesti (2022) Revenue Cost Ratio atau R/C Ratio adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui keuntungan yang relatif pada usahatani. R/C Ratio dapat dicari dengan menggunakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Analisis ini digunakan untuk melihat keuntungan dan kelayakan suatu usaha. Apabila R/C lebih besar dari 1, maka usaha tersebut layak untuk dijalankan. R/C lebih kecil dari 1, maka usaha tersebut tidak layak untuk dijalankan. R/C sama dengan 1, maka usaha tersebut dikatakan impas. Secara sistematis R/C rasio dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Revenue Cost} = \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Kampar adalah pusat UMKM Nenas di Provinsi Riau. Kabupaten Kampar di Kecamatan Tambang yakni Desa Kualu Nenas. Kabupaten Kampar dikenal sebagai pusat produksi nenas, atau sentra nenas di provinsi Riau. Potensi pengembangan perkebunan nenas di Kecamatan Tambang berhasil mencapai 1.550 ha atau sekitar 4,3 juta pohon, dengan jumlah produksi total menghasilkan 2.150 ton setiap tahun. Sekitar 1.050 ha dari total tersebut berada di Desa Kualu Nenas yang memiliki total produksi tahunan 1.456 ton atau 121 ton setiap bulan secara rata-rata.

Pada masa panen raya tentu nenas tidak dapat dipasarkan secara menyeluruh dikarenakan pasar tidak ada yang bisa menerima nenas segar dalam jumlah besar sehingga menyebabkan terjadinya kerugian. Penyebab terjadinya kerugian saat panen raya adalah umur simpan produk yang pendek serta tidak adanya pasar yang menampung. Salah satu cara untuk mengatasi kerugian saat panen raya adalah dengan mengolah produk mentah menjadi produk olahan lanjutan baik produk setengah jadi ataupun produk jadi (Sapoan & Suryadarma, 2020).

Terdapat beberapa UMKM berbasis nenas, dan yang paling terkenal dan masih berdiri adalah UMKM keripik nenas. Berdirinya usaha keripik nenas bermula dari

penyuluh Dinas Pertanian Kabupaten Kampar yang membuat program pelatihan pengolahan keripik nanas. Melimpahnya produksi nanas Desa Kualu Nanas dan adanya keterampilan dari mengikuti program pelatihan pengolahan keripik nanas serta adanya keyakinan bahwa usaha keripik nanas akan berkembang, masyarakat mencoba untuk beralih dari petani nanas menjadi wirausaha keripik nanas. Terdapat beberapa usaha kecil olahan keripik nanas berbentuk usaha rumahan (*home industry*) di Desa Kualu Nanas, yakni sebagai berikut :

Tabel 1 Data UMKM Keripik Nanas Aktif

Nama UMKM	Lokasi	Pemilik
KHS Nanas	Dusun II Sei Putih	Arisna
Madani	Dusun I Pasar Buah	H. Yahya
Soempurna	Dusun III Lengkok	Sampurna
Usaha Baru Ibu	Dusun III Lengkok	Hj. Tini
Sakinah	Dusun I Pasar Buah	Mardanis

Sumber : Analisis data primer (2023)

Berdasarkan tabel diatas terdapat 5 UMKM yang masih aktif dan bertahan di Desa Kualu Nanas. UMKM tersebut masih bertahan karena memiliki keterampilan dalam mengolah usahanya baik dalam hal modal, manajemen bahan baku, pengolahan dan pemasaran produk. Setiap UMKM memiliki ciri khas dan karakteristik yang membedakannya dengan UMKM lainnya.

Karakteristik pengusaha dan profil usaha merupakan ciri dari kemampuan pengusaha dalam mengelola usahanya berdasarkan dengan rencana yang efektif dan efisien sesuai dengan rincian teknis usahanya (Cahyo, 2021). Analisis karakteristik pengusaha dan profil usahatani bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami kondisi sosial ekonomi pengusaha nanas. Karakteristik pengusaha merupakan ciri-ciri atau sifat khas yang meliputi jenis pekerjaan, umur, pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Berikut karakteristik pemilik UMKM Keripik Nanas Desa Kualu Nanas.

Tabel 2 Karakteristik Pemilik UMKM Keripik Nanas Desa Kualu Nanas

Karakteristik	KHS Nanas	Madani	Soempurna	Usaha Baru Ibu	Sakinah
Umur (tahun)	45	62	40	70	50
Pendidikan	SMA	SMP	SMA	Tidak sekolah	SMA
Status Pekerjaan	Utama	Utama	Utama	Utama	Utama
Pengalaman Usaha (tahun)	10	21	8	10	10
Jumlah Tanggungan Keluarga	4	1	5	2	3

Sumber : analisis data primer (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa rata-rata umur pengusaha keripik nanas Desa Kualu Nanas adalah 40-50 tahun. Pendidikan rata-rata pengusaha keripik nanas Desa Kualu Nanas adalah SMA. Status pekerjaan pengusaha keripik nanas Desa Kualu Nanas keseluruhan adalah sama yakni usaha keripik nanas merupakan pekerjaan utama. Pengalaman usaha rata-rata pengusaha keripik nanas Desa Kualu nanas adalah 10 tahun. Jumlah tanggungan keluarga pengusaha keripik nanas Desa Kualu Nanas adalah 1-3 orang.

Profil usaha merupakan karakteristik yang mencerminkan ciri khas suatu usaha yang meliputi status kepemilikan usaha, modal usaha, tenaga kerja, pengadaan dan jumlah kebutuhan bahan baku, proses dan jumlah hasil produksi, pemasaran dan jumlah penjualan keripik nanas. Berikut profil usaha keripik nanas Desa Kualu Nanas.

Tabel 3 Profil Usaha UMKM Keripik Nanas Desa Kualu Nanas

Profil Usaha	KHS Nanas	Madani	Soempurna	Usaha Baru Ibu	Sakinah
Status usaha	Pribadi	Kelompok	Pribadi	Pribadi	Pribadi
Modal usaha (rp. 000)	30.000	50.000	100.000	100.000	50.000
Jumlah Tenaga Kerja (orang)	4	2	1	1	4
Pengadaan bahan baku	Mitra	Mitra	Mitra	Mitra	Mitra
Kebutuhan bahan baku (kg/hari)	200	100	25	150	50
Proses produkai	Peralatan produksi				
Jumlah hasil produksi (kg/hari)	20	10	2,5	15	5
Metode pemasaran	Mandiri dan mitra	Mitra	Mandiri dan mitra	Mandiri dan mitra	Mitra
Volume penjualan (kg/hari)	20	10	2,5	15	5
Harga Eceran (Rp/250 gram)	50.000	-	50.000	50.000	-
Harga grosir (rp/kg)	160.000	120.000	150.000	150.000	150.000

Sumber : analisis data primer (2023)

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui bahwa status usaha UMKM keripik nanas Desa Kualu nanas sebagian besar berpemilikan pribadi. Modal usaha yang dikeluarkan oleh UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas berkisar Rp. 50.000.000 – Rp. 100.000.000. Jumlah tenaga kerja UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas berkisar antara 1-2 tenaga kerja. Pengadaan bahan baku nanas UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas adalah dengan melakukan mitra bersama petani nanas. Kebutuhan bahan baku nanas UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas berkisar antara 50 – 150 kg/hari. Proses produksi UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas telah menggunakan alat produksi seperti *vaccum frying*, *spinner* dan *sealer*. Jumlah

produksi UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas berkisar antara 5-10 kg/hari. Metode pemasaran yang diterapkan di UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas adalah metode pemasaran mandiri (memasarkan dengan menawarkan langsung ke konsumen) dan mitra (dengan toko oleh-oleh). Volume penjualan UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas berkisar antara 5-10 kg/hari. Harga eceran keripik nanas UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas adalah Rp. 50.000/250gr. Harga grosir keripik nanas UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas rata-rata Rp. 150.000/kg.

⁷ *Revenue Cost Ratio* atau R/C Ratio adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui keuntungan yang relatif pada usahatani. R/C Ratio dapat dicari dengan menggunakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Berikut analisis R/C UMKM keripik nanas Desa Kualu Nanas.

Tabel 4 Analisis R/C UMKM Keripik Nanas Desa Kualu Nanas

Analisis R/C	KHS Nanas	Madani	Soempurna	Usaha Baru Ibu	Sakinah
Penerimaan Usaha per Hari	3.200.000	1.200.000	375.000	2.250.000	750.000
Total Biaya per Hari	1.743.342	860.055	368.219	1.519.479	593.370
Keuntungan per Hari	1.456.658	339.945	6.781	730.521	156.630
Analisis R/C	1,83	1,39	1,12	1,48	1,26

Sumber : Analisis data primer (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui total biaya per hari terbanyak adalah KHS Nanas sebesar Rp. 1.743.000. Penerimaan usaha per hari terbanyak adalah KHS Nanas sebesar Rp. 3.200.000. Keuntungan per hari terbanyak adalah KHS Nanas sebesar Rp. 1.457.000. Analisis R.C tertinggi adalah KHS Nanas dengan nilai 1,83.

Desa Kualu Nanas memiliki potensi peluang usaha keripik nanas yang masih tinggi. Peluang usaha keripik nanas yang tinggi dapat dilihat dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal keripik nanas. Perumusan strategi dengan menganalisis faktor internal dan eksternal untuk mengidentifikasi faktor- faktor strategis yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan peluang usaha keripik nanas. Berikut matriks SWOT UMKM Keripik Nanas Desa Kualu Nanas.

Tabel 5 Matriks SWOT

Internal	Kekuatan (S) 1. Usaha menguntungkan 2. Pengolahan menggunakan mesin produksi 3. Harga jual stabil 4. Kemitraan dari segi bahan baku dan pasar tinggi	Kelemahan (W) 1. Jumlah kapasitas produksi sedikit. 2. Modal terbatas
Eksternal		
Peluang (O) 1. Ketersediaan bahan baku tinggi. 2. Permintaan keripik nanas tinggi. 3. Permodalan mudah di akses	Strategi S – O 1. Meningkatkan jumlah produksi dengan cara meningkatkan hubungan kemitraan dari segi bahan baku dan pasar.	Strategi W – O 1. Meningkatkan jumlah produksi dengan cara menambah mesin produksi. 2. Mengajukan tambahan modal dari pengajuan dana KUR.
Ancaman (T) 1. Produk sejenis 2. Harga bahan baku berfluktuasi	Strategi S – T 1. Membuat diferensiasi produk (kualitas rasa dan tampilan kemasan). 2. Menjalin mitra bahan baku dengan baik.	Strategi W – T 1. Membangun dan mendirikan kelompok tani dan koperasi.

11

Sumber : analisis data primer (2023)

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan peluang usaha keripik nanas di Desa Kualu Nanas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang nampak pada matriks SWOT yang dipertimbangkan. Diantaranya sebagai berikut :

1. Strategi S – O

Strategi S – O (Strength-Opportunity) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif S – O yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut.

- a. Meningkatkan jumlah produksi dengan cara meningkatkan hubungan kemitraan dari segi bahan baku dan pasar..

Penambahan jumlah produksi tentunya mampu mengatasi permintaan keripik nanas yang tinggi. Bahan baku yang tersedia tinggi yang berasal dari petani sekitar usaha tentu bisa dijadikan sebuah mitra dengan perjanjian yang saling menguntungkan. Ketersediaan pasar keripik nanas ke luar daerah menjadi sebuah peluang. Menambah jumlah produk yang dijual menjadi strategi untuk mengatasi tingginya permintaan keripik nanas.

1

2. Strategi W – O

Strategi W – O (Weakness-Opportunity) atau strategi kelemahan peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W – O yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Meningkatkan jumlah produksi dengan cara menambah mesin produksi.
Produksi keripik nanas sudah menggunakan mesin seperti *vaccum frying*, *spinner* dan *sealer*. Untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi, perlu dilakukan penambahan alat produksi terutama penambahan *vaccum frying*, karena pada saat ini, UMKM hanya memiliki 1 unit dari masing-masing jenis alat produksi.
- b. Mengajukan tambahan modal dari pengajuan dana KUR.
Dana KUR (Kredit Usaha Rakyat) merupakan kredit yang diberikan oleh bank kepada usaha kecil/UMKM tanpa adanya agunan. Dana KUR dapat diperoleh dari Bank BUMN yang berada di sekitar usaha.

1

3. Strategi S – T

Strategi S – T (Strength – Threat) atau strategi kekuatan ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S – T yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Membuat diferensiasi produk (kualitas rasa dan tampilan kemasan).
Banyaknya jumlah UMKM keripik nanas menyebabkan terjadinya persaingan. Membuat diferensiasi produk dengan cara meningkatkan rasa keripik nanas, memberi varian rasa dan membuat kemasan yang menarik dapat menjadi solusi dalam mengatasi persaingan usaha.
- b. Menjalin mitra bahan baku dengan baik.
Adanya persaingan dari usaha sejenis dan harga berfluktuasi dapat menjadi ancaman terhadap usaha keripik nanas. Menjalin kerja sama yang baik dengan mitra bahan baku dinilai menguntungkan dan memudahkan UMKM keripik nanas untuk mendapat distributor buah nanas yang terpercaya. Dengan menjalin kerjasama yang baik UMKM keripik nanas tidak lagi susah untuk mendapatkan distributor buah apabila harga bahan baku nanas berfluktuasi..

8

4. Strategi W – T

Strategi W – T (Weakness – Threat) atau strategi kelemahan ancaman adalah strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Menjaga hubungan baik dengan mitra bahan baku dan usaha sejenis lainnya.
Adanya persaingan usaha keripik nanas satu dengan yang lainnya bukan berarti hubungan baik tidak bisa terjalin. Persaingan terjadi pada saat untuk mendapatkan konsumen, diluar dari itu UMKM keripik nanas harus tetap menjaga hubungan baiknya walau hanya dengan bertukar pikiran tentang usaha keripik nanas ataupun dengan pembahasan lainnya. Mempertahankan mitra bahan baku dengan cara memberi harga dan penawaran yang sesuai untuk tidak saling merugikan.

KESIMPULAN

1. Karakteristik pemilik UMKM keripik nanas Desa Kualu nanas berumur 40-50 tahun, berpendidikan terakhir SMA, UMKM keripik nanas sebagai pekerjaan utama dengan lama usaha rata-rata 10 tahun dan jumlah tanggungan keluarga berkisar 3-5 orang.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Desa Kualu Nanas memiliki potensi peluang usaha keripik nanas yang dapat dikembangkan dan tentunya juga memiliki kelemahan dan ancaman. Terdapat strategi untuk mengatasi hambatan usaha keripik nanas seperti, (1) Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) meningkatkan jumlah produksi dengan cara meningkatkan hubungan kemitraan dari segi bahan baku dan pasar, (2) Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) meningkatkan jumlah produksi dengan cara menambah mesin produksi dan membuat kelompok tani (3) Strategi S-T (*Strength-Threat*) membuat diferensiasi produk (kualitas rasa dan tampilan kemasan) dan menjalin mitra bahan baku dengan baik (4) Strategi W-T (*Weakness-Threat*) membangun dan mendirikan kelompok tani dan koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Mila Kurniati. (2017). *Analisis Peluang Usaha Komoditas Hortikultura Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*. Universitas Islam Alauddin Makassar. Skripsi, 1–10.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar. 2019. *Kabupaten Kampar Dalam Angka 2019*. Diakses pada bulan September 2023. <https://kamparkab.bps.go.id/publication/2019/08/16/82ab9fcf5c8a30cea38566b8/kabupaten-kampar-dalam-angka-2019.html>.
- Cahyo, A. D. (2021). *Analisis Pemasaran Nanas di Desa Pagaruyung Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Universitas Islam Riau, Pekanbaru. Skripsi. 1-80.
- Fahri, A. (2023). *Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Keripik Nenas Serta Prospek Pengembangan Industri Rumahan Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru. 1-40.
- Sapuan, M., & Suryadarma, P. (2020). *Pengolahan Produk Turunan Cabai untuk Mengatasi Panen Raya Cabai di Desa Ringinanyar, Ponggok, Blitar, Jawa Timur*.

Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat Maret, 2020(2), 169–174. Institut Pertanian Bogor.
Suhesti, E. (2022). *Peluang Usaha Agribisnis Penangkaran Bibit Tebu. Prosiding Nasional, 281–287. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Skripsi.*

21747

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.neliti.com Internet Source	3%
2	imrond.wordpress.com Internet Source	2%
3	id.123dok.com Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Negeri Medan Student Paper	1%
5	www.scribd.com Internet Source	1%
6	unars.ac.id Internet Source	1%
7	ejournal.unwaha.ac.id Internet Source	1%
8	proceeding.uim.ac.id Internet Source	1%
9	moam.info Internet Source	1%

10	repository.umy.ac.id Internet Source	1 %
11	eprints.uns.ac.id Internet Source	1 %
12	adoc.pub Internet Source	1 %
13	core.ac.uk Internet Source	1 %
14	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
15	jurnalmahasiswa.uma.ac.id Internet Source	1 %
16	Istar Abadi. "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Sapi Perah Di Kabupaten Kediri", Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis, 2019 Publication	1 %
17	Nurjaya & Laily Qodriyah. "KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN BIBIT TANAMAN KRISAN (Chrysanthemum sp) PRODUK BALITHI", AGROSCIENCE (AGSCI), 2018 Publication	1 %
18	jurnal.uindatokarama.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On