



Analisis Pengembangan dan Keuntungan Usaha Dodol di Pasar Bengkel Kecamatan Perbaungan

Analysis of the Development and Profits of Dodol Business in Pasar Bengkel, Perbaungan District

Tri Novianta Yohana Sihombing, Gustami Harahap, Khairul Saleh, & Fastabiqul Khairad

Agribisnis, Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan usaha dodol dan berapa keuntungan produsen dodol di Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari 2019. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan cara *simple random sampling*, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 30 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha dodol yang tinggal di Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai. Berdasarkan dari hasil penelitian untuk mengetahui strategi progresif pada usaha dodol yaitu dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan dodol, mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru, hubungan pemilik usaha dengan pekerja pembuatan dodol berjalan dengan baik, para pekerja pembuatan dodol giat bekerja, dan cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual.

Kata Kunci: usaha dodol; pengembangan; keuntungan

Abstract

This study aims to determine the development of dodol business and how much profit dodol producers in Village Bengkel, Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency. This research was conducted from January 2019. This study used the sampling method by simple random sampling, in this study the sample used was 30 respondents. The sample in this study were dodol entrepreneurs living in Village Bengkel, Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency. Based on the results of research to find out progressive strategies in the dodol business, to maintaining good quality products to increase dodol demand, maintaining affordable product prices for consumers to get regular customers and adding new customers, the relationship between business owners and dodol-making workers is runs well, the dodol-making workers are active, and the method of making it is quite easy and used manually.

Keywords: dodol business; development; profits

How to Cite: Tri, N.Y.S. Gustami, H. Khairul, S. & Khairad, F. (2021). Analisis Pengembangan dan Keuntungan Usaha Dodol di Pasar Bengkel Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 3 (1): 12-23



PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Soekartawi, 2005), karena merupakan sektor yang memberikan lapangan kerja yang luas bagi rakyat, sehingga sektor pertanian ini dapat disebut sebagai penunjang ekonomi kerakyatan. Sektor pertanian merupakan penggerak pembangunan (engine of growth) baik dari segi penyedia bahan baku, kesempatan kerja, bahan pangan serta sebagai daya beli bagi produk yang dihasilkan oleh sektor lain (Khairad dkk, 2020). Hal ini dibuktikan pada sejarah dunia industri di Indonesia yang pernah mengalami krisis ekonomi. Strategi pengembangan industri yang hanya mengandalkan industri manufaktur saja ternyata sangat rapuh. Sebaliknya sektor pertanian menunjukkan daya tahannya dalam menghadapi gelombang krisis (Sinaga & Sri, 2008).

Menurut Soekartawi (2009) menjelaskan bahwa paling tidak, ada empat strategi sektor pertanian mampu berkontribusi menghadapi krisis finansial global yang lalu yaitu: (a) Mampu berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, seperti meningkatkan produksi pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan dan kehutanan, di samping menggerakkan pasar domestik, dan tetap melakukan ekspor. (b) Mampu berkontribusi mengurangi pengangguran di pedesaan, yaitu dengan tetap menggerakkan sektor pertanian dan sektor riil seperti agroindustri. (c) Mampu berkontribusi mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan pendapatan, (d) Mampu berkontribusi menciptakan kegiatan produktif agar menarik investor di bidang pertanian atau industri berbasis pertanian (agro-industri). (Putri Dkk, 2019; Saragih Dkk, 2019)

Dodol adalah pangan manis dari Indonesia. Proses pembuatan dodol bermutu tinggi memerlukan waktu yang lama dan membutuhkan keahlian khusus. Bahan baku utama dalam membuat dodol adalah santan kelapa, tepung ketan, gula pasir, gula merah dan garam. Keunggulan dodol merupakan makanan tradisional yang cukup populer di beberapa daerah Indonesia dan memiliki rasa yang khas dan enak. Perkembangan industri dodol dimasa yang akan datang akan meningkatkan pertumbuhan penjualan untuk memperbesar keuntungan. Keuntungan di hitung dari besarnya penerimaan dikurangi dengan harga pokok produksi, beban, dan pajak penghasilan sehingga memperoleh keuntungan.

Pasar bengkel memiliki potensi usaha dodol yang cukup bagus. Dodol telah menjadi ciri khas daerah ini sehingga permintaannya akan tetap ada. Penjualan dodol yang setiap tahunnya meningkat membuat makanan ini memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan karena bahan baku untuk pembuatannya tersedia secara lokal. Pasar bengkel tidak hanya menjual dodol saja, tetapi para pengusaha juga menghiasi tokonya dengan jajanan yang beraneka ragam dan minuman botol yang membuat suasana toko menarik untuk dilihat.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2017 dari 17 kecamatan yang berada di kabupaten Serdang Bedagai terdapat satu kecamatan yang memiliki usaha industri dodol secara lengkap dapat dilihat dari tabel 1.

Tabel 1. Jenis - Jenis Produk Industri di Kabupaten Serdang Bedagai

Produk	Jumlah Unit Usaha	Alamat
Dodol	86	Kecamatan Perbaungan
Opak/ Kerupuk Ubi	40	Kecamatan Pegajahan
Keripik/ Kerupuk	17	Kecamatan Sei Rampah
Keripik/Kerupuk/Tepung	12	Kecamatan Perbaungan
Keripik/ Kerupuk	8	Kecamatan sipispis
Tempe	12	Kecamatan Sei Rampah
Tempe	5	Kecamatan Dolok Masihul
Tahu	14	Kecamatan Dolok Masihul
Tahu/ Tempe	5	Kecamatan sipispis

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai

Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa salah satu jenis produk industri di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu produk dodol sebanyak 86 pengusaha di Kecamatan Perbaungan.

Tabel 2. Pengusaha Industri Dodol di Kecamatan Perbaungan pada Tahun 2017

Desa	Jumlah Produsen
Bengkel	76
Sei Sijenggi	5
Sei Buluh	2
Kota Galuh	2
Fortuna	1
Jumlah	86

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai

Berdasarkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa salah satu desa yang mengusaha industri dodol yang terbanyak yaitu terdapat di desa Bengkel sebanyak 76 produsen dodol.

Tabel 3. Data Runtun Waktu Penjualan Dodol di Kecamatan Perbaungan Pada Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Produsen
2013	93
2014	90
2015	90
2016	86
2017	86

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai

Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah produsen menurun, seperti pada tahun 2013 sebanyak 93 produsen dan pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 86 produsen dodol. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa pengusaha yang ada di pasar bengkel, hasil penjualan dodol mencapai 20 kg hingga 30 kg perharinya. Harga dodol Rp 25.000/bungkus dengan ukuran 500 gram. Sedangkan penjualan dodol menjelang hari besar seperti lebaran dan tahun baru bisa dua sampai tiga kali lipat mencapai 40 kg hingga 60 kg dodol perharinya. Permintaan dodol yang semakin meningkat membuat usaha tersebut bertahan hingga saat ini, tetapi usaha tersebut belum dapat dikatakan berkembang karena sumber daya manusia mereka hanya memfokuskan untuk berjualan

dan hasilnya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. (Ajiputra Dkk, 2019; Harahap Dkk, 2019)

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengembangan usaha dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai dan Untuk mengetahui berapa keuntungan produsen dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara *proposive* (sengaja) di desa Bengkel Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan lokasi industri yang banyak mengusaha dodol berdasarkan data jenis-jenis produk industri di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai tahun 2017.

Populasi penelitian ini adalah pengusaha dodol yang tinggal di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *simple random sampling*, hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap sejenis, atau disebut homogen.

Metode pengambilan data dilakukan dengan metode *survey*. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner kepada pengusaha dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi.

Metode analisis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran (deskripsi) tentang suatu fenomena sosial kemudian dicari hubungannya. Fenomena yang terjadi digambarkan secara sistematis, dianalisis, kemudian dijelaskan sesuai dengan permasalahan yang ada (Sumhudi, 1991).

Analisis Usaha dalam Seminggu Satu Kali Produksi

Analisis Biaya

Untuk mengetahui besarnya biaya total yang dapat diperhitungkan dari seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Secara matematis hubungan ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana:

TC = Biaya total agroindustri dodol (Rupiah)

TFC = Total biaya tetap agroindustri dodol (Rupiah)

TVC = Total biaya variabel agroindustri dodol (Rupiah)

Untuk mengetahui biaya penyusutan alat produksi dihitung dengan menghitung selisih antara harga awal pembelian alat produksi dikurangi dengan hasil akhir alat produksi tersebut kemudian dibagi dengan umur ekonomis dari alat produksi. Secara sistematis hubungan ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Depresiasi} = \frac{HP - NS}{n}$$

Dimana:

HP = Harga perolehan (Rupiah)

NS = Nilai sisa (Rupiah)

N = Taksiran umur kegunaan (Minggu)

Analisis Penerimaan

Penerimaan adalah hasil perkalian antara jumlah produksi yang dihasilkan (terjual) dengan harga dari produk tersebut. Secara rumus matematis, hubungan ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$TR = Q \times P$$

Dimana:

TR = Penerimaan total agroindustri dodol (Rupiah)

Q = Jumlah produk agroindustri dodol (Kg)

P = Harga produk agroindustri dodol (Rupiah)

Analisis Keuntungan Usaha

Keuntungan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya-biaya yang dikeluarkan. Hubungan tersebut dapat ditulis

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π = Keuntungan agroindustri dodol (Rupiah)

TR = Penerimaan total agroindustri dodol (Rupiah)

TC = Biaya total agroindustri dodol (Rupiah)

Analisis SWOT usaha dodol

Dalam Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), untuk menghasilkan analisis yang tepat. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha dodol di Desa Bengkel adalah dengan Matrik Internal-Eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor-faktor secara sistemis untuk merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan usaha dodol. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara

bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Analisis SWOT (Rangkuti 2009), analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

Tabel 4. Matriks IFE hasil kuisioner analisa faktor kekuatan dan kelemahan

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
Kekuatan			
Produk Berkualitas Baik	0,08	3,53	0,28
Harga Produk Terjangkau	0,08	3,57	0,29
Hubungan Pemilik Usaha Dengan Para Pekerja Pembuat Dodol Berjalan Dengan Baik	0,07	3,3	0,25
Para Pekerja Pembuat Dodol Giat Bekerja	0,07	3,13	0,22
Tidak Perlu Menyerap Tenaga Kerja Dari Luar Desa	0,06	2,5	0,14
Cara Pembuatannya Cukup Mudah Dan Digunakan Secara Manual	0,08	3,47	0,27
Dapat Mengurangi Pengangguran Di Desa	0,07	3,1	0,22
Produk Dapat Diserap Pasar Lokal Maupun Domestik	0,03	1,40	0,04
Kelemahan			
Masih Menggunakan Peralatan Manual	0,08	3,6	0,29
Ketahanan Dodol Kurang Dari 15 Hari	0,08	3,4	0,26
Bentuk Dan Kemasan Dodol Relatif Selalu Sama	0,07	3,27	0,24
Masih Banyak Produk Dodol Yang Belum Mempunyai Merek	0,07	2,9	0,19
Belum Ada Manajemen Yang Baik	0,03	1,50	0,05
Belum Ada Pembukuan Keuangan Dari Usaha	0,02	1	0,02
Modal Mengembangkan Usaha Terbatas	0,04	1,8	0,07
Usaha Masih Belum Berjalan 10 Tahun	0,04	1,73	0,07
Pemasaran Produk Ada yang Belum Sampai Luar Provinsi Dan Internasional	0,03	1,13	0,03
Total			2,93

Setelah diperoleh hasil kuisioner analisis faktor kekuatan dan kelemahan, maka dapat dilihat faktor mana yang nilai bobot dan ratingnya tinggi pada faktor kekuatan. Kekuatan yang pertama (harga produk terjangkau) nilai bobotnya 0,08 dan nilai ratingnya 3,57, maka nilai bobot × rating adalah 0,29 skor. Harga produk merupakan kekuatan terbesar yang dimiliki industri. Faktor kekuatan kedua yaitu (produk berkualitas baik) nilai bobotnya 0,08 dan nilai ratingnya 3,53, maka nilai bobot × rating adalah 0,28 skor. Faktor kekuatan ketiga (cara pembuatannya cukup mudah dan

digunakan secara manual) nilai bobotnya 0,08 dan nilai ratingnya 3,47, maka nilai bobot \times rating adalah 0,27 skor. Faktor kekuatan keempat (hubungan pemilik usaha dengan para pekerja pembuat dodol berjalan dengan baik) nilai bobotnya 0,07 dan nilai ratingnya 3,3, maka nilai bobot \times rating adalah 0,25 skor.

Faktor kelemahan ada 3 faktor yaitu belum ada pembukuan keuangan dari usaha pemasaran, produk ada yang belum sampai luar provinsi dan internasional, belum ada manajemen yang baik. Faktor kelemahan yang pertama (belum ada pembukuan keuangan dari usaha pemasaran) nilai bobot 0,02 dan nilai rating 1, maka nilai bobot \times rating adalah 0,02 skor. Faktor kelemahan kedua (produk ada yang belum sampai luar provinsi dan internasional) nilai bobot 0,03 dan nilai rating 1,13, maka nilai bobot \times rating adalah 0,03 skor. Idrus (2000) menyatakan bahwa para pengusaha kecil tidak memiliki pengetahuan akuntansi, dan banyak diantara mereka yang belum memahami pentingnya pencatatan dan pembukuan bagi berlangsungnya usaha. Pengusaha kecil memandang bahwa proses akuntansi tidak terlalu penting diterap. Faktor kelemahan yang ketiga (belum ada manajemen yang baik) nilai bobot 0,03, nilai rating 1,50, maka nilai bobot \times rating adalah 0,05 skor.

Skor bobot total matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) tersebut, diperoleh jumlah skor untuk kekuatan = 1,71 dan jumlah skor kelemahan diperoleh total skor bobot sebesar = 1,22. Jadi jumlah keseluruhan skor kekuatan dan kelemahan berjumlah 2,93. Setelah diperoleh hasil kuisisioner analisis faktor peluang dan ancaman, maka dapat dilihat faktor mana pada faktor peluang yang nilai bobot dan ratingnya tinggi. Faktor peluang yang pertama (kebiasaan pembeli (konsumen) yang selalu membawa oleh-oleh dari suatu daerah) nilai bobotnya 0,13 dan nilai ratingnya 3,63, maka nilai bobot \times rating adalah 0,48 skor. Faktor peluang yang kedua (harga bahan baku dodol relatif murah) nilai bobotnya 0,12 dan ratingnya 3,27, maka nilai bobot \times rating adalah 0,39 skor. Faktor yang ketiga (harga bahan baku cukup stabil) nilai bobotnya 0,12 dan nilai ratingnya 3,17 maka nilai bobot \times rating adalah 0,37 skor. Faktor peluang yang keempat (usaha menghasilkan laba yang potensial) nilai bobotnya 0,10 dan nilai ratingnya 2,87, maka nilai bobot \times rating adalah 0,30 skor.

Tabel 5. Matriks EFE hasil kuisisioner analisa faktor peluang dan ancaman

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Bobot \times Rating
Peluang			
Usaha Menghasilkan Laba Yang Potensial	0,10	2,87	0,30
Pemasok Yang Tersedia Ada	0,08	2,20	0,18
Harga Bahan Baku Dodol Relatif Murah	0,12	3,27	0,39
Kebiasaan Pembeli (Konsumen) Yang Selalu Membawa Oleh-Oleh Dari Suatu Daerah	0,13	3,63	0,48
Permintaan Dodol Meningkat	0,06	1,63	0,10
Memiliki Pelanggan-Pelanggan Tetap	0,04	1,13	0,05
Harga Bahan Baku Cukup Stabil	0,12	3,17	0,37
Permintaan Produk Lumayan Tinggi	0,05	1,40	0,07

Ancaman			
Banyaknya Pesaing Dalam Usaha Ini Yang Dekat Dengan Lokasi Usaha	0,13	3,57	0,47
Adanya Kenaikan Harga Bahan Baku Dan Bahan Penolong	0,08	2,27	0,19
Susahnya Persyaratan, Proses Peminjaman Uang Untuk Penambahan Modal Usaha Dodol	0,05	1,40	0,07
Jarang Ada Penyuluhan Dari Desa	0,04	1,03	0,04
Tidak Adanya Bantuan Dari Pemerintah	0,05	1,43	0,08
Total			2,77

Faktor ancaman ada 3 faktor yaitu jarang ada penyuluhan dari desa, susahya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol, tidak adanya bantuan dari pemerintah. Faktor ancaman yang pertama (jarang ada penyuluhan dari desa) nilai bobotnya 0,04 dan nilai ratingnya 1,03, maka nilai bobot x rating adalah 0,04 skor. Faktor ancaman kedua (susahnya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol) nilai bobotnya 0,05 dan nilai ratingnya 1,40, maka nilai bobot x rating adalah 0,07 skor. Faktor ancaman yang ketiga (tidak adanya bantuan dari pemerintah) nilai bobotnya 0,05 dan nilai ratingnya 1,43 maka nilai bobot x rating adalah 0,08 skor.

Berdasarkan hasil evaluasi faktor-faktor eksternal dengan menggunakan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) tersebut, diperoleh jumlah skor untuk peluang = 1,93 dan jumlah skor untuk ancaman = 0,84 dan diperoleh total skor terbobot sebesar = 2,77.

Berdasarkan dari hasil IFE dan EFE, bahwa posisi usaha dodol di Desa Bengkel berada di kuadran ke 5 (lima). Kuadran ke lima *Growth Strategy* merupakan strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan (Rangkuti Freddy, 2004). Oleh karena, itu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha adalah dengan menjaga dan mempertahankan posisi yang selama ini sudah diraih. Kebijakan yang umum dari strategi ini adalah dengan melakukan penetrasi pasar dan pengembangan produk. Artinya pengelola harus mempertahankan posisinya dengan terus mengembangkan produknya, dan usaha dodol belum ada pasar yang dimasukkan, diharapkan pengusaha dodol (dengan pasar yang belum masuk, atau belum tergarap penjualan dodol), ini perlu perluasan pasar dalam penjualan pengusaha dodol agar lebih berkembang, kemudian pengusaha dodol juga menjaga konsistensi dan kualitas produk.

Strategi pemasaran ini mengutamakan seluruh usaha pemasaran dimana pemasaran dodol tersebut hanya di Desa Bengkel, para pengusaha dodol memusatkan segala kegiatan agar memberikan keuntungan yang terbesar. Keuntungan strategi ini akan memperoleh posisi yang kuat dalam segmen pasar.

Tabel 6. Matriks SWOT

Internal	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>) Harga produk terjangkau Produk berkualitas baik Cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual Hubungan pemilik usaha dengan para pekerja pembuat dodol berjalan dengan baik</p>	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) Belum ada pembukuan keuangan dari usaha pemasaran Produk ada yang belum sampai luar provinsi dan internasional Belum ada manajemen yang baik</p>
Eksternal	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>) Kebiasaan pembeli (konsumen) yang selalu membawa oleh-oleh dari suatu daerah Harga bahan baku dodol relatif murah Harga bahan baku cukup stabil Usaha menghasilkan laba yang potensial</p>	<p>Strategi (SO) Dengan menambah kapasitas produksi karena harga bahan baku murah dan harga jual produk terjangkau (S1O2) Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk menghasilkan laba yang potensial (S2O4)</p>
	<p>Ancaman (<i>Threats</i>) Jarang ada penyuluhan dari desa Susahnya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol Tidak adanya bantuan dari pemerintah</p>	<p>Strategi (WO) Dengan mendapatkan laba yang potensial tidak dapat mengatasi adanya manajemen yang baik (W3O4) Dengan kebiasaan pembeli (konsumen) yang membawa oleh-oleh dapat mengatasi produk yang belum sampai provinsi dan internasional (W2O1)</p>
	<p>Strategi (ST) Dengan adanya harga produk yang terjangkau maka susahinya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol (S1T2) Melakukan pengembangan penyuluhan desa (S4T1)</p>	<p>Strategi (WT) Dengan melakukan penyuluhan dari desa dapat membantu produk luar provinsi dan internasional (W2T1) Dengan membuat pembukuan keuangan dari usaha antisipasi dari susahinya proses peminjaman untuk modal usaha (W1T2)</p>

Sumber: data olahan primer, 2019

Dari hasil matriks SWOT diatas maka dapat disimpulkan yang termasuk menjadi strategi SO, WO, ST, dan WT adalah sebagai berikut:

Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan dari kekuatan dan peluang yang diperoleh, maka berikut strategi SO dari usaha dodol di Desa Bengkel berdasarkan matriks SWOT yaitu:

Dengan menambah kapasitas produksi karena harga bahan baku murah dan harga jual produk terjangkau (S1O2). Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk menghasilkan laba yang potensial (S2O4).

Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi yang memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal guna memperoleh keuntungan bagi pengusaha dodol. Berikut strategi WO dari usaha dodol di Desa Bengkel berdasarkan matriks SWOT yaitu : Dengan mendapatkan laba yang potensial tidak dapat mengatasi adanya manajemen yang baik (W3O4). Dengan kebiasaan pembeli (konsumen) yang membawa oleh-oleh dapat mengatasi produk yang belum sampai provinsi dan internasional (W2O1)

Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Berikut strategi ST dari usaha dodol di Desa Bengkel berdasarkan matriks SWOT yaitu : Dengan adanya harga produk yang terjangkau maka susahnyanya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol (S1T2). Melakukan pengembangan penyuluhan desa (S4T1)

Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada. Berikut strategi WT dari usaha dodol di Desa Bengkel berdasarkan matriks SWOT yaitu: Dengan melakukan penyuluhan dari desa dapat membantu produk luar provinsi dan internasional (W2T1). Dengan membuat pembukuan keuangan dari usaha antisipasi dari susahnyanya proses peminjaman untuk modal usaha (W1T2)

Hasil dari pendekatan kuantitatif analisis SWOT, strategi yang akan diambil dalam pengembangan usaha dodol ini adalah strategi progresif yang berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini menandakan sebuah usaha yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan, artinya usaha yang kondisi prima dan bagus sehingga memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, dengan memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan yang secara maksimal, strategi progresif pada usaha dodol ini dapat dilihat sebagai berikut:

Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan dodol. Dalam hal ini produsen dodol harus melakukan beberapa langkah yaitu: yang pertama, lebih menjaga kualitas, yang kedua menggunakan bahan yang baik dan yang ketiga memberi rasa khas yang berasal dari gula merah dan tanpa menggunakan bahan pengawet.

Mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru. Harus tetap mempertahankan harga produk yang terjangkau, pembagian tipe harga untuk dijual kekonsumen ada 3 varian rasa yaitu: tipe pertama dengan rasa original yang dijual kekonsumen dengan harga rata-rata Rp. 37.500,- / kilogram, tipe yang kedua dengan rasa durian dengan harga rata-rata Rp. 47.000,- / kilogram dan tipe harga ketiga dengan rasa pandan dengan harga rata-rata Rp. 43.000,- / kilogram. Sehingga konsumen dapat memilih harga yang diinginkan dengan rasa yang sesuai dengan harga terjangkau.

Hubungan Pemilik Usaha Dengan Para Pekerja Pembuat Dodol Berjalan Dengan Baik, hubungan yang terjalin baik antara pemilik dengan para pekerja pembuatan dodol rata-rata lebih mengarah pada hubungan persaudaraan. Pekerja berasal dari daerah sekitar tempat usaha, tenaga kerja yang bekerja di usaha dodol berasal dari masyarakat setempat, dan keluarga pemilik usaha, sehingga pengusaha dapat mengetahui kebutuhan pekerja dan sebaliknya.

Para Pekerja Pembuat Dodol Giat Bekerja, dalam proses pembuatan dodol yang dilakukan oleh pekerja dalam sekali seminggu, pekerja selalu antusias atau giat untuk

melakukan pekerjaan dalam mengelolah dodol, dengan jumlah pekerja sebanyak 2 sampai 3 orang.

Total biaya dodol dapat dilihat dari penjumlahan rata-rata biaya variabel Rp. 551.317,- dan rata-rata biaya tetap Rp. 115.683,- Total biaya usaha dodol di Desa Bengkel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Rata - Rata Total Biaya Usaha Dodol

No	Total Biaya	Nilai (Rp)
1	Biaya Tetap	115.683
2	Biaya Variabel	551.317
Rata-Rata Total Biaya		Rp. 667.000

Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2020

Dari tabel 7. Menunjukkan besarnya total biaya yang harus dikeluarkan usaha dodol di Desa Bengkel yaitu sebesar Rp. 667.000,- Biaya tersebut diperoleh dari penjumlahan rata-rata biaya tetap dan rata-rata biaya variabel.

Tabel 8. Penerimaan Rata-Rata Per Minggu Usaha Dodol

No	Uraian	Per minggu
1	Rata-rata jumlah produksi (Kg)	17
2	Rata-rata harga jual (Rp)	44.644
Penerimaan (TR)		Rp. 758.948

Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 8 bahwa penerimaan usaha dodol dalam per minggu yaitu sebesar Rp. 758.948,- dengan jumlah produksi 17 kg.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kesimpulan yang dapat diperoleh dalam analisis pengembangan dan keuntungan produsen dodol di pasar bengkel di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai terdapat yaitu

Menjalankan strategi pemasaran progresif. Pada strategi ini menandakan bahwa sebuah usaha yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan, yang artinya usaha yang kondisi prima dan bagus sehingga memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, dengan cara memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan yang secara maksimal. Strategi progresif pada usaha dodol yaitu dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan dodol, mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru, hubungan pemilik usaha dengan pekerja pembuatan dodol berjalan dengan baik, para pekerja pembuatan dodol giat bekerja, dan cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual.

Pada analisis keuntungan produsen dodol mengalami keuntungan dalam sekali usaha maka diperoleh penerimaan produsen dodol di Desa Bengkel dalam 1 minggu produksi adalah sebesar Rp. 758.948 dengan total biaya yang dikeluarkan Rp. 667.000, sehingga keuntungan yang diperoleh produsen dodol di Desa Bengkel adalah Rp. 91.948.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. (2005). *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- _____. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- _____. (2009). *Akuntansi Biaya, Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- _____. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2012). *Strategic Management Concepts & Cases*. Pearson Academic; 14th edition
- _____. (2003). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ajiputra, R., Hasnudi, H., & Pane, E. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Sapi Pakan Alternatif dari Pelepah Kelapa Sawit di Kabupaten Asahan. *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 1(1), 89-99
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat
- Downey, W.D, & Erickson, S.P. (1988). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fitrianingsih. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi kasus Pada UKM Di Wilayah Surabaya). Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma.
- Hafsah, M.J. (2003). *Bisnis Ubi Kayu Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Harahap, S., Lubis, Z., & Rahman, A. (2019). Analisis Potensi dan Strategi Pemanfaatan Limbah Kelapa Sawit di Kabupaten Labuhanbatu. *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 1(2), 162-176.
- Hery. (2009). *Teori Akuntansi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Indriyatni, Lies. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil di Semarang Barat). *Jurnal STIE Semarang*, Vol 5, No 1.
- Khairad, F. (2020). ANALISIS WILAYAH SENTRA PRODUKSI KOMODITAS UNGGULAN PADA SUB SEKTOR TANAMAN PANGAN DAN TANAMAN HORTIKULTURA DI KABUPATEN AGAM. *Agrijo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 60-72.
- Kristiningsih, (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UKM Di Wilayah Surabaya). Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, E.P. (2011). *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat Lupiyoadi,
- Mardiana, S., Yanis, M., & Ayu, S. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE KELOMPOK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI DESA SEI MENCIRIM KECAMATAN SUNGGAL KABUPATEN DELI SERDANG. *JURNAL AGRICA*, 11(2), 93-111. doi:<https://doi.org/10.31289/agrica.v11i2.1830>
- Mulyadi. (1991). *Akutansi Biaya*. Yogyakarta: PT. Aditiya Media
- Nitisastro, W. (2010). *Pengalaman Pembangunan Indonesia: Kumpulan Tulisan dan Uraian Widjojo Nitisastro*. Jakarta: Penerbit Kompas.
- Padangaran, AM. (2013). *Analisis Kuantitatif (Pembiayaan Perusahaan Pertanian)*. IPB Press. Bogor.
- Putri, T., Lubis, M., & Saleh, K. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 1(1), 80-90.
- Rangkuti, F. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saragih, B., Kuswardani, R., & Hasibuan, S. (2019). Strategi Peningkatan Pendapatan Usahatani Padi Sawah di Kota Tebing Tinggi. *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 1(2), 177-189.
- Soekartawi. (1990). *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok-Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*. Rajawali. Jakarta.
- Sukirno, S. (2005). *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suparmoko, M.1992. *Ekonomi Pembangunan*. Penerbit BPFE: Yogyakarta
- Supriyono, R.A. (1999). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFE.
- Todaro, M, P. (2004). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Jilid I*. Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Umar, H. (2003). *Strategic Manajemen In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Wheelen, T.L & Hunger, J. D. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.