

HALAMAN PENGESAHAN:

NASKAH PUBLIKASI

**STRATEGI PENGEMBANGAN GRIYA COKELAT NGLANGGERAN DI
DESA NGLANGGERAN PATUK GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA**

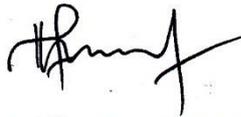
Disusun oleh:

Inka Sukma Purnama
20150220214

Telah disetujui pada tanggal 31 Juli 2019

Yogyakarta, 31 Juli 2019

Pembimbing Utama



Francy Risvansuna F, S.P., M.P.
NIK. 19720629199804133046

Pembimbing Pendamping



Ir. Lestari Rahayu, M.P.
NIK. 19650612199008133008



Mengetahui,
Ketua Program Studi Agribisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Ir. Eni Ketrizanti, M.P.
NIK. 19650120198812133003

**STRATEGI PENGEMBANGAN GRIYA COKELAT NGLANGGERAN DI
DESA NGLANGGERAN PATUK GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA**

***DEVELOPMENT STRATEGY OF GRIYA COKELAT NGLANGGERAN IN
NGLANGGERAN VILLAGE PATUK GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA***

Inka Sukma Purnama

Francy Risvansuna F, S.P.,M.P / Ir. Lestari Rahayu, M.P

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

inkasukma17@gmail.com

ABSTRACT

MSMEs development can be supported by the potential of natural resources and human resources. The potential of nature can be exhibited and used as an attractive tourist destination like in Nglanggeran village, so that it can open opportunities for business including Griya Cokelat Nglanggeran. The purpose of this research is to describe the internal and external factors of Griya Cokelat Nglanggeran, formulate various alternative development strategies and formulate priority strategies. The method used is SWOT analysis. The results showed that the internal factors possessed by Griya Cokelat Nglanggeran consisted of partners with various parties, good access, adequate facilities, affordable product prices, varied products, sufficient and experienced workforce, friendly service, regular production schedules, complete bookkeeping, the brand is well known, the widespread marketing of products and the use of production equipment is still simple, the building is relatively small, the structure of the parking lot is still land, lack of signposts, limited engine capacity, the price of products outside the showroom is expensive and the workforce is flexible and promotion is lacking. External factors are Nglanggeran village as a tourist village, easy-to-find raw materials, good relations with the surrounding community, diverse origins of consumers, local products, similar competitors such as TTP, large-scale TTP technology and more strategic TTP locations. The development strategy that is a priority in the business development of Griya Cokelat Nglanggeran is to market the product by opening outlets around tourist areas in Gunung Kidul through the help of partners.

Keywords: analysis, chocolate, development strategy

INTISARI

Perkembangan UMKM dapat didukung dengan adanya potensi sumber daya alam dan potensi sumber daya manusia. Potensi alam dapat dipamerkan dan dijadikan sebagai suatu destinasi wisata yang menarik seperti yang ada di desa Nglanggeran, sehingga dapat membuka peluang bagi pelaku usaha termasuk Griya Cokelat Nglanggeran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor internal maupun eksternal Griya Cokelat Nglanggeran, merumuskan berbagai alternatif strategi pengembangan dan merumuskan strategi prioritas. Metode yang digunakan yaitu analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang dimiliki oleh Griya Cokelat Nglanggeran berupa adanya jalinan mitra dengan berbagai pihak, akses lancar, beberapa fasilitas memadai, harga produk terjangkau, produk bervariasi, jumlah tenaga kerja cukup dan berpengalaman, pelayanan ramah, jadwal produksi teratur, pembukuan lengkap, brand cukup dikenal, meluasnya pemasaran produk serta penggunaan alat produksi masih sederhana, bangunan relatif kecil, struktur lahan parkir masih tanah, kurangnya rambu petunjuk, kapasitas mesin terbatas, harga produk diluar *showroom* mahal dan masih adanya tugas tenaga kerja yang bersifat fleksibel serta promosi kurang. Faktor eksternal yaitu desa Nglanggeran sebagai desa wisata, bahan baku mudah ditemukan, hubungan baik dengan masyarakat sekitar, keberagaman asal konsumen, menganggotakan produk lokal, adanya pesaing sejenis yaitu TTP, teknologi TTP dalam skala besar dan lokasi TTP lebih strategis. Strategi pengembangan yang menjadi prioritas dalam pengembangan usaha Griya Cokelat Nglanggeran adalah memasarkan produk dengan membuka outlet di sekitar kawasan wisata yang ada di Gunung Kidul melalui bantuan mitra.

Kata kunci: analisis, coklat, strategi pengembangan

PENDAHULUAN

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai *basic* pembangunan ekonomi kerakyatan. UMKM mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi baik dalam penyerapan tenaga kerja sehingga mampu mengurangi kemiskinan, memberikan kontribusi terbesar pada PDB, dan menghemat devisa dari ekspor produk UMKM (Rindrayani 2016).

Perkembangan UMKM dapat didukung dengan adanya potensi yang ada seperti potensi sumber daya alam dan potensi sumber daya manusia, sehingga dapat menciptakan produk yang dapat berdaya saing. Potensi alam lokal tersebut dapat dipamerkan dan dijadikan sebagai suatu destinasi wisata yang menarik. DI. Yogyakarta adalah salah satu daerah yang memiliki potensi alam, banyak wisata yang ditawarkan mulai dari wisata budaya maupun wisata alam. Potensi wisata yang ada di DI. Yogyakarta didukung oleh semua daerah yang ada.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan (asing dan lokal)

No	Nama Daerah	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Kota Yogyakarta	5.251.352	5.619.231	5.520.952
2	Kabupaten Sleman	4.223.958	4.950.934	5.942.468
3	Kabupaten Bantul	2.708.314	4.519.199	5.148.633
4	Kabupaten Kulon Progo	904.972	1.289.695	1.353.400
5	Kabupaten Gunung Kidul	3.685.137	2.642.759	3.479.890

Statistik kepariwisataan Jogja 2016

Gunung Kidul merupakan salah satu kabupaten yang ada di DI. Yogyakarta dengan jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami fluktuasi. Gunung Kidul memiliki potensi pariwisata yang melimpah. Banyak peluang serta potensi yang tersedia dengan adanya wisata yang ada dapat memunculkan banyak pelaku usaha. Hal tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah pelaku usaha di Gunung Kidul dalam sepuluh tahun terakhir (2006-2016) mencapai 49,4%. Pada tahun 2006 jumlah usaha di Gunung Kidul hanya 75.300 buah, dan tahun 2016 meningkat menjadi 112.600 buah (Badan Pusat Statistik DIY tahun 2016)

Desa Nglanggeran merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul. Desa Nglanggeran dikenal dengan adanya wisata alam

seperti gunung api purba dan air terjun kedung kandang serta wisata buatan seperti danau buatan (*embung*), banyaknya wisatawan yang datang membuat membuat Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) ini mencoba untuk mengembangkan potensi lainnya yang ada di desa. Luas wilayah Desa Nglanggeran sebesar 762,8 ha dan termasuk didalamnya terdapat 101 hektar tanaman kakao. Kondisi wilayah desa Nglanggeran yang didominasi oleh pegunungan dan perbukitan dengan ketinggian sekitar 200-700 mdpl, sehingga daerah ini merupakan daerah yang cocok untuk pertumbuhan tanaman kakao (Ismiriliana, 2017).

Griya Cokelat Nglanggeran menggunakan sistem agribisnis klaster yang dikenalkan oleh salah satu mitranya yaitu Bank Indonesia Yogyakarta. Klaster merupakan konsentrasi geografis di kawasan tertentu yang saling berhubungan, saling ketergantungan dan saling melengkapi dalam melakukan aktivitas bisnis (Sumaryana, 2018). Griya Cokelat Nglanggeran merupakan bentuk kerjasama antara Gapoktan Kumpul Makaryo, Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis), Bank Indonesia Yogyakarta, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui Balai Penelitian Teknologi Bahan Alam (BPTBA) Yogyakarta, pemerintah Kabupaten Gunung Kidul (lipi.go.id). Bentuk kerjasama yang terjalin menjadi kekuatan bagi Griya Cokelat Nglanggeran. Akses menuju Griya Cokelat Nglanggeran dinilai lancar, terdapat beberapa fasilitas yang ada cukup memadai, harga produk relatif terjangkau, produk lebih bervariasi, pelayanan ramah, brand sudah cukup dikenal oleh banyak masyarakat dengan meluasnya pemasaran produk Griya Cokelat Nglanggeran dapat menjadi suatu kekuatan yang dimiliki oleh Griya Cokelat Nglanggeran. Selain kekuatan, terdapat juga beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usaha Griya Cokelat Nglanggeran. Peluang tersebut berupa terkenalnya desa Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik se-ASEAN pada tahun 2017 dengan memadukan sektor pertanian dan pariwisata dalam program *live in* (Ummah, 2017). Adanya kerjasama dengan Gapoktan memudahkan Griya Cokelat Nglanggeran mendapatkan bahan baku utama, terdapat hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

Akan tetapi terdapat pula kelemahan pada Griya Cokelat Nglanggeran yaitu terdapat beberapa fasilitas yang masih perlu ditingkatkan lagi contohnya

bangunan relatif kecil, struktur lahan parkir yang masih beralaskan tanah, kurangnya petunjuk arah dan kapasitas alat produksi yang masih terbatas. Kelemahan lainnya yang ada berupa harga produk diluar *showroom* Griya Cokelat Nglanggeran dinilai mahal dan kurangnya kegiatan promosi produk oleh Griya Cokelat Nglanggeran. Selain itu juga terdapat beberapa ancaman yang perlu diperhatikan seperti adanya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama yaitu Taman Teknologi Pertanian (TTP). TTP merupakan industri pengolahan hasil pertanian dalam skala besar termasuk didalamnya pengolahan kakao. Teknologi yang digunakan lebih maju dan lokasi pesaing lebih strategis dibandingkan dengan griya coklat Nglanggeran.

Berdasarkan faktor internal dan eksternal tersebut, maka diperlukan adanya strategi pengembangan dalam perkembangan usaha Griya Cokelat Nglanggeran. Menurut Gurel (2017) manajemen strategi diartikan sebagai proses berkesinambungan dalam menciptakan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan yang dapat memungkinkan suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan berbagai faktor kekuatan dan kelemahan serta melihat adanya peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Griya Cokelat Nglanggeran, membuat berbagai alternatif strategi yang dapat diterapkan di Griya Cokelat Nglanggeran serta memberikan prioritas strategi bagi Griya Cokelat Nglanggeran agar dapat lebih berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan/memecahkan masalah secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Abdi & Rianse, 2012). Penelitian ini berupaya memberikan penggambaran secara mendalam tentang situasi maupun proses dalam pengembangan usaha coklat di Griya Cokelat Nglanggeran. Penelitian dilaksanakan di Griya Cokelat Nglanggeran kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, DI. Yogyakarta. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa usaha di Griya Cokelat Nglanggeran merupakan salah satu yang bergerak dalam bidang agribisnis yaitu pengolahan coklat dan merupakan usaha yang masih baru serta sedang berada dalam tahap berkembang,

sehingga membutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk mencapai tujuan usahanya. Penentuan responden dilakukan secara sensus (internal) dan insidental (eksternal). Responden internal adalah orang-orang yang sangat mengenal dinamika dan keadaan bisnis yang dijalani. Responden internal dalam penelitian ini berjumlah 14 orang yang terdiri dari pihak internal Griya Cokelat Nglanggeran meliputi tiga orang pengurus, seorang menejer, bagian keuangan, lima orang divisi produksi, tiga orang divisi pemasaran dan seorang divisi umum. Selain itu juga akan melibatkan responden eksternal yang terdiri dari konsumen, *supplier* dan masyarakat sekitar. Responden dari konsumen diambil sebanyak 30 orang, responden dari pihak *supplier* dan masyarakat yang diambil sebanyak 10 orang. Pihak eksternal dipilih untuk mengisi kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui penilaian terhadap Griya Cokelat Nglanggeran dari sudut pandang pihak terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dengan tiga tahapan yaitu tahap masukan, tahap pencocokan dan tahap keputusan. Pada tahap masukan data dibedakan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal. Data internal didapat dari lingkungan dalam Griya Cokelat Nglanggeran dan dianalisis menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*). Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan. Data eksternal didapat dari lingkungan eksternal (luar) usaha dengan menggunakan matriks evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation-EFE*).

Pada tahap pencocokan semua informasi yang telah didapat dalam bentuk matriks IFE dan matriks EFE dianalisis guna memperoleh strategi yang cocok dalam pengembangan usaha coklat dalam mencapai kinerja yang efektif, efisien dan berkelanjutan. Analisis yang dilakukan yaitu dengan matriks IE dan matriks SWOT. Matriks IE digunakan untuk melihat posisi perusahaan saat itu juga. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal pada usaha coklat yang dapat disesuaikan dengan kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki. Menurut Multiadi dalam Meilani (2016) menunjukkan bahwa analisis SWOT mampu menemukan atau membentuk strategi guna memiliki daya saing pada perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat

alternatif strategi yang memungkinkan dalam pengembangan usaha coklat yaitu strategi SO (*strength-opportunities*), strategi ST (*strength-threats*), strategi WO (*weaknesses-opportunities*) dan strategi WT (*weaknesses-threats*). Kemudian tahap terakhir yaitu tahap keputusan dimana beberapa alternatif yang sebelumnya telah dirumuskan akan dibuat prioritas strategi dengan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal analisis strategi pengembangan dilakukan dengan mengetahui kondisi lingkungan perusahaan. Hal tersebut digunakan sebagai bahan dalam membuat formulasi strategi dengan menggunakan analisis SWOT. Kondisi lingkungan dapat diambil dalam lingkup perusahaan dan diambil dari luar lingkup perusahaan yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Menurut Widowati (2016) adanya faktor internal dan eksternal mampu memengaruhi perkembangan dan eksistensi suatu perusahaan, sehingga perusahaan harus mengetahui keadaan perusahaan itu sendiri serta keadaan perusahaan lain tentang kekuatan maupun kelemahannya

Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Griya Cokelat Nglanggeran. Faktor internal dapat dikendalikan oleh pihak internal perusahaan. Analisis faktor internal dapat menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation*. Berikut faktor-faktor internal dalam pengembangan usaha Griya Cokelat Nglanggeran yang dianalisis menggunakan matriks IFE :

Tabel 2. Analisis Matriks IFE di Griya Cokelat Nglanggeran pada tahun 2019

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Adanya jalinan kemitraan dengan berbagai pihak	0,05	3	0,15
2	Akses menuju lokasi lancer	0,05	3	0,15
3	Beberapa fasilitas yang ada sudah cukup memadai	0,05	3	0,15
4	Harga yang relatif terjangkau	0,05	3	0,15
5	Produk lebih bervariasi	0,05	3	0,15
6	Memiliki tenaga kerja yang berpengalaman dan terlatih	0,06	4	0,24
7	Memiliki tenaga kerja yang cukup	0,05	3	0,15
8	Pelayanan yang ramah	0,06	4	0,24
9	Jadwal produksi teratur	0,05	3	0,15
10	Terdapat pembukuan yang lengkap	0,05	3	0,15
11	Brand sudah cukup dikenal	0,05	3	0,15
12	Pemasaran produk yang sudah meluas	0,05	3	0,15
13	Mesin/alat yang digunakan sederhana	0,04	3	0,12
Kelemahan				
1	Bangunan yang dimiliki Griya Cokelat Nglanggeran relatif kecil	0,05	2	0,10
2	Lahan parkir belum memadai	0,05	3	0,15
3	Kurangnya rambu petunjuk	0,04	3	0,12
4	Kapasitas mesin/alat terbatas	0,05	2	0,10
5	Harga diuar showroom GCN mahal	0,05	3	0,15
6	Adanya tugas TK yang masih fleksibel	0,04	3	0,12
7	Kurangnya promosi yang dilakukan	0,06	2	0,12
Total		1,00		2,96

Hasil dari matriks IFE untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh nilai total rata-rata sebesar 2,96. Hal ini menunjukkan posisi Griya Coklat Nglanggeran dianggap cukup kuat dalam posisi internal, sehingga mampu memaksimalkan kekuatan yang ada untuk meminimalkan kelemahan dari Griya Coklat Nglanggeran.

Faktor eksternal bertujuan untuk melihat berbagai faktor yang berpengaruh baik secara langsung atau tidak langsung bagi Griya Cokelat Nglanggeran, akan tetapi berada diluar jangkauan perusahaan Faktor eksternal dapat menjadi sebuah peluang atau bahkan ancaman bagi perusahaan. Berikut faktor-faktor eksternal

yang ada dalam pengembangan usaha Griya Cokelat Nglanggeran yang dianalisis menggunakan matriks *External Factor Evaluation-EFE*:

Tabel 3. Analisis Matriks EFE di Griya Cokelat Nglanggeran pada tahun 2019

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Desa Nglanggeran sebagai desa wisata	0,14	4	0,56
2	Bahan baku yang mudah ditemukan	0,13	3	0,39
3	Memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar	0,13	3	0,39
4	Keberagaman asal konsumen	0,14	3	0,42
5	Mengangkat produk lokal	0,14	3	0,42
Ancaman				
1	Terdapat industri yang sama (TTP)	0,11	3	0,33
2	Teknologi pesaing lebih berkembang	0,11	3	0,33
3	Lokasi pesaing lebih strategis	0,10	3	0,30
Total		1,00		3,14

Berdasarkan perhitungan tersebut, faktor eksternal berupa peluang yang dianggap penting dan berpengaruh bagi perkembangan Griya Coklat Nglanggeran adalah desa Nglanggeran sebagai desa wisata dengan nilai rata-rata yang didapat sebesar 0,56. Faktor ini dapat diperkuat dengan hasil penelitian Hermawan (2016) dengan judul dampak pengembangan desa wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal:

“Hasil penelitian diketahui bahwa aktifitas pengembangan Desa wisata Nglanggeran dinilai cukup baik, indikatornya adalah rata-rata kenaikan kunjungan wisatawan yang cukup besar dari tahun ke tahun. Pengembangan desa wisata membawa dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal, diantaranya: penghasilan masyarakat meningkat; meningkatkan peluang kerja dan berusaha; meningkatkan kepemilikan dan kontrol masyarakat lokal; meningkatkan pendapatan pemerintah melalui retribusi wisata”

Hasil dari matriks EFE yang meliputi peluang serta ancaman memperoleh total skor sebesar 3,14. Hal ini menunjukkan bahwa Griya Coklat Nglanggeran berada diatas rata-rata (2,5) artinya dengan total nilai tersebut Griya Coklat Nglanggeran merespon dengan baik untuk peluang dan ancaman yang berada

dalam lingkup usahanya. Griya Coklat Nglanggeran dapat mengambil keuntungan dari peluang yang ada dan mampu meminimalkan efek dari ancaman.

Tahap kedua dalam merumuskan strategi pengembangan dapat dilakukan dengan analisis SWOT dan didukung oleh matriks IE. Analisis ini menggunakan faktor-faktor internal maupun eksternal yang telah didapat untuk merumuskan strategi. Mencocokkan faktor internal dan eksternal dapat menjadi kunci untuk menghasilkan alternatif strategi yang layak secara efektif (David, 2006). Matriks IE digunakan untuk mengetahui posisi Griya Coklat Nglanggeran saat ini. Matriks ini menggunakan perpaduan antara total rata-rata skor IFE dan EFE. Nilai total rata-rata skor IFE diperoleh sebesar 2,96 dan EFE sebesar 3,14. Hasil dari perpaduan tersebut menunjukkan posisi Griya Coklat Nglanggeran terletak pada sel II.

		Total rata-rata skor IFE 2,96		
		<i>Kuat</i> 3,0-4,0	<i>Rata-rata</i> 2,0-2,99	<i>Lemah</i> 1,0-1,99
Total rata-rata skor EFE 3,14	<i>Tinggi</i> 3,0-4,0	Sel I	Sel II	Sel III
	<i>Menengah</i> 2,0-2,99	Sel IV	Sel V	Sel VI
	<i>Rendah</i> 1,0-1,99	Sel VII	Sel VIII	Sel IX

Gambar 1. Analisis Matriks IE Griya Cokelat Nglanggeran pada tahun 2019

Pada posisi sel II menunjukkan bahwa Griya Coklat Nglanggeran berada dalam posisi tumbuh dan kembangkan dengan melakukan strategi intensif berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Hal ini dapat dilakukan dengan mencari pangsa pasar melalui usaha pemasaran yang lebih gencar lagi dan dibantu oleh berbagai mitra Griya Cokelat Nglanggeran serta mencoba meningkatkan penjualan atau mengembangkan produk baru. Hal ini juga sama dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Purwono (2015) dimana strategi yang digunakan merupakan strategi intensif dan atau integratif dalam pengembangan usaha rumah tempe indonesia (RTI) ketika posisi berada pada sel II pada matriks IE.

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas mengenai berbagai faktor peluang maupun ancaman yang dihadapi oleh Griya Coklat Nglanggeran

dan disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh Griya Coklat Nglanggeran. Matriks ini memberikan empat alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. Berikut hasil analisis SWOT Griya Cokelat Nglanggeran :

Tabel 4. Analisis Matriks SWOT Griya Cokelat Nglanggeran pada tahun 2019

IFE	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
EFE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya mitra dengan beberapa pihak 2. Akses menuju lokasi memadai 3. Fasilitas yang memadai 4. Harga yang relatif terjangkau 5. Produk lebih bervariasi 6. Memiliki tenaga kerja yang cukup 7. Memiliki tenaga kerja yang berpengalaman dan terlatih 8. Pelayanan yang ramah 9. Jadwal produksi yang teratur 10. Terdapat pembukuan yang lengkap 11. Brand sudah cukup dikenal 12. Pemasaran produk yang sudah meluas 13. Peralatan produksi sederhana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bangunan relatif kecil 2. Lahan parkir yang kurang memadai 3. Kurangnya petunjuk arah 4. Kapasitas produksi masih terbatas 5. Harga diluar <i>showroom</i> dinilai mahal 6. Adanya tugas TK yang bersifat fleksibel 7. Kurangnya promosi yang dilakukan
<p><i>Oppotunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desa Nglanggeran sebagai desa wisata 2. Bahan baku yang mudah ditemukan dan berkualitas 3. Memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar 4. Keberagaman asal konsumen 5. Mengangkat produk local 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memasarkan produk Griya Cokelat Nglanggeran pada kawasan wisata yang ada di Gunung Kidul (S1;S5;S11;O1;O5) 2. Meningkatkan volume penjualan agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah (S6;S7;S4;O2;O4) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan promosi produk Griya Cokelat Nglanggeran terhadap wisatawan maupun konsumen (W7;O1;O4) 2. Meningkatkan fasilitas yang ada di Griya Cokelat Nglanggeran (W1;W2;W3;W4;O3;O1) 3. Menjaga ketersediaan bahan baku dengan memasok produk dua kali lebih banyak saat menghadapi hari libur (W4;O2)
<p><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat industri yang sama 2. Teknologi pesaing lebih berkembang 3. Lokasi pesaing lebih strategis 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan produk yang unik sebagai ciri khas dari Griya Cokelat Nglanggeran (S5;T1;T3) 2. Mempertahankan kenyamanan berbelanja di Griya Cokelat Nglanggeran (S3;S7;S8;T1) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menekan biaya produksi untuk membedakan harga dengan pesaing (W5;T1)

a. Strategi S-O

Strategi SO merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan internal yang dimiliki oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam memanfaatkan peluang eksternal dalam mengembangkan usahanya. Terdapat beberapa alternatif strategi SO yaitu

- 1) Memasarkan produk Griya Cokelat Nglanggeran seperti membuka outlet di sekitar kawasan wisata yang ada di Gunung Kidul dengan bantuan mitra. Strategi ini dapat membantu mengenalkan brand dari Griya Cokelat Nglanggeran sebagai produsen olahan coklat berbasis potensi desa dan memanfaatkan daerah Gunung Kidul sebagai kawasan wisata. Hal ini sesuai dengan posisi Griya Cokelat Nglanggeran pada hasil matriks IE dalam mengembangkan pasar.
- 2) Meningkatkan volume penjualan agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah. Strategi ini digunakan dalam menangkap peluang adanya keberagaman asal konsumen yang datang ke Griya Cokelat Nglanggeran terus bertambah. Hal ini juga didukung dengan adanya kemudahan Griya Cokelat Nglanggeran dalam mencari bahan baku, sehingga dapat terus berproduksi.

a. Strategi W-O

Strategi WO adalah strategi yang diterapkan untuk mengatasi kelemahan Griya Cokelat Nglanggeran dengan memanfaatkan peluang eksternal. Berikut alternatif strategi WO :

- 1) Mengoptimalkan promosi produk Griya Cokelat Nglanggeran terhadap wisatawan maupun konsumen, promosi bisa dalam bentuk brosur dan *pamflet* yang dapat disebar di *showroom* maupun tempat penitipan produk Griya Cokelat Nglanggeran. Hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri ketika dalam promosi menceritakan tentang produk Griya Cokelat Nglanggeran yang mengangkat potensi desa.
- 2) Meningkatkan fasilitas yang ada di Griya Cokelat Nglanggeran. Fasilitas dapat berupa memperluas bangunan Griya Cokelat Nglanggeran, memperbaiki lahan parkir, menambah rambu petunjuk dan meningkatkan kapasitas mesin. Usaha Griya Cokelat Nglanggeran dapat diperluas lagi mengingat masih adanya lahan kosong yang ada disekitar bangunan tersebut. Hal ini dapat

memanfaatkan adanya hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar karena lahan yang digunakan adalah lahan milik desa. Fasilitas lainnya memperbaiki lahan parkir agar dapat menambah kenyamanan konsumen dalam berbelanja di Griya Cokelat Nglanggeran. Selain itu, adanya penambahan rambu petunjuk dibutuhkan untuk mempermudah konsumen dalam menemukan Griya Cokelat Nglanggeran.

- 3) Menjaga ketersediaan bahan baku dengan memasok produk dua kali lebih banyak saat menghadapi hari libur. Strategi ini digunakan dalam mengantisipasi produk yang habis pada saat yang tak terduga.

b. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang dirumuskan untuk memanfaatkan kekuatan dalam menghadapi ancaman yang dihadapi oleh Griya Cokelat Nglanggeran :

- 1) Menciptakan produk yang unik sebagai ciri khas dari Griya Cokelat Nglanggeran, sehingga dapat membedakan produknya dari TTP. Hal ini ditujukan agar Griya Cokelat Nglanggeran tetap dikenal keberadaannya di sekitar wisata desa Nglanggeran. Produk unik dapat memanfaatkan potensi lainnya dari desa Nglanggeran seperti adanya susu kambing etawa yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.
- 2) Mempertahankan kenyamanan berbelanja di Griya Cokelat Nglanggeran. Kenyamanan tersebut berupa pelayanan yang ramah, tempat yang bersih, serta didukung fasilitas yang lebih memadai lagi agar mendapatkan kesan baik dari konsumen, sehingga konsumen akan kembali lagi apabila berkunjung ke desa Nglanggeran.

c. Strategi W-T

Strategi W-T adalah strategi yang digunakan dalam meminimalkan kelemahan internal yang dimiliki Griya Cokelat Nglanggeran dan menghindari ancaman eksternal :

- 1) Menekan biaya produksi dengan melakukan optimalisasi pada produksi seperti komposisi bahan yang ada di setiap produk dan penggunaan kemasan. Hal ini dapat membuat Griya Cokelat Nglanggeran memproduksi dalam jumlah banyak dengan menekan harga agar bisa lebih murah, sehingga dapat dengan mudah

tersebar diberbagai daerah dengan mengenalkan produk berbasis coklat dari Griya Cokelat Nglanggeran.

Menjawab tujuan ketiga dalam memberikan prioritas strategi dapat menggunakan matriks perencanaan strategi kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*). Matriks ini merupakan tahap terakhir dalam membuat strategi. Hasil analisis dari berbagai alternatif strategi yang ada dapat diperingkatkan sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Analisis Matriks QSPM Griya Cokelat Nglanggeran tahun 2019

No	Strategi	Total Skor
1	Memasarkan produk Griya Cokelat Nglanggeran pada kawasan wisata yang ada di Gunung Kidul	1,49
2	Meningkatkan fasilitas yang ada di Griya Cokelat Nglanggeran	1,39
3	Meningkatkan volume penjualan agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah	1,35
4	Mengoptimalkan promosi produk Griya Cokelat Nglanggeran terhadap wisatawan maupun konsumen	1,10
5	Mempertahankan kenyamanan berbelanja di Griya Cokelat Nglanggeran	0,87
6	Menciptakan produk yang unik sebagai ciri khas dari Griya Cokelat Nglanggeran	0,78
7	Menjaga ketersediaan bahan baku dengan memasok produk dua kali lebih banyak saat menghadapi hari libur	0,49
8	Menekan biaya produksi untuk membedakan harga dengan pesaing	0,48

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa strategi yang menjadi prioritas dalam pengembangan usaha Griya Cokelat Nglanggeran adalah memasarkan produk dengan membuka outlet Griya Cokelat Nglanggeran di sekitar kawasan wisata yang ada di Gunung Kidul melalui bantuan mitra. Strategi ini dapat membantu dalam mengenalkan Griya Cokelat Nglanggeran lebih luas lagi. Strategi kedua yaitu meningkatkan fasilitas yang ada di Griya coklat Nglanggeran. Fasilitas yang perlu ditingkatkan seperti bangunan, lahan parkir, mesin dan rambu petunjuk arah. Strategi ini dapat digunakan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja di Griya Cokelat Nglanggeran. Selanjutnya strategi yang menjadi alternatif ketiga adalah meningkatkan volume penjualan agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah

dilihat dari adanya keberagaman asal konsumen yang berbelanja di Griya Cokelat Nglanggeran.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan Griya Cokelat Nglanggeran di desa Nglanggeran Patuk Gunung Kidul Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa:

1. Mendeskripsikan berbagai faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Griya Cokelat Nglanggeran yaitu adanya jaringan kemitraan, akses lancar, fasilitas cukup memadai, harga produk terjangkau, produk bervariasi, jumlah tenaga kerja cukup dan berpengalaman, pelayanan ramah, memiliki jadwal produksi teratur serta adanya pembukuan lengkap, brand dikenal oleh banyak masyarakat dengan meluasnya pemasaran produk Griya Cokelat Nglanggeran, peralatan produksi masih sederhana. Kelemahan pada Griya Cokelat Nglanggeran yaitu terdapat bangunan relatif kecil, struktur lahan parkir yang masih beralaskan tanah, kurangnya petunjuk arah dan kapasitas alat produksi yang masih terbatas, harga produk diluar *showroom* Griya Cokelat Nglanggeran dinilai mahal, masih adanya tugas tenaga kerja yang fleksibel dan kurangnya kegiatan promosi produk oleh Griya Cokelat Nglanggeran. Faktor eksternal Griya Cokelat Nglanggeran berupa peluang dan ancaman yaitu terkenalnya desa Nglanggeran sebagai desa, bahan baku mudah ditemukan, hubungan baik dengan masyarakat sekitar, keberagaman asal konsumen dan mengangkat produk lokal. Selain itu juga terdapat beberapa ancaman yaitu Taman Teknologi Pertanian (TTP). Teknologi yang digunakan lebih maju dan lokasi pesaing lebih strategis dibandingkan dengan griya cokelat Nglanggeran.
2. Beberapa alternatif strategi pengembangan yang didapat melalui analisis SWOT yaitu memasarkan produk Griya Cokelat Nglanggeran di sekitar kawasan wisata Gunung Kidul, meningkatkan volume penjualan, mengoptimalkan promosi, meningkatkan fasilitas, menjaga ketersediaan bahan baku, menciptakan produk unik sebagai ciri khas Griya Cokelat Nglanggeran, mempertahankan kenyamanan dan menekan biaya produksi.

3. Strategi pengembangan yang dapat menjadi prioritas berdasarkan analisis QSPM yaitu memasarkan produk Griya Cokelat Nglanggeran pada kawasan wisata yang ada di Gunung Kidul, meningkatkan fasilitas di Griya Cokelat Nglanggeran dan meningkatkan volume penjualan agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi & Rianse. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: CV. Alfabeta
- Badan Pusat Statistik DIY. (2016). *Pertumbuhan Jumlah Pelaku Usaha di Gunung Kidul*. Yogyakarta
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis konsep edisi 10*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). Swot Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, 10(51).
- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105-117.
- Ismitriliana, U. (2017). Program Integrasi Kakao-Kambing Pe Di Taman Teknologi Pertanian Nglanggeran, Kabupaten Gunung Kidul. *Prosiding*, 7(1).
- Pariwisata, D. (2017). *Statistik Kepariwisataaan 2016*. Daerah Istimewa Yogyakarta. Retrieved from www.visitingjogja.com
- Purwono, J., Sugyaningsih, S., & Putri, R. T. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Tempe Indonesia di Kota Bogor, Propinsi Jawa Barat. *Neo-Bis*, 9(1), 60-71.
- Rahmana, A., Iriani, Y., & Oktarina, R. (2012). Strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industri pengolahan. manajemen.dev.widyatama.ac.id. *Jurnal Nasional Dosen Universitas Widyatama*
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Penggerak Ekonomi Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi* , 259-269.
- Sumaryana, F. D. (2018). Pengembangan Klaster UMKM dalam upaya peningkatan daya saing usaha. *JISPO: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(1), 58-68
- Ummah, I. C. (2017). Persepsi Pemuda Terhadap Sistem Pertanian Terpadu Di Desa Nglanggeran Kecamatan Patuk Kabupaten Gunungkidul. *Prosiding*, 7(1)
- Widowati, I. (2016). Strategi Pengembangan Perusahaan Agroindustri (Studi Kasus PT Citra Rahardja Utama di Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman). *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 1(2), 157-164.