

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Produk Cokelat Almond pada Kewirausahaan Mahasiswa

Alisia Mandasari¹, Francisca Eka N.², Amin Sadiqin^{3*}

¹⁻³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya
email: ¹ alisiamandasari@gmail.com, ² aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id

Article Info

Article history:

Received : 02 - 12, 2022

Revised : 06 - 12, 2022

Accepted : 20 - 01, 2023

Keywords:

Almond;
Development;
Marketing.

ABSTRACT

The development of a business is a way to improve, upgrade and implement a quality product from the business in progress. The purpose of product development is to maximize the achievement of product sales and also to increase customer satisfaction with these products. There are many ways that can be used to develop a business on a small scale. One of the product development efforts from the student activity program is made from chocolate and almonds. Chocolate is a processed product that is liked by many people, so the demand for this chocolate product will continue to increase, and the existence of processed products made from chocolate will have a very positive impact on the income of small businesses in entrepreneurship. The purpose of this study is to analyze the development strategy and business position in economic life per sector. The research methodology used is qualitative with data processing and analysis consisting of primary data analysis in the form of interview data and secondary data in the form of information about Chocolate Almond products. The results of the research show that the development of a chocolate-based business must be able to innovate according to consumer needs, expand market networks using market share strategies and market access strategies by increasing production volume through additional capital and by utilizing modern technology networks.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



*Corresponding Author:

Amin Sadiqin
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya
Email: aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id

1. PENDAHULUAN

Cokelat adalah olahan dari hasil biji kakao. Menurut Kementerian Perindustrian, Indonesia merupakan produsen kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Cokelat terbuat dari biji kakao, yang bisa menjadi referensi bagi semua kalangan. Saat ini, berbagai inovasi cokelat dengan berbagai rasa dan isian dapat ditemukan di mana-mana. Banyak sekali manfaat Cokelat bagi tubuh kita yaitu kaya akan mikronutrien, meningkatkan mood, mengontrol tekanan darah, menurunkan kolesterol jahat, meningkatkan kesehatan jantung, meningkatkan memori otak, membantu menurunkan berat badan, menghambat penuaan dan masih banyak lagi manfaat cokelat yang berguna bagi kesehatan tubuh manusia.

Varietas cokelat yang berbeda sering ditemukan di pusat perbelanjaan, rasa, dan isian yang berbeda. Hal ini menjadi peluang bagi perusahaan mikro kecil, dan menengah untuk berbisnis di bidang cokelat. Namun mengingat situasi pasar pada usaha Cokelat Almond ini, dimana banyak produk homogen yang beredar di masyarakat luas, maka perlu dilakukan perencanaan pengembangan produk dan strategi pemasaran supaya masyarakat luas lebih mengenal produk Cokelat Almond ini dan juga meningkatkan penjualan untuk mendapatkan keuntungan tertinggi.

Dalam penelitian ini kami mengamati usaha perencanaan secara strategis untuk mentransformasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang masih tradisional yang nantinya dapat menuju usaha kecil yang modern dan berdaya saing. Keterbatasan usaha Cokelat Almond (C'Mond) adalah minimnya permintaan dan luasan jangkauan pasar yang lebih kecil sehingga memberikan hasil yang kurang optimal. Kami melakukan penelitian tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangannya dari industri pengolahan cokelat. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor internal dan eksternal apa saja yang secara signifikan dapat mempengaruhi perkembangan usaha dan menganalisis posisi usaha yang sedang berjalan dan merumuskan alternatif strategi untuk mengatasi permasalahan yang ada.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada usaha produk cokelat almond (C'Mond) maka tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan dan memprioritaskan alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha produk Cokelat Almond (C'Mond). Karena ada beberapa kendala yang dihadapi industri kecil yaitu bertahan dalam persaingan, karena harus bersaing dengan industri menengah, besar, dan asing selain itu mereka juga menghadapi persaingan secara langsung maupun tidak langsung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Brown dan Petrello (1976) Pengembangan Usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Menurut Anoraga (2007:66) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafsa (2000 : 198) pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Dari pernyataan diatas, bisa disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan segala sesuatu yang dilakukan untuk mengevaluasi atau memperbaiki pelaksanaan pekerjaan, produk, dan juga melakukan inovasi atas produk yang sudah ada agar bisa menambah daya saing penjualan di masyarakat luas dengan menawarkan fasilitas dan dapat meningkatkan produk dengan mentoring yang melibatkan motivasi dan kreatifitas.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif karena mendeskripsikan penyusunan strategi pengembangan usaha cokelat almond pada unit usaha kegiatan mahasiswa.

Pada penelitian ini penelitian diawali dengan melakukan observasi ke lokasi pengolahan Cokelat Almond (C'Mond). Berkaitan dengan kegiatan observasi dilakukan studi literatur untuk mendapatkan sumber dan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Terdapat dua jenis data dalam penelitian ini, yaitu data primer berupa data wawancara dan data sekunder berupa data informasi tentang Cokelat Almond (C'Mond). Wawancara dilakukan dengan informan yang merupakan Ketua UKM C'Mond, pihak yang berkompeten yang mengetahui kondisi umum UKM Cokelat Almond (C'Mond) baik internal maupun eksternal.

Dengan mengidentifikasi dan mengartikulasi masalah peneliti lebih mudah untuk menentukan arah pemecahan masalah. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan dari analisis data yang telah disajikan. Peneliti menyimpulkan sebuah data berdasarkan dengan fokus penelitian yang telah disajikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Identifikasi Faktor Internal

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia pada usaha Cokelat Almond sesuai dengan keahlian dan kapasitasnya. Dalam evaluasi personalia, terdapat indikator yang mempengaruhi penjualan usaha cokelat almond yaitu sebagai berikut :

- Layanan konsumen (Kekuatan)

Tim sales juga melayani dan membantu pelanggan dalam memilih produk cokelat almond sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain sistem pembayaran tunai juga dapat menggunakan pembayaran berbasis elektronik, hal ini guna memudahkan pelanggan dalam bertransaksi di era digital.

2. Produk (*Product*)

Ada beberapa indikator berkembangnya bisnis yang berkualitas dengan strategi pemasaran yang baik dan mudah diterima masyarakat luas. Oleh karena itu, dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat, dapat menggunakan indikator sebagai berikut:

- Inovasi dan Kualitas Produk (Kekuatan)

Produk yang diproduksi C'Mond berkualitas baik, dengan rasa yang enak dan juga dalam berbagai bentuk dan tidak ada bahan kimia, pengawet atau pemanis buatan yang ditambahkan ke dalamnya. Desain kemasan dan juga perbedaan kemasan yang digunakan cukup baik karena mempertimbangkan kebersihan dan keamanan produk yang dikirimkan ke pelanggan.

3. Harga (*Price*)

Kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau menarik banyak orang untuk membelinya bahkan menjadi pelanggan setia produk tersebut. Indikator harga dievaluasi sebagai berikut:

- Harga terjangkau (Kekuatan)

Produk C'Mond dibanderol dengan harga terjangkau di semua kalangan sehingga mampu bersaing dengan produk yang ada di pasar. Harga yang dibanderol untuk produk C'Mond bervariasi tergantung isi dan ukuran produk. Harga penawaran mulai dari Rp. 15.000 sampai dengan Rp. 35.000 per kemasan.

4. Tempat (*Place*)

Lokasi usaha merupakan tempat yang digunakan untuk memproduksi sebuah produk. Indikator lokasi yang peneliti nilai sebagai berikut :

- Penentuan Lokasi Usaha (Kelemahan)

Penentuan lokasi usaha tidak strategis untuk memproduksi cokelat almond dikarenakan berada di daerah Surabaya dan sebagian besar tim berada di daerah Sidoarjo, sehingga untuk pemilihan lokasi produksi kurang strategis dilihat dari segi jarak dan juga waktu tempuh untuk memproduksi cokelat tersebut.

5. Promosi (*Promotion*)

Semakin baik menerapkan perencanaan promosi maka akan semakin besar peluang untuk meningkatkan jumlah penjualan dan laba yang dihasilkan. Indikator yang mempengaruhi evaluasi promosi yaitu :

- Kegiatan promosi belum optimal (Kelemahan)

Inisiatif promosi yang dilakukan tim C'Mond dirasa belum optimal karena hanya diterapkan melalui media social dan juga dijual langsung ke pelanggan.

6. Pendanaan/Keuangan

Pendanaan adalah aspek terpenting dalam menjalankan sebuah usaha, tanpa adanya pengelolaan keuangan yang baik maka usaha tidak dapat berjalan dengan baik dan bisa mengalami kerugian atau gulung tikar. Beberapa indikator untuk evaluasi pendanaan/keuangan diantaranya :

- Modal yang cukup (Kelebihan)

Modal yang cukup atau lebih besar mempengaruhi kualitas dan kuantitas suatu produk. Ketersediaan modal yang cukup memungkinkan untuk pengembangan usaha C'Mond untuk mendukung operasi produksi dengan lebih baik.

- Pencatatan keuangan yang buruk (Kelemahan)

Kendala C'Mond adalah pengelolaan akuntansi keuangan belum sepenuhnya diterapkan, karena C'Mond tidak melakukan perhitungan keuangan secara detail atas nilai jual produk, peralatan dan perangkat yang digunakan dalam produksi, hanya perhitungan keuangan sederhana dan nilai penjualan, seperti Pendapatan dari perolehan bahan baku dan laporan laba rugi.

7. Produksi dan Operasi

Usaha Cokelat Almond (C'Mond) memproduksi produk cokelat praline dalam berbagai bentuk dan versi kemasan serta jumlah isi dalam setiap kemasan. Ada beberapa indikator kinerja dan produksi yang dievaluasi yaitu:

- Material bahan baku yang cukup (Kekuatan)

Usaha C'Mond memiliki supplier bahan baku dengan harga terjangkau dan berkualitas tinggi. Ringannya bahan baku juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan proses produksi. Berdasarkan hasil wawancara ketua kelompok.

8. Keterbatasan Teknologi dan Alat Produksi (Kelemahan)

Teknologi produksi C'Mond saat ini menggunakan teknologi sederhana. Karena terbatasnya jumlah cetakan cokelat yang digunakan, produksi C'Mond tidak dapat memaksimalkan permintaan pasar yang tinggi.

4.2. Identifikasi Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal, teridentifikasi beberapa peluang dan ancaman yang mempengaruhi perkembangan produk Cokelat Almond (C'Mond).

1. Pasar

Segmentasi pasar dari usaha C'Mond terdiri dari segmentasi demografis yang meliputi konsumen dengan usia 17 hingga 30 tahun, yang menghadirkan peluang bagus bagi bisnis C'Mond untuk menjual produk ke pelanggan dan memperluas pemasaran, yang tidak hanya terfokus pada dalam kota tetapi juga di luar kota bahkan luar pulau agar produk lebih dikenal masyarakat luas dan juga dapat meningkatkan keuntungan penjualan.

- Pemintaan melambung drastis pada periode kurun waktu tertentu (Peluang)

Kondisi penjualan C'Mond mengalami kenaikan jumlah permintaan penjualan pada saat adanya moment hari raya keagamaan. Saat itu, usaha C'Mond memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan, yang merupakan peluang yang sangat baik bagi usaha C'Mond untuk memasarkan produknya.

2. Sociocultural

- Perubahan gaya hidup masyarakat (Peluang)

Peralihan gaya hidup masyarakat yang telah mengembangkan budaya saling memberi hadiah kepada teman, orang tua, dan orang yang dicintai di pesta ulang tahun, seperti memberikan cokelat kemasan.

- Berkurangnya minat konsumen (jenuh) (Ancaman)

Minat konsumen yang terus berubah, kebosanan dengan produk yang dijual menjadi suatu ultimatum bagi pelaku usaha karena permintaan konsumen yang terus berganti dan tidak dapat terduga. Sehingga ancaman ini harus diperhatikan dalam upaya C'Mond untuk berinovasi dan menciptakan varian produk baru supaya pelanggan tidak cepat bosan dan mengarahkan pelanggan untuk beralih ke produk cokelat lainnya.

- Kenaikan bahan baku (Ancaman)

Kenaikan bahan baku akan meningkatkan biaya produksi yang akan mengganggu dan mempersulit proses produksi dan pemasaran.

3. Teknologi

- Pengembangan Teknologi dan Operasional (Peluang)

Pengembangan terkini dalam teknologi telah memberikan kesempatan bagi usaha C'Mond untuk memasarkan produk cokelat ke khalayak ramai dengan jangkauan yang lebih luas.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis yang kami peroleh, kami menyimpulkan bahwa UMKM C'Mond ini akan memiliki prospek yang bagus. Terutama karena para pendiri sekaligus semua orang yang terlibat didalamnya mempunyai komitmen, visi dan misi yang tinggi untuk tetap mempertahankan keutuhan demi berjalannya usaha. Peran usaha UMKM sangat terlihat menonjol dibandingkan dengan kelompok usaha lainnya. UMKM C'Mond masih menghadapi berbagai masalah mendasar, yaitu masalah pemasaran, keberlanjutan usaha dan masih belum mampu memanfaatkan kekuatannya untuk mengatasi kelemahan serta belum mampu untuk mengatasi ancaman dengan peluang yang ada.

Terdapat beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang ada antara lain (1) membuat bentuk cokelat yang berbeda dan merancang kemasan yang lebih menarik, (2) meningkatkan promosi penjualan dengan cara membagikan free testing pada masyarakat saat acara penting maupun di tempat keramaian untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga menaikkan profit usaha, (3) rekrutmen SDM harus diperhatikan dalam tingkat keahlian, pengalaman kerja dan tingkat pendidikan, (4) penataan sistem management dalam hal pembukuan dan administasi. (5) penambahan alat pembantu dalam mencetak cokelat supaya hasil produksi yang diinginkan tercapai dengan maksimal dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Kharisudin, Achmad, & Irwandi, Putra (2022). Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Produk Cokelat Tempe di Kota Malang. *Journal of social, agricultural pollicies, economics and agribusiness*, Vol. 02 No. 01, 58-71
- Syafri, E., Rahmaddiansyah, R., & Romano, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cokelat (Studi Kasus Pada Usaha Cilet Cokelat di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(4), 45-54.
- Mardiana, E. H. (2018). Analisis Rencana Strategi Teknologi Informasi Perusahaan. *Eksplora Inform*, 7(2), 1-8.

- Basri, Z., & Kusmiah, N. (2022). Strategi Pengembangan Agroindustri Cokelat Pada UD. UIH Kec. Lampa Kab. Polewali Mandar. *J-PEN Borneo: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1).
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.
- Meilani, D., & Febrinaldo, R. (2016, November). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produk Olahan Cokelat. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi Dan Industri*.
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series (Vol. 2, No. 1, pp. 345-349)*.
- Sriyana, J. (2010). strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM): studi kasus di kabupaten bantul. *Simposium nasional*