

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI PENGOLAHAN MAKANAN KHAS BENGKULU DI KOTA BENGKULU

Tiara Windiana¹, Novi Tri Putri²

^{1,2}Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Indonesia

¹tiarawindiana2021@gmail.com

²noviafr206@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research are: (1) Knowing the internal and external factors in the development of small industry of Bengkulu typical food processing in Bengkulu City and (2) Formulating a development strategy to increase the growth of small industry of Bengkulu typical food processing in Bengkulu City. This research is a type of quantitative descriptive research. The types of data used are primary and secondary data obtained from the Central Statistics Agency of Bengkulu Province in 2016-2020 and the distribution of questionnaires. The data analysis method used is descriptive analysis and SWOT analysis. Based on the results of data analysis, it is found that the strategy that can be carried out for the business of developing Bengkulu specialties is the W-O strategy, namely: (a) Making regulations on the preservation of regional culture; (b) Build special food business centers; (c) Facilitation and support for business capital from the relevant agencies/agencies; and (d) Conducting bazaars or events for regional and national culinary specialties.

Keywords: Food Processing Industry¹, Bengkulu's Food², Development Strategy³, SWOT⁴

PENDAHULUAN

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu parameter untuk mengetahui keberhasilan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Semakin tinggi, nilai dan pertumbuhan PDRB, menunjukkan bahwa suatu daerah telah mampu mencapai pertumbuhan ekonomi yang baik, sebaliknya semakin rendah dan menurun nilai PDRB menunjukkan bahwa suatu daerah mengalami kondisi ekonomi yang pasang surut. PDRB terdiri dari 17 sektor usaha yang berkontribusi dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi. Ke-17 sektor tersebut adalah sektor pertanian, kehutanan dan perikanan, sektor pertambangan dan penggalan, sektor industri pengolahan, sektor pengadaan listrik dan gas, sektor pengadaan air, sektor pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang, sektor konstruksi, sektor perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor, sektor transportasi dan pergudangan, sektor penyediaan akomodasi dan makan minum, sektor informasi dan komunikasi, sektor jasa keuangan dan asuransi, sektor real estate, sektor jasa

perusahaan, sektor administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib, sektor jasa pendidikan, sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial dan sektor jasa lainnya (BPS, 2021).

Salah satu sektor yang berkontribusi terhadap PDRB adalah sektor industri (dalam hal ini adalah industri pengolahan). Bagi daerah-daerah urban (perkotaan), industri pengolahan dan sektor-sektor penunjangnya merupakan salah satu usaha pokok yang sebagian besar diusahakan oleh masyarakatnya, dibandingkan dengan pengembangan sektor lainnya (seperti sektor pertanian dan subsector-subsektornya). Hal ini dikarenakan mulai terbatasnya sumber daya lahan untuk pengembangan sektor-sektor pertanian, sehingga tidak mungkin dilakukan.

Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) memberikan amanat bahwa pembangunan industri sebenarnya merupakan bagian dari rangkaian pelaksanaan dalam mencapai sasaran pembangunan jangka panjang yang bertujuan membangun industri, sehingga bangsa Indonesia diharapkan mampu tumbuh dan berkembang atas kekuatan sendiri berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 (Arsyad, 2010). Sejalan dengan hal tersebut, dalam proses pembangunan, sektor industri dijadikan sebagai prioritas pembangunan yang diharapkan mempunyai peranan sebagai leading sector atau sektor pemimpin bagi pembangunan sektor-sektor lainnya (Arsyad, 2010)

Kota Bengkulu sebagai daerah urban (perkotaan) memiliki potensi pengembangan sektor industri pengolahan yang besar, dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya. Dari perbandingan nilai PDRB sektor industri pengolahan pada kabupaten/kota di Kota Bengkulu, diketahui bahwa industri pengolahan di Kota Bengkulu memiliki nilai rata-rata PDRB terbesar sebesar Rp498,62 miliar, diikuti oleh Kabupaten Bengkulu Utara sebesar Rp431,20 miliar dan Kabupaten Bengkulu Tengah sebesar Rp405,66 miliar. Dari data tersebut diketahui bahwa industri pengolahan tumbuh dan berkembang di daerah perkotaan atau daerah dengan tingkat perekonomian yang maju (sentra ekonomi), seperti halnya di Kota Bengkulu. Hal ini dikarenakan pada daerah sentra ekonomi terdapat pangsa pasar dan fasilitas produksi yang lebih memadai (BPS, 2021).

Peran industri kecil dalam peta perekonomian nasional tidak dapat disepelekan. Industri kecil merupakan sektor usaha yang banyak menyerap tenaga kerja, sehingga dapat

mengurangi beban pemerintah dalam menanggulangi pengangguran. Industri kecil juga mampu menanggulangi permasalahan penduduk. Berkembangnya industri kecil di daerah-daerah pedesaan dan pinggiran kota setidaknya akan memberi dampak penyebaran penduduk yang lebih merata (Tara, 2001). Pembangunan industri sebagai bagian dari usaha pembangunan ekonomi jangka panjang di arahkan menciptakan strukur ekonomi yang lebih kokoh dan seimbang. Untuk itu proses industriliasasi lebih dimantapkan guna mendukung berkembangnya industri sebagai penggerak utama peningkatan ekonomi dan perluasan lapangan kerja.

Peranan lain dari Industri pengolahan akan memacu dan mengangkat pembangunan sektor-sektor lainnya seperti sektor pertanian dan jasa. Sebagai misal pertumbuhan sektor industri yang pesat akan merangsang pertumbuhan sektor pertanian untuk menyediakan bahan-bahan baku bagi suatu industri. Dengan adanya industri tersebut memungkinkan juga berkembangnya sektor-sektor lainnya, seperti sektor perdagangan, jasa dan sebagainya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kota Bengkulu (2021), Produk Domestik Regional Bruto Kota Bengkulu Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha untuk sektor industri pengolahan terdiri dari industri batu bara dan pengilangan migas, industri pengolahan, industri pengolahan tembakau, industri tekstil dan pakaian jadi, industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki, industri kayu, barang dari kayu dan gabus dan barang anyaman dari bambu, rotan, industri kertas dan barang dari kertas; percetakan dan reproduksi media rekaman, industri kimia, farmasi dan obat tradisional, industri karet, barang dari karet dan plastik, industri barang galian bukan logam, industri logam dasar, industri barang logam; komputer, barang elektronik, optik; dan peralatan listrik, industri mesin dan perlengkapan, industri alat perangkutan, industri furnitur, industri pengolahan lainnya; jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan.

Berdasarkan 16 subsektor industri pengolahan tersebut diketahui bahwa 3 subsektor usaha tidak diusahakan oleh masyarakat di Bengkulu adalah industri batubara dan pengilangan, industri pengolahan tembakau, dan industri mesin dan perlengkapan. Sementara itu, dari 13 industri yang diusahakan masyarakat di Bengkulu, terlihat bahwa subsektor usaha yang mengalami penurunan pertumbuhan adalah subsektor makanan dan minuman, dari 6,03% pada tahun 2016, menurun hingga -2,57% di tahun 2020. Padahal di tahun 2016, subsektor

makanan dan minuman bersama-sama dengan subsektor transportasi menjadi *leading sector* pada industri pengolahan.

Usaha pembuatan dan penjualan makanan khas Bengkulu merupakan salah satu jenis dari sentra industri pengolahan makanan dan minuman di Kota Bengkulu, sekaligus industri kecil yang berbasis industri lokal di Bengkulu. Makanan khas Bengkulu merupakan makanan kecil yang diolah dari bahan baku lokal yang banyak tersedia di Bengkulu, sehingga tidak mengherankan bahan-bahan tersebut sangat menunjang kontinuitas usaha makanan khas Bengkulu.

Usaha makanan khas memiliki peran yang mendukung dengan pengembangan sektor lainnya, seperti sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan makanan khas biasanya merupakan makanan yang sering dibeli oleh para wisatawan yang berkunjung ke Bengkulu. Oleh karena itu, pengembangan industri makanan khas perlu terus dikembangkan dan dilestarikan, selain mendatangkan keuntungan secara ekonomi, juga berberan pada pelestarian budaya dan kearifan lokal, yang terus ada walaupun kondisi jaman dan lingkungan yang terus berubah.

Secara prospek, industri makanan khas di Bengkulu memiliki prospeknya baik, meskipun kenyataannya industri makanan khas Bengkulu ini masih belum berkembang dengan baik, bahkan produk makanan dari daerah lain baik dengan nama yang sama maupun jenis makanan lain lebih membanjiri pasar produk makanan khas di Kota Bengkulu. Masalah ini harus dicari penyebabnya dan dieliminir sekecil mungkin penyebabnya.

Semakin berkurangnya jumlah industri kecil berbasis makanan khas di Kota Bengkulu, sehingga diperlukan strategi pengembangan industri agar dapat mengoptimalkan hasil produksi. Dalam penentuan strategi ini, tentunya perlu untuk memperhatikan faktor-faktor yang menjadi penghambat kemajuan usaha, sehingga sasaran pengembangan dapat lebih mengena dan akan berdampak pada kontribusi dan manfaat serta peranan yang diberikan industri makanan khas Bengkulu, terutama dalam kaitannya dalam peningkatan pendapatan masyarakat dan pengentasan kemiskinan di Kota Bengkulu.

Dari uraian pemaparan sebelumnya, maka kajian tentang strategi pengembangan industri pengolahan makanan khas Bengkulu menarik untuk dilakukan. Industri pengolahan

makanan khas Bengkulu dapat dijadikan sebagai prioritas pembangunan yang diharapkan mempunyai peranan sebagai *leading sector* atau sektor pemimpin bagi pembangunan sektor-sektor lainnya di Kota Bengkulu.

TINJAUAN PUSTAKA

Local Economic Development (LED)

Dalam konteks pembangunan wilayah terdapat beberapa kebijakan pengembangan yang terus berevolusi seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan/atau dinamika permasalahan yang dihadapi. Secara garis besar, kebijakan tersebut dapat diklasifikasikan atas tiga kelompok, yaitu: (1) kebijakan pengembangan dari atas, (2) kebijakan pengembangan dari bawah dan (3) kebijakan *Local Economic Development* (Iqbal dan Anugrah, 2009). Pada dasarnya kebijakan-kebijakan tersebut saling melengkapi dan menyempurnakan menurut situasi, kondisi, dan permasalahan yang terjadi. Kebijakan pembangunan dari atas memiliki kelemahan karena dapat menimbulkan kesenjangan pada wilayah-wilayah yang lebih kecil akibat eksploitasi sumberdaya oleh wilayah yang lebih besar. Sementara itu, kebijakan pembangunan dari bawah sebetulnya memiliki muatan yang bagus tetapi seringkali lemah dalam implementasi, sehingga kebijakan ini cenderung bersifat *utopia*. Adapun kebijakan *Local Economic Development* (Blakely, 1994) dapat dianggap sebagai alternatif dalam mencari solusi permasalahan yang terjadi pada kebijakan pembangunan dari atas dan kebijakan pembangunan dari bawah.

Tujuan dari *Local Economic Development* (LED) adalah untuk membangun kapasitas ekonomi lokal untuk meningkatkan masa depan perekonomian dan kualitas hidup semua komponen yang ada di dalamnya. *Local Economic Development* (LED) adalah proses dimana masyarakat, bisnis dan mitra non-pemerintah dari seluruh sektor bekerja secara kolektif untuk menciptakan kondisi yang lebih baik bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Keberhasilan sebuah komunitas hari ini tergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan ekonomi pasar lokal, nasional dan internasional yang dinamis. Strategi LED yang direncanakan semakin banyak digunakan oleh masyarakat untuk memperkuat kapasitas ekonomi lokal suatu daerah, memperbaiki iklim investasi, dan meningkatkan produktifitas dan daya saing bisnis lokal, pengusaha dan pekerja. Kemampuan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup, menciptakan

peluang ekonomi baru dan memerangi kemiskinan tergantung pada masyarakat itu sendiri untuk dapat memahami proses *Local Economic Development* (LED), dan bertindak strategis dalam menghadapi pasar ekonomi yang selalu berubah dan semakin kompetitif (Swinburn *et.al*, 2006).

Pengembangan Usaha Industri Kecil

Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Scumpeter (dalam Kotler, 2010) bahwa pengembangan adalah perubahan spontan dan terputus-putus senantiasa mengubah dan mengganti situasi keseimbangan untuk waktu sebelumnya. Kellog (dalam Jauch & Glueck, 2006) bahwa pengembangan sebagai suatu perubahan dalam diri orang atau organisasi yang memungkinkan orang atau organisasi yang bersangkutan bekerja atau berjalan efektif.

Menurut Saydam (2006), pengembangan merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan oleh perusahaan agar pengetahuan maupun keterampilan mereka sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan. Pengembangan memerlukan dan melibatkan semacam pengarahan, pengaturan dan pedoman dalam rangka menciptakan kekuatan-kekuatan bagi perluasan perusahaan atau organisasi (Jhingan, 2007).

Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengembangan Usaha

Usaha yang baik adalah usaha yang memiliki strategi yang baik dalam menjalankan usahanya. Rangkuti (2009) menjelaskan bahwa dalam menentukan strategi diperlukan usaha untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi suatu usaha, baik secara internal maupun eksternal. Prosen pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan usaha berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan baik bersumber dari faktor internal maupun eksternal dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2009).

Menurut Kristanto (2009) faktor-faktor pengembangan usaha adalah sebagai berikut.

- 1) Sumber daya manusia (SDM)

Faktor SDM menentukan dalam pengembangan dan kemajuan suatu usaha. Karena SDM merupakan pelaksana dari proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan dengan yang lain secara sistematis. Di mana jika SDM sebagai pemimpin dapat mengayomi bawahan, menggerakkan dan membimbing secara perseorangan maupun kelompok. Anoraga (2010) menjelaskan bahwa kepemimpinan merupakan seni mempengaruhi orang lain untuk mengarahkan kemampuan mereka, kemampuan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu.

2) Finansial (Permodalan)

Modal adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi kelangsungan suatu usaha sehingga mampu mencapai tujuannya. Adapun modal itu sendiri tidak lain adalah suatu hal yang berwujud uang atau barang-barang (peralatan/ mesin) yang diperlukan untuk membiayai dan melaksanakan operasional perusahaan mulai dari berdiri sampai beroperasi. Menurut Tohar (2009) modal dibedakan dalam tiga bentuk, yakni: a) modal uang yang merupakan sumber dari daya untuk dipergunakan dan ditanamkan atau dibelanjakan menjadi faktor-faktor produksi; b) barang modal yakni berupa asset yang dimiliki oleh perusahaan yang didalamnya termasuk *goodwill* yang bersifat abstrak pada debet neraca; dan c) modal redimen yang merupakan alat-alat produksi yang dipergunakan untuk menjalankan atau menciptakan produk usaha.

3) Pembinaan dan Mitra Kerja

Faktor pembinaan sangat mempengaruhi terhadap pengembangan usaha, terutama pada usaha mikro kecil dan menengah. Pembinaan merupakan bantuan atau fasilitasi kepada individu atau kelompok orang atau suatu usaha untuk mencapai kesejahteraan dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Suatu usaha akan berkembang dengan baik bila dalam melaksanakan operasionalnya, mendapatkan dukungan dari semua *stakeholder* yang berkepentingan.

Begitupula dengan mitra kerja yang merupakan bentuk Kerjasama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Terjadinya mitra kerja dikarenakan adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama. Melalui mitra kerja ini, usaha mikro, kecil dan menengah diharapkan hidup sejajar dengan usaha-usaha besar, karena usaha besar biasanya sebagai bapak angkat dari usaha-usaha kecil menengah. Jika mitra kerja ini dibangun atas

dasar saling membutuhkan, maka tujuan dari Kerjasama akan menjadi kenyataan. Kerjasama yang solid akan membuat usaha mikro, kecil dan menengah mampu mengatasi kendali internalnya terlebih dahulu sebelum mengatasi masalah-masalah eksternalnya (Ningtias dkk, 2009).

4) Konsumen atau Pelanggan

Konsumen atau pelanggan merupakan faktor yang menentukan pengembangan suatu usaha. Konsumen atau pelanggan merupakan pengomsumsi akhir dari produk-produk usaha. Oleh karenanya, mempertahankan konsumen atau pelanggan merupakan strategi paling ampuh untuk menjaga kelangsungan usaha sambil mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan konsumen atau pelanggan lama dan mendapatkan konsumen atau pelanggan baru dapat dilakukan dengan cara mempertahankan kualitas, menanamkan citra merek atau *brand* yang positif dan menanamkan kepercayaan konsumen serta memberi pelayanan yang memuaskan konsumen.

5) Lingkungan

Faktor lingkungan usaha yang senantiasa berubah dan tidak dapat dikendalikan, merupakan tantangan bagi pengembangan usaha, karena faktor ini sedikit banyak akan mempengaruhi kondisi usaha yang dilaksanakan. Faktor lingkungan meliputi lingkungan fisik dan non fisik. Lingkungan fisik meliputi lokasi usaha, kondisi sarana prasarana dan sebagainya. Sedangkan kondisi lingkungan non fisik meliputi situasi keamanan, dukungan lingkungan, regulasi pemerintah dan sebagainya. Faktor lingkungan tersebut tentu saja mempengaruhi kelangsungan suatu usaha.

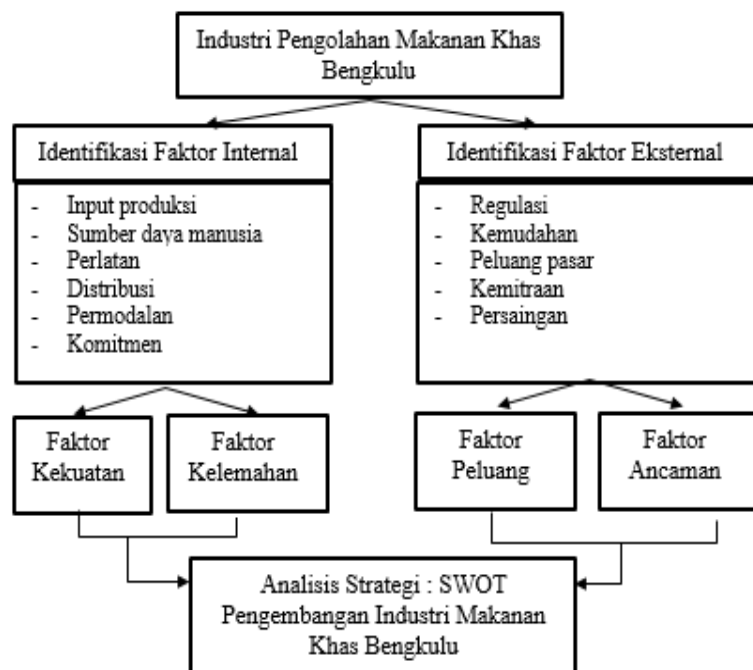
6) Daya Saing dan Strategi Pemasaran

Daya saing dan penentuan strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk menjamin bahwa pengembangan usaha yang dilakukan berhasil atau tidak. Daya saing dan strategi pemasaran diperlukan dikarenakan adanya perilaku konsumen yang cenderung cepat berubah dan tidak dapat diprediksi. Dalam persaingan pemasaran, harus dapat mempengaruhi calon pembeli melalui kegiatan promosi, diversifikasi produk, penetapan harga dan sebagainya. Perluasan atau pengembangan usaha dapat berkelanjutan dengan baik dan hasil produk dapat laku di pasaran, karena adanya keadaan pasar atau permintaan yang mendukung, kapasitas produk yang meningkat dan faktor-faktor pendukung lainnya.

Sementara Menurut David (2009) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan

RERANGKA ANALISIS

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan faktor internal dan eksternal pengembangan industri makanan khas Bengkulu serta merumuskan strategi pengembangannya. Secara skematis, rerangka analisis pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1. Dari tersebut diketahui bahwa upaya pengembangan industri kecil pengolahan makanan khas Bengkulu dimulai dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut dianalisis dengan SWOT, sehingga menghasilkan strategi yang paling efektif dalam pengembangan industri kecil makanan khas Bengkulu di Kota Bengkulu



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

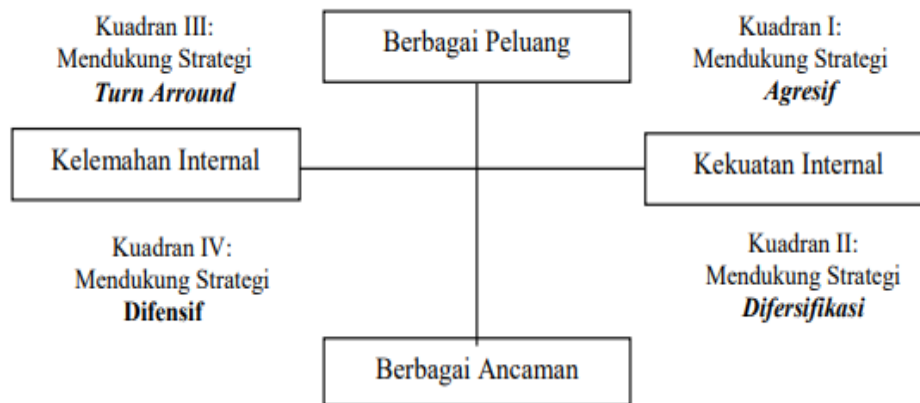
Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif, yakni penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan memaparkan faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan industri makanan khas Bengkulu berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Penelitian ini juga menjelaskan strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan industri makanan khas Bengkulu di Kota Bengkulu.

Pada penelitian ini populasi penelitian adalah *stakeholder* usaha industri pengolahan makanan khas Bengkulu di Kota Bengkulu. Guna mendapatkan sampel yang representatif, pada penelitian ini mengambil Sebagian dari *stakeholder* industri pengolahan makanan khas Bengkulu seperti pengusaha makanan khas (produsen dan outlet), pekerja industri pengolahan makanan khas, Dinas Kopetasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Dinas Pariwisata Kota Bengkulu. Guna menjawab permasalahan dan tujuan penelitian, digunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis SWOT yaitu :

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal yaitu dengan cara memecah semua unsur internal (kekuatan dan kelemahan) dan unsur eksternal (peluang dan ancaman) untuk mendapatkan data tentang strategi pengembangan industri kecil pengolahan makanan khas Bengkulu di Kota Bengkulu.
2. *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) dan *External Factor Analysis Strategy* (EFAS) dilakukan dengan menyusun matrik *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) dan *External Factor Analysis Strategy* (EFAS). Kedua matriks tersebut berisi faktor-faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor strategis.

Untuk penentuan *Grand Strategy Analysis* SWOT juga dapat digambarkan dalam diagram untuk mengetahui posisi pengembangan pengembangan industri kecil pengolahan makanan khas Bengkulu di Kota Bengkulu dan mendukung strategi pengembangannya.



Gambar 2. Kerangka SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menentukan strategi pengembangan industri makanan khas Bengkulu perlu dilakukan identifikasi faktor internal yang terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari faktor peluang dan ancaman terhadap aspek-aspek penelitian. Faktor-faktor tersebut diperoleh dari hasil penelitian sebagaimana dijelaskan berikut ini.

Identifikasi Faktor Internal Pengembangan Makanan Khas Bengkulu

Dalam usaha pengembangan industri makanan khas Bengkulu perlu dilakukan penilaian terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki yang terakumulasi dalam faktor internal (*internal factors*). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui dan dirangkum faktor kekuatan dan kelemahan dalam upaya pengembangan industri makanan khas Bengkulu sebagaimana terlihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Tabel 1: Identifikasi Faktor Internal (Modalitas dan Kelemahan)				
No	Faktor/Variabel dan Indikator	Nilai Rata-rata	Rata-rata Sub Faktor/Variabel	Keterangan
Input Produksi				
1	Bahan baku yang kurang memadai	2,97	2,92	Kelemahan
2	Upah tenaga kerja yang relatif mahal	2,87		
Sumber Daya Manusia (SDM)				
3	Kemampuan kewirausahaan yang rendah	3,00	3,07	Kelemahan

No	Faktor/Variabel dan Indikator	Nilai Rata-rata	Rata-rata Sub Faktor/Variabel	Keterangan
4	Manajemen usaha yang kurang memadai	3,07		
5	Keahlian sumber daya manusia yang kurang mendukung usaha	3,13		
Peralatan				
6	Proses produksi usaha makanan menggunakan peralatan sederhana	3,17	3,14	Kekuatan
7	Pengembangan kreasi yang mendukung usaha	3,10		
Distribusi				
8	Akses pengembangan industri kecil makanan khas Bengkulu masih cukup sulit	3,00		
9	Harga produk makanan khas bersaing cukup mahal	3,17	3,01	Kelemahan
10	Fasilitasi pemerintah dalam promosi belum tersedia	2,87		
Permodalan				
11	Usaha makanan khas yang membutuhkan modal besar	3,13		
12	Modal pengembangan usaha yang kurang memadai	3,03	3,03	Kelemahan
13	Belum adanya bantuan modal dari pemerintah daerah	2,93		
Komitmen				
14	Makanan khas merupakan warisan budaya dari leluhur yang masih dipertahankan eksistensinya	3,37	3,40	Kekuatan
15	Usaha makanan khas membantu membuka lapangan usaha baru sehingga menjadi sumber pendapatan keluarga	3,43		
Nilai Rata-rata Total			3,10	

Sumber: Hasil penelitian 2021 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa nilai skor rata-rata faktor internal adalah sebesar 3,10. Nilai rata-rata tersebut dijadikan patokan untuk menentukan faktor-faktor yang masuk ke dalam faktor kekuatan (*strength*) dan faktor-faktor kelemahan (*weakness*). Selain faktor kekuatan dan kelemahan, dalam upaya pengembangan usaha makanan khas Bengkulu juga ada faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman yang sangat berpengaruh terhadap strategi pengembangan usaha makanan khas Bengkulu. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui dan dirangkum faktor peluang dan ancaman upaya pengembangan usaha makanan khas Bengkulu sebagaimana terlihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Pengembangan Usaha Makanan khas Bengkulu

No	Faktor-Faktor	Nilai Rata-rata	Rata-rata Faktor/ Variabel	Keterangan
Regulasi				
1	Keinginan pemerintah untuk mempetahankan dan melestarikan budaya	3,13	3,16	Peluang
2	Adanya regulasi tentang pembinaan industri kecil	2,97		
3	Komitmen Pemda dalam mengembangkan industri kecil	3,37		
Kemudahan				
4	Kemudahan izin usaha	2,93	2,95	Peluang
5	Adanya event-event regional dan nasional	3,03		
6	Fasilitasi pemerintah daerah dalam event-event regional dan nasional	2,90		
Peluang Pasar				
7	Belum terbuka akses pasar melalui jalur promosi daerah	3,10	2,85	Ancaman
8	Pertumbuhan jumlah penduduk dan wisatawan domestic yang menurun	2,73		
9	Daya beli masyarakat yang menurun	2,70		
10	Selera konsumen terhadap makanan khas yang menurun	2,83		
11	Nilai eksistensi seni dan budaya di lingkungan masyarakat yang menurun	2,87		
Kemitraan				
12	Pola kemitraan antar pengusaha	3,03	3,03	Peluang
13	Kerjasama dengan bahan baku	3,03		
Persaingan				
14	Adanya perdagangan bebas (era globalisasi)	2,37	2,63	Ancaman
15	Masuknya makanan khas dari daerah lain	2,37		
16	Jumlah industri kecil yang serupa	2,80		
17	Minat masyarakat terhadap makanan khas daerah lain yang meningkat	2,97		
Nilai Rata-rata			2,92	

Sumber: Hasil penelitian 2021 (diolah)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai skor rata-rata faktor eksternal adalah sebesar 2,92. Nilai rata-rata tersebut dijadikan patokan untuk menentukan faktor-faktor yang masuk ke dalam faktor peluang (*opportunity*) dan faktor-faktor ancaman (*threats*).

Alternatif Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Makanan Khas Bengkulu

Berdasarkan hasil evaluasi faktor internal dan faktor eksternal, langkah selanjutnya menentukan alternatif-alternatif strategi yang dapat dipilih sesuai dengan tujuan penelitian (riset). Pada penelitian ini analisis alternatif strategi dipergunakan untuk upaya pengembangan pengembangan usaha makanan khas Bengkulu. Guna mempermudah dalam menentukan strategi alternatif, maka digunakan bantuan Matriks IFAS dan EFAS.

Dalam membuat alteratif-alternatif dari komponen IFAS dan EFAS pada matriks IFAS dan EFAS, didasarkan pada pertimbangan nilai rata-rata tertinggi pada tiap faktor SWOT. Alternatif strategi yang didapatkan adalah: Strategi S-O; Strategi W-O; Strategi S-T dan Strategi W-T. Hasil evaluasi alternatif strategi pengembangan industri makanan khas Bengkulu dirangkum di Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Alteratif Strategi Pengembangan usaha makanan khas Bengkulu berdasarkan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

Internal Faktor	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
	1. Peralatan 2. Komitmen	1. Input Produksi 2. Sumber Daya Manusia 3. Distribusi 4. Permodalan
Eksternal Faktor		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	S-O Strategy	W-O Strategy
1. Regulasi 2. Kemudahan 3. Kemitraan	1. Menggerakkan dan memfasilitasi UKM makanan khas agar terus berkembang secara berkesinambungan 2. Fasilitasi dan dukungan untuk penguatan usaha agar lapangan usaha berbasis potensi lokal tetap tersedia	1. Membuat regulasi tentang pelestarian budaya daerah 2. Membuat pusat informasi tentang sentra-sentra usaha makanan khas daerah dan pengembangannya 3. Membangun sentra-sentra usaha makanan khas daerah 4. Fasilitasi dan dukungan permodalan usaha dari dinas/instansi terkait 5. Melakukan bazar atau event terhadap produk-produk kuliner makanan khas baik regional maupun nasional
Ancaman (<i>Threats</i>)	S-T Strategy	W-T Strategy
1. Peluang Pasar 2. Persaingan	1. Mengoptimalkan sektor usaha yang potensial 2. Mempromosikan produk-produk makanan khas secara berkesinambungan	1. Pembinaan dan penguatan manajemen usaha melalui pelatihan-pelatihannya UMKM 2. Promosi potensi wisata daerah untuk meningkatkan kunjungan wisata baik wisata budaya, kuliner maupun wisata alam

Berdasarkan analisis IFAS (*internal factor analysis strategy*) dan EFAS (*external factor analysis strategy*) upaya pengembangan usaha makanan khas Bengkulu diperoleh dengan matriks strategi pengembangan usaha makanan khas Bengkulu. Dari matriks strategi tersebut, diperoleh 4 alternatif strategi pengembangan usaha makanan khas Bengkulu, sebagai berikut:

Strategi S-O :

- a) Menggerakkan dan memfasilitasi UKM makanan khas agar terus berkembang secara berkesinambungan
- b) Fasilitasi dan dukungan untuk penguatan usaha agar lapangan usaha berbasis potensi lokal tetap tersedia.

Strategi S-T :

- a) Mengoptimalkan sektor usaha yang potensial
- b) Mempromosikan produk-produk makanan khas secara berkesinambungan.

Strategi W-O :

- a) Membuat regulasi tentang pelestarian budaya daerah
- b) Membuat pusat informasi tentang sentra-sentra usaha makanan khas daerah dan pengembangannya
- c) Membangun sentra-sentra usaha makanan khas
- d) Fasilitasi dan dukungan permodalan usaha dari dinas/instansi terkait
- e) Melakukan bazar atau *event* terhadap produk-produk kuliner makanan khas baik regional maupun nasional.

Strategi W-T :

- a) Pembinaan dan penguatan manajemen usaha melalui pelatihan-pelatihan UMKM
- b) Promosi potensi wisata daerah untuk meningkatkan kunjungan wisata baik wisata budaya, kuliner maupun wisata alam.

Grand Strategy Pengembangan Industri Pengolahan Makanan Khas Bengkulu

Grand strategy adalah strategi utama yang paling tepat digunakan sesuai dengan tujuan riset atau penelitian. Dalam analisis SWOT, penentuan *grand strategy* merupakan langkah akhir dalam metode SWOT (Rangkuti, 2009). Guna memudahkan dalam menentukan

grand strategy, dipergunakan operasi matematis dari nilai skor rata-rata seperti telah diterangkan pada tahap IFAS dan EFAS. Operasi matematis tersebut untuk menentukan titik koordinat *grand strategy* pada diagram *Cartesius*.

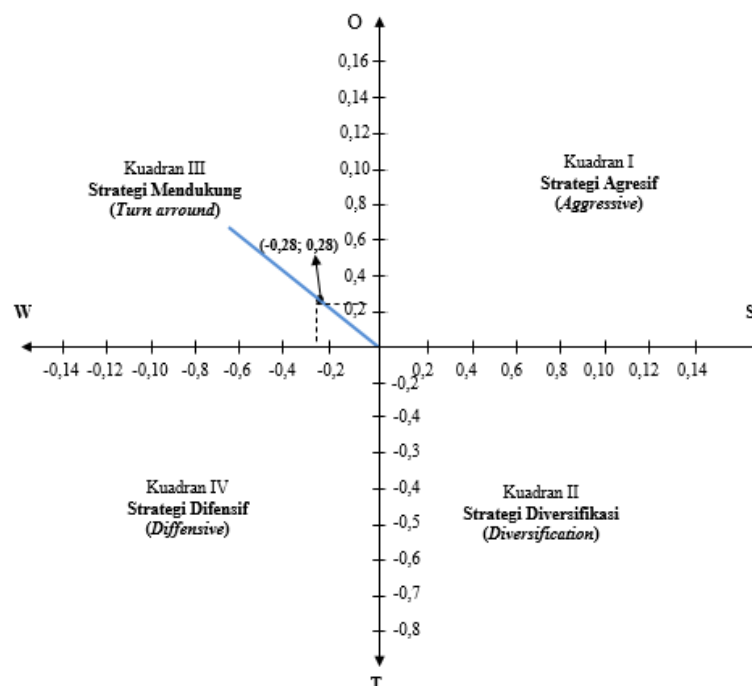
Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2 diperoleh nilai skor faktor kekuatan (S), faktor kelemahan (W), faktor peluang (O) dan faktor ancaman (T) dalam upaya pengembangan usaha makanan khas Bengkulu seperti terangkum pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Penentuan Titik Koordinat *Grand Strategy* pada Diagram *Cartesius*

IFAS	Nilai Skor	EFAS	Nilai Skor
Nilai skor Kekuatan (S)	3,48	Nilai skor Peluang (O)	3,32
Nilai skor Kelemahan (W)	3,76	Nilai skor Ancaman (T)	3,04
Nilai S – W	-0,28	Nilai O – T	0,28

Sumber: Hasil pengolahan 2021 (diolah)

Tabel 4 menunjukkan bahwa perbandingan skor kekuatan dan skor kelemahan mendapatkan nilai negatif sebesar -0,28. Begitupula dengan perbandingan skor peluang dan skor ancaman mendapatkan nilai positif sebesar 0,28. Kedua nilai tersebut merupakan titik koordinat yang dipergunakan untuk menentukan *grand strategy* dari diagram *Cartesius*.



Gambar 3. Grand Strategy Pengembangan Industri Pengolahan Makanan Khas Bengkulu

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa posisi strategi pengembangan usaha makanan khas Bengkulu berada pada Kuadran I. Pada kuadran ini usaha pengembangan makanan khas Bengkulu menghadapi kondisi yang menguntungkan karena dapat memanfaatkan kekuatan yang bersumber dari internal untuk menghadapi lingkungan eksternal. Jadi, dari hasil diagram *Cartesius*, maka *grand strategy* pengembangan usaha makanan khas Bengkulu adalah strategi W-O. Adapun strategi W-O yang dapat dilakukan adalah:

1. Membuat regulasi tentang pelestarian budaya daerah
2. Membangun pusat informasi tentang makanan khas daerah
3. Membangun sentra-sentra usaha makanan khas
4. Fasilitasi dan dukungan permodalan usaha dari dinas/instansi terkait
5. Melakukan bazar atau *event* terhadap produk-produk kuliner makanan khas baik regional maupun nasional.

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di UKM sektor industri pengolahan, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan matrik SWOT untuk menentukan alternatif strategi. Matrik ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh UKM sektor industri pengolahan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UKM sektor industri pengolahan. Strategi pengembangan UKM yang didasarkan pada kombinasi antara *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats*. Pada hasil penelitian, diketahui bahwa *grand strategy* pengembangan industri pengolahan makanan khas Bengkulu adalah Strategi WO. Pemaparan strategi pengembangan industri pengolahan makanan khas Bengkulu dipaparkan berikut ini.

1. Membuat regulasi tentang pelestarian budaya daerah

Menggerakkan dan memfasilitasi UMKM pengolahan makanan khas merupakan strategi utama dalam pengembangan industri pengolahan makanan khas Bengkulu. Pemerintah daerah memiliki kewajiban untuk membina dan memfasilitas UMKM agar dapat berkembang dengan baik. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil telah diatur dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 9 tahun 1995 dan ditindak lanjuti dalam Peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 32 tahun 1998.

Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Tantangan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam pembangunan ekonomi adalah adanya dampak krisis ekonomi yang diakibatkan oleh tarik ulur peran ekonomi dengan peran politik yang masih dirasakan sangat menghambat laju perekonomian dalam upaya mensejahterakan rakyat. Dalam kondisi krisis ekonomi diperlukan pimpinan perusahaan termasuk usaha kecil yang mampu melakukan manajemen survival agar usahanya tetap dapat hidup dan semakin meningkat.

Pemerintah daerah Bersama-sama dengan pelaku hendaknya berkomitmen untuk melestarikan warisan budaya daerah. Apalagi terkait dengan kekhasan daerah, yang dapat menjadi *icon* atau ciri daerah Kota Bengkulu. Melalui peraturan dan kebijakan daerah, pemerintah daerah dapat membuat ‘rumah makanan khas Bengkulu’, yang selalu menyediakan semua makanan khas yang ada di Bengkulu. Hal ini untuk memudahkan konsumen (atau wisatawan) untuk mendapatkan makanan khas setiap waktu saat berada di Kota Bengkulu.

2. Membangun pusat informasi tentang usaha makanan khas

Bentuk dukungan pemerintah dalam pembangunan dan pengembangan usaha makanan khas adalah adanya pusat informasi tentang usaha makanan khas tersebut. Pusat informasi tersebut dibutuhkan agar keberadaan usaha makanan khas dapat dikenalkan (dipromosikan) kepada masyarakat, baik masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Bengkulu. Pusat informasi juga berfungsi sebagai media menjalin kerjasama dan kemitraan baik untuk pembangunan maupun pengembangannya.

3. Membangun sentra-sentra usaha makanan khas

Membangun sentra-sentra usaha makanan khas merupakan salah satu strategi dalam pengembangan industri makanan khas Bengkulu. Selama ini, kelurahan Anggut Atas Kota Bengkulu dijadikan sebagai kawasan industri makanan khas Bengkulu, namun kondisinya belum sesuai dengan harapan. Hal ini dikarenakan di tempat ini, hanya dijadikan sebagai *seller* saja, tidak ada aktivitas produksi yang dilakukan oleh para pengrajin industri

makanan khas. Oleh karena itu, agar nilai tambah pada produk-produk makanan khas Bengkulu, pengunjung atau wisatawan juga dapat melihat proses produksi (pembuatan)-nya, sehingga memiliki ketertarikan untuk membeli.

4. Fasilitasi dan dukungan untuk penguatan usaha agar lapangan usaha berbasis potensi lokal tetap tersedia

Pengembangan usaha berbasis potensi lokal merupakan langkah strategis untuk tetap menjaga kelangsungan usaha yang dilakukan. Perekonomian yang berbasis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki banyak kelebihan, mampu mendorong orang bekerja keras, disiplin tinggi dan meningkatkan daya kreativitas dan inovasi bagi masyarakat yang ingin memiliki penghasilan lebih tinggi. Dalam upaya membangun ekonomi nasional melalui sektor Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah yang dalam istilah sering disebutkan UMKM ataupun usaha kecil, maka pemerintah memberi perhatian yang sangat besar dan mendapatkan prioritas untuk pembinaan dan pengembangan dalam rangka memperkuat struktur ekonomi nasional.

Terkait dengan hal ini pemerintah kabupaten perlu memberi pembinaan, pembimbingan dan pendampingan, pelatihan, permodalan/pendanaan dan informasi yang cukup dalam mengelola dan mengembangkan usaha agar usahanya lebih dinamis. Penyuluhan dan pemberian informasi mengenai bagaimana mengelola usaha sangat diperlukan bagi mereka, namun hal ini juga masih sulit dilakukan. Untuk menstimulus pengusaha mikro agar menghasilkan produk yang tepat jumlah dan tepat kualitas diperlukan berbagai fasilitas seperti sarana atau peralatan dan modal yang memadai, namun pengelola usaha mikro yang ada dilokasi penelitian hampir semuanya kurang memiliki fasilitas yang memadai untuk itu keterlibatan pemerintah sangat diperlukan.

5. Melakukan bazar atau *event* terhadap produk-produk kuliner makanan khas baik regional maupun nasional

Bazar atau *event* budaya merupakan kegiatan yang potensial untuk mempromosikan produk-produk UKM seperti halnya produk-produk makanan khas. Bazar atau *event* ini bisa bersifat lokal (regional) maupun nasional. Intinya bazar atau *event* yang dilaksanakan untuk memberi informasi bahwa di Kota Bengkulu memiliki banyak potensi wisata budaya lokal mulai dari kuliner, kesenian, dan sebagainya. Dengan demikian, para

wisatawan memiliki ketertarikan untuk mengunjungi Kota Bengkulu dan membeli oleh-oleh makanan khasnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor internal yang menentukan pengembangan usaha makanan khas Bengkulu yang terdiri dari faktor kekuatan (faktor peralatan dan faktor komitmen) dan faktor kelemahan (faktor bahan input produksi; faktor sumber daya manusia; faktor distribusi dan faktor permodalan). Sementara faktor eksternal yang menentukan pengembangan usaha makanan khas Bengkulu yaitu faktor peluang (faktor regulasi; faktor kemudahan dan faktor kemitraan) dan faktor ancaman (faktor peluang pasar dan faktor persaingan).

Adapun Strategi yang dapat dilakukan untuk usaha pengembangan makanan khas Bengkulu adalah strategi W-O, yakni:

1. Membuat regulasi tentang pelestarian budaya daerah
2. Membangun pusat informasi tentang makanan khas daerah
3. Membangun sentra-sentra usaha makanan khas
4. Fasilitasi dan dukungan permodalan usaha dari dinas/instansi terkait
5. Melakukan bazar atau *event* terhadap produk-produk kuliner makanan khas baik regional maupun nasional.

KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini hanya focus pada faktor-faktor pengembangan usaha makanan khas Bengkulu dari aspek-aspek secara umum saja. Penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor pengusaha (pelaku) usaha sendiri seperti motivasi, kemampuan permodalan, manajemen usaha dan sebagainya. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan identifikasi factor-faktor internal dari pengusaha (pelaku) UMKM makanan khas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2010). Manajemen Bisnis, Edisi Kedua. Jakarta: Rineka Cipta.
Arsyad, L.(2010). *Lapangan Keuangan Industri Makanan*. Jakarta: IDX

- Badan Pusat Statistik (2000). *Indikator Perusahaan Industri*. Jakarta: Kantor Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik (2002). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bengkulu Menurut Pengguna*. Bengkulu: BPS Kota Bengkulu.
- Badan Pusat Statistik (2021). *Dalam angka Kota Bengkulu*. Bengkulu: BPS Kota Bengkulu.
- Badan Pusat Statistik (2021). *Indikator kesejahteraan Rakyat Kota Bengkulu*. Bengkulu: BPS Kota Bengkulu.
- Badan Pusat Statistik(2021). *Kota Bengkulu dalam angka 2016-2020* Bengkulu. Bengkulu: BPS Kota Bengkulu.
- Blakely, E. J. (1994). *Planning Local Economic Development: Theory and Practice*. California: Sage Publications.
- David, F.R. (2009). *Manajemen Strategis : Konsep*. Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Iqbal, M., & Anugrah, I.S. (2009). Rancang Bangun Sinergi Kebijakan Agropolitan dan Pengembangan Ekonomi Lokal Menunjang Percepatan Pembangunan Wilayah. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 7(2). 160 – 188.
- Jauch, L.R., & Glueck, W. F. (1989). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Jhingan, M.L. 2007. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, Edisi 1. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks mKelompok Gramedia.
- Kristanto, HC.R.H. (2009). *Kewirausahaan entrepreneurship pendekatan manajemen dan praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ningtias, K., Noor, I., & Soeprapto, R. (2009). Pemberdayaan Industri Kecil di Pedesaan. *WACANA* 12(03). 609-625.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Untuk Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saydam, G. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Binarupa.
- Swinburn, G., Goga, S., & Murphy, F. (2006). *Local Economic Development: A Primer Developing and Implementing Local Economic Development Strategies and Action Plans*. The World Bank. www.worldbank.org/urban/led