

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ARANG DI
DESA PAYA PASIR, KECAMATAN TEBING SYAHBANDAR,
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

Oleh:

ADE SYAFIRAH LUKMANA LUBIS

NPM : 1504300077

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ARANG DI
DESA PAYA PASIR, KECAMATAN TEBING SYAHBANDAR,
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

Oleh:

ADE SYAFIRAH LUKMANA LUBIS

NPM : 1504300077

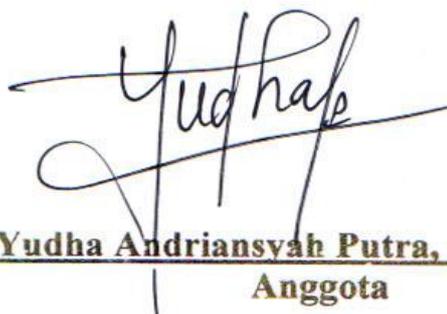
Program Studi: AGRIBISNIS

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing



Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si.
Ketua



Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P.
Anggota

**Disahkan Oleh
Dekan**



Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 18 Maret 2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Ade Syafirah Lukmana Lubis
NPM : 1504300077

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang Di Desa Paya Pasir, Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bedagai adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 18 Maret 2019

Yang Menyatakan



Ade Syafirah Lukmana Lubis

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ARANG
Di Desa Paya Pasir, Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang
Bedagai**

Ade Syafirah Lukmana Lubis
*Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara*

RINGKASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2019 di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha Arang di Desa Paya Pasir. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 4 pengusaha, yang dilakukan dengan metode *sensus* atau *sampling jenuh*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuisisioner dan metode *interview*. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir, mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perkembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir. Merumuskan strategi yang dapat diterapkan dalam rangka pengembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir. Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS, kekuatan utama yang dimiliki adalah produk berkualitas dan kelemahan utamanya adalah pengemasan yang tidak menarik. Sedangkan hasil analisis matriks EFAS menunjukkan peluang yang paling dominan adalah semakin tinggi permintaan produk arang dan ancamannya adalah munculnya pesaing baru. Berdasarkan hasil tahap keputusan strategi dari kekuatan dan peluang serta kelemahan dan peluang : melakukan pengembangan produk dengan cara memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha, produk yang berkualitas dan permintaan produk yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas, dan mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau. Melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi, dan mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang dengan cara melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan hasil tahap keputusan strategi dari kekuatan dan ancaman serta kelemahan dan ancaman : pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru, dan harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi. Keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank serta menjaga hubungan yang baik kepada pihak konsumen, dan membuat label atau merk agar mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan*

RIWAYAT HIDUP

ADE SYAFIRAH LUKMANA LUBIS dilahirkan di Bah Jambi, pada tanggal 24 Juni 1997. Penulis merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak **Burhanuddin Lubis** dan Ibu **Lilis Suryani**.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis sebagai berikut :

1. Pada tahun 2003-2009, menjalani pendidikan di SD Negeri 105434 Kota Tebing Tinggi.
2. Pada tahun 2009-2012, menjalani pendidikan SMP Negeri 6 Kota Tebing Tinggi.
3. Pada tahun 2012-2015, menjalani pendidikan di SMA Negeri 4 Kota Tebing Tinggi.
4. Pada tahun 2015 sampai sekarang menajalani pendidikan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.
5. Tahun 2018 melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Kebun Tanah Jawa pada bulan januari sampai bulan februari.
6. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang Di Desa Paya Pasir, Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bedagai”**.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis tidak dapat menyelesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dorongan, semangat, maupun pengertian yang diberikan kepada penulis selama ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Kedua orang tua tersayang Ayahanda Burhanuddin Lubis dan Ibunda Lilis Suryani yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta selalu memberikan rasa kasih sayang, motivasi dan doa tulus yang tiada hentinya ditujukan kepada penulis.
2. Ibu Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si., selaku ketua komisi pembimbing yang selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini
3. Yudha Andriansyah Putra S.P.,M.P., selaku anggota komisi pembimbing yang juga selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini
4. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu dan Bapak dosen di Fakultas Pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Seluruh jajaran Staff Biro Fakultas Pertanian yang membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.
8. Seluruh rekan-rekan penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal ini terutama Program Studi Agribisnis angkatan 2015 khususnya Agribisnis 2.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunianya atas kebaikan hati bapak/ibu serta rekan-rekan sekalian dan hasil penelitian ini dapat berguna khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Medan, 18 Maret 2019

Penulis

Ade Syafirah Lukmana Lubis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, kepada kita semua sehingga kita dapat berfikir dan merasakan segalanya. Satu dari sekian banyak nikmatnya yaitu penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai mana mestinya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (SI) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Serta tak lupa Shalawat beriringkan salam penulis haribahkan kepada Nabi kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah kepada umat manusia dan membawa manusia dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat ini.

Adapun judul Skripsi ini “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang Di Desa Paya Pasir, Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bedagai”. Akhir kata penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan Skripsi ini kearah yang lebih baik. Semoga kita semua dalam lindungan Allah SWT.

Medan, 18 Maret 2019

Penulis

Ade Syafirah Lukmana Lubis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
RIWAYAT HIDUP.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DARTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Arang.....	6
Produksi dan Manajemen Produksi.....	8
Analisis Internal dan Eksternal.....	9
Pengertian Strategi.....	10
Analisis SWOT.....	12
Penelitian Terdahulu.....	15
Kerangka Pemikiran.....	17
METODE PENELITIAN.....	20
Metode Penelitian.....	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	20
Metode Penarikan Sampel.....	20
Metode Pengumpulan Data.....	21
Metode Analisis Data.....	22
Defenisi dan Batasan Operasional.....	32

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	35
Deskripsi Kondisi Geografis Desa Paya Pasir	35
Penggunaan Lahan	35
Keadaan Penduduk	37
Sarana dan Prasarana	41
Karakteristik Sampel	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
Kegiatan Proses Produksi Arang	48
Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	49
Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	55
KESIMPULAN DAN SARAN	72
Kesimpulan	72
Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Bentuk bagan matriks SWOT.....	14
2.	IFAS.....	24
3.	EFAS.....	26
4.	Matriks SWOT.....	27
5.	Penilaian Bobot Strategi Internal dan Eksternal.....	30
6.	Distribusi Lahan di Desa Paya Pasir.....	36
7.	Distribusi Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Paya Pasir....	37
8.	Distribusi Penduduk Menurut Umur di Desa Paya Pasir.....	38
9.	Distribusi Penduduk Menurut Agama di Desa Paya Pasir.....	38
10.	Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Paya Pasir.....	39
11.	Distribusi Penduduk Menurut Pendidikan di Desa Paya Pasir.....	40
12.	Sarana di Desa Paya Pasir.....	41
13.	Prasarana Perhubungan di Desa Paya Pasir.....	42
14.	Karakteristik Sampel Menurut Umur.....	43
15.	Karakteristik Sampel Menurut Tingkat Pendidikan.....	44
16.	Karakteristik Sampel Menurut Jumlah Tanggungan.....	45
17.	Karakteristik Sampel Menurut Pengalaman Berusaha.....	46
18.	Karakteristik Sampel Menurut Luas Lahan.....	47
19.	Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan.....	49
20.	Identifikasi Peluang dan Ancaman.....	56
21.	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	60
22.	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	61
23.	Penggabungan Matriks IFAS dan Matriks EFAS.....	62
24.	Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Arang.....	65

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	19
2.	Diagram Analisis SWOT.....	26
3.	Diagram Analisis SWOT.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	76
2.	Karakteristik Sampel	90
3.	Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Internal	91
4.	Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Eksternal	92
5.	Faktor-Faktor Internal dan Eksternal	93
6.	Rating Dari Setiap Faktor Internal dan Eksternal	94
7.	Nilai Pembobotan	95

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hutan merupakan suatu lokasi yang menyediakan banyak potensi alam, salah satunya adalah kayu. Oleh karena itu banyak orang berusaha memanfaatkan hutan sebagai salah satu bagian dari dunia yang mencakupi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan terhadap kayu semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk (Sumarna, 2012).

Kayu sebagai hasil hutan sekaligus hasil sumber kekayaan alam, merupakan bahan mentah yang mudah diproses untuk dijadikan barang sesuai dengan kemajuan teknologi. Kayu memiliki beberapa sifat yang istimewa, karena tidak dapat ditiru oleh bahan-bahan lain. Kayu dapat didefinisikan sebagai sesuatu bahan, yang diperoleh dari hasil pemungutan pohon-pohon di hutan. Dalam hal pengolahannya lebih lanjut, perlu diperhitungkan secara cermat bagian-bagian kayu manakah yang dapat lebih banyak dimanfaatkan untuk suatu tujuan tertentu. Ditinjau dari tujuan penggunaannya, kayu dapat dibedakan atas kayu pertukangan, kayu industri, dan kayu bakar (Dumanauw, 2001).

Limbah kayu adalah bahan organik *cellulose*, *lignin*, dan sedikit senyawa karbohidrat. Limbah dari industri perkayuan sebagian besar berupa limbah berupa limbah padat seperti serpihan gergaji, potongan kayu kecil-kecil dan serbuk kayu. Adanya limbah kayu yang berlebihan serta belum diolah secara berkelanjutan, pada kenyataannya masih ditumpuk, dibuang di sungai (pencemaran air) atau dibakar. Limbah kayu yang selama ini belum ditangani, menimbulkan berbagai masalah pencemaran lingkungan, sehingga perlu dicari jalan keluarnya.

Penanganan limbah industri kayu, dapat dijadikan kayu bakar dan arang untuk potongan kayu. Sedangkan serbuk kayu dapat dijadikan kompos (Nisa, 2016).

Pada awalnya perkembangan, kayu dan berbagai produk turunannya seperti arang merupakan sumber bahan bakar yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dari dulu sampai sekarang hal ini dikarenakan arang merupakan bahan yang mudah didapatkan dan sederhana dalam penggunaan dan pembuatannya. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi, pemanfaatan kayu sebagai bahan bakar mulai menurun terutama di kota-kota besar. Sebagian besar penduduk di perkotaan menggunakan bahan bakar untuk keperluan sehari-hari berasal dari minyak bumi dan gas bumi sebagai sumber energinya, akan tetapi lain halnya dengan penduduk di pedesaan yang masih menggunakan kayu sebagai bahan bakar untuk memenuhi kebutuhan energi dalam kehidupan sehari-harinya. Bila ditinjau dari segi keberadaannya, kayu dan arang yang digunakan sebagai bahan bakar memiliki keunggulan yang sangat menonjol dibandingkan dengan bahan bakar minyak dan gas bumi. Kayu dan arang memiliki sifat keunggulan yaitu dapat diperbaharui dalam waktu yang lebih cepat (Sonhaji, 2010).

Arang merupakan salah satu sumber energi penting di beberapa negara-negara berkembang. Arang juga memiliki fungsi yang efektif untuk fiksasi dan inaktivasi karbon di atmosfer serta konservasi lingkungan, sebagai kondisioner tanah atau perangsang pertumbuhan tanaman. Namun di lain pihak pemanfaatan arang di sektor kehutanan, terutama hutan tanaman industri dan perladangan disekitar hutan belum banyak diperkenalkan karena tidak tersedianya informasi (Iskandar, 2005).

Dari hasil pra survey diketahui bahwa Desa Paya Pasir adalah salah satu Desa yang berada di Kecamatan Tebing Syahbandar. Desa ini merupakan salah satu daerah pembuatan arang yang berasal dari limbah berbagai jenis kayu seperti limbah kayu pinus, limbah kayu rambutan dan limbah kayu rambung. Pembuatan arang ini merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan di Desa Paya Pasir karena mengingat banyaknya limbah kayu yang berasal dari pabrik-pabrik besar yang berada di Kecamatan Tebing Syahbandar yang belum dimanfaatkan. Keadaan di lapangan menunjukkan bahwa permintaan akan produk arang kayu tersebut semakin meningkat, hal ini dijelaskan langsung oleh pemilik usaha tersebut. Namun seiring dengan bertambahnya permintaan produk arang kayu, pengusaha arang kayu tersebut tidak mampu mengembangkan usahanya. Realita yang terjadi di lapangan mereka hanya membuat atau melakukan proses produksi arang kayu, mengemasnya dengan karung goni ukuran 30 kg lalu mengikatnya dengan tali plastik, untuk ukuran dari kemasan arang kayu tersebut hanya memiliki satu ukuran saja yaitu 30 kg (karung goni). Lalu proses penjualan, pemilik usaha arang kayu melakukan penjualan arang hanya dengan orang yang tetap (langganan), para konsumen yang disebut dengan langganan mengambil produk arang kayu tersebut secara langsung dengan mendatangi lokasi pembuatan arang kayu. Para pelaku usaha arang kayu di Desa Paya Pasir dalam melakukan kegiatan usahanya tidak memiliki strategi khusus untuk meningkatkan hasil dari penjualannya atau mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu diperlukannya strategi pengembangan untuk mengembangkan usaha arang kayu yang dilakukan para pengusaha arang kayu khususnya di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.

Berdasarkan dari uraian yang telah dijelaskan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Arang Di Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa faktor internal yang dihadapi dalam mengembangkan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai?
2. Apa faktor eksternal yang dihadapi dalam mengembangkan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai?
3. Bagaimana strategi pengembangan yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal yang dihadapi dalam mengembangkan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai?

2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor eksternal yang dihadapi dalam mengembangkan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai?
3. Untuk menganalisis dan menentukan strategi yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai?

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dalam peningkatan usaha dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan terutama dalam pengembangan usaha arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Bagi perguruan tinggi, dengan kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam memanfaatkan peluang akan meningkatkan kualitas perguruan tinggi.
4. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas mengenai usaha arang dan merupakan syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

TINJAUAN PUSTAKA

Arang

Arang atau *charcoal* adalah residu hitam berisi karbon tidak murni yang dihasilkan dengan (bahan mudah menguap) dari hewan atau tumbuhan. Arang umumnya didapatkan dengan memanaskan kayu, gula, tulang dan benda lainnya. Arang yang hitam, ringan, mudah hancur, dan menyerupai batu bara terdiri dari 85% sampai 98% karbon, sisanya adalah abu atau benda kimia lainnya (Sonhaji, 2010).

Arang yang kualitasnya baik yaitu arang yang memiliki sifat-sifat sebagai berikut :

1. Mempunyai kandungan arang (*fix carbon*) di atas 75%.
2. Cukup keras yang ditandai dengan tidak mudah patah dan hancur.
3. Kandungan abunya maksimal 5%.
4. Kandungan airnya tidak lebih dari 8%.
5. Kandungan gas terbangnya tidak lebih dari 15%.
6. Tidak tercemari oleh unsur-unsur yang membahayakan atau kotoran lainnya.
7. Arangnya benar-benar matang (bukan setengah arang).

Agar mendapat kualitas arang yang memenuhi persyaratan tersebut, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti :

1. Bahan mentah yang dijadikan arang.
2. Alat atau dapur arang yang dipakai untuk memproduksi arang.
3. Teknik yang dipakai untuk membuat arang.
4. Penanganan hasil produksi arang sebelum sampai ke pihak konsumen.

5. Watak dan kepribadian orang yang membuat arang itu sendiri.

Secara tradisional, arang dihasilkan dari hutan dan diproduksi oleh petani yang miskin serta tidak mempunyai lahan. Dalam skala yang lebih besar dan untuk dijual secara komersial, kayu yang digunakan untuk membuat arang, di suplai dari berbagai macam sumber seperti kayu yang diambil dari hutan ke masyarakat maupun kayu dari milik pribadi, ataupun dari penebangan kayu hutan. Dibeberapa daerah pantai, maka hutan mangrove (hutan bakau) merupakan bahan yang baik untuk membuat arang.

Arang di zaman dulu digunakan pula sebagai bahan bakar kendaraan seperti lokomotif uap. Arang digunakan pula dalam seni rupa seperti pensil atau krayon. Media ini banyak digunakan untuk membuat sketsa dalam ukuran besar atau media yang membutuhkan garis sketsa yang kuat, seperti kanvas. Sebagai media seni rupa, *charcoal* dijual dalam bentuk batangan. Arang memiliki sifat lembut, ringan, hitam dan sekaligus mudah patah. Media ini sangat disenangi pelukis dalam membuat sketsa sebab sketsa yang dihasilkan sangat jelas, bahkan dalam proses pengecatan sekali pun.

Teknologi paling tua dan sampai sekarang masih digunakan dalam membuat arang adalah menggunakan metode penumpukan yaitu bahan yang akan dijadikan arang ditumpuk dan dibakar, kemudian ditutup dengan tanah dan selanjutnya bahan tersebut akan berubah menjadi arang melalui pembakaran. Cara ini memiliki banyak kekurangan karena waktu pengarangan lebih lama dan tidak bisa dilakukan pada waktu musim hujan. Selain itu hasilnya pun kurang baik, arang yang dihasilkan empuk, sering kali bercampur dengan tanah dan arang yang sudah berbentuk menjadi mudah hancur (bubuk) (Sonhaji, 2010).

Produksi dan Manajemen Produksi

Produksi (*production*) dalam kegiatan ekonomi diklasifikasikan sebagai variabel keputusan perusahaan yang terdiri atas *input* dan *output* setelah melalui tahapan proses produksi (Soeparno, 2009). Produksi sendiri dapat dinyatakan sebagai serangkaian aktivitas yang diperlukan untuk mengolah/mengubah sekumpulan masukan (*input*) menjadi sejumlah keluaran (*output*) yang memiliki nilai tambah (*value added*). Produksi (*operasi*), aktivitas yang mengubah masukan menjadi barang atau jasa. Manajemen produksi menangani masukan, perubahan dan keluaran yang bervariasi antar industri dan pasar. Manajemen produksi meliputi lima keputusan yaitu proses, kapasitas, persediaan, tenaga kerja, dan mutu. Fungsi produksi mencakup :

- a. Proses, desain sistem produksi, pilihan teknologi, *lay out*, *flowcart*, lokasi fasilitas, kendali proses, analisis transportasi.
- b. Kapasitas, penetapan tingkat *output* maksimal, peramalan, perencanaan agregat dan fasilitas, penjadualan, perencanaan kapasitas dan analisis antrian.
- c. Persediaan, pengolahan banyaknya bahan baku, setengah jadi dan jadi, apa yang dipesan, kapan dan berapa yang dipesan.
- d. Tenaga kerja, mengolah tenaga terampil, tidak terampil dan manajerial, desain pekerjaan, pengukuran pekerjaan, standar kerja dan metode evaluasi.
- e. Mutu, kendali mutu, pengambilan sampel, pengujian, pemastian mutu dan kendali biaya (Khair, 2016).

Analisis Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal, merupakan kegiatan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi, di mana analisis dilakukan terhadap kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang terdapat dalam perusahaan. Lingkungan internal dapat mempengaruhi strategi produksi operasi melalui kelangkaan (*scarcity*) dan keterbatasan (*constraints*) sumber daya manusia, melalui budaya perusahaan, lokasi, fasilitas, sistem pengawasan dan lain sebagainya. Perubahan lingkungan internal yang terjadi didalam perusahaan masih dapat untuk dikontrol karena berada didalam lingkungan operasi perusahaan. Analisis lingkungan internal akan meliputi kekuatan dan kelemahan yang meliputi beberapa fungsi yang mendukung kelancaran aktivitas perusahaan. Fungsi-fungsi yang secara umum berada dalam perusahaan adalah produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen (Khair, 2016).

Analisis lingkungan eksternal meliputi segala input yang berada di luar perusahaan. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi, pemerintah, suku bunga, perubahan nilai tukar, budaya, dan kondisi sosial dapat mempengaruhi operasi perusahaan, oleh karena itu perlu pertimbangan dalam memformulasikan strategi operasi. Analisis eksternal ini akan mengarahkan pada identifikasi terhadap peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) produksi operasi perusahaan. Lingkungan eksternal perlu lebih dicermati karena merupakan keadaan yang sulit untuk diprediksi. Hal yang berkaitan dengan inovasi merupakan salah satu hal yang berkembang sangat cepat dan

memerlukan kepekaan manajemen (Khair, 2016). Peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan itu sendiri di mana perubahan struktural dapat terjadi yaitu munculnya isu perampingan struktur/restrukturisasi, pemutusan hubungan kerja dan lainnya.
2. Pasar yang dapat memburuk dengan faktor ekonomis dan sosial ; dimana terjadi inflansi, devaluasi dan krisis moneter yang mempengaruhi daya beli pasar.
3. Persaingan dimana bahaya dan peluang baru mungkin muncul, karena setiap muncul produk/inovasi baru, tentunya sudah menjadi sebuah peluang untuk ditiru dan diadopsi.
4. Teknologi baru yang kemungkinan dapat menyebabkan fundamental produk, proses, dan lainnya. Teknologi tentunya mengalami perkembangan yang sangat cepat, terutama perusahaan yang mengadopsi strategi, yang mampu menyediakan dana besar untuk melakukan riset dan pengembangan.

Pengertian Strategi

Menurut Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara

atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Chandler 1962, diacu dalam Umar, 2010).

Dalam merumuskan strategi, banyak pertimbangan yang perlu dilakukan, sehingga menghasilkan strategi yang tepat untuk mencapai target. Terdapat tujuh aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sehingga memiliki tingkat presisi yang tinggi, yaitu :

1. Strategi harus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang. Strategi yang disusun tentunya sudah memasukkan unsur estimasi atas banyak faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal untuk beberapa waktu ke depan, sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan yang sesuai dengan kondisi tersebut secara cepat dan tepat.
2. Arah strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya. Bahwa strategi akan bergulir dari atas, sehingga perencanaan setiap unit fungsional akan menggambarkan strategi bisnis perusahaan.
3. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan. Artinya, bahwa perusahaan harus memiliki pembeda dari perusahaan lain, sehingga memiliki peluang untuk menjadi keputusan konsumen.
4. Strategi harus diaplikasikan dari atas ke bawah, bukan bawah ke atas. Aplikasi strategi tentunya akan berorientasi kepada tujuan utama perusahaan, kemudian dilakukan *breakdown* sesuai dengan kapasitas fungsional perusahaan.

5. Strategi harus mempunyai orientasi eksternal. Pertumbuhan perusahaan terutama dipengaruhi oleh kondisi eksternalnya. Ketika perusahaan mampu mengantisipasi kondisi eksternal, maka kemungkinan besar perusahaan akan dapat bertahan menghadapi krisis.
6. Fleksibilitas adalah hal yang sangat esensial. Disebabkan oleh fluktuatifnya lingkungan eksternal, maka strategi harusnya memiliki fleksibilitas dan kemampuan aplikasi yang tinggi yang mampu menyesuaikan dengan perubahan.
7. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang. Sebagai sebuah konsep multi dimensi, maka strategi akan menggambarkan aktivitas yang diperlukan untuk mencapainya, yang mampu mengungkap visi jangka panjang (Khair, 2016).

Analisis SWOT

SWOT merupakan teknik yang relatif sederhana. Karena itu, sebenarnya ia dapat digunakan untuk memformulasikan strategi dan kebijakan bagi setiap industri. Tentu saja analisis atau strategi yang dirumuskan dalam SWOT analisis bukanlah sebuah tujuan. Ia cuma alat yang memudahkan kita dalam menganalisis dan merumuskan strategi (Amir, 2011).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Masing-masing alternatif strategi tersebut adalah :

1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST (*Strength-Threath*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

3) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4) Strategi WT (*Weakness-Threath*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Tabel 1. Bentuk bagan matriks SWOT

	<i>Strengths (S)</i> Susunlah daftar kekuatan-kekuatan kunci internal perusahaan.	<i>Weaknesses (W)</i> Susunlah daftar kelemahan-kelemahan kunci internal perusahaan.
<i>Opportunities (O)</i> Susunlah daftar peluang-peluang kunci eksternal perusahaan.	Strategi SO Hasilkan strategi- strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi WO Hasilkan strategi- strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>Threats (T)</i> Susunlah daftar ancaman-ancaman kunci eksternal perusahaan.	Strategi ST Hasilkan strategi- strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT Hasilkan strategi- strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Tahapan proses penentuan strategi berdasarkan matriks SWOT adalah sebagai berikut :

- 1) Tentukan peluang-peluang penting bagi perusahaan.
- 2) Tentukan ancaman-ancaman serius bagi perusahaan.
- 3) Tentukan kekuatan-kekuatan utama internal perusahaan.
- 4) Tentukan kelemahan-kelemahan dominan internal perusahaan.

- 5) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang perlu dimanfaatkan dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel SO.
- 6) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel WO.
- 7) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang ada dan ancaman-ancaman yang mungkin timbul. Catat hasilnya dalam ST.
- 8) Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan ancaman eksternal yang mungkin timbul (Umar, 2013).

Penelitian Terdahulu

Teti Yohana Purba (2017) dengan judul Strategi Pengembangan di Ksu Cipta Karya Nelayan Kota Medan, di Tpi Pelabuhan Perikanan Samudera Belawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis matriks IFE yaitu kekuatan utama yang dimiliki koperasi perikanan KSU Cipta Nelayan adalah program kerja yang jelas di TPI pelabuhan belawan dan kelemahan utamanya adalah jumlah modal yang dimiliki koperasi terbatas, sedangkan hasil analisis matriks EFE menunjukkan peluang yang paling dominan adalah adanya pinjaman modal dari bank dan ancamannya adalah kurangnya kesadaran dalam berkoperasi. Berdasarkan hasil strategi dari Kekuatan dan Peluang serta Kelemahan dan

Peluang : memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk pelatihan dan pembinaan, mempertahankan kualitas pelayanan dan terus meningkatkan volume penjualan dari unit usaha, memberikan pelayanan pinjaman yang mudah dan cepat, memperjelas struktur organisasi dan menetapkan sanksi tegas terhadap pelanggaran, menganalisis pengajuan kredit anggota, mengoptimalkan bantuan dari pemerintah berupa bbm bergulir sehingga modal yang ada pada koperasi dapat digunakan untuk jenis lainnya. Berdasarkan hasil strategi dari Kekuatan dan Ancaman serta Kelemahan dan Ancaman : memberikan penyuluhan dan melibatkan anggota dalam program-program koperasi , meningkatkan pelayanan terhadap anggota maupun non anggota, menjalin komunikasi yang baik pengurus antar anggota agar program yang dijalankan berjalan dengan baik, meningkatkan partisipasi dan kesadaran anggota, melakukan pinjaman dari bank agar usaha yang dijalankan berjalan dengan baik.

Dhimo Kharisma dengan judul Pemasaran dan Strategi Pengembangan Pada Produk Ayam Kampung Organik di Peternakan ayam organik perumahan suka maju blok A1 Kecamatan Sunggal Kota Medan. Dari hasil identifikasi terhadap faktor lingkungan internal diketahui kekuatan utama adalah kemampuan menghasilkan produk berkualitas organik yang dapat dijamin keamanan, kealamian dan kesehatannya, serta kandungan nutrisis tinggi dengan nilai tertimbang 0,44. Kelemahan yang dimiliki adalah faktor minimnya kegiatan promosi yang dilakukan dengan nilai tertimbang 0,202. Peluang utama yang diharapkan oleh usaha peternakan ayam kampung organik adalah faktor trend hidup sehat dan alami dengan nilai tertimbang sebesar 0,511. Ancaman utama yang

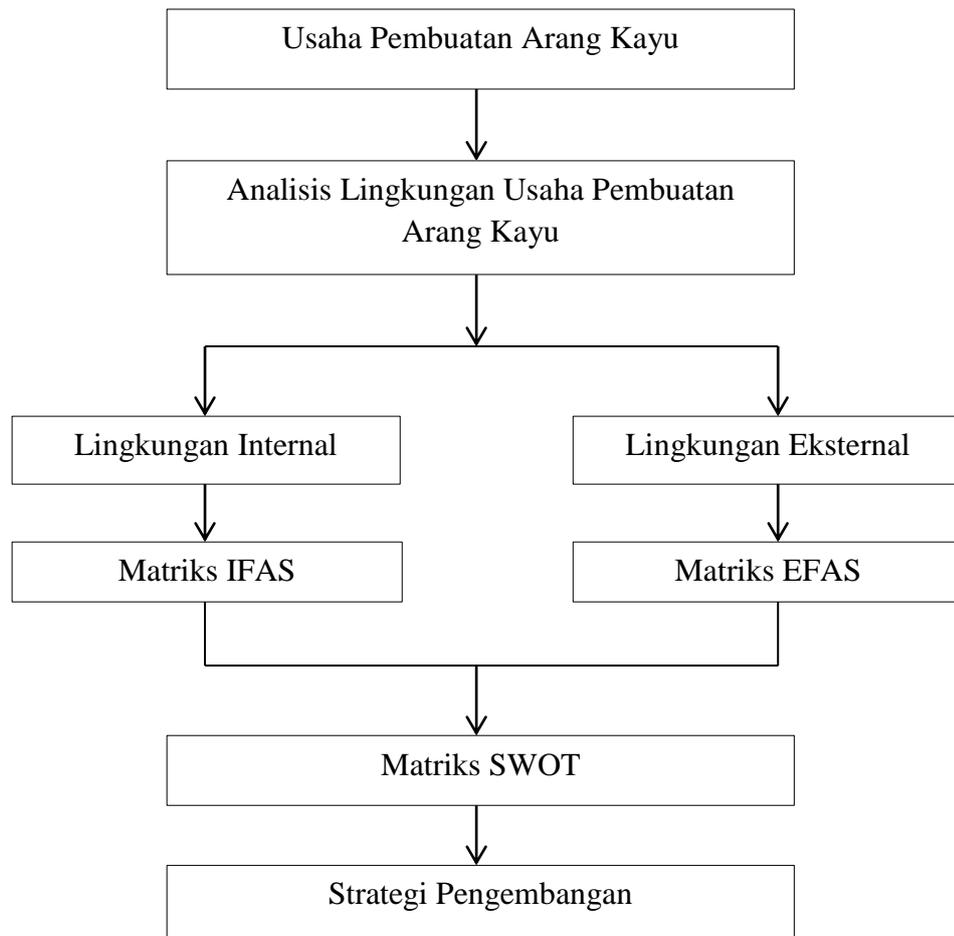
dihadapi adalah kenaikan harga bahan baku pakan dengan total nilai tertimbang 0,27.

Ferry Mirwanda Pane (2017) dengan judul “Strategi Pengembangan Sayur Hidroponik” dengan studi kasus : Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usahatani sayuran hidroponik untuk perkotaan sangat bagus dikembangkan di daerah penelitian, karena selain manfaatnya bagus untuk kesehatan, perawatannya juga mudah, dan mendapat keuntungan sehingga sangat membantu pendapatan petani. Dari hasil pendapatan rata-rata petani di daerah penelitian Rp. 3.917.157/460 m² untuk 1 kali musim tanam atau 1 bulan. Total penerimaan Rp. 5.625.000 dan total biaya produksinya Rp. 368.499.

Kerangka Pemikiran

Pembuatan arang ini merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan di Desa Paya Pasir karena mengingat banyaknya limbah kayu yang berasal dari pabrik-pabrik besar yang berada di Kecamatan Tebing Syahbandar dan tidak dimanfaatkan atau dengan kata lain terbuang sia-sia. Kerangka pemikiran operasional usaha pembuatan arang kayu dimulai dari mengidentifikasi masalah yang ada pada pembuatan arang kayu. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan analisis strategi pengembangan yang baru dengan suatu pengkajian mengenai lingkungan Internal dan Eksternal yang ada di “Usaha Pembuatan Arang Kayu” . Setelah diperoleh kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka dirumuskan strategi dalam matriks SWOT yang terdiri dari perumusan strategi yang sudah dilakukan oleh “Usaha Pembuatan Arang Kayu” dan strategi yang baru dirumuskan. Dalam analisis SWOT terdapat kekuatan, kelemahan, peluang

dan ancaman Usaha Pembuatan Arang Kayu. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menentukan strategi yang paling tepat serta memberikan perubahan yang cukup besar terhadap Usaha Pembuatan Arang Kayu, tujuan ini juga diharapkan dapat digunakan para Usaha Pembuatan Arang Kayu di daerah-daerah lain. Strategi yang telah dirumuskan dalam penelitian ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang selama ini terjadi sehingga Usaha Pembuatan Arang Kayu dapat lebih berkembang. Untuk memperjelas proses perumusan strategi pengembangan tersebut maka dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan

—————> = Menunjukkan Hubungan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan dan satuan kasusnya adalah Usaha Pembuatan Arang Kayu di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai. Studi kasus (*case study*) adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi (Semiawan, 2010). Peneliti ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) karena tujuan dari metode ini sesuai dengan yang diharapkan peneliti yaitu untuk memberikan gambaran secara detail tentang latar belakang, sifat-sifat khas dari kasus atau status individu yang kemudian sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu sentra produksi dalam pembuatan arang kayu dan karena di Desa Paya Pasir memiliki beberapa pengusaha dalam pembuatan arang kayu.

Metode Penentuan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi (Sugiyono, 2012).

Populasi pengusaha pembuat arang adalah sebanyak 4 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan cara sampling jenuh. Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2012). Maka, sampel penelitian adalah seluruh populasi penelitian dengan jumlah populasi sebanyak 4 orang.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli (langsung dari informan). Data sekunder merupakan data yang diambil dari sumber kedua atau bukan dari sumber aslinya (Rianse, 2009). Untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Teknik pengumpulan data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama (pengusaha) dengan cara observasi (pengamatan) dilapangan, mewawancarai (*interview*), memberikan kuesioner (angket), pencatatan dan dokumentasi. Data yang akan direncanakan seperti profil pemilik usaha, sejarah usaha, proses

produksi, jumlah produksi, jumlah pendapatan, jumlah tenaga kerja, proses pengemasan sampai proses penjualan.

2. Teknik pengumpulan data sekunder yaitu data pelengkap yang dikumpulkan dari data dan laporan yang dimiliki instansi serta berbagai laporan yang terkait, buku pendukung penelitian lainnya, badan pusat statistik dan kantor lurah. Data yang akan direncanakan seperti jumlah penduduk dan profil daerah penelitian.

Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan secara manual dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan secara deskriptif. Metode pengolahan analisis data yang digunakan untuk identifikasi faktor internal dengan menggunakan matriks IFAS, sedangkan untuk faktor eksternal dengan matriks EFAS.

Matriks Faktor Strategi Internal

Matriks IFAS bertujuan untuk mengetahui apakah kekuatan yang dimiliki usaha pembuatan arang kayu di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar lebih besar dari kelemahan atau sebaliknya. Menurut (Solihin, 2012), untuk mengembangkan tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), harus ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pada kolom 1 (*Internal Factors*) buatlah daftar dari 5-10 kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) paling penting yang dihadapi perusahaan.

2. Pada kolom 2 (*Weight/Bobot*), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting/*most important*) sampai bobot 0,0 (tidak penting/*not important*). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini.
3. Pada kolom 3 (*Rating/peringkat*), berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4,0 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*) yang didasarkan pada para manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis.
4. Pada kolom 4 (*Weighted score/nilai tertimbang*), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat masing-masing faktor yang terdapat di dalam kolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 4,0 (sangat bagus/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*).
5. Terakhir jumlahkanlah masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan. Jumlah keseluruhan nilai tertimbang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan memberikan respons terhadap berbagai faktor yang saat ini ada atau diperkirakan akan ada dalam lingkungan internal perusahaan.

Tabel 2. IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan 1. 2.			
Kelemahan 1. 2.			
Total			

Matriks Faktor Strategi Eksternal

Matriks EFAS bertujuan untuk mengetahui apakah usaha pembuatan arang kayu di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar mampu memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman yang ada. Menurut (Solihin, 2012), untuk mengembangkan tabel EFAS (*External Factors Analysis Summary*), harus ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pada kolom 1 (*External Factors*) buatlah daftar dari 5-10 peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) paling penting yang dihadapi perusahaan.
2. Pada kolom 2 (*Weight/bobot*), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting/*most important*) sampai bobot 0,0 (tidak penting/*not important*). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot, maka semakin penting faktor tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan saat ini maupun dimasa mendatang. Jumlah

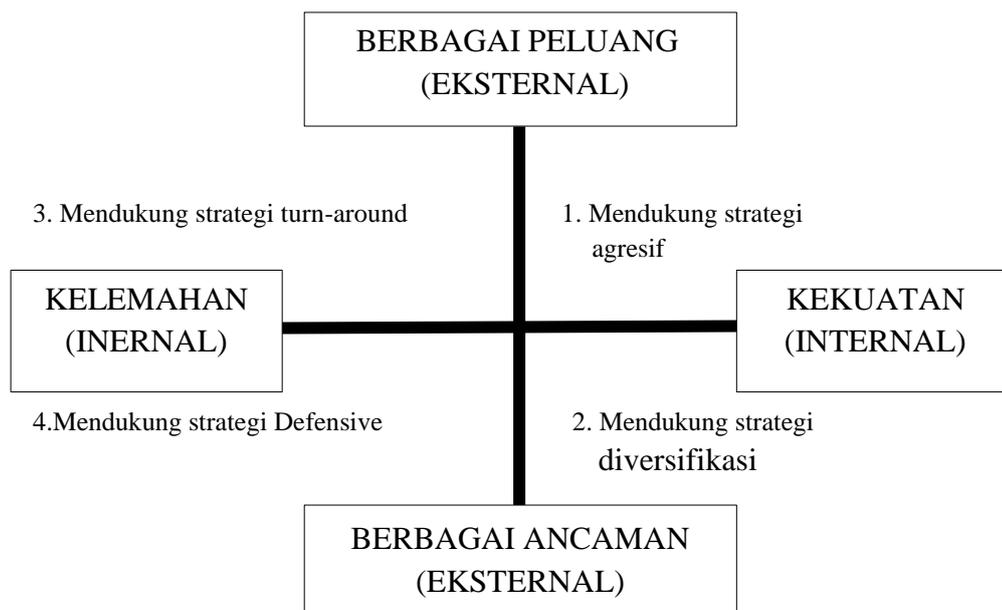
seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot di dalam EFAS.

3. Pada kolom 3 (*Rating/peringkat*), berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4,0 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*) yang didasarkan pada para manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para manajer tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini di dalam menghadapi masing-masing *external factors*.
4. Pada kolom 4 (*Weighted score/nilai tertimbang*), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat masing-masing faktor yang terdapat di dalam kolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 4,0 (sangat bagus/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*).
5. Terakhir jumlahkanlah masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan. Jumlah keseluruhan nilai tertimbang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan memberikan respons terhadap berbagai faktor yang saat ini ada atau diperkirakan akan ada dalam lingkungan eksternal perusahaan.

Tabel 3. EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang 1. 2.			
Ancaman 1. 2.			
Total			

Untuk menyelesaikan masalah strategi pengembangan usaha arang dilakukan dengan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

**Gambar 2: Diagram Analisis SWOT**

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2014).

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>STRENGTHS (S)</i> • Tentukan 5 - 10 faktor-faktor kekuatan internal	<i>WEAKNESSES (W)</i> • Tentukan 5 - 10 faktor-faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> • Tentukan 5 - 10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>TREATHS (T)</i> • Tentukan 5 - 10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2014

a.Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-sebarnya.

b.Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c.Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d.Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hasil dari matriks SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa strategi yang dapat dipilih oleh pihak perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal. Dalam perumusan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan diperlukan diskusi lebih mendalam dengan pihak perusahaan sehingga dilakukan tanya jawab. Diskusi yang dilakukan dengan perusahaan bertujuan agar dalam penelitian ini dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Pertimbangan perusahaan dan hasil analisis penelitian akan menjadi acuan utama dalam pembuatan matriks SWOT ini.

Menurut Rangkuti (2014), penyusunan strategi dilakukan melalui tiga tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Tahap pertama adalah tahap input dimana dalam penelitian menggunakan matriks IFAS,

matriks EFAS. Proses selanjutnya adalah tahap analisis , pada tahap ini berfokus pada pembuatan alternatif strategi yang tepat dengan mencocokkan faktor internal dan faktor eksternal. Alat analisis yang digunakan pada tahap analisis ini adalah matriks SWOT.

Metode Perbandingan Berpasangan

Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal dengan membandingkan setiap variabel pada baris (horizontal) dengan variabel pada kolom (vertikal). Untuk menentukan bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal. Tahap-tahap untuk melakukan metode perbandingan berpasangan untuk melakukan pembobotan adalah sebagai berikut :

- 1) Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting untuk aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan. Identifikasi faktor internal dengan mendaftarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi, dalam penyajiannya, daftar kekuatan harus terlebih dahulu ditulis, kemudian daftar kelemahan. Daftar harus spesifik menggunakan presentase, rasio atau angka perbandingan. Data bersifat eksternal berasal dari wawancara atau kuesioner dengan pihak yang mengetahui keadaan perusahaan. Identifikasi faktor eksternal organisasi dilakukan dengan mendaftarkan peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi. Hasil kedua identifikasi faktor-faktor tersebut sebagai faktor penentu eksternal dan internal yang akan diberikan bobot.

- 2) Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal kepada pihak manajemen perusahaan dengan menggunakan metode paired comparison atau metode perbandingan berpasangan.

Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, dan 3.

Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

- 1: jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal
- 2: jika indikator horizontal sama penting dibandingkan indikator vertikal
- 3: jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan indikator vertikal.

Tabel 5. Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Faktor Penentu	A	B	C	D	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
.....							
Total							

Sumber : David 2006

Bobor setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor. Bobot yang diberikan pada setiap faktor berada pada kisaran 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Faktor-faktor yang dianggap mempunyai pengaruh terbesar pada prestasi perusahaan diberi bobot tertinggi, tanpa memperdulikan apakah faktor tersebut kunci kekuatan dan

kelemahan serta peluang dan ancaman. Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus:

$$A_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Dimana :

A_i = bobot variabel ke-i

n = jumlah variabel

i = 1,2,3,.....,n

X_i = nilai variabel ke-i

Total bobot yang diberikan sama dengan 1,0

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahan dalam pembahasan hasil penelitian, maka digunakan beberapa definisi sebagai berikut :

1. Analisis lingkungan internal, merupakan kegiatan *input* yang sangat penting dalam merumuskan strategi, di mana analisis dilakukan terhadap kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang terdapat dalam perusahaan.
2. Analisis lingkungan eksternal meliputi segala input yang berada di luar perusahaan. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi, pemerintah, suku bunga, perubahan nilai tukar, budaya, dan kondisi sosial dapat mempengaruhi operasi perusahaan, oleh karena itu perlu pertimbangan dalam memformulasikan strategi operasi. Analisis eksternal ini akan mengarahkan pada identifikasi terhadap peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) produksi operasi perusahaan.
3. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.
4. SWOT merupakan teknik yang relatif sederhana. Karena itu, sebenarnya ia dapat digunakan untuk memformulasikan strategi dan kebijakan bagi setiap industri. Tentu saja analisis atau strategi yang dirumuskan dalam SWOT analisis bukanlah sebuah tujuan. Ia cuma alat yang memudahkan kita dalam menganalisis dan merumuskan strategi.

5. Strategi SO : strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-sebarnya.
6. Strategi ST : ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
7. Strategi WO : strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
8. Strategi WT : ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.
9. Matriks IFAS bertujuan untuk mengetahui apakah kekuatan yang dimiliki usaha pembuatan arang kayu di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar lebih besar dari kelemahan atau sebaliknya.
10. Matriks EFAS bertujuan untuk mengetahui apakah usaha pembuatan arang kayu di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar mampu memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman yang ada.
11. Arang atau *charcoal* adalah residu hitam berisi karbon tidak murni yang dihasilkan dengan (bahan mudah menguap) dari hewan atau tumbuhan. Arang umumnya didapatkan dengan memanaskan kayu, gula, tulang dan benda lainnya. Arang yang hitam, ringan, mudah hancur, dan menyerupai batu bara terdiri dari 85% sampai 98% karbon, sisanya adalah abu atau benda kimia lainnya.

Batasan Operasional

Adapun batasan operasional dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Penelitian ini dilakukan pada Desember 2018 sampai Februari 2019.
3. Sampel dalam penelitian ini adalah para pengusaha pembuatan arang kayu.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Deskripsi Kondisi Geografis Desa Paya Pasir

Desa Paya Pasir terletak di Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Desa Paya Pasir terletak di dataran tinggi dengan ketinggian 89 meter diatas permukaan laut dengan suhu rata-rata berkisar 30°C dengan curah hujan rata-rata berkisar 2000 mm/tahun.

Adapun batas-batas Desa Paya Pasir dengan desa lainnya adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kecamatan Tebing Syahbandar

Sebelah Barat : Kota Tebing Tinggi

Sebelah Timur : Desa Binjai

Sebelah Selatan : Desa Tanah Besih

Berikut ini jarak yang terdapat di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar yaitu :

Ibu Kota Provinsi Sumatera Utara (Medan) : ± 80 Km

Ibu Kota Serdang Bedagai (Sei Rampah) : ± 30 Km

Ibu Kota Kecamatan Tebing Syahbandar : ± 0,3 Km

Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan di Desa Paya Pasir yang terletak di Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bedagai sebagian besar untuk lahan pertanian, maka untuk hasil potensinya yaitu ubi kayu, karet dan kelapa sawit. Sisa lahan lainnya untuk tanah kering yang merupakan bangunan dan fasilitas lainnya.

Tabel 6. Distribusi Lahan di Desa Paya Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Rawa	20,5	4,02
2	Tegalan/Ladang	5	0,98
3	Perkebunan	20	3,92
4	Kolam/Tambak	0,2	0,03
5	Permukiman	421,11	82,58
6	Perkantoran	0,2	0,03
7	Sekolahan	0,2	0,03
8	Pertokoan	1	0,19
9	Tempat Ibadah	0,2	0,03
10	Makam	0,5	0,09
11	Jalan	2	0,39
Jumlah		509,91	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa penggunaan lahan yang paling luas adalah lahan permukiman dengan luas 421,11 Ha atau sebesar 82,58%, sedangkan penggunaan lahan yang paling sedikit adalah lahan kolam/tambak, perkantoran, sekolahan, dan tempat ibadah dengan luas 0,2 Ha atau sebesar 0,03%.

Keadaan Penduduk

1. Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan laporan tahunan jumlah penduduk di Desa Paya Pasir adalah 4.144 jiwa yang tinggal di permukiman yang tersebar di 7 dusun. Untuk lebih jelasnya distribusi penduduk di Desa Paya Pasir berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Distribusi Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	2.095	50,55
2	Perempuan	2.049	49,44
	Jumlah	4.144	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Desa Paya pasir pada tahun 2019 sebesar 4.144 jiwa atau 100%. Dengan jumlah KK sebanyak 1.164, yang meliputi 2.095 jiwa laki-laki atau 50,55% dan 2.049 jiwa perempuan atau 49,44%. Jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk berjenis kelamin perempuan.

2. Menurut Umur

Jumlah penduduk di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Distribusi Penduduk Menurut Umur di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Umur (Tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	0-5	339	8.19
2	6-12	405	9.78
3	13-16	904	21.81
4	17-59	2.306	55.64
5	< 60	190	4.58
Jumlah		4.144	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah usia terbanyak yaitu usia 17-59 tahun sebanyak 2.306 jiwa atau 56.64%, sedangkan jumlah usia yang paling sedikit yaitu usia < 60 sebanyak 190 jiwa atau 4.58%.

3. Menurut Agama

Penduduk di Desa Paya Pasir yang terletak di Kecamatan Tebing Syahbandar berdasarkan agama dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Distribusi Penduduk Menurut Agama di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Agama	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Islam	4.015	96,88
2	Protestan	100	2,41
3	Budha	24	0,57
4	Katolik	5	0,12
Jumlah		4.144	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut menunjukkan mayoritas penduduk Desa Paya Pasir menganut agama islam sebanyak 4.015 jiwa atau 96,88 %, sedangkan untuk agama yang paling sedikit dianut adalah agama katolik 5 jiwa atau 0,12 %

4. Menurut Mata Pencaharian

Penduduk Desa Paya Pasir sebagian besar bermata pencaharian sebagai buruh. Namun selain buruh ada juga yang bermata pencaharian diluar buruh dan data penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 10. Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	36	1,35
2	Tni/Polri	6	0,22
3	Pensiunan	12	0,44
4	Karyawan	682	25,57
5	Wiraswasta	422	15,82
6	Jasa	16	0,60
7	Petani	121	4,53
8	Nelayan	1	0,03
9	Buruh	1.060	39,74
10	Lainnya	311	11,66
Jumlah		2.667	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa mata pencaharian yang tertinggi yaitu buruh dengan jumlah 1.060 jiwa atau 39,74 %, selanjutnya penduduk dengan mata pencaharian karyawan yaitu sebanyak 682 jiwa atau sama dengan

25,57 % dan jumlah yang paling sedikit yaitu nelayan sebanyak 1 jiwa atau sama dengan 0,03 %

5. Menurut Pendidikan

Keadaan penduduk Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai menurut tingkat pendidikan dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 11. Distribusi Penduduk Menurut Pendidikan di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jenis Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	TK	276	7,16
2	SD	2.027	52,64
3	SLTP	703	18,25
4	SLTA	715	18,56
5	D-I	17	0,44
6	D-II	14	0,36
7	D-III	28	0,72
8	S-1	72	1,86
9	S-2	-	
Jumlah		3.852	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk di Desa Paya Pasir memiliki tingkat pendidikan SD/Sekolah Dasar yakni sebesar 2.027 jiwa atau 52,64%, dan jumlah yang paling sedikit yaitu D-II sebanyak 14 jiwa atau 0,36%. Tingkat pendidikan penduduk di Desa Paya Pasir didominasi oleh tingkat pendidikan SD namun sudah ada penduduk di Desa Paya Pasir yang

mengecap pendidikan sampai perguruan tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Paya Pasir mulai meningkat, hal ini akan mempermudah dalam pembangunan dan pengembangan Desa Paya Pasir tersebut.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana pendukung atau semakin mudah Desa Paya Pasir tersebut dijangkau, maka laju perkembangan Desa Paya Pasir akan cepat. Sarana dan prasarana dapat dikatakan baik apabila dilihat dari segi ketersediaan dan pemanfaatannya sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat sehingga dapat mempengaruhi masyarakat setempat dalam memenuhi segala kebutuhannya. Sarana dan prasarana di Desa Paya Pasir dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 12. Sarana di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jenis Sarana	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
1	Sarana Pendidikan	7	24,13
2	Sarana Ibadah	10	34,48
3	Sarana Kesehatan	5	17,24
4	Sarana Keamanan	7	24,13
Jumlah		29	100

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sarana di Desa Paya Pasir dapat dikatakan baik dan memadai meskipun jumlahnya sedikit. Adapun sarana pendidikan berjumlah 7 unit atau 24,13%, sarana ibadah 10 unit 34,48%, sarana kesehatan 5 unit 17,24%, dan sarana keamanan 7 unit 24,13%.

Tabel 13. Prasarana Perhubungan di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jenis Prasarana	Kuantitas/Panjang	Keterangan
1	Jalan Negara	2 Km	-
2	Jalan Desa	4 Km	-
3	Jalan Lorong/Gang	3 Km	-
4	Jembatan	8	-

Sumber : Kantor Lurah Desa Paya Pasir 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prasarana penghubungan di Desa Paya Pasir cukup baik. Prasarana ini dapat digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Sedangkan sarana transportasi yang paling banyak digunakan warga masyarakat adalah sepeda motor, dan sarana transportasi umum seperti bus, angkot dan becak.

Karakteristik Sampel Pengusaha Arang

Pengusaha arang yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 4 orang dan bertempat tinggal di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai. Gambaran umum responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pengalaman berusaha, luas lahan, dan pekerjaan yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Karakteristik Sampel Menurut Umur

Umur merupakan salah satu indikator dalam penentuan masa produktif seseorang dalam menjalani pekerjaan. Umur mempengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan aktifitas maupun konsep berpikir seseorang. Seseorang yang memiliki umur lebih muda tentunya memiliki kondisi fisik yang lebih kuat, keinginan mencoba hal baru, serta memiliki daya berpikir yang kreatif. Sebaliknya, seseorang yang berumur tua atau usia lanjut lebih menjaga kesehatannya. Umur pengusaha sampel secara keseluruhan pada rentang 45-60 tahun. Data pengusaha berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 14. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Umur di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Umur (Tahun)	Jumlah Sampel (jiwa)	Persentase (%)
1	48	1	25
2	52	1	25
3	56	1	25
4	59	1	25
Jumlah		4	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa umur sampel yang tertinggi yaitu 59 tahun dengan jumlah 1 jiwa (25%), sedangkan umur sampel terendah yaitu 48 tahun dengan jumlah jiwa (25%).

2. Karakteristik Sampel Menurut Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu hal yang penting, dimana dengan adanya pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola pikir, pengetahuan dan wawasan yang di miliki. Dalam hal ini pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan yang bersifat formal. Dari hasil penelitian yang dilakukan, tingkat pendidikan pengusaha sampel yaitu terdiri dari Tidak Tamat SD dan SD. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 15. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Sampel (jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak Tamat SD	2	50
2	SD	2	50
	Jumlah	4	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan pengusaha sampel, sebagai pengusaha arang memiliki tingkat pendidikan tidak tamat SD sebanyak 2 jiwa (50%) dan tingkat pendidikan SD sebanyak 2 jiwa (50%).

3. Karakteristik Sampel Menurut Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan merupakan banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggung jawab seseorang dalam memenuhi semua kebutuhan hidup. Jumlah tanggungan pengusaha sampel secara keseluruhan berada pada rentang 1-5 orang.

Untuk lebih jelasnya jumlah tanggungan pengusaha sampel di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 16. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Jumlah Tanggungan di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Sampel (jiwa)	Persentase (%)
1	2	1	25
2	3	1	25
3	4	1	25
4	5	1	25
Jumlah		4	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pengusaha sampel masih memiliki tanggungan dengan jumlah tanggungan yaitu 2-5 tanggungan. Hal ini dilakukan untuk melihat keadaan keluarga dari jumlah tanggungan dalam memenuhi semua kebutuhan hidup.

4. Karakteristik Sampel Menurut Pengalaman Berusaha

Pengalaman pengusaha sampel dapat diartikan sebagai lamanya seorang pengusaha bekerja pada bidang tertentu. Pada dasarnya semakin lama pengalaman seseorang terhadap bidang tersebut, maka tingkat keterampilan maupun pengetahuan yang dimiliki untuk meningkatkan pendapatan akan lebih maksimal. Pengalaman atau lamanya berusaha akan dapat membantu memecahkan masalah yang dihadapi dalam berusaha. Untuk lebih jelasnya hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 17. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Pengalaman Berusaha di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	7	1	25
2	10	1	25
3	20	1	25
4	33	1	25
Jumlah		4	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pengusaha yang berada di Desa Paya Pasir ini sudah sangat berpengalaman, hal ini dapat dilihat dari lamanya menjalankan usaha tersebut.

5. Karakteristik Sampel Menurut Luas Usaha

Dalam menjalankan usahanya setiap sampel memiliki luas yang berbeda-beda. Luas lahan dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk timbunan bukan dalam bentuk Ha. Timbunan yang dimaksudkan merupakan petakan tanah yang berukuran 2x2, 2x4, dan 3x4 meter yang dibuat untuk melakukan kegiatan produksi usaha arang tersebut. Untuk lebih jelasnya mengenai luas usaha yang dimiliki setiap sampel dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 18. Distribusi Pengusaha Sampel Menurut Luas Usaha di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai

No	Nama Sampel	Luas Lahan (Meter)
1	Sudirman	68
2	Sutrisno	64
3	Mulyono	12
4	Saring	44
Jumlah		188

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pengusaha sampel memiliki luas lahan yang berbeda-beda. Perbedaan luas lahan ini berpengaruh terhadap hasil produksi dan jumlah pendapatan yang diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Proses Produksi Arang

Berikut adalah cara pembuatan arang menurut pengusaha arang yang berada di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai :

1. Bahan baku yang digunakan adalah limbah kayu dari berasal dari pabrik kayu/pengawetan, yang di peroleh dari Siantar dan Tebing Tinggi.
2. Bahan baku tersebut kemudian disusun dengan ukuran yang bervariasi yaitu 2x2 m, 2x4 m, dan 3x4 m. Penentuan ukuran timbunan ini sesuai dengan keinginan dan pengetahuan/pengalaman yang dimiliki oleh pengusaha.
3. Setelah kayu tersebut tersusun, kemudian ditimbun dengan tanah yang lembab atau tanah yang sudah dibasahkan, agar tanah tersebut mudah dibentuk untuk menutupi susunan kayu tersebut, dan ketika proses pembakaran tanah yang lembab tadi akan menjadi keras dan tidak mudah rubuh/runtuh.
4. Tanah yang sudah menutupi susunan kayu tersebut diberi lubang dengan menggunakan tojok, pemberian lubang tersebut berjarak setengah meter antara lubang yang satu dengan lubang lainnya.
5. Lubang tersebut dibakar dengan bantuan getah rambung/karet agar susunan kayu tersebut lebih cepat terbakar.
6. Bahan baku yang sudah dibakar tersebut di tunggu 10-12 hari untuk berubah menjadi arang, sambil di lihat setiap harinya. Jika kayu tersebut tidak terbakar atau tidak memiliki asap bisa dibakar kembali.

7. Setelah bahan baku tersebut sudah berubah menjadi arang, kemudian timbunan tersebut sudah bisa di bongkar dan arang siap di kemas dengan menggunakan karung goni ukuran 30 kg.

Dari pembahasan ini akan dipaparkan secara jelas apa saja faktor internal dan eksternal dalam usaha arang dan bagaimana strategi pengembangan usaha arang.

Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh “Usaha Arang” dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab, observasi, atau pengamatan langsung ke lapangan.

Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Tabel 19. Kekuatan dan Kelemahan “Usaha Arang” berdasarkan faktor Internal Usaha Arang

Kekuatan	Kelemahan
1. Pengalaman dalam berusaha	1. Keterbatasan perluasan usaha
2. Lokasi Strategis	2. Tidak adanya promosi
3. Produk berkualitas	3. Tidak adanya bukti transaksi jual beli produk
4. Harga terjangkau	4. Pengemasan yang tidak menarik
5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	5. Belum memiliki label atau merk

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut maka dapat di lihat beberapa faktor internal kekuatan dan kelemahan Usaha Arang sebagai berikut ini :

Kekuatan (*Strength*)

Strength merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang.

1. Pengalaman dalam berusaha

Pengalaman berusaha merupakan lamanya waktu yang telah dijalani di dalam suatu pekerjaan, biasanya hal ini dihitung dengan satuan tahun. Dari hasil penelitian yang saya lakukan, pengusaha sampel saya sangat berpengalaman, karena usaha yang mereka jalani sudah berjalan selama 7-33 tahun. Pengalaman ini sangat berpengaruh terhadap usaha yang mereka jalani. Dari pengalaman ini para pengusaha tersebut mampu memilih yang terbaik untuk usahanya, misalnya dalam pemilihan penggunaan bahan baku. Pada awal usaha mereka menggunakan bahan baku yaitu kayu pohon coklat dan kayu pohon kapuk, namun ternyata kualitasnya tidak baik karena tekstur kayu yang lembab. Kemudian mereka mencoba dengan jenis-jenis kayu lainnya dan akhirnya mereka menemukan jenis kayu yang baik digunakan sebagai bahan baku arang yaitu limbah kayu rambutan, limbah kayu pinus dan limbah kayu rambung karena dari hasil wawancara yang saya lakukan tekstur dari kayu ini lebih keras sehingga tidak mudah hangus ketidakterbakar menjadi arang dan kayu ini lembab.

2. Lokasi strategis

Usaha Arang yang saya teliti ini berada di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai. Dari hasil penelitian saya lokasi dalam usaha ini cukup strategis karena letaknya hanya 10-20 meter dari pusat jalan lintas, hal ini dapat memudahkan konsumen/pembeli ataupun

produsen/penjual dalam melakukan kegiatan jual-beli produk tersebut. Selain itu di Kecamatan Tebing Syahbandar memiliki \pm 30 rumah makan, yang menggunakan arang untuk memasak dan memanggang makanannya seperti ayam bakar, ikan bakar dan jenis-jenis sate. Usaha ternak ayam, menggunakan arang untuk menghangatkan ayam-ayamnya tersebut. Usaha besi, menggunakan arang untuk memanaskan ataupun membakar besi agar mudah dibentuk sesuai keinginan, berbagai usaha makanan lainnya seperti usaha bakso bakar yang menggunakan arang untuk membakar bakso tersebut, dan usaha mie yang menggunakan arang untuk memasak mie tersebut. Dimana ini merupakan target penjualan/target pasar dari para produsen arang yang menjadi sampel saya.

3. Produk berkualitas

Produk yang dihasilkan dari usaha arang ini yaitu produk yang berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari bahan baku yang digunakan dan bentuk fisik yang dihasilkan dari proses produksi. Disini para pengusaha sampel saya menggunakan limbah dari berbagai jenis kayu seperti limbah kayu pinus, limbah kayu rambung/karet, dan limbah kayu rambutan. Berikut perbedaan kualitas arang dari limbah kayu pinus, limbah kayu rambung/karet dan limbah kayu rambutan :

- Limbah kayu pinus dan limbah kayu rambung/karet

Bahan baku arang dari limbah kayu pinus dan limbah kayu rambung/karet memiliki kualitas yang sama yaitu ketika dibakar tidak mudah hangus menjadi abu, arangnya berat dan tidak ada percikan api ketika digunakan.

- Limbah kayu rambutan

Bahan baku arang dari limbah kayu rambutan memiliki kualitas, ketika dibakar tidak mudah hangus menjadi abu, arangnya lebih berat dibandingkan dengan kayu pinus dan rambung, tidak ada percikan api ketika menggunakannya, mudah terbakar, tahan lama, sedikit abunya, dan panas yang dihasilkan maksimal. Jadi limbah kayu rambutanlah yang paling baik kualitasnya.

Sedangkan menurut hasil penelitian saya untuk bentuk fisik arang yang memiliki kualitas yang baik yaitu berbentuk petak-petak kecil, berwarna hitam pekat (bukan berarti hangus), cukup keras ditandai dengan tidak mudah patah atau hancur dan bahan baku yang digunakan tidak tercemari oleh unsur-unsur yang membahayakan atau kotoran lainnya.

4. Harga terjangkau

Untuk harga dari arang ini cukup terjangkau yaitu Rp. 20.000/goni untuk jenis limbah kayu pinus dan karet, sedangkan untuk limbah kayu rambutan harga Rp. 30.000/goni. Harga yang mereka berikan cukuplah terjangkau mengingat ukuran kemasan cukup besar yaitu 30 kg/karung goni. Dibandingkan dengan menggunakan oven/listrik harga yang akan dikeluarkan akan jauh lebih besar, mengingat harga oven listrik tidaklah murah berkisar \pm 1.000.000 dan ketika menggunakannya harus mengeluarkan biaya lagi untuk biaya listriknya.

5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak

Dalam menjalankan usahanya, pengusaha arang yang berada di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar, memiliki luas usaha yang tidak begitu luas. Namun dengan memiliki luas lahan yang tidak begitu luas, pengusaha arang

tersebut mampu menghasilkan arang yang banyak. Para pengusaha tersebut mampu memanfaatkan lahan yang ada untuk mendapatkan arang yang banyak yaitu 180 karung goni ukuran 30 kg dan juga mendapatkan keuntungan yaitu sekitar \pm 1.000.000/timbunan. Dalam kegiatan usaha arang, luas usaha di ukur dengan istilah timbunan. Timbunan merupakan petakan tanah yang berukuran 2x2 meter, 2x4 meter dan 3x4 meter yang merupakan tempat untuk melakukan proses produksi arang. Dalam satu timbunan tersebut pengusaha arang mampu menghasilkan arang sebanyak 180 karung goni ukuran 30 kg.

Kelemahan (*Weakness*)

Weakness merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan yang di miliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh negatif pada saat ini ataupun di masa yang akan datang.

1. Keterbatasan perluasan usaha

Dalam menjalankan usahanya para pengusaha dimanapun pasti memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya. Namun dalam mengembangkan usaha pastinya terdapat hambatan ataupun halangan yang akan dihadapi. Dari hasil penelitian saya, para pengusaha yang berada di Desa Paya Pasir memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya, namun terhambat ataupun terhalang oleh modal. Fenomena yang terjadi dilapangan modal yang mereka miliki sangat terbatas, modal yang mereka gunakan merupakan modal sendiri tanpa ada bantuan/pinjaman dari pihak lainnya seperti bank ataupun pemerintah. Dengan keterbatasan modal tersebut, para pengusaha di Desa Paya Pasir tidak mampu memperluas lahannya, menambah produksinya, melakukan perbaikan kemasan, dan memperluas target penjualan. Dari hasil wawancara yang saya lakukan perlu

adanya penambahan modal \pm 30.000.000,00 untuk dapat mengatasi masalah keterbatasan modal tersebut.

2. Tidak adanya promosi

Promosi merupakan hal yang penting dalam menjalankan sebuah usaha, untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Para pengusaha arang yang berada di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar dalam menjalankan usahanya tidak melakukan kegiatan promosi. Promosi tidak pernah dilakukan melalui media masa surat kabar dan media elektronik, maupun menggunakan jaringan sosial media yang ada. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan produsen dalam teknik dan penguasaan teknologi informasi yang dapat dijadikan media promosi.

3. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual-beli produk

Dalam menjalankan usahanya para pengusaha arang tidak memiliki bukti tertulis dalam kegiatan transaksi jual-beli produk. Padahal ini merupakan hal yang penting untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman. Dari hasil wawancara yang saya lakukan kepada pihak pengusaha, konsumen biasanya membeli arang ini dalam jumlah yang banyak yaitu sekitar 150 karung goni. Dengan jumlah pembelian yang banyak ini sebaiknya menggunakan bukti transaksi (kwitansi) agar tidak terjadi kesalah pahaman.

4. Pengemasan yang tidak menarik

Pengusaha arang yang berada di Desa Paya Pasir melakukan pengemasan arang dengan menggunakan karung goni. Karung goni yang digunakan hanya memiliki satu ukuran saja yaitu 30 kg. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan karung goni kemudian diikat dengan tali plastik, hal ini sangatlah

tidak menarik menarik minat calon konsumen karena tidak terdapat design/gambar, warna, label, dan keterangan mengenai produk tersebut.

5. Belum memiliki label atau merk

Selain tidak mempunyai kemasan yang menarik, pengusaha arang tersebut tidak memiliki label/merk untuk produk yang di hasilkannya. Dengan begitu calon kosumen tidak bisa membedakan arang yang berasal dari pengusaha A,B,C, dan D. Label/merk dagang merupakan hal yang penting dalam persaingan bisnis, dengan adanya label/merk dagang calon konsumen akan dapat membedakan produk yang memiliki kualitas baik, kurang baik ataupun tidak baik, yang dimana hal ini akan berdampak kepada pembelian berikutnya. Jika calon konsumen sudah mengetahui produk yang memiliki kualitas baik, otomatis konsumen tersebut akan membeli produk itu kembali.

Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh “Usaha Arang” dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanyak jawab, observasi, atau pengamatan langsung ke lapangan.

Identifikasi Peluang dan Ancaman

Tabel 20. Peluang dan Ancaman “Usaha Arang” berdasarkan faktor Eksternal Usaha Arang

Peluang	Ancaman
1. Semakin tinggi permintaan arang	1. Munculnya pesaing baru
2. Peluang pasar yang cukup tinggi	2. Tidak adanya bantuan pemerintah
3. Bahan baku mudah didapatkan	3. Perubahan iklim atau cuaca
4. Dapat dikembangkan disemua lokasi	4. Kemajuan teknologi

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut maka dapat di lihat beberapa faktor eksternal peluang dan ancaman Usaha Arang sebagai berikut ini :

Peluang (*Opportunities*)

Opportunities merupakan situasi atau kondisi yang merupakan peluang dan kesempatan di luar perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan dampak untuk perkembangan di kemudian hari.

1. Semakin tinggi permintaan produk arang

Dari hasil wawancara saya dengan pengusaha arang tersebut, mereka mengatakan permintaan produk arang semakin meningkat bahkan dari ke empat sampel saya, ada yang tidak mampu memenuhi permintaan konsumen terhadap produk arang. Pada awal usaha pengusaha ini hanya memiliki 3 timbunan saja, namun sekarang jumlah timbunannya bertambah menjadi 7 timbunan dengan pertambahan jumlah timbunan ini masih belum mampu memenuhi seluruh permintaan konsumen. Jadi jumlah permintaan konsumen yang awalnya hanya 1.080 karung goni/bulan, mengalami peningkatan menjadi 2.500 karung goni/bulan. Semakin tingginya permintaan produk arang, ini merupakan peluang

yang sangat baik untuk dimanfaatkan. Namun pengusaha tersebut belum mampu memanfaatkan peluang yang ada.

2. Peluang pasar yang cukup tinggi

Dengan peningkatan permintaan produk arang ini, otomatis pasar yang tersediapun semakin meningkat. Pengusaha ini biasanya memasarkan produknya ke sekitar Kecamatan Tebing Syahbandar, sebagian Kota Medan, Binjai dan Indrapura. Adanya peningkatan permintaan produk ini, seharusnya pengusaha/produsen mampu memasarkan/menjual produknya ke wilayah/daerah lainnya. Namun dilain sisi pengusaha ini belum menyadarinya sehingga tidak ada upaya dalam mengembangkan usahanya dengan cara memasarkan produknya ke daerah lainnya. Dari hasil wawancara yang saya lakukan, terdapat permintaan produk yang berasal dari Kota Medan dan Belawan sebanyak $\pm 30\%$. Permintaan produk ini disebabkan karena banyaknya rumah makan dan restrooran yang membutuhkan arang untuk memasak ataupun memanggang makanannya. Mereka membutuhkan arang dari limbah kayu rambutan, karena kualitas dari limbah kayu rambutan ini lebih baik dibandingkan dengan limbah kayu pinus dan rambung sehingga masakan yang dihasilkan pun akan lebih baik juga.

3. Bahan baku mudah di dapatkan

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan arang yaitu murni dari limbah , seperti limbah kayu pinus, limbah kayu rambung dan limbah kayu rambutan. Bahan-bahan baku yang digunakan ini diperoleh dari pabrik-pabrik kayu besar yang berada di Kecamatan Tebing Syahbandar ataupun diluarnya seperti Siantar dan Berohol Bajenis. Jadi, dalam memperoleh bahan bakunya tidak ada unsur kejahatan didalamnya seperti penebangan hutan sembarangan, karena

ini murni menggunakan limbah. Dalam menjalankan kegiatan usahanya para pengusaha tersebut cukup mudah mendapatkan bahan baku untuk proses pembuatan arang. Hal ini sangat membantu dan mempermudah pengusaha tersebut untuk terus melakukan kegiatan usaha ataupun kegiatan produksi. Jika bahan baku habis pengusaha tersebut akan mudah membelinya kembali.

4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah

Usaha arang ini cukup mudah di lakukan, karena bisa dikembangkan disemua lokasi/daerah. Namun lokasi dalam pembuatan arang ini harus luas agar mempermudah dalam melakukan proses produksi dan juga jauh dari permukiman warga karena ada dampak polusi udara dalam pembuatan arang ini walaupun tidak banyak. Polusi udara ini berupa asap yang ditimbulkan dari pembakaran bahan baku untuk dijadikan arang.

Ancaman (*Threats*)

Threats merupakan ancaman-ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan ataupun pengusaha yang dapat menghambat laju perkembangan dari perusahaan atau pengusaha.

1. Munculnya pesaing baru

Mudahnya proses produksi pembuatan arang akan mengakibatkan munculnya pesaing baru. Selain itu para pengusaha arang di Desa Paya Pasir, tidak mampu mengembangkan usahanya dan hanya mampu memproduksi arang dengan jumlah sedikit, hal ini juga disebabkan oleh modal dan lahan yang tidak memadai. Untuk saat ini pesaing ataupun pengusaha arang yang berada di Desa Paya Pasir berjumlah 4 orang yaitu seluruh sampel saya. Pada awalnya yang melakukan kegiatan usaha arang di Desa Paya Pasir hanya Pak Sutrisno, namun

kemudian disusul oleh Pak Saring, Pak Sudirman, dan Pak Mulyono keempat pengusaha ini melakukan persaingan secara sehat/baik.

2. Tidak adanya bantuan pemerintah

Pemerintah seharusnya memiliki peran untuk usaha-usaha kecil dan menengah. Agar usaha-usaha yang berskala kecil dan menengah bisa lebih berkembang. Namun dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan keempat sampel saya, mereka tidak pernah mendapatkan bantuan dari pemerintah dari awal usaha sampai sekarang.

3. Perubahan iklim atau cuaca

Perubahan iklim ataupun cuaca merupakan salah satu penghambat dalam proses produksi pembuatan arang. Hal ini biasanya terjadi pada musim penghujan, ketika musim penghujan tiba kegiatan pembuatan arang menjadi lebih lama. Kegiatan pembuatan arang biasanya memakan waktu 10-12 namun ketika musim penghujan datang bisa menjadi 14 hari. Hal ini disebabkan karena arang yang sedang dibakar menjadi lembab karena terkena hujan dan dampak yang paling buruk yaitu arang tersebut menjadi rusak.

4. Kemajuan teknologi

Dengan adanya kemajuan teknologi, hal ini merupakan ancaman bagi pengusaha arang. Dahulu untuk memasak masyarakat masih menggunakan kayu bakar dan produk turunannya seperti arang, namun hal tersebut sudah jarang kita temukan kembali. Tetapi kemajuan teknologi ini bukanlah merupakan faktor penghambat dalam usaha arang di Desa Paya Pasir tersebut, karena sasaran utama dalam penjualan arang ini yaitu rumah-rumah makan, pabrik-pabrik besi, ternak ayam, dan warung-warung bakso.

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha arang di Desa Paya Pasir, tahap selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Strategi Eksternal (EFAS).

Hasil identifikasi dan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dipindahkan ke tabel matriks IFAS untuk diberikan skoring (rating x bobot) pada tabel berikut ini :

Tabel 21. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) pada “Usaha Arang”

Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan			
1.Pengalaman dalam berusaha	4	0,09	0,36
2.Lokasi strategis	2	0,09	0,18
3.Produk berkualitas	4	0,13	0,52
4.Harga terjangkau	4	0,11	0,44
5.Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	4	0,10	0,40
Jumlah Kekuatan	17	0,52	1,90
Kelemahan			
1.Keterbatasan perluasan usaha	2	0,10	0,20
2.Tidak adanya promosi	1	0,10	0,10
3.Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk	1	0,07	0,07
4.Pengemasan yang tidak menarik	2	0,11	0,22
5.Belum memiliki label atau merk dagang	1	0,10	0,10
Jumlah Kelemahan	7	0,48	0,69
Total Kekuatan-Kelemahan	24	1,00	2,59

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi internal, faktor kekuatan yang paling besar adalah faktor produk berkualitas dengan skor 0,52. Sedangkan, faktor kelemahan yang paling besar adalah pengemasan yang tidak menarik dengan skor 0,22.

Selanjutnya, hasil identifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks EFAS untuk diberi skoring (rating x bobot) seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 22. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) pada “Usaha Arang”

Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
1.Semakin tinggi permintaan produk arang	4	0,16	0,64
2.Peluang pasar yang cukup tinggi	4	0,15	0,60
3.Bahan baku mudah didapatkan	3	0,13	0,39
4.Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	2	0,12	0,24
Jumlah Peluang	13	0,56	1,87
Ancaman			
1.Munculnya pesaing baru	3	0,10	0,30
2.Tidak adanya bantuan pemerintah	1	0,11	0,11
3.Perubahan iklim atau cuaca	2	0,12	0,24
4.Kemajuan teknologi	2	0,10	0,20
Jumlah Ancaman	9	0,43	0,85
Total Peluang-Ancaman	22	1,00	2,72

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi eksternal, faktor peluang yang paling besar adalah faktor peluang semakin tinggi permintaan produk arang dengan skor 0,64. Sedangkan ancaman yang paling besar adalah munculnya pesaing baru dengan skor 0,30.

Selanjutnya dilakukan penggabungan antara faktor internal dan eksternal yaitu sebagai berikut :

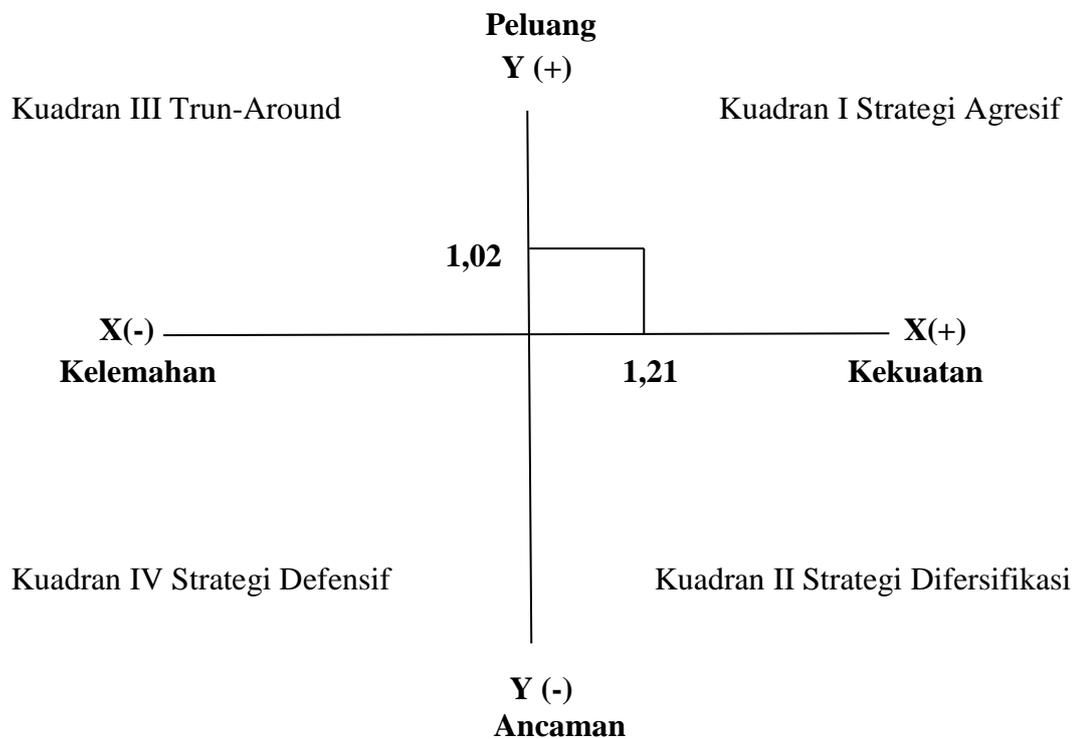
Tabel 23. Penggabungan Matriks Faktor Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan			
1.Pengalaman dalam berusaha	4	0,09	0,36
2.Lokasi strategis	2	0,09	0,18
3.Produk berkualitas	4	0,13	0,52
4.Harga terjangkau	4	0,11	0,44
5.Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	4	0,10	0,40
Jumlah Kekuatan	17	0,52	1,90
Kelemahan			
1.Keterbatasan perluasan usaha	2	0,10	0,20
2.Tidak adanya promosi	1	0,10	0,10
3.Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk	1	0,07	0,07
4.Pengemasan yang tidak menarik	2	0,11	0,22
5.Belum memiliki label atau merk dagang	1	0,10	0,10
Jumlah Kelemahan	7	0,48	0,69
Selisih Skor Kekuatan-Kelemahan			1,21
Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
1.Semakin tinggi permintaan produk arang	4	0,16	0,64
2.Peluang pasar yang cukup tinggi	4	0,15	0,60
3.Bahan baku mudah didapatkan	3	0,13	0,39
4.Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	2	0,12	0,24
Jumlah Peluang	13	0,56	1,87
Ancaman			
1.Munculnya pesaing baru	3	0,10	0,30
2.Tidak adanya bantuan pemerintah	1	0,11	0,11
3.Perubahan iklim atau cuaca	2	0,12	0,24
4.Kemajuan teknologi	2	0,10	0,20
Jumlah Ancaman		0,43	0,85
Selisih Skor Peluang-Ancaman			1,02

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa selisih faktor internal (kekuatan-kelemahan) adalah sebesar 1,21 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap usaha arang. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang-ancaman) sebesar 1,02 yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh ancaman terhadap usaha arang.

Maka dapat diperoleh gambar diagram SWOT dengan mengurangkan total kekuatan dengan total kelemahan (selisih) yang hasilnya menjadi titik kordinat sumbu x. Selanjutnya mengurangkan total peluang dan total ancaman (selisih) yang hasilnya menjadi titik kordinat sumbu y. Berdasarkan tabel maka diperoleh nilai $X > 1,21$ dan $Y > 0$ yaitu 1,02. Posisi koordinatnya dapat dilihat pada *Koordinat Cartesius* berikut ini :



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Internal dan Eksternal

Dari gambar tersebut menunjukkan nilai $X > 0$ yaitu 1,21 dan nilai $Y > 0$ yaitu 1,02. Hal ini menunjukkan bahwa posisi strategi pengembangan usaha arang di Desa Paya Pasir berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usaha arang memiliki kekuatan dan peluang. Starategi yang diberikan adalah Agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan.

Penjelasan hasil di atas dari tahap pengumpulan data, maka akan diperoleh data yang lebih spesifik dengan membuat “tahap analisis” dimana memanfaatkan semua informasi kedalam model perumusan startegi. Model tersebut adalah Matriks SWOT, sehingga akan muncul beberapa kategori yakni strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 24. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Arang

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S) 1. Pengalaman dalam berusaha 2. Lokasi startegis 3. Produk berkualitas 4. Harga terjangkau 5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	Kelemahan (W) 1. Keterbatasan perluasan usaha 2. Tidak adanya promosi 3. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk 4. Pengemasan yang tidak menarik 5. Belum memiliki label atau merk
Peluang (O) 1. Semakin tinggi permintaan produk arang 2. Peluang pasar yang cukup tinggi 3. Bahan baku mudah didapatkan 4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	Strategi S-O 1. Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah di dapatkan dan pengalaman berusaha 2. Produk yang berkualitas dan permintaan produk yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas 3. Mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau	Strategi W-O 1. Melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi 2. Mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang dengan cara melakukan kegiatan promosi
Ancaman (T) 1. Munculnya pesaing baru 2. Tidak adanya bantuan pemerintah 3. Perubahan iklim atau cuaca 4. Kemajuan teknologi	Strategi S-T 1. Pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru 2. Harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi.	Strategi W-T 1. Keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank, serta menjaga hubungan yang baik kepada pihak konsumen 2. Membuat label atau merk agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru

Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap terakhir yaitu tahap “pengambilan keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan strategi pengembangan usaha usaha arang di daerah penelitian. Adapun strategi-strategi yang dimaksudkan adalah :

Strategi S-O (*Strenght-Opportunities*)

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan apa yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis starategi S-O yaitu pengalaman dalam berusaha, lokasi strategis, produk berkualitas, harga terjangkau, dan pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak. Sementara peluang yang yang dapat dimanfaatkan adalah semakin tinggi permintaan produk arang, peluang pasar yang cukup tinggi, bahan baku yang mudah didapatkan, dan usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah. Berikut adalah strategi yang S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar :

- a. Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha

Pengembangan produk yang dimaksudkan dapat dilakukan dengan cara melakukan inovasi-inovasi seperti pada pengemasan, pada pemasaran dan segala aspek yang dapat menambahkan keuntungan. Hal ini juga bisa

dilakukan dengan cara menambah jumlah produksi karena bahan baku yang mudah didapatkan.

- b. Produk yang berkualitas dan permintaan produk yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas

Karena produk yang dihasilkan berkualitas maka permintaan produk akan semakin meningkat/tinggi, ini merupakan hal yang baik untuk melakukan strategi pemasaran. Pemasaran yang biasanya hanya dilakukan kepada langganan yang berada di daerah Siantar, Tebing Tinggi, Medan, Binjai dan Indrapura kini bisa dilakukan ke daerah lainnya. Pemasaran juga bisa dilakukan ke daerah tersebut namun kepada pihak yang tidak biasa membeli/langganan.

- c. Mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau

Harga merupakan hal yang sangat dipertimbangkan calon konsumen untuk membeli suatu produk/barang. Jika harga yang ditawarkan terjangkau maka calon konsumen tersebut akan menjadi konsumen dan selanjutnya dapat menjadi pelanggan. Harga yang terjangkau ini haruslah dipertahankan para pengusaha arang di Desa Penelitian agar dapat mempertahankan dan meningkatkan peluang pasar.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Arang di Desa Paya Pasir adalah semakin tinggi permintaan produk arang, peluang pasar yang cukup tinggi, bahan baku mudah

didapatkan, dan usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah. Kelemahan yang perlu diatasi adalah keterbatasan perluasan usaha, tidak adanya promosi, tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk, pengemasan yang tidak menarik dan belum memiliki label atau merk dagang. Berikut adalah strategi yang W-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar :

- a. Melakukan perbaikan dengan cara mengubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi
Kemasan merupakan hal yang perlu diperhatikan selain kualitas, kemasan yang menarik akan menarik minat konsumen untuk membelinya. Selain itu kemasan juga akan menentukan layak atau tidaknya suatu produk masuk ke supermarket ataupun tempat-tempat sejenisnya. Maka dari itu perlunya dilakukan perbaikan untuk pengusaha arang di Desa Paya Pasir dalam bentuk kemasan agar terlihat lebih menarik dan agar dapat memasuki pasar yang setara dengan supermarket. Disini juga perlu adanya penambahan ukuran kemasan agar lebih bervariasi dan agar konsumen dapat membeli arang tersebut sesuai dengan kebutuhannya.
- b. Mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang dengan cara melakukan kegiatan promosi
Dalam menjalankan sebuah usaha kegiatan promosi perlu dilakukan agar calon konsumen dapat mengenali produk yang kita tawarkan/sajikan, hal ini juga perlu dilakukan oleh pengusaha arang di Desa Paya Pasir. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti

dengan menggunakan media sosial, brosur ataupun spanduk. Brosur ataupun spanduk tersebut dapat disertakan alamat pengusaha agar calon konsumen dapat membelinya secara langsung.

Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah pengalaman dalam berusaha, lokasi strategis, produk berkualitas, harga terjangkau, dan pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak. Serta ancaman yang harus dihadapi Usaha Arang di Desa Paya Pasir yaitu munculnya pesaing baru, tidak adanya bantuan pemerintah, perubahan iklim atau cuaca dan kemajuan teknologi. Berikut adalah strategi yang S-T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar :

- a. Pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru

Dalam menjalankan sebuah usaha kemungkinan datangnya pesaing baru pasti ada. Namun hal ini bisa dihindari dengan mempertahankan ataupun meningkatkan kualitas dari produk yang kita buat. Produk yang berkualitas dapat dihasilkan dengan adanya pengalaman dalam bidang tersebut. Jadi jika kita sudah berpengalaman, maka kemungkinan produk yang kita usahakan akan berkualitas dan hal ini dapat mengatasi munculnya pesaing baru.

- b. Harga yang terjangkau akan dapat mengatasi ancaman kemajuan teknologi

Indikator kemajuan teknologi ini ditujukan untuk konsumen ibu rumah tangga. Di jaman sekarang ibu rumah tangga dalam melakukan kegiatannya seperti memasak jarang menggunakan kayu bakar dan produk turunannya seperti arang, hal ini sudah tergantikan dengan oven yang menggunakan listrik. Namun harga yang ditawarkan untuk sebuah mesin oven tidak murah dan akan ada biaya tambahan ketika menggunakannya yaitu biaya listrik. Sedangkan untuk kualitas makanan yang dimasak menggunakan arang lebih baik dibandingkan dengan menggunakan listrik. Maka dari itu harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi.

Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus diatasi oleh Usaha Arang adalah keterbatasan perluasan usaha, tidak adanya promosi, tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk, pengemasan yang tidak menarik, dan belum memiliki label atau merk dagang. Ancaman yang harus dihindari Usaha Arang adalah munculnya pesaing baru, tidak adanya bantuan pemerintah, perubahan iklim atau cuaca dan kemajuan teknologi. Berikut adalah strategi yang W-T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar :

- a. Keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank, serta menjaga hubungan yang baik kepada pihak konsumen

Keterbatasan perluasan usaha arang yang berada di Desa Paya Pasir tersebut berupa modal dan luas lahan. Melakukan kerja sama dengan pihak bank bertujuan untuk mempermudah melakukan kegiatan pinjaman berupa uang, agar dapat menambah modal bagi para pengusaha arang di Desa Penelitian. Disini juga perlunya menjaga hubungan yang baik kepada pihak konsumen agar konsumen tersebut menjadi konsumen tetap/langganan, yang akan berpengaruh terhadap jumlah pendapatan pengusaha tersebut.

- b. Membuat label atau merk agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru

Label dan merk perlu dibuat ketika kita menjalankan sebuah usaha, agar konsumen dapat membedakan suatu produk dari pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya. Ketika kita sudah memiliki kualitas dan label/merk maka konsumen akan terus membeli produk kita, dengan begitu munculnya pesaing baru tidak akan menjadi ancaman bagi usaha kita.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis internal Usaha Arang di Desa Paya Pasir terdapat beberapa kekuatan dan kelemahan yaitu : Kekuatan (*Strength*) terdiri-dari pengalaman dalam berusaha, lokasi strategis, produk berkualitas, harga terjangkau, dan pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak. Kelamahan (*Weaknesses*) terdiri-dari keterbatasan perluasan usaha, tidak adanya promosi, tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk, pengemasan yang tidak menarik, dan belum memiliki label atau merk dagang.
2. Berdasarkan hasil analisis eksternal Usaha Arang di Desa Paya Pasir terdapat beberapa peluang dan ancaman yaitu : Peluang (*Opportunities*) terdiri-dari semakin tinggi permintaan produk arang, peluang pasar yang cukup tinggi, bahan baku mudah didapatkan, dan usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah. Ancaman (*Threats*) terdiri-dari munculnya pesaing baru, tidak adanya bantuan pemerintah, perubahan iklim atau cuaca, dan kemajuan teknologi.
3. Startegi pengembangan yang diberikan untuk usaha arang di Desa Paya Pasir yaitu : Startegi S-O terdiri-dari melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha, produk yang berkualitas dan permintaan produk yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan

produk secara lebih luas, mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau. Strategi W-O terdiri-dari melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi, dan mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk dengan cara melakukan kegiatan promosi. Strategi S-T terdiri-dari pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru, harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi. Strategi W-T terdiri-dari keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank, serta menjaga hubungan kepada pihak konsumen, dan membuat label atau merk agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa pengembangan sangat berpengaruh dalam suatu usaha. Oleh karena itu saran yang dapat diberikan untuk perkembangan Usaha Arang di Desa Paya Pasir adalah sebagai berikut :

1. Kepada pengusaha arang agar tetap memproduksi arang dengan menciptakan kemasan yang lebih menarik dan membuat label/merk produk. Melakukan kegiatan promosi untuk lebih mengenalkan arang dan meningkatkan jumlah konsumen. Dapat mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan dan disosialisasikan kepada seluruh karyawan agar strategi dapat berjalan lebih baik.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal lainnya, yang akan berpengaruh terhadap pemberian strategi pengembangan untuk para pengusaha di Desa Paya Pasir, Kecamatan Tebing Syahbandar, Kabupaten Serdang Bebagai.
3. Kepada pemerintah daerah diharapkan dapat memperhatikan Usaha Arang di Desa Paya Pasir dengan memberikan bantuan modal kepada pihak pengusaha. Sehingga pengusaha arang di Desa Penelitian dapat bertahan dan dapat mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M.T. 2012. Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi . PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta.
- David, F.R. 2002. Manajemen Strategis Konsep. Prenhallindo : Jakarta.
- Damanauw, J.F.2001. Mengenal Kayu. Kanasius Anggota IKAPI : Jakarta.
- Iskandar, H dan Kresno, D.S. 2005. Cara Pembuatan Arang Kayu. Center For International Forestry Research : Jakarta.
- Khair, H. 2016. Manajemen Strategi. UMSU PRESS : Medan.
- Nisa, K, dkk. 2016. Memproduksi Kompos dan Mikro Organisme Lokal (Mol). Bibit Publisher : Jakarta.
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Rianse, U dan Abdi. 2009. Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi . CV ALFABETA. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Semiawan, C.R. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya. Grasindo : Cikarang.
- Solihin, I. 2012. Manajemen Strategik. PT.Gelora Aksara Pratama : Erlangga : Bandung.
- Sonhaji, A. 2010. Membuat Arang Kayu. CV.Gaza Publishing Anggota IKAPI.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuntitatif, Kualitatif dan R dan D).
- Sumarna, S.H. 2012. Sukses Budidaya 9 Jenis Kayu Penghasil Rupiah. Cable Book : Klaten.
- Umar, H. 2010. Desain Penelitian Manajemen Strategik. PT RAJA GRAFINDO PERSADA : Jakarta.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ARANG
DI DESA PAYA PASIR, KECAMATAN TEBING SYAHBANDAR,
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di

Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan Hormat

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ade Syafirah Lukmana Lubis

Npm : 1504300077

Jurusan : Agribisnis/Fakultas Pertanian

Instansi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesione ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan atas bantuan dan kerjasamanya dari bapak/ibi/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Kuesioner Penelitian

Karakteristik Responden

- Nama :
- Alamat :
- Usia :
- Jenis Kelamin :
- Pendidikan :
- Pekerjaan :
- Jumlah Tanggungan :

A. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap ketersediaan bapak/ibu/saudara/i untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Jawablah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner ini, sesuai dengan yang bapak/ibu/saudara/i ketahui.
3. Dalam memberikan jawaban tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban benar dan dapat kami terima sepanjang sesuai dengan yang diketahui bapak/ibu/saudara/i.
4. Bapak/ibu/saudara/i diharapkan menjawab semua pertanyaan yang ada, jangan sampai ada yang terlewat.

Terima kasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu/saudara/i berikan sehingga informasi yang bapak/ibu/saudara/i berikan dapat berguna dalam penelitian saya ini.

KEKUATAN (*STRENGTH*)

- Pengalaman dalam berusaha

1. Sejak tahun berapa bapak/ibu/saudara/i memulai usaha arang ini ?

Jawab : tahun

2. Apakah usaha arang ini sebagai pekerjaan utama bapak/ibu/saudara/i ?

Jawab : Ya/Tidak

3. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah sudah cukup berpengalaman dalam menjalankan usaha arang ini ?

Jawab : Ya/Tidak

- Lokasi strategis

4. Dimana bapak/ibu/saudara/i menjalankan usaha arang ini ?

Jawab :

5. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah lokasi dalam usaha arang ini merupakan lokasi yang tepat ?

Jawab : Ya/Tidak

6. Apa alasan bapak/ibu/saudara/i memilih lokasi ini sebagai tempat/lokasi dalam usaha arang ?

Jawab :

- Produk berkualitas

7. Bagaimana kualitas dari produk arang yang bapak/ibu/saudara/i produksi ?

Jawab : Baik/Tidak Baik

8. Menurut bapak/ibu/saudara/i seperti apa ciri-ciri atau perbedaan antara produk arang yang berkualitas baik dan tidak baik ?

Jawab : -Baik

-Tidak Baik

9. Apa saja jenis kayu yang bapak/ibu/saudara/i gunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan arang ?

Jawab :

10. Apakah bahan baku dalam pembuatan arang berpengaruh terhadap kualitas dari hasil produksi arang ?

Jawab : Ya/Tidak

- Harga terjangkau

11. Berapakah harga bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi ?

Jawab :

12. Berapakah harga penjualan produk arang dalam satu kemasan karung goni ukuran 30 kg ?

Jawab :

13. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah harga dari produk arang yang dijual terjangkau untuk konsumen ?

Jawab : Ya/Tidak

- Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak

14. Apakah tempat/lahan usaha ini sudah milik bapak/ibu/saudara/i sendiri ?

Jawab : Ya/Tidak

15. Berapakah luas usaha yang digunakan dalam usaha arang ini ?

Jawab :

16. Berapakah produk arang yang dihasilkan dalam satu kali produksi di tempat/lahan usaha ini ?

Jawab :

KELEMAHAN (*WEAKNESS*)

- Keterbatasan perluasan usaha

17. Apakah bapak/ibu/saudara/i mempunyai keinginan untuk memperluas usaha arang ini ?

Jawab : Ya/Tidak

18. Apa saja penyebab ataupun penghalang bapak/ibu/saudara/i dalam mengupayakan perluasan usaha arang ini ?

Jawab :

19. Apakah modal yang bapak/ibu/saudara/i gunakan merupakan modal sendiri ?

Jawab : Ya/Tidak

- Tidak adanya promosi

20. Apakah dalam melakukan penjualan produk arang ini bapak/ibu/saudara/i melakukan promosi ?

Jawab : Ya/Tidak

21. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah kegiatan promosi penting untuk dilakukan ?

Jawab : Ya/Tidak

- Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk

22. Bagaimana sistem dari kegiatan jual beli produk arang ini ?

Jawab :

23. Apakah dalam melakukan kegiatan jual beli produk arang ini memiliki bukti tertulis ?

Jawab : Ya/Tidak

24. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah bukti tertulis dalam transaksi jual beli produk merupakan hal yang penting ?

Jawab : Ya/Tidak

- Pengemasan yang tidak menarik

25. Bagaimana kemasan yang bapak/ibu/saudara/i dalam mengemas produk arang ini ?

Jawab :

26. Apakah kemasan yang bapak/ibu/saudara/i sudah menarik untuk konsumen ?

Jawab : Ya/Tidak

27. Apakah bentuk kemasan dan ukuran kemasan dapat berpengaruh terhadap permintaan konsumen ?

Jawab : Ya/Tidak

- Belum memiliki label atau merk

28. Apakah bapak/ibu/saudara/i memiliki label atau merk ?

Jawab : Ya/Tidak

29. Apakah alasan bapak/ibu/saudara/i tidak membuat label atau merk untuk produk arang ini ?

Jawab :

PELUANG (*OPPORTUNITIES*)

- Semakin tinggi permintaan produk arang

30. Apakah permintaan produk arang di dalam usaha bapak/ibu/saudara/i mengalami peningkatan ?

Jawab : Ya/Tidak

31. Apakah bapak/ibu/saudara/i mampu mencukupi permintaan konsumen terhadap produk arang ini ?

Jawab : Ya/Tidak

- Peluang pasar yang cukup tinggi

32. Kemana saja produk arang ini dipasarkan/dijual ?

Jawab :

33. Bagaimana peluang pasar yang bapak/ibu/saudara/i hadapi dalam menjalankan usaha ini ?

Jawab :

- Bahan baku mudah didapatkan

34. Darimanakah bahan baku dalam pembuatan arang bapak/ibu/saudara/i peroleh/didapatkan ?

Jawab :

35. Apakah bahan baku yang digunakan mudah didapatkan ?

Jawab : Ya/Tidak

36. Apakah dalam memperoleh bahan baku bapak/ibu/saudara/i memiliki sistem kerja sama ?

Jawab : Ya/Tidak

- Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah

37. Apakah kegiatan pembuatan arang dapat dilakukan disemua lokasi/daerah ?

Jawab : Ya/Tidak

38. Apa saja syarat lokasi/daerah yang dapat digunakan dalam kegiatan pembuatan arang ?

Jawab :

ANCAMAN (*THREATS*)

- Munculnya pesaing baru

39. Berapakah jumlah pengusaha/pesaing yang terdapat di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar ?

Jawab :

40. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah ada kemungkinan munculnya pesaing baru ? Apa alasannya ?

Jawab : Ya/Tidak

41. Apakah datangnya pesaing baru merupakan ancaman dalam menjalankan usaha bapak/ibu/saudara/i ?

Jawab : Ya/Tidak

- Tidak adanya bantuan pemerintah

42. Apakah ada bantuan dari lembaga ataupun dari pihak pemerintah untuk mengembangkan/memperluas usaha yang bapak/ibu/saudara/i lakukan sekarang ini ?

Jawab : Ya/Tidak

43. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah bantuan dari lembaga ataupun pihak pemerintah akan berpengaruh dalam peningkatkan usaha arang yang sedang dijalankan saat ini ?

Jawab : Ya/Tidak

- Perubahan iklim atau cuaca

44. Apa saja halangan yang terjadi dalam menjalankan kegiatan pembuatan arang ini ?

Jawab :

45. Mengapa hal tersebut dijadikan alasan sebagai penghalang dalam menjalankan kegiatan pembuatan arang ?

Jawab :

- Kemajuan teknologi

46. Apakah kemajuan teknologi berdampak terhadap persentase penggunaan bahan bakar kayu dan produk turunannya seperti arang ?

Jawab : Ya/Tidak

47. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah kemajuan teknologi merupakan salah satu ancaman bagi usaha arang ini ?

Jawab : Ya/Tidak

B. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan tanda (√) pada kolom yang tersedia.
2. Keterangan pilihan :

SWOT	Rating			
	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (SK)
Kekuatan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan Ancaman	1	2	3	4

Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN	JAWABAN			
	SS	S	TS	STS
KEKUATAN (<i>STRENGTH</i>)				
1.Pengalaman dalam berusaha				
2.Lokasi strategis				
3.Produk berkualitas				
4.Harga terjangkau				
5.Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak				
KELEMAHAN (<i>WEAKNESS</i>)				
1.Keterbatasan perluasan usaha				
2.Tidak adanya promosi				
3.Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk				
4.Pengemasan yang tidak menarik				
5.Belum memiliki label atau merk				

Analisis Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN	JAWABAN			
	SS	S	TS	STS
PELUANG (<i>OPPORTUNITIES</i>)				
1.Semakin tinggi permintaan produk arang				
2.Peluang pasar yang cukup tinggi				
3.Bahan baku mudah didapatkan				
4.Usha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah				
ANCAMAN (<i>THREATS</i>)				
1.Munculnya pesaing baru				
2.Tidak adanya bantuan pemerintah				
3.Perubahan iklim atau cuaca				
4.Kemajuan teknologi				

Tujuan Kuesioner Penelitian Bobot

Untuk mendapatkan penelitian responden mengenai faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal pengembangan yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan Strategi Pengembangan Usaha Arang Di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.

Petunjuk pengisian kuesioner pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan. Pemberian nilai dari setiap variabel dilakukan berdasarkan atas perbandingan secara berpasangan antara dua faktor yang mempengaruhi Usaha Arang. Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu (strategi) internal dan eksternal.

Untuk menentukan bobot setiap indikator digunakan skala 1, 2, dan 3.

Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah :

- 1: Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal.
- 2: Jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertikal.
- 3: Jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal

- Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Usaha Arang Di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Total	Bobot
(A)	■											
(B)		■										
(C)			■									
(D)				■								
(E)					■							
(F)						■						
(G)							■					
(H)								■				
(I)									■			
(J)										■		
Total												

Keterangan

Kekuatan

- A. Pengalaman dalam berusaha
- B. Lokasi strategis
- C. Produk berkualitas
- D. Harga terjangkau
- E. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produksi yang banyak

Kelemahan

- F. Keterbatasan perluasan usaha
- G. Tidak adanya promosi
- H. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk
- I. Pengemasan yang tidak menarik
- J. Belum memiliki label atau merk

- Pembobotan terhadap peluang dan ancaman Usaha Arang Di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.

Faktor Strategi Ekstenal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)	■									
(B)		■								
(C)			■							
(D)				■						
(E)					■					
(F)						■				
(G)							■			
(H)								■		
Total										

Keterangan

Peluang

- A. Semakin tinggi permintaan produk arang
- B. Peluang pasar yang cukup tinggi
- C. Bahan baku mudah didapatkan
- D. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah

Ancaman

- E. Munculnya pesaing baru
- F. Tidak adanya bantuan pemerintah
- G. Perubahan iklim atau cuaca
- H. Kemajuan teknologi

Lampiran 2. Karakteristik Sampel

No.	Nama Sampel	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pengalaman	Jumlah
Sampel		(Tahun)			(Tahun)	Tanggung
1.	Sudirman	56	Laki-Laki	SD	10	4
2.	Sutrisno	59	Laki-Laki	SD	33	2
3.	Mulyono	48	Laki-Laki	SD	7	5
4.	Saring	52	Laki-Laki	SD	20	3

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Internal Usaha Arang

Faktor Internal			Responden				Peringkat	
			1	2	3	4	Jumlah nilai	Nilai rata-rata
K e k u a t a n	S1	Pengalaman dalam berusaha	4	4	3	4	15	3,75
	S2	Lokasi strategis	2	2	1	3	8	2,00
	S3	Produk berkualitas	4	4	3	4	15	3,75
	S4	Harga terjangkau	3	3	4	4	14	3,50
	S5	Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	4	4	4	4	13	4,00
K e l e m a h a n	W1	Keterbatasan perluasan usaha	2	1	2	2	7	1,75
	W2	Tidak adanya promosi	1	1	1	1	4	1,00
	W3	Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk	1	1	1	1	4	1,00
	W4	Pengemasan yang tidak menarik	2	2	2	1	7	1,75
	W5	Belum memiliki label atau merk	1	1	1	1	4	1,00
	Total							91

Lampiran 4. Hasil Perhitungan Rating Pada Faktor Eksternal Usaha Arang

Faktor Eksternal			Responden				Peringkat	
			1	2	3	4	Jumlah nilai	Nilai rata-rata
P e l u a n g	O1	Semakin tinggi permintaan produk arang	3	4	3	4	14	3,50
	O2	Peluang pasar yang cukup tinggi	4	4	3	3	14	3,50
	O3	Bahan baku mudah didapatkan	4	2	3	3	12	3,00
	O4	Usaha ini dapat dikembangkan dismua lokasi/daerah	3	2	2	2	9	2,25
A n c a m a n	T1	Munculnya pesaing baru	2	3	3	2	10	2,50
	T2	Tidak adanya bantuan pemerintah	1	1	1	1	4	1,00
	T3	Perubahan iklim atau cuaca	2	3	2	1	8	2,00
	T4	Kemajuan teknologi	2	2	2	3	14	2,25
	Total							84

Lampiran 5. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal di Daerah Penelitian

SWOT	
<p>Internal Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman dalam berusaha 2. Lokasi strategis 3. Produk berkualitas 4. Harga terjangkau 5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produksi yang banyak 	<p>Eksternal Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin tinggi permintaan produk arang 2. Peluang pasar yang cukup tinggi 3. Bahan baku mudah didapatkan 4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah
<p>Internal Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan perluasan usaha 2. Tidak adanya promosi 3. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk 4. Pengemasan yang tidak menarik 5. Belum memiliki label atau merk 	<p>Eksternal Threats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru 2. Tidak adanya bantuan pemerintah 3. Perubahan iklim atau cuaca 4. Kemajuan teknologi

Lampiran 6. Rating Dari Setiap Faktor Internal Dan Eksternal Yang Dipilih

			SS	S	TS	STS	
S W O T	Internal	Strengths (Kekuatan)					
		1	Pengalaman dalam berusaha	√			
		2	Lokasi strategis			√	
		3	Porduk berkualitas	√			
		4	Harga terjangkau	√			
		5	Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	√			
		Weaknesses (Kelemahan)					
		1	Keterbatasan perluasan usaha		√		
		2	Tidak adanya pomosi	√			
		3	Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan jual beli produk	√			
	4	Pengemasan yang tidak menarik		√			
	5	Belum memiliki label atau merk	√				
	Eksternal	Opportunities (Peluang)					
		1	Semakin tinggi permintaan produk arang	√			
		2	Peluang pasar yang cukup tinggi	√			
		3	Bahan baku mudah didapatkan		√		
		4	Kemajuan teknologi			√	
		Threats (Ancaman)					
		1	Munculnya pesaing baru			√	
		2	Tidak adanya bantuan pemerintah	√			
3		Perubahan iklim atau cuaca		√			
4		Kemajuan teknologi		√			

Keterangan :

SWOT	Rating			
	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Kekuatan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan Ancaman	1	2	3	4

Lampiran 7. Nilai Pembobotan

Cara menentukan ataupun mencari nilai pembobotan adalah sebagai berikut :

- Melakukan perbandingan antara indikator baris dan indikator kolom, namun untuk indikator baris pertama (A) dan indikator kolom pertama (A) tidak bisa dilakukan perbandingan begitu juga untuk indikator baris kedua (B) dan indikator kolom kedua (B) dan seterusnya. Karena tidak bisa dilakukan perbandingan, maka baris dan kolom tersebut dihitamkan.
- Untuk penentuan skor perbandingan, memiliki 3 skala yaitu 1,2, dan 3.
Dengan syarat yaitu :
 - 1 : Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal.
 - 2 : Jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertikal.
 - 3 : Jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal.
- Lakukan hal ini untuk seluruh sampel yang akan diteliti, setelah tabel pembobotan seluruh sampel terisi penuh. Kemudian tambahkan hasil pembobotan antara baris dan kolom seluruh sampel tersebut, selanjutnya dibagi dengan jumlah sampel.

4. Setelah penambahan dan pembagian selesai, maka akan diperoleh angka, angka ini dibulatkan saja untuk mengisi tabel lampiran yang ada dibawah ini.
5. Jumlah total perbarisnya, kemudian total perbaris tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan total keseluruhan.
6. Untuk mendapatkan bobot, total perbaris dijumlahkan dengan total keseluruhan.

Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan Usaha Arang Di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Total	Bobot
(A)	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	17	0,09
(B)	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	18	0,09
(C)	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	24	0,13
(D)	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	20	0,11
(E)	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	19	0,10
(F)	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	19	0,10
(G)	3	2	1	2	3	1	2	3	3	2	20	0,10
(H)	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	13	0,08
(I)	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	22	0,11
(J)	3	2	3	2	3	1	2	3	2	2	21	0,11
Total											193	1

Keterangan :

Kekuatan

- K. Pengalaman dalam berusaha
- L. Lokasi strategis
- M. Produk berkualitas
- N. Harga terjangkau
- O. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produksi yang banyak

Kelemahan

- P. Keterbatasan perluasan usaha
- Q. Tidak adanya promosi
- R. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk
- S. Pengemasan yang tidak menarik
- T. Belum memiliki label atau merk

Pembobotan terhadap peluang dan ancaman Usaha Arang Di Desa Paya Pasir Kecamatan Tebing Syahbandar Kabupaten Serdang Bedagai.

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)	3	2	3	3	2	3	3	2	18	0,16
(B)	3	3	2	3	1	3	2	3	17	0,15
(C)	3	1	3	3	3	1	2	2	15	0,13
(D)	1	1	2	3	2	3	3	2	14	0,12
(E)	2	2	1	2	3	2	1	2	12	0,10
(F)	1	2	2	2	1	3	2	3	13	0,11
(G)	2	2	2	2	3	1	3	2	14	0,12
(H)	1	1	1	2	2	1	3	3	11	0,10
Total									114	1

Keterangan :

Peluang

- I. Semakin tinggi permintaan produk arang
- J. Peluang pasar yang cukup tinggi
- K. Bahan baku mudah didapatkan
- L. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah

Ancaman

- M. Munculnya pesaing baru
- N. Tidak adanya bantuan pemerintah
- O. Perubahan iklim atau cuaca
- P. Kemajuan teknologi