

# PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN KELOMPOK EKONOMI KREATIF PUSAKA DENGAN METODE COCHRAN, AHP, DAN SWOT DI KABUPATEN CIAMIS

Maman Hilman<sup>1</sup>, Eky Aristriyana<sup>2</sup>

Program Studi Teknik Industri  
Universitas Galuh Ciamis

Jl. R.E Martadinata No. 150 Ciamis

hilmanmaman410@gmail.com<sup>1</sup>, ekkyaristriyana@gmail.com<sup>2</sup>

## Abstrak

Usaha kecil di Kelopok Ekonomi Kretaif Pusaka mengalami pertumbuhan yang cukup baik, namun saat ini belum teridentifikasi jenis usaha yang menjadi produk unggulan. Sehingga kesulitan untuk melakukan pengembangan karena belum focus pada satu jenis usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis produk unggulan di Kelompok Ekonomi Kreatif Pusaka dan strategi pengembangannya. Metode yang digunakan adalah Cochran (Q Test), AHP, dan SWOT. Hasil penelitian diperoleh prioritas dengan nilai bobot 0,44064 yaitu Produk Makanan Jiwel merupakan produk unggulan. Sedangkan berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pengembangan Produk Makanan Jiwel adalah Strategi Progresif, yaitu perusahaan dalam kondisi prima dan mantap.sehingga dimungkinkan untuk pengembangan dalam memperbesar dan menumbuhkan perusahaan.

Kata kunci :

produk unggulan, cochran (Q Test), AHP, SWOT, produk makanan jiwel

## Abstract

Small businesses in the Pusaka Creative Economy Group are experiencing quite good growth, but so far the type of business that is a superior product has not been identified. So it is difficult to carry out development because it has not focused on one type of business. This study aims to determine the types of superior products in the Heritage Creative Economy Group and their development strategies. The methods used are Cochran (Q Test), AHP, and SWOT. The research results obtained priority with a weight value

of 0.44064, namely Jiwel Food Products are superior products. Meanwhile, based on the results of the SWOT analysis, the strategy for developing Jiwel Food Products is a Progressive Strategy, namely the company is in prime and steady condition, so it is possible to develop and grow the company.

Keywords :

superior products, cochran (Q Test), AHP, SWOT, jiwel food products.

## I. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong ekonomi nasional. Hal ini dapat dibuktikan pada saat terjadinya krisis ekonomi sejak tahun 1997, industri manufaktur hanya tumbuh 5,3 % dan bahkan mengalami kontraksi sebesar -11,4 % (Kuncoro, 2007)[1]. Ketika itu, industri besar dalam hal ini industri manufaktur mengalami penurunan jumlah yang cukup signifikan, sebaliknya industri kecil yang sebagian besar didominasi oleh sektor non formal mengalami peningkatan.

Pentingnya peran UKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Ahmad Raihan N., 2017)[2]. Sehingga pengembangannya dijadikan salah satu program pembangunan yang sangat penting untuk dilaksanakan dari mulai pusat sampai daerah. Sebagai bagian terkecil dari pemerintahan adalah wilayah perdesaan menjadi bagian penting yang merupakan tonggak awal munculnya usaha/industri kecil. Potensi dan kreatifitas masyarakat merupakan cikal bakal tumbuhnya industri kecil yang mampu menompang perekonomian di perdesaan sampai ke skala nasional.

Di era globalisasi yang penuh persaingan ini UKM telah berperan dan memposisikan produk khas daerah melalui manajemen image (Maryati W., 2018)[3]. Produk khas/unggulan daerah sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha kecil maupun terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Sehingga pengidentifikasian terhadap usaha yang menghasilkan produk yang baik di daerah penting dilakukan.

Identifikasi produk unggulan merupakan tahap awal dalam perencanaan pembangunan ekonomi local (Blakely and Bradshaw, 2002)[4]. Analisis potensi ekonomi lokal terkait dengan keberadaan sektor riil yang perlu dikembangkan agar dapat tumbuh dengan pesat sangat penting dilakukan. Sehingga, sektor yang memiliki keunggulan dengan baik, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan sektor ekonomi lainnya.

Usaha kecil di Kelompok Ekonomi Kretaif Pusaka merupakan kelompok usaha-usaha kreatif yang terdiri dari berbagai jenis usaha. Pertumbuhan usaha pada komunitas tersebut cukup baik. Namun demikian saat ini belum teridentifikasi jenis usaha unggulan dan produk unggulan yang akan dijadikan prioritas untuk dikembangkan. Dengan adanya produk unggulan, maka pengembangan terhadap usaha kecil akan lebih mudah dan terarah .

Identifikasi terhadap produk unggulan daerah menurut beberapa penelitian dapat dilakukan dengan metode seperti *loqation quotient* (Hakin A D., Qomariyah S N., & Susanti A., 2020; Marynta Putri P., 2020; dan Eka Setiajatnika, & Yudith Dwi S., 2022)[5], [6], [7] dan *Analythical Hierarchy Process* (Eyuda Angga P., 2017; Andhika Ligar H., & Ivan Gumilar S P., 2021; Nilla Armi O., & Rina Fiati, 2019; Asep Nana R., Aviasti, Reni Amaranti, & Muhammad Akbar S., 2020; dan Hata H., & Ciptomulyono U., 2020)[8], [9], [10], [11], [12]. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan metode AHP banyak dilakukan oleh para peneliti untuk mengidentifikasi produk unggulan. Sehingga pada penelitian ini memilih metode AHP dalam mengidentifikasi produk unggulan di Kelompok Ekonomi Kreatif Pusaka.

Produk unggulan yang teridentifikasi akan memudahkan dalam menentukan stratgei yang tepat dalam pengembangannya. Sehingga peningkatan dan pertumbuhan usaha unggulan dapat mampu mendongkrak perekonomian masyarakat perdesaan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi produk unggulan dan menentukan strategi pengembangannya sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat terutama di Kelompok Ekonomi Kreatif Pusaka.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*), yaitu pendekatan metode kuantitatif dan pendekatan metode kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan data-data: (1) memperoleh kriteria factor penentu produk unggulan desa di Desa Pusakasari dengan Metode *Cochran Q Test*; (2) menentukan produk unggulan dengan metode AHP; (3) menentukan strategi pengembangan produk unggulan yang menjad prioritas di Kelompom Ekonomi Kretaif Pusaka dengan menggunakan metode SWOT. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan informasi terkait dengan factor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan produk unggulan baik internal maupun eksternal.

Uraian langkah-langkah penelitian dilakukan sebagai berikut: (1) mengidentifikasi masalah, untuk mengetahui permasalahan sebenarnya pada objek penelitian; (2) menentukan tujuan penelitian; (3) menyusun kriteria produk unggulan melalui penyebaran kuesioner I dan kemudian dilakukan pengolahan data kuesioner dengan metode *Cochran Q Test*; (4) menentukan produk unggulan melalui penyebaran kuesioner II dan kemudian dilakukan pengolahan data dengan metode AHP; (5) menentukan strategi pengembangan produk unggulan melalui penyebaran kuesioner III dan kemudian dilakukan pengolahan data dengan metode SWOT. Flow Chart penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1 Flow Chart Penelitian**

### III. HASIL ANALISA DATA

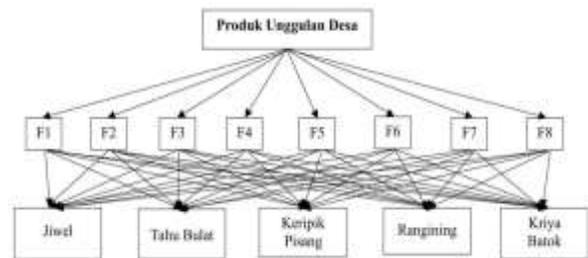
Awal penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi kriteria produk unggulan. Kriteria diperoleh dari hasil penelitian terdahulu yang terdiri dari 20 kriteria yang harus dipertimbangkan oleh responden sebagai kiretia produk unggulan di Kelompok Ekonomi Kreatif Pusaka. Responden diminta untuk meberikan tanggapan terhadap 20 kriteria tersebut apakah setuju (ya) atau tidak setuju (tidak) terhadap kriteria yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut kemudian dilakukan pemilihan kiretia yang akan menjadi factor produk unggulan dengan menggunakan metode *Cochran Q test*. Hasil pengolahan data Uji *Cochran* menunjukkan bahwa terdapat kriteria yang tidak sah, yaitu: F3 (Pasar), F20 (Geografis), F4(Permodalah), dan F5 (Teknologi), sedangkan variable lainnya diterima sebagai faktor penentu produk unggulan.

Kriteria yang terdiri dari 4 faktor tadi dikeluarkan sehingga faktor produk unggulan berjumlah 16 faktor dan ditetapkan sebagai kriteria yang menjadi penentu. Tetapi jumlah kriteria tersebut masih terlalu banyak. Karena menurut Saaty (1993) jumlah elemen dalam suatu model hirarki hendaknya berjumlah 5 sampai 9, agar dapat dibandingkan secara bermakna terhadap elemen yang berada setingkat di atasnya [13]. Sehingga peneliti melakukan pengelompokan kriteria ke dalam tiga kelompok factor, yaitu: peningkatan daya saing, peningkatan

perekonomian desa serta pembangunan berwawasan lingkungan.

Hasil analisa terhadap krteria setelah dikelompokkan diperoleh beberapa factor yaitu: Produk unik/khas (F1), Sumbangan terhadap perekonomian desa (F2), Pasar (F3), Kondisi Input (F4), Kemitraan (F5), Dukungan kebijakan dan kelembagaan (F6), Dampak terhadap lingkungan (F7), dan Tingkat daya saing (F8). Kedelapan factor ini menjadi kriteria dalam penentuan produk unggulan desa yang akan dimasukkan ke dalam struktur hirarki metode AHP. Berikut ini struktur hirarki penentuan produk unggulan desa disajikan dalam Gambar 2.



**Gambar 2 Struktur Hirarki**

Model struktur hirarki ini akan digunakan dalam pembuatan kuesioner untuk pembobotan masing-masing kriteria dan alternatif yang akan diberikan kepada responden ahli yang memahami dan mengetahui terkait dengan usaha kecil dan produk unggulan. Hasil kuesioner merupakan perbandingan berpasangan yang akan diolah selanjutnya dengan menggunakan metode AHP. Hasil pengolahan data dengan Metode AHP secara keseluruhan disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2 Hasil Pembobotan dengan Metode AHP**

| Produk | Prioritas      |
|--------|----------------|
| Jiwel  | <b>0,44064</b> |
| TahBul | <b>0,22701</b> |
| KerPis | <b>0,16298</b> |
| Rang   | <b>0,10426</b> |
| KriBat | <b>0,06511</b> |

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Produk Jiwel yang merupakan produk makanan

olahan dan masuk kategori produk makanan ringan memiliki bobot tertinggi, yaitu 0,44064. Oleh karena itu Produk Makan Jiwel merupakan produk unggulan di Kelompok Ekonomi Kretaif Pusaka. Selanjutnya dilakukan analisis untuk menentukan strategi pengembangan usaha makanan Jiwel tersebut.

Tujuan akhir dari penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan dari produk unggulan yaitu Produk Jiwel. Untuk menentukan strategi tersebut, digunakan metode analisis SWOT. Metode ini mampu menganalisis perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Faktor internal terdiri dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*)[14].

Hasil observasi diketahui faktor internal yang menjadi kekuatan adalah: *Brand Image* oleh-oleh khas Kelompok Ekonomi Kreatif Pusaka, Keterampilan diperoleh secara turun temurun, Mudah memperoleh tenaga kerja terampil, Modal dan bahan baku mudah, dan Daya Saing cukup tinggi. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan adalah: Pola pikir sebagian pengelola UKM masih ortodoks, Tenaga kerja berpendidikan rendah, Pola kemitraan UKM masih rendah, Teknologi sederhana, Struktur organisasai tradisional, Standarisasai produk rendah, Umur simpan produk pendek, dan Produk mudah ditiru.

Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah: Lokasi berada pada posisi pengembangan wisata, Jalur utama lintas wisata, Tingkat ekonomi masyarakat cukup tinggi, Tersedianya akses teknologi informasi untuk pemasaran, Dukungan pembiayaan dari Pemerintah Kabupaten, Terdapat Perguruan Tinggi untuk penelitian pengembangan produk. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah: Persaingan antar produsen diluar wilayah, Bahan baku dari luar Kabupaten, Pembinaan secara partial, Minimnya perlindungan HaKi terhadap produk, Potensi wisata belum maksimal, Belum ada kebijakan khusus tentang pengembangan produk unggulan.

Setelah analisis intenal dan eksternal perusahaan dilakukan, selanjutnya dilakukan pembobotan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan stakeholder Usaha Makanan JIWEL. Hasil kuesioner dibagi menjadi dua bagian yang terdiri dari bobot Kekuatan dan Kelemahan serta bobot peluang dan ancaman.

Hasil matrik IFAS dan EFAS keumndian diplot ke dalam diagram kartesius untuk menentukan pembagian kedalam empat kuadran. Kemudian memasukkan nilai jumlah skor IFAS dan EFAS ke dalam kartesius untuk menentukan posisi skor diantara 4 kuadran tadi, sehingga akan diperoleh strategi dalam pengembangan produk tersebut. Hasil matrik dalam diagram katesius serta posisi Skor disajikan pada Gambar 3.



**Gambar 3 Marik Kuadran Analisis SWOT**

Berdasarkan Gambar 3 diatas menunjukkan hasil bahwa kondisi usaha makanan JIWEL berada pada Kuadran I (Positif, Positif). Hal ini menandakan bahwa kondisi perusahaan berada pada kondisi kuat dan berpeluang. Rekomendasi untuk Strategi yang diberikan adalah Progressif, artinya perusahaan dalam kondisi prima dan mantap. Sehingga dimungkinkan untuk terus dikembangkan perusahaan dalam memperbesar dan menumbuhkan usaha demi kemajuan perusahaan berkesinambungan.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan diperoleh bahwa kriteria yang menjadi factor produk unggulan di Kelompok Ekonomi Kreatif Pusaka adalah: Produk Unik/ Khas/ Trade Mark Ekraf Pusaka, sumbangan terhadap perekonomian masyarakat, Pasar, Kondisi Input (ketersediaan infrastruktur, SDM, teknologi, modal), Kemitraan, Dukungan kebijakan dan kelembagaan, Dampak terhadap lingkungan dan Tingkat daya saing. Mengacu pada kriteria tersebut, maka dengan metode AHP diperoleh bahwa produk unggulan di Desa Pusakasari adalah Produk Makanan Jiwel yang dihasilkan usaha kecil yang tergabung dalam kelompok ekonomi kretif Pusaka.

Faktor-faktor internal perusahaan yang meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) terdiri dari 13 faktor. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha produk makanan Jiwel sebanyak 12 faktor, yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT yang dilakukan terhadap faktor-faktor tersebut menghasilkan bahwa kondisi usaha makanan JIWEL berada pada Kuadran I (Positif, Positif). Hal ini menandakan bahwa kondisi perusahaan berada pada kondisi kuat dan berpeluang. Rekomendasi untuk Strategi yang diberikan adalah Progressif, artinya perusahaan dalam kondisi prima dan mantap. Sehingga dimungkinkan untuk terus dikembangkan perusahaan dalam memperbesar dan menumbuhkan usaha demi kemajuan perusahaan berkesinambungan.

### REFERENSI

- Kuncoro, Mudrajat, (2004). Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang. Jakarta: Erlangga.
- Nuari, A. R. (2017). *Pentingnya Usaha Kecil Menengah (Ukm) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia* (No. q5sa2). Center for Open Science.
- Maryati, W. (2018). Peran UKM dalam memosisikan produk khas daerah melalui manajemen image di Era persaingan Global. *Jurnal Bisma SINTA*, 2.
- Blakely, Edwar J., and Ted K., Bradshaw, (2002). *Planning Local Economic Development: Theory and Practice*, Second Edition, London: Sage Publications.
- Hakim, A. D., Qomariyah, S. N., & Susanti, A. (2020). IDENTIFIKASI SEKTOR UNGGULAN DALAM PEMBANGUNAN WILAYAH DI KABUPATEN JOMBANG DENGAN PENDEKATAN LQ, DLQ, SHIFTSHARE. *AGROSAINTIFIKA*, 3(1), 169-177.
- Pratama, M. P. (2020). Analisis dan Kontribusi Sektor Basis Non-Basis: Penentu Potensi Produk Unggulan Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 75-82.
- Setiajatnika, E., & Astuti, Y. D. (2022). Potensi Produk Unggulan Daerah dan Strategi Pengembangannya di Kabupaten Kepulauan Aru. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 97-114.
- Pradigda, E. A. (2017). Strategi Perencanaan Pembangunan Industri Berbasis Produk Unggulan Daerah, Studi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar. *Jurnal Paradigma (JP)*, 5(3), 122-131.
- Hardika, A. L., & Putra, I. G. S. (2021). Optimalisasi Manajemen Strategi BUMDes Untuk Mewujudkan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan Desa Langonsari. *JURNAL ONLINE INSAN AKUNTAN*, 5(2), 257-270.
- Oktavia, N. A., & Fiati, R. (2019). PENERAPAN MODEL PROMETHEE UNTUK PEMILIHAN PRODUK UNGGULAN DAERAH. *SNATIF*, 5(2), 35-41.
- Rukmana, A. N., Amaranti, R., & Shakira, M. A. (2020). PENETAPAN POTENSI UNGGULAN KECAMATAN DI KABUPATEN BANDUNG. *Journal of Research and Technology*, 6(1), 23-32.
- Hatta, H., & Ciptomulyono, U. (2020). Komoditas Unggulan Kluster Agroindustri Perkebunan Di Provinsi Sumatera Selatan. *MATRIK: Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi*, 21(1), 1-8.
- Saaty, L., Thomas. (1993). *Decision Making for Laders The Analytical Hierarchy Process for Decisions in Complex World*. (Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, diterjemahkan oleh Liana Setiono). Jakarta: Pustaka Bianaman Pressindo.
- Rangkuti, Freddy. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.