

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SINGKONG PADA UD. MARINDAL JAYA ( Studi kasus di Desa Marindal I Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang )

Tita Rizkita Putri<sup>1</sup> , Bambang Hermanto<sup>2</sup>

*Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah<sup>1</sup>  
Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah<sup>2</sup>*

*penulis korespondensi :titarizkitaputri@umnaw.ac.id*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal peningkatan produktivitas usaha keripik singkong terhadap usaha UD. Marindal Jaya di Marindal I Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan analisis SWOT dengan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara internal yang sangat mempengaruhi adalah mutu/kualitas keripik singkong lebih lama dan tidak bau tengik, Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang keripik singkong yang lain, Suasana usaha dagang yang nyaman, rasa makanan usaha dagang yang stabil, tidak adanya variasi rasa makanan yang hanya memproduksi keripik singkong saja, kurangnya modal pada usaha dagang keripik singkong, kurangnya promosi pada usaha dagang keripik singkong, dan alat pembayaran pada usaha dagang keripik singkong yang tidak modern adalah faktor yang mempengaruhi peningkatan pengembangan usaha. Secara eksternal faktor yang mempengaruhi dalam pengembangan usaha dagang keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang adalah peluang pasar masih luas, adanya inovasi produk baru pada usaha dagang keripik singkong, pemesanan menggunakan media sosial, membuka lapangan kerja bagi warga sekitar (reseller). Dengan kondisi tersebut secara umum strategi peningkatan pengembangan usaha dagang keripik singkong UD. Marindal Jaya di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang yaitu usaha dagang ini memiliki kekuatan dan juga peluang yang sangat besar untuk meningkatkan pengembangan usaha dagang keripik singkong.

**Kata Kunci :** *Kekuatan; Kelemahan; Peluang; Ancaman( SWOT)*

## Abstract

This study aims to identify and evaluate internal and external factors to increase the productivity of the cassava chip business against UD. Marindal Jaya in Marindal I, Patumbak District, Deli Serdang Regency. In this study, data analysis techniques used SWOT analysis with a qualitative approach method. The results showed that internally what really affected was the quality of the cassava chips which lasted longer and did not smell rancid, cheap prices compared to other cassava chips trading businesses, comfortable trading business atmosphere, stable trading business food taste, no variation in taste foods that only produce cassava chips, lack of capital in the cassava chips trading business, lack of promotion in the cassava chips trading business, and payment instruments in the cassava chips trading business that are not modern are factors influencing increased business development. Externally, the factors that influence the development of the cassava chips trading business in Patumbak Subdistrict, Deli Serdang Regency are still wide market opportunities, new product innovations in the cassava chips trading business, ordering using social media, opening up jobs for local residents (reseller). Under these conditions, in general, the strategy for increasing the development of the cassava chips trading business at UD. Marindal Jaya in Patumbak District, Deli Serdang Regency, namely this trading business has enormous strengths and also opportunities to increase the development of the cassava chips trading business.

**Keywords:** *Strength; Weakness; Opportunity; Threats (SWOT)*

## PENDAHULUAN

Bahan baku pembuatan keripik singkong adalah ubi kayu. Menurut Prasasto, dalam (Valentina, 2009) Keripik singkong dapat dominan asin, pedas, manis, asam, gurih, atau paduan dari semuanya. Kini UD. Keripik Singkong Marindal Jaya kurangnya Kreasi dan inovasi baru pada produk makanan keripik singkong yang belakangan ini terus dijadikan perbincangan oleh para konsumen dari segi jenis, rasa, kualitas, olahan, dan kemasan pada keripik singkong. Usaha dagang keripik singkong Marindal jaya yang menjadikan keripik singkong sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai bersama rekan ataupun keluarga. Pada usaha dagang keripik singkong ini ada beberapa permasalahan, yaitu kurangnya modal pada produksi keripik singkong, pemasaran yang kurang memadai dikarenakan masih belum meluas dan masih diperjual belikan disekitaran daerah Marendal, pendapatan pada usaha dagang keripik singkong UD. Meskipun ada beberapa reseller yang mengambil produk pada usaha dagang marindal jaya ini, usaha dagang ini belum banyak mengetahui tentang medsos, maka dari itu usaha dagang ini perlu di kembangkan dengan cara mengaktifkan penjualan di media sosial agar dapat membantu pengusaha untuk menjual produk keripik singkong. UD. Keripik Singkong marindal jaya tersebut belum lama di kenal masyarakat luas, namun perkembangannya sudah lumayan pesat dikarenakan kualitas produk yang lebih

baik dari usaha dagang keripik singkong pada umumnya, banyak produsen keripik singkong mulai beralih jalur dengan menambahkan ekstra pedas pada produk keripik yang diciptakannya, oleh karena itu usaha dagang keripik singkong marindal jaya ini harus mulai beralih dengan menambah variasi rasa pada keripik singkong seperti produsen yang lain. Sejatinya produk keripik singkong pedas bukanlah barang baru bagi masyarakat Marindal, namun jika usaha dagang keripik singkong di marindal jaya ini menambahkan sedikit inovasi dalam hal menambah variasi rasa tersebut keripik singkong akan mulai banyak di cari konsumen dan menjadi salah satu peluang bisnis menarik yang menjanjikan keuntungan besar bagi usaha dagangnya. Diferensiasi produk perlu diperhatikan karena dapat menumbuhkan rasa minat beli konsumen atau proses keputusan pembelian konsumen. Keripik singkong adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian yang mengandung pati. Oleh karena itu, penulis berniat untuk membuat industri Usaha makanan kecil Keripik Singkong dengan rasa baru antara lain rasa keju, pizza, barbeque, dan jagung manis, namun tetap ada rasa original dan pedas. Dengan variasi rasa ini, diharapkan dapat menarik lebih banyak masyarakat untuk mengonsumsi Keripik Singkong beraneka rasa. Strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah penetapan harga jual. Penetapan harga jual terlalu rendah

dan tidak pula terlalu tinggi dan yang dapat bersaing dipasaran. Pada umumnya harga jual ditentukan oleh adanya perimbangan antara permintaan dan penawaran. Pengembangan produk adalah strategi untuk menumbuhkan usaha dagang keripik singkong marindal jaya dengan cara menawarkan produk baru ke target pasar yang sudah ditentukan. Pengembangan produk tersebut dilakukan terhadap produk fisik dan memastikan bahwa ide produk yang sudah ada dapat diubah menjadi sebuah produk baru yang lebih efektif. Penting bagi usaha dagang keripik singkong marindal jaya untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual di pasaran.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Sumber Data**

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah penduduk yang bertempat tinggal di Daerah Marindal, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. Pengertian sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) adalah: "Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh". Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber yaitu:

- 1) Data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data yang original. Data primer diperoleh melalui Wawancara dan Observasi

langsung dengan pemilik Usaha Keripik Singkong serta pengguna Keripik Singkong. Maksudnya untuk mengetahui gambaran umum Objek penelitian, Visi dan Misi, Struktur Organisasi Usaha dan proses pembuatan dari awal hingga proses penjualan yang nantinya digunakan untuk melengkapi data yang tidak ada pada data Sekunder.

- 2) Data sekunder adalah pengumpulan data melalui cara tidak langsung atau harus melakukan pencarian mendalam dahulu seperti melalui internet, literatur, statistik, buku, dan lain-lain. Data Sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen, buku-buku dan catatan ataupun laporan yang ada pada Usaha Keripik Singkong di Marindal tersebut.

### **Operasional Variabel**

Langkah awal yang digunakan adalah mengetahui sampel berupa konsumen UD. Marindal Jaya. Ada 60 responden yang terdiri dari karyawan UD. Marindal jaya yang merupakan reseller serta reseller lain yang sudah berlangganan sebagai pedagang eceran dari produk keripik singkong di UD. Marindal Jaya. Untuk mengidentifikasi Faktor-Faktor yang mempengaruhi Strategi pengembangan, penulis melakukan diskusi dan wawancara menggunakan kuisisioner kepada para responden yaitu para kosumen yang merupakan pedagang pengecer keripik singkong UD. Marindal Jaya yang telah ditetapkan. Selanjutnya dilakukan penilaian melalui pemberian bobot (tingkat kepentingan) dan rating (tingkat pengaruh) terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi dari usaha dagang keripik singkong di UD. Marindal Jaya. Variabel yang dioperasionalkan pada penelitian ini adalah :

- 1) Teknik Pengumpulan Data
- 2) Teknik Analisis Data
- 3) Analisis SWOT
- 4) Analisis Internal
- 5) Analisis Eksternal
- 6) SWOT

Penelitian ini dilakukan di Usaha Keripik Singkong (Studi Kasus: Marindal, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang) untuk mengetahui bagian-bagian dari kegiatan ekonomi yang beroperasi pada usaha keripik singkong UD. Marindal Jaya adalah :

- Bagian produksi  
Pada bagian produksi keripik singkong di UD. Marindal Jaya membutuhkan alat seperti pisau, kompor, kualii besar untuk penggorengan, alat penyaring minyak, alat pengiris, spatula untuk menggoreng, serta plastik kemasan untuk mengemas produk keripik singkong UD. Marindal Jaya. Bagian produksi pada Usaha dagang keripik singkong UD. Marindal Jaya ini juga mencakup bahan yang disediakan seperti bahan utamanya yaitu Singkong, serta bagian produksi ini juga mencakup proses pembuatan keripik singkong pada UD. Marindal Jaya.
- Bagian Gudang  
Pada bagian gudang keripik singkong UD. Marindal jaya terdapat penyimpanan produk keripik singkong yang sudah dikemas dan siap untuk dijual ke pedagang pengecer serta kepada para konsumen lainnya.
- Bagian Administrasi  
Pada bagian administrasi keripik singkong UD. Marindal jaya merupakan bagian pemasaran pada produk usaha dagang keripik singkong UD. Marindal Jaya. Administrasi disini bertugas

sebagai pencatat transaksi serta keuangan pada penjualan produk keripik singkong UD. Marindal Jaya.

- Bagian Distribusi  
Pada bagian distribusi keripik singkong di UD. Marindal Jaya ini terdapat penentuan tempat untuk penjualan produk keripik singkong UD. Marindal Jaya, tempat untuk mendistribusikan produk keripik singkong UD. Marindal jaya adalah tepatnya di Jl. Pertahanan, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang.  
Responden yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian ialah para penjual eceran, karyawan sebagai reseller, dan para reseller langganan usaha Keripik Singkong UD. Marindal Jaya (Studi Kasus : Marindal I, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah

- 1) Observasi yaitu pengamatan dan peninjauan langsung pada perusahaan untuk memperoleh informasi, gambaran tentang keadaan dan keterangan yang dapat menunjang penelitian ini.
- 2) Dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen, buku-buku, literatur yang berhubungan dengan masalah yang teliti.
- 3) Wawancara yaitu wawancara langsung atau Tanya jawab dengan pimpinan atau manajer keuangan atau manajer produksi, sebagai pihak.

**Teknik Analisis Data**

**Analisis SWOT**

Permasalahan dalam penelitian ini akan di analisis secara deskriptif kualitatif, analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk merancang pengembangannya. Dengan keempat alat analisis tersebut diharapkan akan dapat memecahkan permasalahan yang akan diteliti.

**Analisis Internal**

Analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis summary*). Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matrik IFAS.

**Analisis Eksternal**

Analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Dalam analisis ini ada dua faktor lingkungan eksternal, yaitu: faktor lingkungan makro (politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi) dan lingkungan eksternal mikro (lingkungan usaha, distribusi, infrastruktur, sumber daya manusia). Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada.

**SWOT**

Berdasarkan analisis matrik SWOT dapat dirumuskan berbagai kemungkinan alternatif strategi dalam pemasaran Usaha Keripik Singkong.

Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan Keripik Singkong seperti : strategi *Strengths Opportunities (SO)*, *Strengths Threats (ST)*, *Weaknesses Opportunities (WO)* dan *Weaknesses Threats (WT)*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

**Karakteristik Usia Responden Berdasarkan**

Dalam hal ini umur konsumen merupakan salah satu faktor yang penting dalam rangka mengambil keputusan tentang apa yang harus dilakukan untuk melaksanakan penelitian. Hal ini dikarenakan sebagai responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini lebih banyak mengandalkan konsumen dari keripik

No.	Usia	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	25-35	14	23,33
2.	36-45	19	31,66
3.	46-55	16	26,66
4.	➤ 55	11	18,33
	<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

singkong UD. Marindal Jaya.

**Jenjang Pendidikan Responden**

Jenjang Pendidikan Responden akan mempengaruhi cara kerja pengusaha dalam menjalankan usahanya karena dengan pendidikan maka pengusaha mempunyai wawasan yang lebih luas dan dapat menyerap informasi untuk kemajuan usahanya dengan lebih baik. Walaupun tingkat pendidikan tidak dibutuhkan langsung dalam

menjalankan proses produksi keripik singkong, dibawah ini menunjukkan bahwa sarana pendidikan pada Responden UD. Keripik Singkong Marindal Jaya telah mencakup SD, SMP, SMA dan STRATA-1/S1.

Jenjang Pendidikan	Jumlah
SD	12
SMP	24
SMA	18
STRATA-1/ S1	6
<b>Total</b>	<b>60</b>

**Strategi yang diterapkan saat ini pada usaha Keripik Singkong UD. Marindal Jaya**

Usaha Keripik Singkong Marindal Jaya menerapkan strategi yaitu pelaksanaan proses produksi yang terbaik, dengan komitmen untuk selalu menjaga mutu produk pada produksi keripik singkong nya, sehingga dapat menghasilkan produk keripik singkong yang berkualitas dan mampu bersaing di pasaran. Kualitas produk yang digunakan UD. Marindal Jaya ini bebas dari kerusakan agar cita rasa dari produk keripik singkong tersebut masih tetap terjaga.

Berdasarkan beberapa pertimbangan dan melihat peluang pasar yang ada akhirnya bapak Jono membagi keripik singkong menjadi beberapa variasi rasa yaitu balado dan original. Karena usaha keripik singkong yang ada di Marindal I Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang cukup banyak sehingga bapak Jono harus berfikir untuk lebih mengembangkan hasil produksinya. Saluran pemasaran usaha keripik singkong UD. Marindal Jaya yaitu menjual produknya langsung dari produsen ke konsumen, dengan itu para konsumen akan menjualnya kembali di emperan-emperan jalan yang terletak di Jl. Perjuangan.

**Pembahasan**

Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal merupakan identifikasi yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap permasalahan

yang akan dipecahkan dan setelah itu faktor-faktor tersebut akan membuat suatu strategi.

**Hasil Evaluasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal**

Cara membuat matriks IFAS dan EFAS :

- 1) Faktor-faktor Internal/Eksternal sesuai dengan kelompoknya yaitu faktor yang memberikan kekuatan (Strenght) disusun dan faktor kelemahan (Weaknesses) serta faktor yang memberikan peluang (Opportunity) dan faktor ancaman (Threath).
- 2) Selanjutnya masing-masing faktor tadi diberi bobot. Dalam memberikan bobot dapat dilakukan secara hati-hati dan didasarkan pada tingkat kepentingan dan dampak strategisnya. Semakin penting faktor tersebut, maka semakin tinggi bobot yang harus diberikan. Maksimum total bobot adalah 1 (satu).
- 3) Langkah berikutnya terhadap setiap faktor baik kekuatan dan kelemahan atau peluang dan ancaman diberi rating. Rating dibuat ketentuan untuk faktor-faktor yang memberikan kekuatan dan peluang harus diberi tanda positif dan sebaiknya faktor-faktor yang memberikan kelemahan dan ancaman diberikan tanda negatif. Jika faktor-faktor yang memberikan kekuatan dan peluang paling besar, maka harus diberi rating positif yang paling besar, demikian sebaliknya bila kekuatannya dan

peluangnya kecil. Cara yang sama juga diperlakukan pada faktor-faktor yang memberi kelemahan dan ancaman paling besar, maka harus diberi rating negatif paling banyak, demikian sebaliknya bila tingkat kelemahannya dan peluangnya kecil.

- 4) Selanjutnya bobot dikalikan dengan rating, sehingga akan diperoleh nilai atau skor.
- 5) Setelah semua faktor dihitung skornya, kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor secara keseluruhan.

### **Evaluasi Faktor Internal Strategi Pengembangan Usaha Dagang Keripik Singkong.**

Berikut ini adalah faktor strategi yang terdapat dalam evaluasi pengembangan agribisnis keripik singkong di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang dilihat dari faktor kekuatan dan Faktor Kelemahan. Adapun Faktor-Faktor Kekuatan tersebut antara lain :

#### **Strenght / Kekuatan**

- 1) Mutu/kualitas keripik singkong lebih tahan lama dan tidak bau tengik.
- 2) Biasanya ada beberapa produk keripik singkong yang kualitasnya rendah, entah karena bagian pengemasannya yang kurang higienis atau memang cara pembuatannya yang tidak sesuai prosedur pada pembuatan keripik singkong sehingga keripik singkong jika tidak menjaga kualitas dengan baik maka keripik singkong akan bau tengik karena bakteri yang masuk pada pengemasan yang tidak higienis.
- 3) Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain.
- 4) Yaitu harga keripik singkong yang ramah di kantong dan murah dibandingkan harga-harga yang lain

yang belum tentu dapat dijangkau para konsumen.

- 5) Suasana pada usaha dagang yang nyaman
- 6) Yaitu Menciptakan *suasana* tenang dan *nyaman* dalam rumah bisa dilakukan mulai dari menambahkan tanaman hingga menambah wangi-wangian.
- 7) Rasa makanan pada usaha dagang tetap stabil
- 8) Rasa makanan pada usaha dagang yang tetap pada keripik singkong yang original dan pedas.

#### **Weakness / Kelemahan**

- 1) Tidak adanya variasi rasa makanan yang hanya memproduksi keripik singkong saja.
- 2) Yaitu harusnya menambahkan variasi makanan agar konsumen tidak bosan hanya keripik singkong saja yang dijual usaha dagang ini.
- 3) Kurangnya modal pada usaha dagang keripik singkong.
- 4) Yaitu kurangnya modal dapat mempengaruhi masalah tempat produksi, tempat produksi jadi sempit karena kapasitas tempat masih kecil dan jarak meja serta bagian penggorengan terlalu rapat.
- 5) Kurangnya promosi pada usaha dagang keripik singkong.
- 6) Yaitu kurangnya promosi mengakibatkan menghambat pengembangan usaha. Harus disesuaikan dengan zaman sekarang yang sudah modern, promosi bisa dilakukan melalui media sosial.
- 7) Alat pembayaran pada usaha dagang keripik singkong tidak modern.
- 8) Kepraktisan alat pembayaran nontunai adalah suatu keunggulan utama di era zaman sekarang, pembayaran digital memudahkan segala pembayaran, contohnya pada pembayaran ovo, gopay, dana, dan Shopeepay.

### **Evaluasi Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Usaha Dagang Keripik Singkong.**

Berikut ini adalah faktor-faktor strategi eksternal yang terdapat dalam pengembangan agribisnis keripik singkong di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Faktor Eksternal terdiri dari faktor peluang dan faktor ancaman. Faktor peluang yang terdapat dalam kegiatan dalam kegiatan usaha keripik singkong di Kecamatan Patumbak kabupaten Deli Serdang adalah sebagai berikut :

#### **Opportunity / Peluang**

- 1) Peluang pasar masih luas
- 2) Yaitu lokasi yang mudah dijangkau oleh para konsumen dan konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk keripik singkong.
- 3) Diversifikasi adanya produk baru pada usaha dagang keripik singkong.
- 4) Yaitu adanya peluang untuk menargetkan pasar serta pelanggan baru konsumen keripik singkong yang bertujuan untuk diperjualbelikan.
- 5) Pemesanan menggunakan media sosial
- 6) Pemesanan tidak hanya melalui outlet, melainkan bisa menggunakan media sosial seperti shopee, grab, dan gojek agar memperluas pemasaran keripik singkong.
- 7) Membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar ( reseller )
- 8) Membuka lapangan kerja dan menjual kepada reseller dapat mengurangi angka pengangguran di sekitar daerah tersebut.

#### **Threats / Ancaman**

- 1) Banyak usaha yang mirip bermunculan (pesaing)

- 2) Yaitu banyaknya muncul pesaing usaha dagang keripik singkong lain yang bermunculan di sekitar Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang.
- 3) Adanya persaingan harga
- 4) Yaitu munculnya persaingan harga pada usaha dagang keripik singkong lain yang menjadi ancaman.
- 5) Kelangkaan bahan baku
- 6) Yaitu adanya kenaikan harga pada bahan baku produksi yang menjadikan suatu produk tidak mampu bersaing di pasar.
- 7) Konsumen keripik singkong mudah bosan

Para konsumen Keripik singkong terkadang mudah bosan dengan rasa keripik singkong yang itu itu saja. Keripik singkong yang biasa diperjual belikan biasanya hanya ada 3 macam rasa, yaitu Original, Balado, dan Pedas manis.

#### **Analisis dan Formulasi Strategi Usaha Keripik Singkong.**

Setelah mengevaluasi faktor internal dan eksternal apakah termasuk kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka dilakukan pembobotan untuk mengetahui nilai penting faktor tersebut dalam strategi pengembangan usaha keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang.

Adapun tabel perhitungan dikali rating faktor internal strategi pengembangan keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.3. Matriks Evaluasi IFE Keripik Singkong Strategi Pengembangan Agribisnis**

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Kekuatan (S) :			
1. Mutu/kualitas keripik singkong lebih tahan lama dan tidak bau tengik	0,15	3	0,45
2. Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain.	0,16	4	0,64
3. Suasana usaha dagang yang nyaman	0,8	2	1,6
4. Rasa makanan pada usaha dagang keripik singkong stabil	0,13	3	0,39
Kelemahan (W) :			
1. Tidak adanya variasi rasa makanan yang hanya memproduksi keripik singkong saja.	0,14	3	0,42
2. Kurangnya modal pada usaha dagang keripik singkong.	0,14	3	0,42
3. Kurangnya promosi pada usaha dagang keripik singkong	0,13	3	0,39
4. Alat pembayaran pada usaha dagang keripik singkong tidak modern.	0,8	2	1,6
<b>TOTAL</b>	<b>2,45</b>	<b>23</b>	<b>5,91</b>

Berdasarkan tabel di atas maka analisis matriks IFE menghasilkan nilai total sebesar 5,91. Nilai ini mengindikasikan bahwa potensi pengembangan Keripik singkong di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang dari lingkungan internal sangatlah mendukung. Hal tersebut terlihat pada kekuatan utamanya harga jual keripik singkong yang murah dibandingkan dengan usaha yang lain dengan nilai sebesar 0,64. Sedangkan kelemahan utama terletak pada kurangnya promosi

pada usaha dagang keripik singkong dengan nilai ancaman terkecil 0,39.

**Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) dan Internal Evaluation (IFE)**

**Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)**

Matriks EFE merupakan matriks dari sintesa faktor-faktor eksternal dari pengembangan keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang yang terdiri dari faktor peluang dan ancaman.

**Tabel 4.2 Matriks EFE Strategi Pengembangan Keripik Singkong**

<b>FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>BOBOT X RATING</b>
<b>Peluang (O) :</b>			
1. Peluang pasar masih luas	0,15	4	0,6
2. Diversifikasi adanya produk baru pada usaha dagang keripik singkong.	0,9	2	1,8
3. Pemesanan menggunakan media sosial.	0,10	2	0,2
4. Membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar ( reseller )	0,15	4	0,6
<b>Ancaman (T) :</b>			
1. Banyak usaha yang mirip bermunculan (pesaing)	0,14	3	0,42
2. Adanya persaingan harga	0,10	2	0,2
3. Kelangkaan bahan baku	0,14	3	0,42
4. Konsumen keripik singkong mudah bosan.	0,14	3	0,42
<b>TOTAL</b>	<b>2,17</b>	<b>23</b>	<b>4,66</b>

Berdasarkan tabel di atas maka analisis matriks EFE menghasilkan nilai total sebesar 4,66. Nilai ini mengindikasikan bahwa potensi pengembangan Keripik singkong di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang dari lingkungan eksternal sangatlah mendukung. Hal tersebut terlihat pada

peluang utamanya dengan nilai terbesar yaitu Peluang pasar masih luas dan Membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar (reseller) dengan nilai sebesar 0,6 sedangkan ancaman utama terletak pada Kelangkaan bahan baku dengan nilai ancaman terkecil 0,2.

**Tabel 4.3 Rumusan Kombinasi Strategi matriks SWOT.**

<b>No .</b>	<b>Faktor Strategi (Kekuatan)</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
1.	Mutu/kualitas keripik singkong lebih lama dan tidak bau tengik	<b>3</b>	<b>0,15</b>	<b>0,45</b>
2.	Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain.	<b>4</b>	<b>0,16</b>	<b>0,64</b>
3.	Suasana usaha dagang yang nyaman	<b>2</b>	<b>0,8</b>	<b>1,6</b>
4.	Rasa makanan pada usaha dagang keripik singkong yang stabil.	<b>3</b>	<b>0,13</b>	<b>0,39</b>
	<b>Jumlah</b>			<b>3,08</b>
<b>No .</b>	<b>Faktor Strategi ( Kelemahan )</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
1.	Tidak adanya variasi rasa makanan yang hanya memproduksi keripik	<b>3</b>	<b>0,14</b>	<b>0,42</b>

	singkong saja			
2.	Kurangnya modal pada usaha keripik singkong	3	0,14	0,42
3.	Kurangnya promosi pada usaha dagang keripik singkong.	3	0,13	0,39
4.	Alat pembayaran pada usaha dagang keripik singkong tidak modern.	2	0,8	1,6
	<b>Jumlah</b>			<b>2,83</b>
	<b>Selisih (Kekuatan-kelemahan)</b>			<b>0,25</b>

No.	Faktor Strategi (Peluang)	Rating	Bobot	Skor
1.	Peluang pasar masih luas	4	0,15	0,6
2.	Diversifikasi adanya produk baru pada usaha dagang keripik singkong	2	0,9	1,8
3.	Pemesanan menggunakan media sosial	2	0,10	0,2
4.	Membuka lapangan kerja bagi warga sekitar ( reseller )	4	0,15	0,6
	<b>Jumlah</b>			<b>3,2</b>
No.	Faktor Strategi (Ancaman)	Rating	Bobot	Skor
1.	Banyak usaha yang mirip bermunculan (pesaing)	3	0,14	0,42
2.	Adanya persaingan harga	2	0,10	0,2
3.	Naiknya harga pokok produksi	3	0,14	0,42
4.	Konsumen keripik singkong mudah bosan.	3	0,14	0,42
	<b>Jumlah</b>			<b>1,46</b>
	<b>Selisih (Peluang-Ancaman)</b>			<b>1,74</b>

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan nilai selisih antara Strategi Kekuatan (Strenght) dan Kelemahan (Weaknesses) sebesar 0,25. Dan nilai dari selisih antara strategi Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threath) sebesar 1,74.

#### Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Dagang Keripik Singkong.

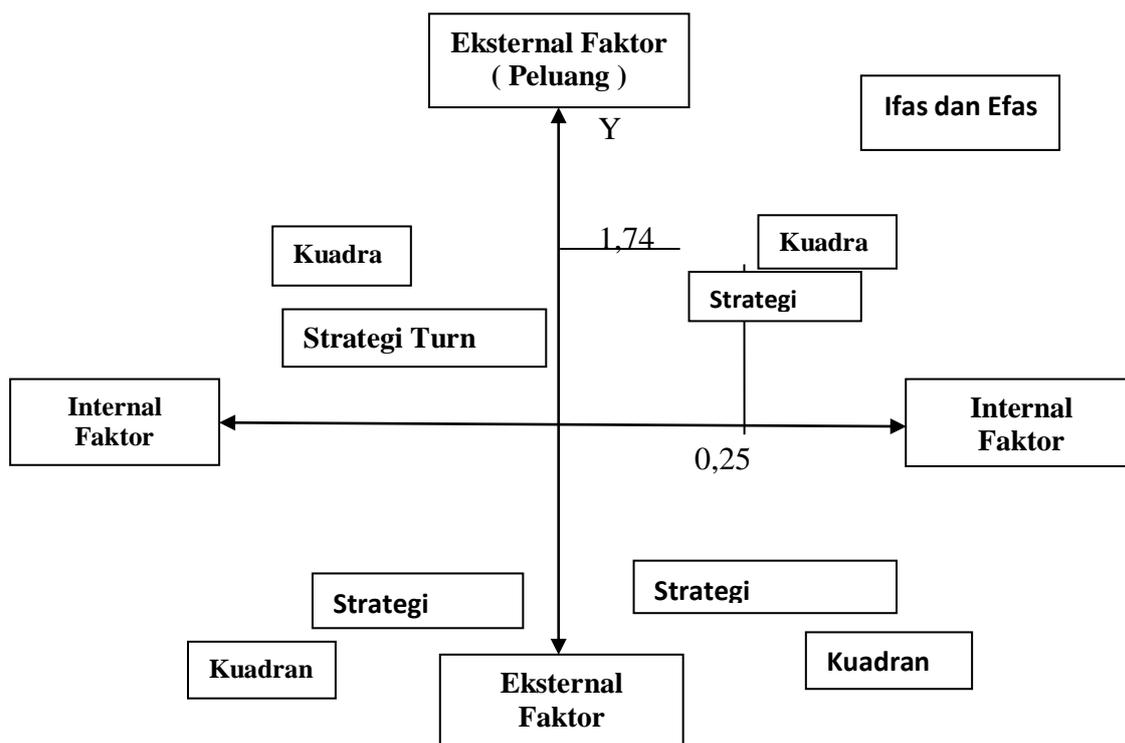
Ada 8 faktor-faktor internal dalam pengembangan usaha keripik singkong yaitu : Penjual ramah kepada konsumen, Harga pada UD murah, Suasana UD nyaman, Rasa makanan UD enak, Makanan atau produk pada UD monoton (tidak berubah), Tempat UD

kurang besar, UD Tidak buka sampai malam, dan Keripik mudah basi ketika sudah lama. Faktor yang paling tinggi ratingnya adalah Harga pada UD murah. Ada 8 faktor-faktor Eksternal dalam pengembangan agribisnis keripik singkong yaitu : Masih banyaknya konsumen potensial karena tempatnya strategis, Jenis produk / makanan bisa ditambah, Bisa menjual sebagai reseller, Banyak peminat keripik singkong sebagai cemilan, Banyak usaha yang mirip bermunculan (pesaing), Adanya persaingan harga, Naiknya harga pokok produksi, Konsumen keripik singkong

mudah bosan. Dimana faktor dengan rating tertinggi adalah masih banyaknya konsumen keripik singkong dan banyak peminat keripik singkong sebagai cemilan.

Setelah melakukan perhitungan bobot dari masing-masing faktor internal maupun faktor eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi pengembangan usaha dagang keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang.

**Grafik SWOT  
 IFAS DAN EFAS**



Berdasarkan Pertemuan titik singgung Efas dan Ifas pada tabel yang diperoleh nilai  $X > 0$  yaitu 0,25 dan  $Y > 0$  yaitu 1,74.

**Analisis Matriks SWOT**

Analisis Matriks SWOT disusun berdasarkan identifikasi faktor lingkungan eksternal dan internal pengembangan keripik singkong di

Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Analisis Matriks SWOT yang dilakukan menghasilkan delapan macam strategi yang dikelompokkan

dalam empat sel, yaitu Strategi S-O, Strategi W-O, Strategi W-T.

**Tabel 4.3. Analisis SWOT Potensi Pengembangan Usaha Dagang Keripik Singkong.**

<b>IFAS</b>	<p><b>STRENGTH (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mutu/kualitas keripik singkong tahan lebih lama dan tidak bau tengik</li> <li>2. Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain</li> <li>3. Suasana usaha dagang yang nyaman</li> <li>4. Rasa makanan pada usaha dagang keripik singkong yang stabil.</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya variasi rasa makanan yang hanya memproduksi keripik singkong saja.</li> <li>2. Kurangnya modal pada usaha dagang keripik singkong</li> <li>3. Kurangnya promosi pada usaha dagang keripik singkong.</li> <li>4. Alat pembayaran pada usaha dagang keripik singkong yang tidak modern.</li> </ol>	
<b>EFAS</b>	<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peluang pasar masih luas</li> <li>2. Diversifikasi adanya produk baru pada usaha dagang keripik singkong</li> <li>3. Pemesanan menggunakan media sosial</li> <li>4. Membuka lapangan kerja bagi warga sekitar ( reseller )</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas keripik singkong yang harus dipertahankan agar dapat meningkatkan peluang pasar.</li> <li>2. Menerbitkan produk baru dengan harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain.</li> <li>3. Menetapkan harga terjangkau meskipun pesan produk menggunakan media sosial.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan peluang pasar agar semakin luas untuk meningkatkan modal usaha dagang keripik singkong.</li> <li>2. Menciptakan variasi rasa baru pada produk keripik singkong agar menambah peminat keripik singkong melalui media sosial.</li> <li>3. Menciptakan inovasi baru dengan melakukan Pemesanan menggunakan media sosial dan pembayaran nontunai sehingga usaha dagang semakin modern.</li> </ol>

<b>THREATS (T)</b>	<b>STRATEGI S-T</b>	<b>STRATEGI W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak usaha yang mirip bermunculan (pesaing).</li> <li>2. Adanya persaingan harga.</li> <li>3. Naiknya harga pokok produksi.</li> <li>4. Konsumen keripik singkong mudah bosan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan usaha dagang yang lain.</li> <li>2. Menciptakan rasa yang stabil dan harga tetap terjangkau agar bisa bersaing dengan usaha dagang lain.</li> <li>3. Meningkatkan rasa dan membuat nyaman suasana usaha dagang keripik singkong agar konsumen tidak mudah bosan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan variasi rasa serta makanan pada usaha dagang agar dapat bersaing secara harga maupun kualitas.</li> <li>2. Mempromosikan produk keripik singkong dan harga tetap terjangkau untuk meningkatkan peminat keripik singkong.</li> <li>3. Usaha dagang keripik singkong ini perlu menggunakan alat pembayaran digital untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran.</li> </ol>

Berdasarkan Gambar analisis SWOT di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi S-O adalah strategi yang dipilih dalam pengembangan usaha Keripik Singkong UD. Marindal Jaya di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang, yaitu :

**Strategi S-O**

Adapun strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengembangan usaha keripik singkong di UD. Marindal Jaya yaitu Usaha keripik singkong UD. Marindal Jaya dapat mempertahankan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik sehingga usaha Keripik singkong UD. Marindal Jaya harus mempertahankan dan menetapkan harga dan kualitas yang baik agar dapat meningkatkan peluang pasar di Offline Store maupun di Online Store.

**KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari Analisis dan pembahasan yang

dilakukan serta dengan memperhatikan kaitannya dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa potensi pengembangan usaha dagang keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang.

1) Faktor internal dalam pengembangan usaha dagang keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang, indikator kekuatan adalah mutu/kualitas keripik singkong lebih lama dan tidak bau tengik, Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain, Suasana usaha dagang yang nyaman, Rasa makanan usaha dagang yang stabil. Indikator faktor kelemahan adalah tidak adanya variasi rasa makanan yang hanya memproduksi keripik singkong saja, kurangnya modal pada usaha dagang keripik singkong, kurangnya promosi pada usaha dagang keripik singkong, dan alat pembayaran pada usaha

dagang keripik singkong yang tidak modern. Faktor yang paling tertinggi ratingnya adalah Harga murah dibandingkan dengan usaha dagang yang lain. Faktor eksternal dalam pengembangan usaha dagang keripik singkong di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang, indikator faktor peluangnya adalah peluang pasar masih luas, diversifikasi adanya produk baru pada usaha dagang keripik singkong, pemesanan menggunakan media sosial, membuka lapangan kerja bagi warga sekitar (reseller). Indikator faktor ancaman adalah Banyak usaha yang mirip bermunculan (pesaing), Adanya persaingan harga, Naiknya harga pokok produksi, Konsumen keripik singkong mudah bosan. Faktor

yang paling tertinggi adalah peluang pasar masih luas dan bisa membuka lapangan kerja bagi warga sekitar sebagai reseller.

- 2) Dalam matriks SWOT terletak pada kuadran I (0,5 ; 0,26) sehingga alternatif strategi pengembangan usaha dagang keripik singkong di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang ini yang di anjurkan adalah strategi agresif (Agresive Strategic) yaitu dengan meningkatkan dan memasarkan produk keripik singkong dengan kualitas terbaik, harga jual yang murah dan dapat bersaing dengan keripik singkong pada umumnya sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk keripik singkong, hal tersebut dapat meningkatkan penjualan/pendapatan pemilik usaha dagang keripik singkong.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albertus Indratno. 2013. Prinsip – Prinsip Dasar Akuntansi. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Andarista, Agna Virlia, and Siti Zazak Soraya. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong Aneka Rasa di Desa Paron Ngawi." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2.1 (2022): 37-42.
- Amaliya, Hashifah Izza. "Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong di Desa Rancamanyar Kabupaten Bandung Jawa Barat (Studi Kasus Agroindustri Keripik Singkong 'Pasutri')." (2023).
- Azizs, A., & Rosdaniah, R. (2021). Strategi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Pengolahan Kopi Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 95-101.
- Bastiyar, Yusri. *Strategi Pemasaran Kripik Singkong "Sabar Menanti "Dalam Meningkatkan Penjualan Di Ud Sumber Mas Di Desa Lalangon, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep.* Diss. Universitas Wiraraja, 2019.
- Diapepin, Mukti, and Retno Larasandi. "Strategi Pemasaran Kripik Balado Pada Usaha Keripik Puti Piliang di Kabupaten Padang Pariaman." *JURNAL Public Administration, Business and Rural Develoment Planning* 1.1 (2019).
- Faisal, Rudi. "Analisis Rantai Pasok, Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Usaha Mikro

- Kripik Ubi Di Kota Dumai." *JUTI UNISI* 4.2 (2020): 31-38.
- Febyani, P. C. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS JAMBU AIR MADU DELI HIJAU (*Syzygium aqueum*) di CV. WOLFFIA AGRO INDONESIA, KABUPATEN BOYOLALI (Doctoral dissertation).
- Firmansyah, Imam Darul, Moh Kurdi, and Nurdody Zakki. "PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT PADA PABRIK KRIPIK SINGKONG SUMENEP." *VALUE* 4.1 (2023): 89-99.
- Hansen, Don R & Maryanne M. Mowen. 2013. Akuntansi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta.
- Henry Simamora. 2013. Pengantar Akuntansi II. Jakarta: Bumi Aksara
- Indariawati, Praba, Sapta Raharja, and Soewarno T. Soekarto. "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT Inti Sari Rasa di Bekasi." *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 6.2 (2011): 28-36.
- La Kamisi, Haryati. "Analisis usaha dan nilai tambah agroindustri kerupuk singkong." *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan* 4.2 (2011): 82-87.
- Lestari, Puji Dwi. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kripik Singkong" Gunung Kawi Malang" di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember." *Kubis* 1.1 (2021): 22-30.
- Mardhiyah, Ainun, and Feby Aulia Safrin. "Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong." *Sketsa Bisnis* 7.1 (2020): 37-44.
- Mas'ud Machfoed. 2012. Manajemen Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Maiyuniarti, Devi Afriyani, and Renny Oktafia. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3.2 (2022): 506-516.
- Nur Anggraini, Binti Vivi. *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SINGKONG PADA USAHA MIKRO DENGAN PELAKU USAHA WANITA TANI DI DESA KEMUNING LOR, JEMBER*. Diss. Politeknik Negeri Jember, 2022.
- Patoki, Alto Kristian, and Effendy Effendy. "Analisis Profitabilitas Keripik Singkong Pada Industri Rumah Tangga Pasundan Di Kota Palu." *AGROTEKBIS: E-JURNAL ILMU PERTANIAN* 5.1 (2017): 77-85.