

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA TEMPE DI NAGORI PAMATANG SIMALUNGUN KECAMATAN SIANTAR KABUPATEN SIMALUNGUN

STRATEGIES FOR DEVELOPING THE TEMPE HOUSEHOLD INDUSTRY IN NAGORI PAMATANG SIMALUNGUN, SIANTAR DISTRICT, SIMALUNGUN REGENCY

¹Mustafa Ginting, ²Prastya Wiradinata

¹Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Simalungun

²Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Simalungun

Email korespondensi : IPwiradinata@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi alternatif dalam pengembangan industri rumah tangga tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dengan mengambil jumlah seluruh populasi sebanyak 22 responden. Analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian adalah total skor dari faktor-faktor internal (*Strength dan Weakness*) melalui *Internal Factors Evaluation* sebesar (+) 3.60 dan total skor dari faktor-faktor eksternal (*Opportunity dan Threat*) melalui *Eksternal Factors Evaluation* sebesar (+) 2.66 membuat alternatif strategi berada di kuadran I dengan strategi yang digunakan adalah menambah volume produksi dan meningkatkan daya tahan produk untuk menggapai peluang pasar yang besar.

Kata Kunci: *Industri Rumah Tangga, Tempe, Pamatang Simalungun*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine alternative strategies in the development of the tempe home industry in Nagori Pamatang Simalungun, Siantar District, Simalungun Regency. Sampling using saturated sampling technique by taking the total population of 22 respondents. Data analysis using SWOT analysis. The results of the study are the total score of internal factors (Strength and Weakness) through Internal Factors Evaluation of (+) 3.60 and the total score of external factors (Opportunity and Threat) through External Factors Evaluation of (+) 2.66 making alternative strategies exist in quadrant I the strategy used is to increase production volume and increase product durability to reach large market opportunities.

Keywords: *Home Industry, Tempe, Pamatang Simalungun*

PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan salah satu penyumbang dalam perekonomian di Indonesia. Salah satu dari sektor industri adalah industri pangan. Industri pangan

mengolah hasil pertanian, baik nabati maupun hewani menjadi produk olahan. Industri pangan masih cukup mempunyai prospek bisnis yang baik dan keberadaannya selalu dibutuhkan, karena manusia hidup

membutuhkan pangan. Kebutuhan akan pangan merupakan kebutuhan primer bagi manusia, yang kebutuhannya akan didahulukan daripada kebutuhan lainnya.

Dalam mengembangkan usaha industri rumah tangga akan banyak menghadapi kendala yang harus disikapi untuk tumbuh dan berkembang karena adanya faktor-faktor yang menghambat usaha kecil oleh karena itu industri rumah tangga tempe memerlukan manajemen yang baik untuk mengembangkan usahanya, hal ini dapat diupayakan melalui perumusan strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh manajemennya, serta sektor industri kecil mempunyai peran penting dalam perekonomian baik daerah nasional. Industri kecil yang masih terus berkembang adalah industri pangan. Salah satu industri kecil di bidang pangan adalah industri tempe.

Kabupaten Simalungun sebagai salah satu penghasil pangan juga memiliki berbagai industri lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018 produksi tempe di Kabupaten Simalungun mengalami peningkatan produksi

mulai tahun 2015-2018, berdasarkan uraian di atas data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Data Produksi Tempe di Kabupaten Simalungun Tahun 2015-2018.

No	Tahun	Produksi
1	2015	4.497.050 Potong
2	2016	4.578.200 Potong
3	2017	5.641.000 Potong
4	2018	6.352.500 Potong

Sumber: BPS Kabupaten Simalungun

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa peningkatan produksi tempe di Kabupaten Simalungun cukup pesat, peningkatan tersebut dapat dilihat mulai dari 4.497.050 potong tempe pada tahun 2015 mengalami peningkatan yang cukup pesat di tahun 2018 yaitu 6.352.500 potong. Tempe merupakan makanan yang sangat di minati di kalangan masyarakat. Peningkatan produksi tempe di Kabupaten Simalungun tentunya berkat kerja keras para pengusaha industri rumah tangga tempe dan konsumsi masyarakat di Kabupaten Simalungun

Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar merupakan nagori yang termasuk penghasil tempe, namun industri

rumah tangganya masih berskala kecil yang memiliki kelemahan dalam manajemen serta jumlah modal yang dimiliki, kenaikan harga bahan baku, selain itu pengusaha tidak mampu menghasilkan produk dengan mutu yang sesuai dengan tuntutan pasar, selera konsumen, dan kurang mampu memproduksi dalam jumlah yang besar dalam waktu cepat sehingga perlu dilakukan upaya-upaya perbaikan dalam strategi pengembangannya agar mampu bersaing dalam memperoleh pangsa pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun. Lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan terdapat industri rumah tangga tempe di lokasi penelitian.

Populasi dalam penelitian ini merupakan industri rumah tangga tempe. Adapun jumlah populasi sebanyak 22 industri rumah tangga pembuatan tempe. Penentuan sampel adalah seluruh populasi menjadi sampel karena jumlahnya terbatas.

No	Huta	Jumlah
1	Huta I	8
2	Huta II	14
3	Huta III	-
4	Huta IV	-
5	Huta V	-
6	Huta VI	-
7	Huta VII	-
8	Huta VIII	-

Metode pengumpulan data dilakukan dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik wawancara dan pengisian kuesioner, pemilihan responden dengan sengaja. Wawancara dan kuisioner dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap perkembangan industri rumah tangga tempe. Teknik pengumpulan data primer yang akan digunakan adalah observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder adalah sebuah dokumen, baik dalam bentuk tertulis maupun foto atau sumber kedua data primer (Bungin, 2013). Data Sekunder yang digunakan adalah studi literatur atau studi kepustakaan, dokumentasi serta mencari data di internet melalui *website* dan *blog* yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis

SWOT, analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis SWOT yang digunakan menggunakan model kualitatif. Metode analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* (SWOT) atau bisa disebut analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

1. Teknik Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) adalah untuk menganalisis dua variabel yaitu *strength* (kekuatan) apa saja yang dimiliki oleh perusahaan dan *weakness* (kelemahan) dalam perusahaan.
2. Teknik Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) adalah untuk mengembangkan daftar terbatas peluang yang dapat dimanfaatkan

dan ancaman yang harus dihindari oleh perusahaan.

Batasan operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi pengembangan di lokasi penelitian merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap faktor eksternal dan faktor internal.
2. Industri rumah tangga tempe merupakan orang yang mengusahakan industri tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar.
3. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis SWOT.
4. Penelitian dilaksanakan pada industri rumahan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah para pengusaha tempe yang berada di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun. Karakteristik konsumen sampel yang dimaksud meliputi karakteristik usia usaha, usia pengusaha, tingkat

pendidikan pengusaha, jumlah anggota keluarga pengusaha, dan pendapatan. Kondisi persaingan pasar saat ini memang semakin ketat, persaingan berlaku pada seluruh jenis usaha tanpa terkecuali usaha industri rumah tangga pembuatan tempe, para wirausahawan memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut meliputi, jenis kelamin, usia dan pendidikan, sehingga peneliti menulis sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan.

Tabel 3. Data pribadi responden tahun 2020

No	Uraian	Jumlah	Persentase
1	< 25 tahun	1	4,55
2	25 tahun - 35 tahun	3	13,64
3	36 tahun - 45 tahun	5	22,73
4	> 45 tahun	13	59,09
Jumlah		22	100

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, responden yang diwawancarai mempunyai rentang umur 23 - 65 tahun. Untuk pengusaha termuda dengan umur 23 tahun hanya ada 1 orang dengan nama Novi dengan persentase 4,55%. Dan rata-rata umur pengusaha tempe berada di rentang > 45 tahun ada sebanyak 13 responden dengan persentase 59,09%.

Tabel 4. Data Jenis Kelamin Para Pelaku Industri Rumah Tangga Tempe Di Nagori Pamatang Simalungun Tahun 2021.

No	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	3	13,64
2	Laki-laki	19	86,36
Jumlah		22	100

Sumber: Data primer diolah

Pemilik usaha yang paling dominan adalah laki-laki dengan jumlah responden sebanyak 19 dengan tingkat persentase 86,36% sedangkan pelaku industri rumah tangga tempe yang berjenis kelamin perempuan ada sebanyak 3 responden dengan persentase 13,64%.

Tabel 5. Tingkat Pendidikan Terakhir Para Pelaku Industri Rumah Tangga Tempe di Nagori Pamatang Simalungun Tahun 2021.

No	Uraian	Jumlah	Persentase
1	SMP	5	22,73
2	SMA	16	72,73
3	S1	1	4,55
Jumlah		22	100

Sumber: Data primer diolah

Pendidikan terakhir responden termasuk beragam yaitu dari tamatan SMP ada sebanyak 5 responden dengan persentase 22,73% , SMA sebanyak 16 responden dengan persentase 72,73% dan S1 hanya 1 responden dengan persentase masing-masing 4.55%.

Tabel 6. Jumlah Karyawan Pada Industri Rumah Tangga Tempe di Nagori Pamatang Simalungun Tahun 2021

No	Uraian	Jumlah	Persentase
	Tidak ada Tenaga		
1	Kerja	5	22,73
2	1 Tenaga Kerja	5	22,73
3	2 Tenaga Kerja	8	36,36
4	> 2 Tenaga Kerja	4	18,18
Jumlah		22	100

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah karyawan yang berjumlah 2 orang memiliki persentase paling besar yaitu 36,36%, sedangkan persentase paling rendah yaitu yang menggunakan karyawan > 2 yaitu sebanyak 4 pelaku usaha dengan persentase sebesar 18,18%.

Tabel 7. Jumlah Produksi Tempe Per Hari Industri Rumah Tangga Tempe di Nagori Pamatang simalungun tahun 2021

No	Uraian	Jumlah	Persentase
1	<200 bks	1	4,55
2	200 - 300 bks	14	63,64
3	> 300 bks	7	31,82
Jumlah		22	100

Sumber: Data primer diolah

Tabel 7. menunjukan bahwa produksi tempe per hari di Nagori Pamatang Simalungun. Produksi rata-rata berada di rentang 200-300 bungkus dengan 14 responden dengan persentase 63,64%

Tabel 8. Jumlah Penerimaan Industri Rumah Tangga Tempe Per Hari di Nagori Pamatang Simalungun tahun 2021.

No	Uraian	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp.500.000	1	4,55
	Rp.500.000 -		
2	Rp.700.000	19	86,36
3	> Rp.700.000	2	9,09
Jumlah		22	100

Sumber: Data Primer diolah

Penerimaan per hari dari penjualan tempe pada usaha industri rumah tangga di Nagori Pamatang Simalungun tahun 2021 mulai dari Rp.300.000 – Rp.700.000. Rata-rata penerimaan di rentang Rp.500.000 – Rp. Rp.700.000 dengan 19 responden dengan persentase 86,36%.

2. Analisis Faktor Internal

a. Kekuatan Pengembangan Usaha Tempe

Adapun faktor kekuatan pengembangan usaha industri rumah tangga tempe di daerah penelitian yang dilakukan diperoleh berdasarkan rata-rata pendapat yang dikemukakan oleh pemilik usaha tempe di Nagori Pamatang Simalungun. Berikut adalah faktor-faktor kekuatan:

- 1) Harga Bahan Baku Relatif Murah

Dengan bahan baku yang relatif murah menjadikan suatu kekuatan bagi internal produsen untuk dapat mengembangkan usaha industri rumah tangga tempe.

2) Bahan Baku Mudah Didapatkan

Bahan baku adalah persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya barang jadi atau produk akhir dari perusahaan (Yusniaji & Widajanti, 2013). Dengan bahan baku sederhana yaitu kedelai, hal ini akan menjadi kekuatan dikarenakan memudahkan produsen untuk memproduksi tempe. Jika bahan baku yang tersedia habis, produsen dapat dengan cepat membeli kembali bahan baku tersebut.

3) Lokasi Produksi Strategis

Lokasi produksi yang strategis adalah dimana tempat dalam melakukan produksi memiliki banyak keuntungan baik di fasilitas dan akses yang mudah untuk dapat langsung memasarkan sebuah barang atau jasa yang diproduksi.

Dengan lokasi produksi yang strategis para produsen tempe di daerah penelitian menjadi suatu kekuatan sebagai penunjang

kelancaran dalam mengembangkan usahanya.

4) Modal Pribadi

Dalam membuka usaha dapat didanai dengan modal sendiri atau dengan modal yang berasal dari pinjaman. Rata-rata produsen tempe di daerah penelitian menggunakan modal pribadi.

Dengan memakai modal pribadi untuk membuka usaha, maka hal tersebut yang menjadi kekuatan produsen karena ketika mereka mendapatkan keuntungan maka semuanya milik produsen dan jika usaha yang mereka jalankan tidak sesuai dengan yang produsen harapkan hal itu tidak akan membuat produsen kewalahan untuk membayar pinjaman.

b. Kelemahan Pengembangan Usaha Tempe

Adapun faktor kelemahan pengembangan usaha industri rumah tangga pembuatan tempe di daerah penelitian yang dilakukan diperoleh berdasarkan rata-rata pendapat yang dikemukakan oleh pemilik usaha pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun. Berikut adalah faktor-faktor kelemahan:

1) Daya tahan produk

Daya tahan suatu produk sangat penting dan sangat mempengaruhi perkembangan suatu usaha, dengan daya tahan yang singkat maka pelaku usaha di paksa untuk dengan cepat menjual habis hasil produksinya.

2) Minimnya modal yang dimiliki

Dalam hal ini produsen tempe berdasarkan hasil penelitian mengakui bahwa mereka memiliki modal yang minim atau pas-pasan dalam menjalankan usahanya. Rata-rata para produsen tempe dalam memproduksi tempe hanya mampu membuat sekitar 150 – 350 bungkus per hari.

3) Banyaknya Pesaing

Banyaknya para pesaing atau dengan kata lain banyaknya para produsen tempe menjadikan suatu produk akan memiliki kompetitor yang mengharuskan para produsen harus membuat produk yang lebih baik dengan kualitas yang baik pula. Dalam penelitian ini produsen tempe di daerah penelitian rata-rata hanya membuat produk tempe dengan kualitas standar tanpa adanya ciri khas dari produk masing-masing sehingga ini membuat suatu

kelemahan yang dapat mengancam pemasaran akan terambil alih dari produsen pesaing.

4) Pekerjaan dilakukan secara manual

Pekerjaan masih dikerjakan secara manual, mulai dari mencuci kedelai, merebus, menggiling kedelai sampai ke pembungkusan dilakukan secara manual. Hal ini menjadi kelemahan untuk produsen sehingga membutuhkan waktu yang lama dan dapat mempengaruhi kualitas produk.

3. Analisis Faktor Eksternal

a. Peluang Pengembangan Usaha Tempe

Faktor peluang pengembangan usaha industri rumah tangga tempe di daerah penelitian yang dilakukan diperoleh berdasarkan rata-rata pendapat yang dikemukakan oleh pemilik usaha pembuatan tempe di Nagori Pematang Simalungun. Adapun faktor-faktor peluang adalah:

1) Segmen Pasar yang Besar

Jumlah penduduk Kota Pematangsiantar cukup besar dan pertumbuhan penduduk cukup tinggi sehingga menjadi peluang bagi

industri rumah tangga tempe dalam memasarkan produknya. Dengan itu semakin besar segmen pasar maka semakin besar peluang industri rumah tangga tempe.

2) Perubahan pola hidup sehat

Perubahan gaya hidup yang semakin modern dan mengutamakan pola hidup sehat menjadikan produk tempe menjadi salah satu kandidat yang akan dicari dalam mengisi kebutuhan konsumsi. Dengan ini menjadi suatu peluang bagi para pelaku usaha pembuatan tempe di daerah penelitian untuk semakin memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usaha pembuatan tempe ini.

3) Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi internet saat ini semakin mempermudah pemakai dalam memahami serta mendapatkan informasi dengan cepat. Perkembangan dunia internet juga menjadi peluang bagi produsen pembuatan tempe untuk memiliki toko online untuk penjualan produk tempe tersebut.

4) Mendapatkan Pelanggan Baru

Untuk meraih segmen pasar yang lebih banyak lagi, usaha

pembuatan tempe tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan pelanggan baru dalam menjajakan produknya, dengan banyaknya usaha UMKM turunan yang berkecimpung dalam dunia kuliner dengan bahan baku yang memakai produk tempe akan menjadi suatu peluang yang besar untuk para pelaku usaha tempe dalam mengembangkan usahanya.

b. Ancaman Pengembangan Usaha Tempe

Faktor ancaman pengembangan usaha tempe di daerah penelitian yang dilakukan diperoleh berdasarkan rata-rata pendapat yang dikemukakan oleh pemilik usaha tempe di Nagori Pamatang Simalungun. Adapun faktor-faktor ancaman adalah:

1) Banyaknya Produsen Pesaing

Banyaknya produsen pesaing merupakan salah satu ancaman dari usaha tempe. Dengan hal ini para pesaing akan menciptakan strategi pengembangan yang berbeda-beda sehingga para produsen tempe di daerah penelitian diharuskan dapat meminimalisir ancaman tersebut agar tidak mengganggu proses

pengembangan usaha pembuatan tempe di daerah penelitian.

2) Banyaknya Produk Pengganti

Produk pengganti tempe ada sangat banyak seperti, tahu, telur, dan sebagainya. Dengan banyaknya produk pengganti maka ini menjadi sebuah ancaman bagi para pelaku usaha pembuatan tempe, sehingga para pelaku usaha harus dapat meminimalisir ancaman agar usaha tempe dapat berkembang.

3) Meningkatnya Biaya Produksi

Apabila harga bahan baku sedang tinggi atau tidak stabil maka untuk pengusaha pembuatan tempe merupakan suatu ancaman yang sangat mempengaruhi dimana jika harga bahan baku tinggi maka biaya pengeluaran akan semakin besar, hal ini terkadang membuat para pedagang hanya mampu membeli bahan baku sedikit. Sehingga produksi juga menurun.

4) Belum Adanya Izin yang Sah

Dalam melakukan perdagangan maka setiap perusahaan harus membuat surat izin usaha perdagangan. Tetapi kenyataannya, banyak para pelaku usaha kecil yang belum mengetahui tentang Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) ini.

Seperti kebanyakan pelaku usaha pembuatan tempe hanya membayar uang kebersihan atau keamanan saja.

4. Parameter Industri Rumah Tangga Tempe

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh di daerah penelitian, maka dapat dilihat faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal usaha pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun yaitu:

Tabel 9. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Pengembangan Industri Rumah Tangga Tempe Pembuatan Tempe di Nagori Pamatang Simalungun

Faktor-Faktor	Parameter
Faktor Internal <i>Strength</i> (Kekuatan)	a. Harga Produk Terjangkau
	b. Lokasi Produksi Strategis
	c. Bahan Baku Sederhana
	d. Modal usaha milik Pribadi
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	a. Daya tahan produk
	b. Modal terbatas
	c. Banyaknya pesaing
	d. Pekerjaan dilakukan secara manual
Faktor Eksternal <i>Opportunity</i> (Peluang)	a. Segmen pasar yang besar
	b. Perubahan pola hidup sehat
	c. Perkembangan teknologi promosi
	d. Mendapat pelanggan baru
<i>Threats</i> (Ancaman)	a. Banyaknya produsen pesaing
	b. Banyaknya produk pengganti
	c. Meningkatnya biaya produksi
	d. Belum adanya izin yang sah

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui beberapa parameter yang terdapat pada setiap faktor-faktor internal maupun eksternal. Parameter tersebut sebagai acuan untuk memperoleh penilaian atau rating dari responden. Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha pembuatan tempe di daerah penelitian, selanjutnya dilakukan tahap pengumpulan data, model yang digunakan adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*).

5. Matriks IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan atau organisasi (Sukanta, Sari & Darajat, 2018). Matriks IFE menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung dengan rating dan bobot. Hasil identifikasi faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, rating dan pembobotan ada di tabel berikut :

Tabel 10. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

FAKTOR INTERNAL (STRENGTH & WEAKNESS)				
	Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor
Strength	a. Harga Bahan Baku Relatif Murah	0.18	3.6	0.64
	b. Lokasi produksi strategis	0.17	3.3	0.56
	c. Bahan baku sederhana	0.15	3.0	0.45
	d. Modal pribadi	0.18	3.4	0.61
	Jumlah			2.26
Weakness	a. Daya tahan produk	0.08	1.5	0.12
	b. Modal terbatas	0.08	1.5	0.12
	c. Banyaknya pesaing	0.07	1.3	0.91
	d. Pekerjaan secara manual	0.10	1.9	0.19
	TOTAL	1,00		1.34
	S-W			3.60

Sumber : Data primer diolah, 2021

Tabel 10. merupakan hasil pengolahan data terhadap faktor internal yang diperoleh dari hasil penelitian ke beberapa responden usaha pembuatan tempe di Nagori Pematang Simalungun. Rating didapatkan dari hasil rata-rata akumulasi kuesioner yang disebarkan

kepada para responden penelitian. Nilai skor diperoleh dari hasil perhitungan rating (a) x bobot (b) dan nilai akhir dari total nilai *strength* dikurangi total nilai *weakness* adalah (+) 3.60.

Langkah-langkah dalam matriks EFE memiliki kesamaan dengan penyusunan matriks IFE. Hasil identifikasi faktor-faktor

6. Matriks EFE

Matriks EFE digunakan untuk memungkinkan penyusunan strategi untuk meringkas faktor peluang dan ancaman yang ada pada suatu organisasi (David, 2009).

eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dapat dilihat:

Tabel 11. Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Faktor Eksternal (Opportunity & Threats)				
Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor	
Opportunity	a. Segmen pasar yang besar	0.18	3.5	0.63
	b. Perubahan pola hidup sehat	0.17	3.3	0.56
	c. Perkembangan teknologi untuk promosi	0.17	3.4	0.57
	d. Mendapat pelanggan baru	0.16	3.2	0.51
Jumlah			2.27	
Threats	a. Banyaknya pesaing	0.07	1.3	0.09
	b. Banyaknya produk pengganti	0.07	1.4	0.09
	c. Meningkatnya biaya produksi	0.09	1.7	0.15
	d. Tidak adanya izin usaha yang sah	0.07	1.4	0.09
Jumlah	1.00		0.42	
O-T				2.66

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 11. dapat kita lihat bahwa jumlah keseluruhan dari matriks EFE memiliki jumlah 2.66 dimana angka tersebut bernilai positif.

Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa strategi pengembangan usaha rumah tangga pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun berada di

kuadran I dengan alternatif strategi pengembangan dengan cara agresif (memperbanyak produksi dan produk) untuk memanfaatkan membuat inovasi kualitas daya tahan peluang pasar yang besar

7. Matriks SWOT

Tabel 12. Matriks SWOT

Analisis Lingkungan Eksternal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	a. Harga Bahan Baku relatif murah b. Lokasi produksi strategis c. Bahan Baku Sederhana d. Modal usaha milik pribadi	a. Daya tahan produk b. Modal terbatas c. Banyaknya Pesaing d. Pekerjaan dilakukan secara manual
Analisis Lingkungan Eksternal	Peluang (Opportunity)	Strategi S-O
	a. Segmen pasar yang besar b. Perubahan pola hidup sehat pada masyarakat. c. Perkembangan teknologi untuk promosi d. Mendapat pelanggan baru	1. Memanfaatkan keterjangkauan harga bahan baku dan modal yang dimiliki untuk Menjangkau pangsa pasar yang besar melalui perkembangan pola hidup sehat di tengah masyarakat dalam usaha memasarkan produk. 2. Memanfaatkan bahan baku yang sederhana dan mudah didapat serta untuk memperbanyak produksi untuk menjadi pilihan mendukung perubahan pola hidup sehat pada masyarakat dan memasok produk ke pelanggan baru.
Ancaman (Threats)	Strategi S-T	Strategi W-O
	a. Banyaknya produsen pesaing b. Banyaknya produk pengganti c. Meningkatnya biaya produksi d. Tidak adanya izin usaha yang sah	1. Memanfaatkan harga bahan baku yang terjangkau dan bahan baku yang mudah didapat untuk bisa tetap bersaing dengan produsen pesaing. 2. Memanfaatkan modal milik pribadi untuk memiliki izin yang sah
		Strategi W-T
		1. Meningkatkan kualitas daya tahan produk agar lebih memiliki ciri khas produk untuk dapat menyaingi pasar oleh produk milik produsen lain. 2. Meningkatkan modal usaha dan kualitas produk untuk bisa menjadi produk utama yang dicari oleh konsumen.

8. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Tempe
 a. Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan adalah:

- 1) Memanfaatkan keterjangkauan harga bahan baku dan modal yang dimiliki untuk menjangka pangsa yang besar melalui perkembangan pola hidup sehat di tengah masyarakat dalam usaha memasarkan produk.
- 2) Memanfaatkan bahan baku yang sederhana dan mudah didapat serta untuk memperbanyak produksi untuk menjadi pilihan mendukung perubahan pola hidup sehat pada masyarakat dan memasok produk ke pelanggan baru.

b. Strategi S-T (*Strength-threats*)

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman, yaitu :

- 1) Memanfaatkan harga produk yang terjangkau dan bahan baku yang mudah didapat untuk bisa tetap bersaing dengan produsen pesaing.
- 2) Memanfaatkan modal milik pribadi untuk memiliki izin yang sah

c. Strategi W-O (*weakness-opportunity*)

Strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan

peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada, yaitu :

- 1) Meningkatkan kualitas daya tahan produk melalui pelatihan untuk pemanfaatan untuk mencapai pasar yang lebih besar sehingga dapat menjangkau pelanggan baru.
- 2) Meminimalisir tingkat persaingan pasar dengan meningkatkan kualitas produksi memanfaatkan perkembangan teknologi promosi dalam mencapai segmen pasar yang lebih besar.

d. Strategi W-T (*weakness-threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan meminimalisasikan kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman, yaitu meningkatkan promosi agar dikenal dan dapat menyaingi brand image yang sudah berkembang terlebih dahulu.

Untuk itu terdapat beberapa alternatif strategi dalam pengembangan usaha pembuatan tempe di daerah penelitian.

Strategi yang dapat diterapkan dalam usaha pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas daya tahan produk agar lebih memiliki ciri khas produk untuk dapat menyaingi pasar oleh produk yang dimiliki oleh produsen tempe yang lain.
- 2) Meningkatkan modal usaha dan kualitas produk untuk bisa menjadi produk utama yang dicari oleh konsumen.

KESIMPULAN

Dari analisis yang dilakukan terhadap hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kekuatan dalam pengembangan industri rumah tangga tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun yaitu harga produk yang terjangkau, lokasi produksi strategis, bahan baku sederhana, dan modal usaha milik pribadi.
2. Kelemahan dalam pengembangan usaha rumah tangga pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun

Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun adalah daya tahan produk, modal terbatas, banyaknya pesaing, dan pekerjaan/ proses produksi dilakukan secara manual.

3. Peluang dalam pengembangan usaha rumah tangga pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun ini adalah segmen pasar yang besar, perubahan pola hidup sehat di masyarakat, perkembangan teknologi promosi dan mendapatkan pelanggan baru semakin terbuka.
4. Ancaman dalam pengembangan usaha rumah tangga pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun ini adalah banyaknya pesaing, banyaknya produk pengganti, meningkatnya biaya produksi dan tidak adanya izin usaha yang sah.
5. Alternatif strategi dalam pengembangan usaha rumah tangga pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun telah didapat.

Strategi yang dapat diterapkan dalam usaha pengembangan usaha rumah tangga pembuatan tempe di Nagori Pamatang Simalungun Kecamatan Siantar Kabupaten Simalungun ialah **Strategi S-O (Strength-Opportunity)**, Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan adalah :

- a. Memanfaatkan keterjangkauan harga bahan baku dan modal yang dimiliki untuk menjangka pangsa yang besar melalui perkembangan pola hidup sehat ditengah masyarakat dalam usaha memasarkan produk.
- b. Memanfaatkan bahan baku yang sederhana dan mudah didapat serta untuk memperbanyak produksi untuk menjadi pilihan mendukung perubahan pola hidup sehat pada masyarakat dan memasok produk ke pelanggan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Kabupaten Simalungun Dalam Angka 2018*. BPS Kabupaten Simalungun. Bungin, H. M. B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- David, F. R. (2009). *Strategic Management Manajemen Startegis Konsep*. Buku 1, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Fatmawati, Nur Laela. (2009). *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten*. Skripsi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Oktaviani, Tia Karlina. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kecil Pengrajin Tempe (Studi Kasus: Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang)*. Skripsi Universitas Medan Area. Medan
- Sukanta, Dessy Agustina Sari, & Andhika Ahmad Darajat.

(2018). *Peningkatan Pada Analisis Strategi Pemasaran Produk Dies Di PT KLM.* JRMSI (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia) Vol 9. No (1). Hal: 79–87. doi: 10.21009/jrmsi.009.1.06

Yusniaji, F., & Erni Widajanti. (2013). *Analisis Penentuan Persediaan Bahan Baku Kedelai yang Optimal dengan Menggunakan Metode Stockhastic pada PT. Lombok Gandaria.* Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 13. No (2). Hal: 158–170.