

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI KERIPIK TALAS (STUDI KASUS PADA USAHA RUMAH TANGGA KHALISTA DI TANAH SIRAH NAGARI KOTO ANAU KECAMATAN LEMBANG JAYA KABUPATEN SOLOK)

Helmayuni¹, Edi Firnando², Neva Nadia Putri³

¹⁻³Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok
helma_jati@yahoo.co.id¹, edi_firnando@yahoo.com², nevanadia98@gmail.com³

ABSTRACT

Solok Regency is one of the taro producing areas, one of which is in Tanah Sirah Nagari Koto Anau. Farmers in this area have cultivated a lot of taro plants. Taro plants in this area have also been processed into taro chips, as is done by the Khalista household business. This study aims to determine the strategies that can be used for the Khalista taro chips household business in developing its business. The research was conducted using the case study method. The data collected is in the form of primary and secondary data. Sampling of farmers using the Simple Random Sampling technique and samples were taken as many as 31 people or 40% of the 78 people (population). Data analysis used is SWOT analysis. Based on the results of the analysis of the Khalista Talas Chips household business, it is known that the Khalista Talas Chips Home Industry has been established since 2015 and continues to produce until now. This business, which is managed by simple management, continues to grow, producing processed products made from taro plants which are purchased from farmers around the location. The results of the SWOT analysis show that the position of the Khalista Taro Chips home industry business in Lembang Jaya District, Solok Regency is in quadrant I with coordinates (0.84; 1.21), with the strategy formulation being S-O (Aggressive Strategy). This strategy uses internal strengths by taking advantage of external opportunities.

Keywords: Household Business, Strategy, Development

ABSTRAK

Kabupaten Solok merupakan salah satu daerah penghasil talas salah satunya di Tanah Sirah Nagari Koto Anau. Petani di daerah ini sudah banyak membudidayakan tanaman talas. Tanaman talas di daerah ini juga sudah diolah menjadi keripik talas, seperti yang dilakukan oleh usaha rumah tangga Khalista. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan bagi usaha rumah tangga keripik talas Khalista dalam mengembangkan usahanya. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Pengambilan sampel petani menggunakan teknik Simple Random Sampling dan diambil sampel sebanyak 31 orang atau 40% dari 78 orang (populasi). Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis terhadap usaha rumah tangga Keripik Khalista Talas diketahui bahwa Industri Rumah Tangga Keripik Khalista Talas berdiri sejak tahun 2015 dan terus berproduksi hingga saat ini. Usaha yang dikelola dengan manajemen sederhana ini terus berkembang hingga menghasilkan produk olahan berbahan dasar tanaman talas yang dibeli dari petani sekitar lokasi. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi usaha home industri Keripik Khalista Taro di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok berada pada kuadran I dengan koordinat (0,84; 1,21), dengan rumusan strategi S-O (Strategi Agresif). Strategi ini menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

Kata Kunci : Bisnis Rumah Tangga, Strategi, Pengembangan

PENDAHULUAN

Usaha pengolahan pangan yang didukung oleh sumberdaya pertanian, yang berasal dari bahan nabati maupun hewani telah berhasil menciptakan berbagai produksi olahan pangan yang berasal dari sumberdaya alam lokal. Saat ini Indonesia memiliki banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal dan diolah secara tradisional. Dengan berkembangnya produk lokal maka jumlah dan jenis produk pangan

semakin meningkat, salah satunya industri pengolahan talas (Rahmah, dkk , 2019)

Rudyatmi dan Rahayu (2014) menyatakan masyarakat Indonesia memanfaatkan talas sebagai sumber pangan alternatif. Pengolahan produk pangan ringan yang selalu mengalami peningkatan, mengakibatkan permintaan makanan ringan mulai diminati, dapat kita lihat dari banyaknya produk-produk makanan instan

yang bervariasi dan beragam kandungan suplemennya banyak dibutuhkan konsumen. Pengolahan umbi talas oleh masyarakat dibuat menjadi makanan-makanan tradisional yang mudah rusak dengan masa penyimpanan yang singkat.

Kabupaten Solok adalah salah satu wilayah sentra produksi tanaman talas, salah satunya di Tanah Sirah Nagari Koto Anau, Petani di daerah ini telah banyak membudidayakan tanaman talas, sehingga menghasilkan produksi yang berlimpah. Namun dalam mengolah tanaman talas masih belum optimal sehingga perlu adanya kegiatan pengolahan lebih lanjut umbi tanaman talas ini.

Dengan adanya proses pengolahan, produksi umbi talas yang berlimpah disuatu daerah dapat meningkatkan pendapatan petani, karena harga jual yang lebih tinggi dari pada sebelum melalui proses pengolahan. Salah satu pengolahan hasil pertanian yang tidak cepat rusak dengan waktu penyimpanan yang cukup lama adalah olahan keripik.

Usaha Rumah Tangga Khalista merupakan salah satu industri rumah tangga pengolahan di Kabupaten Solok. Proses pengolahan keripik talas Kalista yang masih menggunakan cara tradisional, walaupun demikian penjualannya sangat baik di pasaran bahkan pembeli atau konsumennya berasal dari berbagai daerah. Usaha ini telah dimulai sejak tahun 2015 dan terus berjalan sampai saat sekarang ini.

Usaha Rumah Tangga Khalista sangat membantu petani talas sekitar karena industri ini menampung seluruh produksi talas yang di hasilkan petani. Sebelum berdirinya Industri Rumah Tangga Khalista, setiap produksi talas yang di hasilkan petani hanya di jual langsung ke pasar berupa bahan mentah dengan harga yang murah. Saat ini usaha Rumah Tangga Khalista telah menampung umbi talas tersebut

dan diolahnya menjadi keripik talas lalu di pasarkan kembali ke pasar lokal yang ada di Kabupaten Solok.

Usaha rumah ini merupakan usaha pengolahan hasil pertanian yang cukup strategis dan diharapkan mampu meningkatkan pendapatan pengusaha sendiri dan pendapatan petani tanaman talas di daerah ini. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas perlu diketahui bagaimana langkah-langkah yang perlu diterapkan oleh usaha rumah tangga Khalista dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Produksi Keripik Talas (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista Di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dapat dilakukan Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista dalam pengembangan usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakusakan pada industri Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Sumatera Barat. Penelitian dan pengolahan data dilakukan selama 2 (dua) bulan, terhitung mulai bulan Juli 2022.

Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Responden pada penelitian ini yaitu pemilik usaha dan karyawan yang berjumlah lima orang, dua orang pemilik usaha dan tiga orang karyawan, serta petani talas di sekitar tempat usaha tersebut. Sampel dari petani diambil secara *Simple Random Sampling* di daerah ini, dimana dari total populasi berjumlah 78 orang diambil sebanyak 31 orang (40%)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, pengamatan secara langsung, dan pengisian

kuesioner, serta dokumentasi yang diperoleh dari Usaha Industri Rumah Tangga Khalista. Sedangkan data sekunder dibutuhkan untuk mendukung data pokok yang diperoleh dari beberapa buku yang terkait dengan penelitian, studi kasus, literatur dari instansi yang terkait seperti Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pertanian Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok, Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok, Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal, artikel, dan laporan tahunan.

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah faktor internal dan faktor eksternal usaha Rumah Tangga Khalista, yang bertujuan untuk menjawab analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Tahap-tahap yang dilakukan untuk mengidentifikasi faktor lingkungan internal dalam matriks IFE (*Internal Faktor Evaluasi*), dan faktor lingkungan eksternal dalam matriks EFE (*Eksternal Faktor Evaluasi*) Industri Rumah Tangga dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan (faktor lingkungan internal), dan faktor-faktor peluang serta ancaman (faktor lingkungan eksternal) dalam kolom 1 (k1). Seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Penilaian Bobot dan Rating Faktor-faktor Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

IFE/EFE (k1)	Penilaian Responden Ke-i (k2)				Nilai Xi (k3)	Bobot (k4)	Rating (k5)
	1	2	3	...			
A							
B							
C							
D							
...							
Jumlah						1,00	

2. Membuat kategori pengukuran, yaitu untuk mengetahui penilaian responden terhadap faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Industri Rumah

Tangga pada kolom 2 (k2). Pemberian nilai responden masing-masing faktor berdasarkan pengaruh faktor lingkungan internal dan eksternal terhadap kondisi Industri Rumah Tangga yang bersangkutan. Pemberian nilai (k2) dengan skala yang digunakan yaitu: 1 = kurang baik, 2 = agak baik, 3 = baik, dan 4 = sangat baik (untuk kategori faktor-faktor kekuatan dan peluang). Sedangkan untuk faktor kelemahan dan faktor ancaman dengan skala yaitu: 1 = sangat buruk, 2 = buruk, 3 = agak buruk, dan 4 = kurang buruk.

3. Jumlahkan nilai keseluruhan setiap variabel Ke-i (k2) berdasarkan masing-masing faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Industri Rumah Tangga dalam kolom 1 (k1). Hasilnya berupa nilai Xi pada kolom 3 (k3).
4. Beri bobot pada kolom 4 (k4), untuk bobot dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel pada kolom 3 (k3) terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel pada (k3) dalam faktor-faktor kekuatan dan kelemahan (faktor-faktor peluang dan ancaman), lalu dihitung bobot relatif dengan total 1 atau 100% dengan menggunakan rumus bobot (Kinnear dan Taylor, 1991) sebagai berikut:

$$B = \frac{X_i}{\sum_{i=1} X_i}$$

Dimana:

- B : Bobot variabel Ke-i.
- Xi : Nilai variabel Xi.
- $\sum X_i$: Jumlah variabel Xi.
- i : 1,2,3,...

5. Beri rating pada kolom 5 (k5). Rating setiap variabel diperoleh dari nilai setiap variabel pada (k3) terhadap jumlah variabel (responden) pada (k2) dalam faktor kekuatan dan faktor kelemahan (faktor peluang dan faktor ancaman) digunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{X_i}{n}$$

Dimana:

- R : Rating variabel Ke-i
- Xi : Nilai variabel Xi.
- N : Jumlah variabel Ke-i

Penyusunan matriks Internal Faktor Evaluasi (IFE) dan matriks Eksternal Faktor Evaluasi (EFE) Industri Rumah Tangga Khalista dapat dilihat pada tabel 2. Dimana Total skor matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi) berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2,50. Bila total skor matriks IFE (3,0-4,0) berarti kondisi EFE dikelompokkan dalam kuartan (3,0-4,0), berarti pesaing mempunyai respon yang kuat terhadap peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap usahanya, rata-rata (2,0-2,99) artinya pesaing merespon sedang terhadap peluang dan ancaman yang ada rata-rata (1,0-1,99) berarti pesaing tidak dapat merespon peluang dan ancaman yang ada dalam Industri Rumah Tangga.

⊕ Tabel 2. Matriks IFE dan Matriks EFE Industri Rumah Tangga :

Kekuatan / Kelemahan (IFE)	Bobot	Rating	Bobot X Rating (skor)
Kekuatan : 1. Merek produk cukup dikenal 2. Umur usaha sudah cukup lama 3. Produksi secara terus-menerus 4. Tersedia angkutan kendaraan pribadi 5. Laba/ keuntungan Kelemahan : 1. Lokasi kurang strategis 2. Manajemen sederhana 3. Tidak menggunakan peomosi 4. Perelatan masih tradisional			
Peluang / Ancaman (EFE)			
Peluang : 1. Permintaan produk 2. Pemasaran peoduk yang cukup luas 3. Kebijakan pemerintah dan perbankan 4. Lapangan pekerjaan 5. Ketersediaan bahan baku Ancaman : 1. Kecenderungan masyarakat di pasar yang lengkap 2. Adanya pesaing			
Total	1,00		

Untuk selanjutnya memanfaatkan semua informasi dalam model kuantitatif diatas untuk merumuskan strategi alternatif dengan menggunakan matrik SWOT dengan menentukan strategi Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, dan Strategi WT. Terakhir dilakukan penetapan posisi usaha rumah tangga Keripik Talas Khalista dengan pemilihan strategi utama dengan menggunakan diagram analisis SWOT.

Diagram analisis SWOT diperoleh dari nilai skor pembobotan dalam matriks Internal Faktor Evaluasi (IFE) dan matriks Eksternal Faktor Evaluasi (EFE).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista telah beroperasi semenjak tahun 2015 sampai sekarang. Hal ini menunjukkan bahwa usaha keluarga ini telah cukup lama menjalankan usahanya, sehingga pengelola memiliki cukup pengalaman dalam memproduksi Keripik Talas. Usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista di kelola oleh Ibu Yasri Madona. Usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista yang didirikan modalnya bersumber dari milik sendiri. Usaha ini awalnya hanya bertujuan untuk membantu perekonomian keluarga, tetapi dengan seiring berjalannya waktu industri rumah tangga ini juga dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Dalam perjalanannya usaha industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista telah mendapatkan izin produksi dibuktikan dengan dimilikinya dokumen-dokumen pendukung pendirian usaha sebagaimana yang diatur oleh regulasi yang ada.

Strategi Pengembangan Usaha Keripik Talas Industri Rumah Tangga Khalista.

Untuk melihat Strategi Pengembangan Produksi Keripik Talas (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok) digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai factor secara sistematis yang bertujuan untuk merumuskan strategi yang dilaksanakan perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun dengan sekaligus bersamaan mampu

meminimumkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti,2006 ;Noor, 2014).

Analisis SWOT dalam rangka menyusun strategi pengembangan usaha diawali dengan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada lingkungan internal dan eksternal usaha. Setelah mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas, tahap selanjutnya adalah memasukkan ke dalam kategori pengukuran faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal usaha Rumah Tangga Keripik Talas dengan menyusun tabel matrik IFE (Internal Faktor Evaluasi) dan matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluasi) Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi) Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
I. Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
a. Merek produk cukup dikenal	0,13	3	0,39
b. Umur usaha sudah cukup lama	0,13	3	0,39
c. Produksi secara terus-menerus	0,17	4	0,70
d.Tersedianya angkutan kendaraan pribadi	0,13	3	0,39
e. Laba (Keuntungan)	0,13	3	0,39
Jumlah Kekuatan	0,69	16	2,26
II.Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
e. Lokasi kurang strategis	0,09	2	0,18
f. Manajemen sederhana	0,09	2	0,18
g.Tidak menggunakan promosi	0,04	1	0,04
h.Peralatan yang digunakan masih sederhana atau tradisional	0,09	2	0,18
Jumlah Kelemahan	0,31	7	0,58
Total	1,00	23	2,84

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE pada tabel faktor strategi internal yang merupakan kekuatan terbesar dan paling berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya, yaitu Produksi secara terus menerus dengan nilai tertimbang 0,70. Hal ini mengidentifikasi bahwa dalam melakukan usaha, Usaha Rumah Tangga Keripik Talas telah melakukan produksi yang berkelanjutan dan terus memasarkan produksinya ke langganan atau mitra yang sudah ada.

Faktor strategi internal yang merupakan kelemahan terbesar dan paling berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya adalah manajemen sederhana dengan nilai 0,18. Hal ini tentunya akan berdampak pada pengelolaan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista. Untuk meningkatkan kualitas usaha, perlu adanya perubahan sistem manajemen pengelolaan usaha misalnya dengan menggunakan manajemen moderen. Selain itu, usaha ini tidak melakukan promosi usaha dengan nilai tertimbang 0,04.

Hasil analisis matriks IFE untuk melihat kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai tertimbang pada posisi internal sebesar 2,84, yaitu posisi memanfaatkan kekuatan menghadapi kelemahan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista. Dengan ini, dapat diambil kesimpulan bahwa usaha Rumah Tangga telah mampu mengatasi kelemahannya dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki karena berada pada kisaran posisi di atas rata-rata 2,50.

Tabel 4. Matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluasi) Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
a. Permintaan produk	0,14	3	0,43
b. Pemasaran produk yang cukup luas	0,14	3	0,43
c. Kebijakan pemerintah dan perbankan	0,19	4	0,76
d. Lapangan pekerjaan	0,14	3	0,43
e. Ketersediaan bahan baku	0,19	4	0,76
Jumlah Peluang	0,80	17	2,81
Ancaman (<i>Threats</i>)			
f. Kecenderungan masyarakat belanja dipasar yang lengkap	0,10	2	0,20
g. Adanya pesaing	0,10	2	0,20
Jumlah Ancaman	0,20	4	0,40
Total	1,00	21	3,21

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE pada tabel diatas, faktor strategi eksternal yang merupakan peluang terbesar dan paling berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok adalah kebijakan pemerintah/ perbankan dan adanya ketersediaan bahan baku dengan nilai

tertimbang sebesar 0,76. Sedangkan 3 peluang lainnya dengan nilai 0,43 yaitu permintaan produk, pangsa pasar dan ketersediaan lapangan kerja.

Faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman untuk pengembangan usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok adalah adanya pesaing dengan nilai 0,20. Hasil analisis matriks EFE untuk peluang dan ancaman didapatkan total nilai tertimbang yaitu sebesar 3,2. Usaha ini harus memanfaatkan peluang yang ada dan melakukan antisipasi untuk menghadapi ancaman pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas dari pihak pesaing.

Tujuan dari tahap analisis terhadap faktor-faktor strategi (matriks SWOT) adalah untuk menghasilkan strategi alternatif yang layak, bukan untuk memilih strategi mana yang terbaik. Berdasarkan matriks SWOT terdapat 4 (empat) strategi alternatif, yaitu strategi S-O (Strenght-Opportunities), strategi S-T (Strenght-Threats), strategi W-O (weaknesses-Opportunities), dan strategi W-T (Weaknesses-Threats). Hasil analisis matriks SWOT Usaha rumah tangga Keripik Talas Khalista terhadap 4 tipe strategi alternatif SWOT yang dapat dirumuskan untuk pengembangan usaha. Strategi tersebut diantaranya adalah:

Strategi (S-O): Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut:

a. Dengan di kenalnya merek produk dapat di jadikan sebuah strategi untuk memperluas pasar. Strategi ini bertujuan agar produsen dapat meningkatkan penjualannya atau memperluas pasar

dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen.

b. Pengalaman usaha yang cukup lama dapat di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berdaya saing. Stategi ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang berdaya saing dengan cara meningkatkan kualitas produk dengan memanfaatkan pengalaman berusaha, sehingga produk yang dihasikan berkualitas dan dapat bersaing dengan produk lain.

Strategi (W-O): Strategi W-O merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut :

a. Promosi dapat di gunakan sebagai upaya untuk menyebar luaskan produk/ memperluas pasar. Strategi ini bertujuan agar usaha yang dilakukan dapat dikenal oleh kelayak ramai bukan hanya masyarakat lokal. Melalui promosi tentu akan berdampak pada peningkatan pendapatan sehingga dapat meningkatkan modal untuk pengembangan usaha keripik talas kearah yang lebih baik.

b. Bantuan pemerintah / kebijakan pemerintah dapat di jadikan sebagai meningkatkan kualitas manajemen produk. Strategi ini bertujuan membantu industri rumah tangga keripik talas dalam menggapai tujuan yang diinginkan, melalui bantuan berupa uang, peralatan, pelatihan, dan penyuluhan yang di adakan oleh pemerintah untuk menunjang keberhasilan industri rumah tangga.

Strategi (ST) : Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk mengatasi ancaman eksternal Usaha Industri Rumah Tangga

Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut

- a. Perlu upaya untuk memperbaiki kualitas produk sehingga bisa masuk ke pasar modern. Strategi ini bertujuan untuk mengajak para industri agar dapat memperbaiki kualitas produk seperti bentuk yang seragam atau sesuai dengan permintaan konsumen sehingga mampu bersaing dengan produk lain. Diharapkan agar pasar yang telah diisi tetap di pertahankan dan meraih pasar yang baru dalam peningkatan penjualan yang kualitasnya lebih baik.
- b. Memanfaatkan ketersediaan sarana transportasi untuk di manfaatkan dalam memperluas pasar. Strategi ini bertujuan agar mempermudah dalam pemasaran produk keripik talas kepada konsumen tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk transportasi.

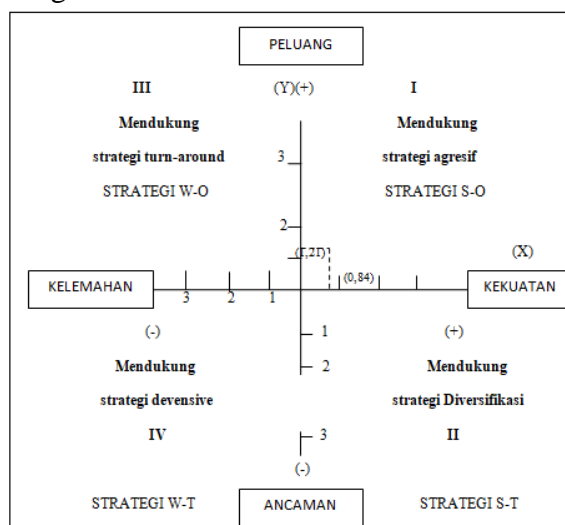
Strategi (WT): Strategi W-T merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut :

- a. Menjadikan pasar modern sebagai lokasi pemasaran produk Keripik Talas. Strategi ini bertujuan untuk mempermudah produsen mendistribusikan produknya kepada konsumen secara langsung tanpa perantara. Melalui pasar modern produsen dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen yang lebih luas, sehingga meningkatkan permintaan terhadap produk yang dapat meningkatkan keuntungan bagi produsen.
- b. Perlu upaya menjalin kerja sama pihak akademis/ instansi terkait, guna mendapatkan teknologi yang tepat untuk

mengolah talas. strategi ini bertujuan untuk mengarahkan para industri pada teknologi yang tepat guna dalam hal produksi keripik talas sehingga menghasilkan produk yang berkualitas sesuai permintaan pelanggan.

Penetapan Posisi dan Strategi Utama Pada Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista.

Analisis SWOT dapat ditujukan untuk merumuskan strategi utama pengembangan usaha rumah tangga keripik talas Khalista. Berdasarkan data faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas didapatkan skor pembobotan sebagai berikut: faktor kekuatan = 2,26, faktor kelemahan = 0,58, faktor peluang = 2,81, dan faktor ancaman = 0,40. Dari skor pembobotan diplotkan diagram analisis SWOT dengan perhitungan faktor kekuatan dikurangi dengan faktor kelemahan dibagi 2 (dua); faktor peluang dikurangi dengan faktor ancaman dibagi 2 (dua). Diperoleh dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan koordinat (0,84 ; 1,21), dapat dilihat pada gambar di bawah sebagai berikut :



Gambar. Posisi Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista

Berdasarkan diagram SWOT Tersebut menunjukkan bahwa posisi strategis dalam mengembangkan Usaha Industri Rumah

Tangga Keripik Talas “Khalista” Kabupaten Solok terletak pada kuadran I. Kuadran ini mendeskripsikan keadaan yang sangat menguntungkan perusahaan dalam pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga “Khalista” karena mempunyai kekuatan dan peluang dan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dalam kondisi ini maka strategi yang diterapkan dalam pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga “Khalista” adalah memanfaatkan kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*), dengan harapan Industri Khalista tersebut dapat berkembang.

Strategi ini dapat ditempuh melalui 3 (tiga) strategi pula yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk:

1. Strategi Penetrasi Pasar : usaha untuk meningkatkan penjualan hasil produk melalui pemasaran yang lebih agresif yaitu dilakukan dengan strategi sebagai berikut :
 - a. Mendorong langganannya untuk memperbesar tingkat pembeliannya dengan meningkatkan frekuensi produk keripik talas.
 - b. Memperbesar usaha untuk menarik para pembeli produk pesaing. Serta menawarkan harga keripik talas yang lebih menarik, promosi yang lebih kuat, dan jaringan distribusi yang lebih luas keluar provinsi Sumatera.
2. Strategi Pengembangan Pasar : usaha untuk meningkatkan hasil penjualan dengan menempatkan hasil produknya kedalam pasar yang baru, dilakukan dengan strategi sebagai berikut :
 - a. Memperluas pasar yang sifatnya regional, dan nasional maupun internasional.
 - b. Menarik segmen pasar yang baru, melalui pengembangan hasil

produksi keripik talas dengan versi yang berdaya saing.

3. Strategi Pengembangan Produk: usaha untuk meningkatkan penjualan dengan mengembangkan produk baru atau adanya diversifikasi produk untuk pasar yang ada saat ini, dilakukan dengan strategi sebagai berikut :
 - a. Pengembangan penampilan atau isi produk keripik talas dengan menyesuaikan, mengubah seperlunya, mengganti, merancang kembali.
 - b. Menciptakan produk keripik talas dengan cita rasa yang khas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produsen Khalista perlu memperbaiki Produk Keripik Talas yang dihasilkan sesuai kriteria yang diminta oleh pelanggan lama maupun baru, serta memperbesar dan memperluas Usaha Keripik Talas untuk menarik segmen pasar yang baru dengan pengembangan hasil produk melalui penggunaan bahan baku talas yang berkualitas sehingga mampu menghasilkan Keripik Talas yang berdaya saing. Sehubungan dengan itu, produsen Khalista perlu memperluas pasar dan jaringan distribusi yang lebih luas dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait, seperti pemerintah, petani talas, Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD) Dinas Terkait Pemerintah Kabupaten Solok, Balai Penyuluhan Pertanian (BPP), dan pelanggan keripik talas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan didapatkan kesimpulan berikut ini:

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok berada pada kuadran I dengan koordinat (0,84 ; 1,21),

dengan rumusan strateginya adalah S-O (Strategi Agresif). Strategi ini menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Dimana berbekal pengalaman usaha dan sudah dikenal luasnya merek produk Khalista dapat di jadikan strategi untuk meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi produk untuk memenuhi permintaan pasar yang makin luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29-39.
- Kemala, N., & Wulandari, S. A. (2017). Dampak Kemasan terhadap Kuantitas Penjualan Produk USAha Agroindustri CV. Tuli Mario di Tangkit Baru Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(1), 1-7.
- Mustika, Y. N. (2014). Analisis Permintaan Kredit Modal Kerja Usaha Kecil Di Koperasi Serba Usaha Gandok Sragen (*Universitas Muhammadiyah Surakarta, Doctoral dissertation*).
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Nuraidah M, A. I. D. A. (2020). Usulan Strategi Pemasaran Perumahan Menggunakan Analisis Sswot Dan Matriks Qspm (Studi Kasus: Perumahan Green Hill, Pasir Putih) (*Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, Doctoral dissertation*).
- Putra, I. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Air Mata Ebhu Di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan (*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Doctoral dissertation*).
- Putra, A. (2018). Perancangan Kemasan Canggoreng Sa'ma Polewali Mandar (*Universitas Negeri Makassar, Doctoral dissertation*).
- Ridwan, M., & Hatuwe, M. (2017). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform*, 2(2), 187-199.
- Sajari, I. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Pada UD. Mawar di Gampong Batee Ie Liek Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 1(1), 210819.
- Sulaeni, S., & Wibowo, A. S. (2018). Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah Dikawasan Agropolitan Kabupaten Serang. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(2), 141-151.
- Zenda, R. H. (2017). Peranan Sektor Industri Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Surabaya. *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(01).