

STRATEGY DEVELOPMENT SMALL BUSINESSES TEMPEH CHIPS IN THE VILLAGE BULUH RAMPAI SEBERIDA DISTRICT OF INDRAGIRI HULU

Novi Sulistiani¹, Sumarno², Hardisem Syabus³

Email :novi.sulistiani04@yahoo.com, mr_smno@yahoo.com, hardi_545@yahoo.co.id

No. Hp. 085363160593

**Study Program Ekonomic Education
Faculty of Teachers Training and Education
Riau University**

***Abstract :** One type of small business in Indragiri Hulu is tempeh chips. Analysis of the strategies needed to develop small businesses tempeh chips in the village Buluh Rampai Seberida District of Indragiri Hulu in fact small businesses tempeh chips is one of the livelihoods of people in rural Buluh Rampai and should this business is more advanced because it has the advantages of the product . In addition it should be reviewed appropriate development strategy to boost small businesses tempeh chips were analyzed using SWOT matrix . The purpose of this study was to determine alternative effective strategy implemented to develop small businesses tempeh chips. Research was conducted on employers tempeh crisps , as many as eight business units. The results showed that small businesses tempeh chips in the village Buluh Rampai Seberida District of Indragiri Hulu in position V with a concentration strategy through horizontal integration or stability (no change in revenue) . alternative strategies that can be applied to develop small businesses tempeh chips in the village Buluh Rampai District of Seberida Indragiri Hulu namely Maintaining tempeh chips as typical food from the public , the use of labor from the surrounding area to increase production , optimize the management of the business to raise capital so that goods produced more maximum , more reintroduce that tempe chips as snack center in Desa Buluh Rampai Seberida District of Indragiri Hulu.*

***Keywords :** Strategy Development , Small Business*

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL KERIPIK TEMPE DI DESA BULUH RAMPAI KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Novi Sulistiani¹, Sumarno², Hardisem Syabrus³
Email :novi.sulistiani04@yahoo.com, mr_smno@yahoo.com, hardi_545@yahoo.co.id
No. Hp. 085363160593

**Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau**

Abstrak : Salah satu jenis usaha kecil yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu adalah keripik tempe. Analisis strategi dibutuhkan untuk mengembangkan usaha kecil keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu pada kenyataannya usaha kecil keripik tempe merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat di desa Buluh Rampai dan seharusnya usaha ini bisa lebih berkembang karena mempunyai keunggulan produk. Selain itu perlu dikaji strategi pengembangan yang tepat untuk dapat meningkatkan usaha kecil keripik tempe yang dianalisis dengan satu matriks SWOT. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui alternatif strategi yang efektif diterapkan untuk mengembangkan usaha kecil keripik tempe. Penelitian ini dilakukan pada pengusaha keripik tempe yang berjumlah 8 unit usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha kecil keripik tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu berada pada posisi V dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan). Alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha kecil keripik tempe yang ada di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yaitu Mempertahankan keripik tempe sebagai makanan khas masyarakat, Pemanfaatan tenaga kerja dari wilayah sekitar untuk meningkatkan produksi, Pengoptimalan pengelolaan usaha dengan menambah modal sehingga barang yang dihasilkan lebih maksimal, Lebih memperkenalkan lagi bahwa keripik tempe sebagai sentra makanan kecil di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, Usaha kecil

PENDAHULUAN

Industrialisasi di Indonesia sejak Pelita I hingga saat ini telah mencapai hasil yang diharapkan. Setidaknya, industrialisasi telah mengakibatkan transformasi struktural di Indonesia. Dengan pertumbuhan rata-rata per tahun sebesar 11,9 persen selama 1950-1980 dan 6,1 persen selama 1980-1992, ternyata sektor industri telah menggeser peranan sektor pertanian dalam pembangunan (Mudrajad Kuncoro, 2007).

Kemudian pada krisis moneter dan ekonomi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 1998 menyebabkan sektor industri mengalami kebangkrutan, khususnya industri besar dan menengah yang menggunakan bahan baku impor. Industri terpaksa melakukan Pemutusan Hubungan Kerja terhadap sebagian karyawannya mengakibatkan angka pengangguran meningkat.

Jatuhnya sebagian usaha besar dan menengah serta adanya keterbatasan yang dimiliki tenaga kerja menjadi momentum bagi perubahan struktur ekonomi yang berorientasi pada usaha kecil. Sektor usaha kecil merupakan sektor yang masih bertahan ditengah-tengah krisis ekonomi dan perlu untuk dikembangkan, karena sektor usaha kecil merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana.

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007), Pengembangan usaha kecil adalah cara yang dinilai besar peranannya dalam pengembangan usaha manufaktur. Pengembangan usaha kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran mengingat teknologi yang digunakan adalah teknologi padat karya sehingga bisa memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha, yang pada gilirannya mendorong pembangunan daerah dan kawasan pedesaan.

Ketatnya kompetisi dalam dunia industri dewasa ini sebagai akibat dari perkembangan teknologi menuntut setiap perusahaan untuk lebih teliti dan terarah dalam menilai dan memfokuskan diri dalam persaingan produk maupun sistem industri. Penilaian suatu perusahaan terhadap produknya dan sistemnya sendiri serta terhadap produk dan terhadap sistem dari para pesaingnya membuat perusahaan mengetahui apa yang harus dilakukannya untuk menghadapi para pesaingnya. Sedangkan fokus produk dan sistem sebuah perusahaan akan menentukan masa depan dari usaha tersebut (Rangkuti, 2009).

Rangkuti (2009) mengungkapkan bahwa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman merupakan empat sisi utama yang penting dalam menilai posisi produk dan sistem yang ada dari sebuah perusahaan dalam persaingan dengan produk dan sistem dari perusahaan lainnya yang sejenis. Penilaian terhadap sisi kekuatan sebuah produk dan sistem dari sebuah perusahaan akan memicu perusahaan tersebut untuk menonjolkan sisi kekuatannya untuk memberikan nilai tambah dibandingkan produk dan sistem dari perusahaan lain. Penilaian terhadap sisi kelemahan dapat membuat perusahaan tersebut berusaha mengatasi kelemahan dari produk dan sistemnya tersebut. Penilaian terhadap sisi peluang akan membuat perusahaan berusaha menakhlikkan berbagai peluang yang ada. Penilaian terhadap sisi ancaman akan menyadarkan perusahaan tersebut untuk menanggulangi setiap ancaman yang datang.

Perkembangan dunia industri di Indonesia saat ini semakin maju, hal ini terbukti dengan banyaknya industri-industri baru yang mengelolah berbagai macam produk olahan jadi maupun mentah, dengan demikian kebutuhan akan faktor-faktor produksi di Indonesia menjadi bertambah banyak. Pembangunan sektor industri tidak saja ditujukan

pada industri besar dan sedang, perhatian yang sepadan juga diarahkan pada industri kecil dan menengah (Lutfia, 2011).

Industri/usaha kecil yang mengolah suatu produk olahan jadi salah satunya adalah keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Usaha kecil keripik tempe merupakan salah satu mata pencaharian di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu dengan mengelolah input produksi yang tersedia dengan segala pengetahuan dan kemampuan untuk memperoleh hasil (produksi). Biaya-biaya produksi atau biaya-biaya yang dikeluarkan untuk biaya usaha kecil keripik tempe adalah biaya tempe, kayu bakar, plastik, tepung, peralatan, minyak goreng, dan tenaga kerja mempengaruhi produksi atau hasil yang diterima. Jumlah produksi yang dihasilkan akan mempengaruhi penerimaan pengusaha usaha kecil keripik tempe, dimana besarnya produksi tersebut ditentukan oleh produktivitas usaha kecil keripik tempe.

Namun, usaha kecil keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu menghadapi permasalahan. Usaha keripik tempe tidak begitu berkembang, padahal keripik tempe adalah salah satu usaha yang layak untuk dikembangkan agar mampu bersaing dengan produk keripik yang lain dan pesaing-pesaingnya. Maka dari itu tugas utama yang harus dilakukan oleh pengusaha keripik tempe untuk mempertahankan kelangsungan usahanya adalah dengan menghadapi para pesaing dari daerah lain, usaha yang dijalankan harus terstruktur dan terkonsep, dan seluruh proses produksi dapat berjalan secara efektif dan efisien sehingga diperlukan adanya suatu analisis strategi.

Analisis strategi dibutuhkan untuk mengetahui mengapa usaha kecil keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu tidak begitu berkembang karena pada kenyataannya usaha kecil keripik tempe merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat di desa Buluh Rampai dan seharusnya usaha ini bisa lebih berkembang karena mempunyai keunggulan produk. Selain itu perlu dikaji strategi pengembangan yang tepat untuk dapat meningkatkan usaha kecil keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yang dianalisis dengan satu model matriks SWOT untuk menciptakan strategi pengembangan usaha kecil keripik tempe.

Melihat prospek dan permasalahan yang ada pada usaha kecil keripik tempe di atas, maka diperlukan strategi pengembangan yang tepat untuk dapat meningkatkan usaha kecil keripik tempe tersebut. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Kecil Keripik Tempe Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dimana terdapat usaha kecil keripik tempe yaitu di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2016 sampai April 2016.

Objek penelitian ini adalah pengusaha keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Pengambilan sampel didasarkan pada populasi usaha keripik tempe yang terdiri dari 08 tempat usaha. Berdasarkan populasi di atas maka dalam pengambilan sampel penelitian ini berpedoman pada pendapat

Suharsimi Arikunto (2006) yang mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100 orang, maka jumlah populasi diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan kepada analisis Matriks SWOT. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matrik *SWOT* (Freddy Rangkuti, 2009) merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), untuk menghasilkan analisis yang tepat. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sector usaha kecil keripik tempe desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu adalah dengan Matrik Internal Eksternal adalah identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor usaha kecil keripik tempe desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu adalah dengan Matrik Internal Eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Usaha Kecil Keripik Tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Sebeida Kabupaten Indragiri Hulu

a. Analisis Faktor Internal

a) Kekuatan (*Strength*)

- Membuat keripik tempe sudah menjadi makanan budaya/tradisi masyarakat.
- Permintaan pasar lebih besar di tengah masyarakat menengah ke bawah.
- Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi.
- Tersedia tenaga kerja yang memadai.
- Tingkat upah untuk tenaga kerja murah.
- Tersedia bahan baku yang memadai, misalnya kedelai, sehingga kualitas produk terjaga.
- Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana.
- Menjual produk yang masih baru.
- Pelayanan baik dan ramah.

b) Kelemahan (*weaknesses*)

- Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.
- Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton).
- Alat produksi masih sederhana (keterbatasan wawasan, keterampilan SDM, dan sarana).
- Tingkat pendidikan pemilik usaha dan tenaga kerja rendah.
- Modal usaha yang dimiliki terbatas.
- Belum mempunyai daerah pemasaran yang tetap.

- Terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli.
 - Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian keripik tempe.
 - Lamanya penerimaan bahan baku dari pemasok.
- b. Analisis Faktor Eksternal
- a) Peluang (*opportunities*)
 - Dukungan dan perhatian pemerintah.
 - Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak.
 - Merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah.
 - Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif.
 - Permintaan tinggi untuk produk.
 - Pertumbuhan penduduk.
 - Sentra industri (misalnya dekat dengan pasar)
 - b) Ancaman (*Treaths*)
 - Dana pemerintah untuk pembinaan pembuatan keripik tempe terbatas.
 - Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan.
 - Kualitas kedelai kadang kala membuat rasa keripik tempe tidak enak (produktifitas menurun dan kapasitas produk kecil).
 - Tidak stabilnya harga bahan baku.
 - Muncul banyak keripik dengan inovasi baru.
 - Terbatasnya akses pasar (produk tidak dapat dipasarkan secara kompetitif).
 - Selera konsumen sulit diprediksi.
 - Melemahnya pemasok bahan baku.
 - Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih rendah

1. Aspek Internal

Tabel 1 Faktor-Faktor Strategi Internal

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN			
a. Membuat keripik tempe sudah menjadi makanan budaya/tradisi masyarakat.	0,08	4	0,32
b. Permintaan pasar lebih besar di tengah masyarakat menengah ke bawah.	0,06	3	0,18
c. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi.	0,08	4	0,32
d. Tersedia tenaga kerja yang memadai.	0,08	4	0,32
e. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah.	0,08	4	0,32
f. Tersedia bahan baku yang memadai, misalnya kedelai, sehingga kualitas produk terjaga.	0,06	3	0,18
g. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana.	0,06	3	0,18
h. Menjual produk yang masih baru.	0,08	4	0,32
i. Pelayanan baik dan ramah.	0,08	4	0,32
KELEMAHAN			
a. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.	0,04	2	0,08
b. Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton).	0,04	2	0,08
c. Alat produksi masih sederhana (keterbatasan wawasan, keterampilan SDM, dan sarana).	0,04	2	0,08
d. Tingkat pendidikan pemilik usaha dan tenaga kerja rendah.	0,02	1	0,02
e. Modal usaha yang dimiliki terbatas.	0,02	1	0,02
f. Belum mempunyai daerah pemasaran yang tetap.	0,04	2	0,08
g. Terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli.	0,04	2	0,08
h. Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian keripik tempe.	0,02	1	0,02
i. Lamanya penerimaan bahan baku dari pemasok.	0,02	1	0,02
JUMLAH	1		2,94

2. Faktor Eksternal

Tabel 2 Faktor-Faktor Strategi Eksternal

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG			
a. Dukungan dan perhatian pemerintah.	0,07	3	0,21
b. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak.	0,10	4	0,40
c. Merupakan salah satu makanan tradisonal dan ciri khas daerah.	0,10	4	0,40
d. Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif.	0,10	4	0,40
e. Permintaan tinggi untuk produk.	0,07	3	0,21
f. Pertumbuhan penduduk.	0,07	3	0,21
g. Sentra industri (misalnya dekat dengan pasar)			
ANCAMAN			
a. Dana pemerintah untuk pembinaan pembuatan keripik tempe terbatas.	0,02	1	0,02
b. Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan.	0,05	2	0,10
c. Kualitas kedelai kadang kala membuat rasa keripik tempe tidak enak (produktifitas menurun dan kapasitas produk kecil).	0,05	2	0,10
d. Tidak stabilnya harga bahan baku.	0,05	2	0,10
e. Muncul banyak keripik dengan inovasi baru.	0,02	1	0,02
f. Terbatasnya akses pasar (produk tidak dapat dipasarkan secara kompetitif).	0,05	2	0,10
g. Selera konsumen sulit diprediksi.	0,05	2	0,10
h. Melemahnya pemasok bahan baku.	0,02	1	0,02
i. Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih rendah.			
JUMLAH	1		2,81

3. Internal – Eksternal Matrik

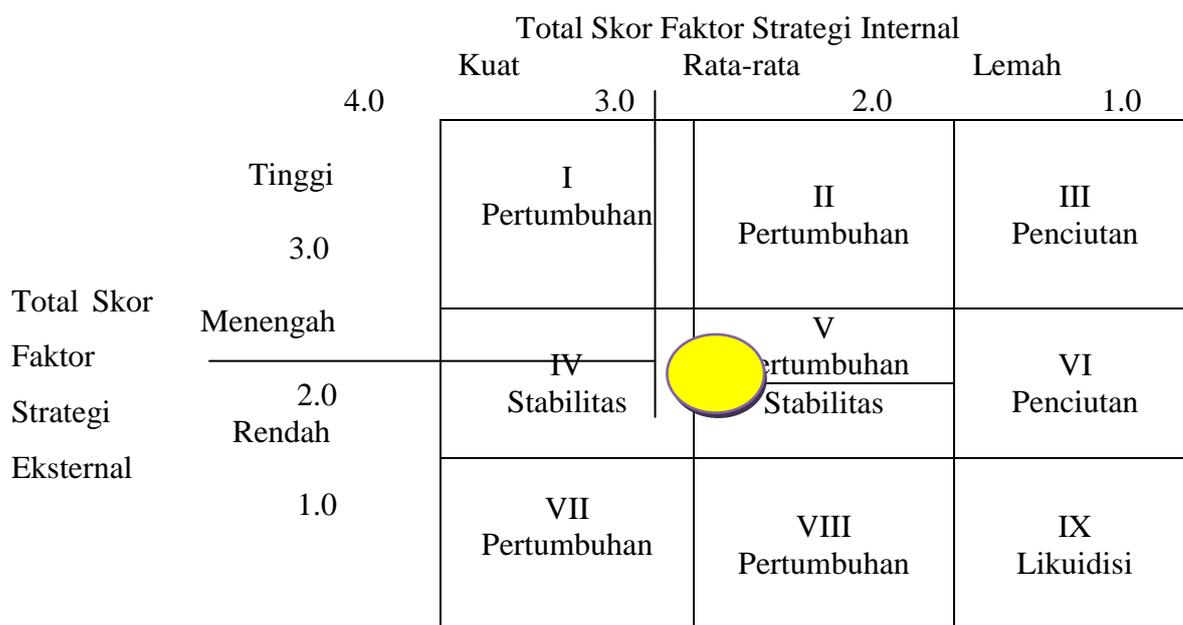
Dari hasil analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha kecil keripik tempe di desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu diperoleh matrik sebagai berikut:

Tabel 3 Matrik Internal – Eksternal

No	Matrik		Skor	Jumlah
1	Internal	Kekuatan	2,46	2,94
		Kelemahan	0,48	
2	Eksternal	Peluang	2,23	2,81
		Ancaman	0,58	

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2016

Apabila digambarkan adalah sebagai berikut:

**Gambar 1 Internal-Eksternal Matrik**

Kenyataan menunjukkan bahwa Usaha Kecil Keripik Tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu berada dalam tahap stabil dan tidak mengalami pertumbuhan. Hal ini diperkuat dengan kondisi yang dikelola mayoritas oleh penduduk yang berusia >40 tahun, karena angkatan mudanya lebih menyukai bekerja disektor pertanian dan merantau dari pada mengembangkan usaha keripik tempe. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan Usaha Kecil Keripik Tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh ancaman-ancaman seperti barang mudah rusak, saingan dari desa tetangga, dan keterbatasan dalam pengiriman. Hal yang dapat dilakukan yaitu lebih memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal. Peningkatan teknologi tepat guna dan pengembangan kerja sama antar industri.

4. Analisis Matrik SWOT

Tabel 4 Analisis Matrik SWOT

INTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
EKSTERNAL	<ul style="list-style-type: none"> a. Membuat keripik tempe sudah menjadi makanan budaya/tradisi masyarakat. b. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi. c. Tersedia tenaga kerja yang memadai. d. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah. e. Menjual produk yang masih baru. f. Pelayanan baik dan ramah. g. Permintaan pasar lebih besar di tengah masyarakat menengah ke bawah. h. Tersedia bahan baku yang memadai, misalnya kedelai, sehingga kualitas produk terjaga. i. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja. b. Kurang kreatif dalam hal inovasi produk (monoton). c. Alat produksi masih sederhana (keterbatasan wawasan, keterampilan SDM, dan sarana). d. Belum mempunyai daerah pemasaran yang tetap. e. Terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli. f. Tingkat pendidikan pemilik usaha dan tenaga kerja rendah. g. Modal usaha yang dimiliki terbatas. h. Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian keripik tempe. i. Lamanya penerimaan bahan baku dari pemasok.
	OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO
<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak. b. Merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah. c. Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif. d. Permintaan tinggi untuk produk. e. Dukungan dan perhatian pemerintah. f. Pertumbuhan penduduk. g. Sentra industri (misalnya dekat dengan pasar) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempertahankan keripik tempe sebagai makanan tradisi masyarakat b. Pemanfaatan tenaga kerja dari wilayah sekitar untuk meningkatkan produksi c. Pengoptimalan pengelolaan usaha dengan menambah modal sehingga barang yang dihasilkan lebih maksimal. d. Lebih memperkenalkan lagi bahwa keripik tempe sebagai sentra makanan kecil di Desa Buluh Rampai Kecamatan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan teknologi yang tepat guna dalam proses pembuatan keripik tempe b. Melakukan atau memberikan pelatihan untuk karyawan agar usaha berkembang c. Meminta bantuan dalam hal permodalan untuk meningkatkan hasil produksi kepada pemerintah d. Mengembangkan wadah kerja sama antar pengusaha yang sudah ada agar bisa

	Seberida Kabupaten Indragiri Hulu	memenuhi pesanan pasar dan mengetahui informasi pasar. e. Meningkatkan proses pemasaran hasil produk keripik tempe melalui promosi.
TREATH (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> a. Saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan. b. Tidak stabilnya harga bahan baku. c. Muncul banyak keripik dengan inovasi baru. d. Selera konsumen sulit diprediksi. e. Melemahnya pemasok bahan baku f. Dana pemerintah untuk pembinaan pembuatan keripik tempe terbatas. g. Terbatasnya akses pasar (produk tidak dapat dipasarkan secara kompetitif). h. Kualitas kedelai kadang kala membuat rasa keripik tepe tidak enak (produktifitas menurun dan kapasitas produk kecil). i. Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih rendah. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengadakan kerjasama dengan pemerintah dengan mengadakan pelatihan. b. Meningkatkan kegiatan promosi produk agar usaha kecil keripik tempe dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas. c. Mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjaga kualitas produk b. Menciptakan inovasi dalam pengemasan produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi. c. Menjaga silaturahmi atau hubungan baik dengan konsumen agar konsumen merasa disegani dan dihargai. d. Penambahan modal kerja e. Mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

1. Usaha kecil keripik tempe yang ada di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu berjumlah 8 unit usaha. Usaha keripik tempe merupakan salah satu usaha yang dijadikan sebagai mata pencaharian oleh sebagian masyarakat karena proses pembuatannya yang tidak membutuhkan persyaratan tertentu.
2. Kekuatan utama dalam mengembangkan usaha kecil keripik tempe yaitu membuat keripik tempe sudah menjadi makanan tradisi masyarakat, tersedia tenaga kerja yang memadai. Sedangkan kelemahan yang paling mendasar yaitu kurang kreatif dalam

hal inovasi produk (monoton), dan belum mempunyai daerah pemasaran yang tetap. Peluang utama dalam mengembangkan usaha kecil keripik tempe adalah daya beli konsumen yang cenderung konsumtif dan permintaan tinggi untuk produk keripik tempe. Sedangkan ancaman yang paling besar yaitu saingan produk dari desa tetangga dan kecamatan, dan muncul banyak keripik tempe dengan inovasi baru.

2. Matrik internal dan eksternal menunjukkan pada 2,94 pada faktor internal dan 2,81 pada faktor eksternal. Hal ini berarti usaha kecil keripik tempe di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu berada pada posisi V dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan). Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh ancaman-ancaman seperti barang mudah rusak, keterbatasan dalam pengiriman, belum adanya kios dan saingan dari desa tetanga. Hal yang dapat dilakukan yaitu lebih memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal.
3. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha kecil keripik tempe yang ada di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yaitu Mempertahankan keripik tempe sebagai makanan tradisi masyarakat, Pemanfaatan tenaga kerja dari wilayah sekitar untuk meningkatkan produksi, Pengoptimalan pengelolaan usaha dengan menambah modal sehingga barang yang dihasilkan lebih maksimal, Lebih memperkenalkan lagi bahwa keripik tempe sebagai sentra makanan kecil di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, Menggunakan teknologi yang tepat guna dalam proses pembuatan keripik tempe, Melakukan atau memberikan pelatihan untuk karyawan agar usaha berkembang, Meminta bantuan dalam hal permodalan untuk meningkatkan hasil produksi kepada pemerintah, Mengembangkan wadah kerja sama antar pengusaha yang sudah ada agar bisa memenuhi pesanan pasar dan mengetahui informasi pasar, serta Meningkatkan proses pemasaran hasil produk keripik tempe melalui promosi.

Rekomendasi

1. Pengusaha keripik tempe harus tetap menjaga kualitas produk dan citra yang baik kepada konsumen karena keripik tempe adalah makanan khas dari Desa Buluh Rampai yang layak untuk dikembangkan.
2. Pengusaha keripik tempe sebaiknya meningkatkan keterampilan dalam mengusahakan keripik tempe seperti menambah varian rasa, bentuk, jenis produk, dan inovasi dalam pengemasan produk (seperti logo usaha pada kemasannya) agar memiliki daya tarik tersendiri untuk konsumen. Meningkatkan kegiatan promosi juga perlu dilakukan agar keripik tempe dikenal masyarakat secara umum dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Pemerintah daerah hendaknya melakukan pembinaan dengan memberikan dana dan memberikan pelatihan agar usaha kecil keripik tempe ini bisa dikelola dengan lebih baik dan mampu mencapai pemasaran internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Lutfia. 2011. *Strategi Pengembangan usaha*.<http://lutfiawulandari.blogspot.com/>. Diakses pada 10 Februari 2016.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi Keenam Belas, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Riduwan. 2010. *Skala-Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta : CV. Andi Offset