


“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Industri Tempe (Studi Kasus Pada *Home Industri Tempe Batur Di Desa Jelantik*)”

Sulaeman¹, Ma’ruf Algifari²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Budaya Manajemen dan Bisnis, Universitas Pendidikan Mandalika

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Diterima 28 August 2021 Terbit 21 November 2021</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi dalam pengembangan industry rumah tangga tempe Batur, dan Menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha tempe di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah. Metode analisis data yang digunakan adalah (1) analisis usaha untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan, keuntungan, profitabilitas (2) Matriks IFE (3) Matriks EFE (4) Matriks IE (5) Matriks SWOT (6) Matriks pemeringkatan alternative strategi SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di <i>Indutri rumah tangga tempe batur</i> di Desa Jelantik dapat di tarik kesimpulan (1) Industry rumah tangga tempe Batur menempati sel I yang berarti strategi tumbuh dan kembangkan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Strategi pertumbuhan pertumbuhan ini didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam hal penjualan, asset, profit ataupun kombinasi dari ketiganya. (2) Strategi utama yang harus dijanlan usaha rumah tangga ini adalah Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis untuk menjaga tingkat permintaan yang tinggi tetap terpenuhi serta memperoleh konsumen baru dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka (3) Stratgei selanjutnya adalah Meningkatkan jumlah modal yang masih kurang serta memperbaiki kualitas kemasan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan pinjaman pada lembaga pinjaman untuk memperbanyak konsumen dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka dan yang ke (4) Strategi terakhir adalah Menjaga dan meningkatkan kualitas agar tetap sebagai produk yang dikenal berkualitas dan tahan lama untuk menjaga agar selera konsumen tidak berubah serta permintaan konsumen tetap tinggi.</p>
<p>Kata Kunci : Strategi pengembangan, <i>Home indutri</i> tempe “Batur”, tempe Batur.</p>	<p><i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i></p> 
<p>Corresponding Author: Sulaeman Program Studi Manajemen Fakultas Budaya Manajemen dan Bisnis, Uniersitas Pendidikan Mandalika Email: yazid.emen@gmail.com</p>	

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian daerah secara umum biasanya ditopang oleh usaha berskala kecil dan menengah. Yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia secara Nasional. Sehingga unit usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha yang dapat menjadi urat nadi perekonomian daerah maupun nasional. UMKM merupakan salah satu usaha yang kuat di tengah krisisnya ekonomi. Saat ini sekitar 98% pelaku ekonomi yang mayoritasnya adalah pelaku usaha (Kementrian Koperasi

Usaha Kecil Menengah, 2017) UMKM yang terus berkembang secara signifikan dan mampu menjadi sebuah sektor usaha yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional.

UMKM memiliki fungsi yang sangat penting dan strategis pada pembangunan perekonomian nasional, fungsi yang dimaksud dapat sebagai alternatif dan memberikan sumbangsih pada pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja. UMKM juga terbukti dapat menjadi pokok dasar bagi sistem ekonomi kerakyatan dengan tujuannya adalah untuk bisa mengurangi angka kemiskinan dan juga jumlah pengangguran bagi masyarakat yang ada disuatu daerah, disamping itu UMKM juga memiliki suatu peran dalam pengalokasian produk pembangunan, (Rosmiatim 2014).

UMKM dinilai lebih unggul dalam hal ketahanannya dibandingkan dengan perusahaan besar, hal ini disebabkan karena UMKM bisa mandiri dalam hal permodalan dan tidak mengalami ketergantungan pada modal yang besar dalam bentuk pinjaman dalam kurs dollar . Sehingga, ketika terjadinya fluktuasi nilai tukar, yang mengalami dampak krisis adalah perusahaan yang umumnya berskala besar yang selalu tergantung dengan adanya mata uang asing, (Edim,2009).

Kontribusi nyata UMKM dalam perekonomian bidang ini merupakan prioritas nasional dalam percepatan pembangunan, hal ini sejalan dengan efek dari UMKM yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar serta terciptanya banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat, (Wuryandani dan Meliani, 2013). Pentingnya keberadaan dan efek yang ditimbulkan oleh sebuah UMKM bagi perekonomian, maka pengembangan UMKM sangat membutuhkan dukungan dari berbagai sektor termasuk oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Sehingga kebijakan ekonomi pemerintah yang pro dengan UMKM sangat diperlukan agar UMKM mampu terus bertahan dalam menciptakan sebuah daya saing produksi yang mampu diterima oleh masyarakat luas baik itu dalam negeri maupun luar negeri, sehingga mampu bersaing dengan produk asing, (Murphi, 2013).

Perkembangan UMKM di Kabupaten Lombok Tengah saat ini terus mengalami peningkatan seiring dengan semakin majunya pembangunan berbagai sector di Kabupaten Lombok Tengah. Salah satu usaha UMKM berbasis rumah yang sudah sangat familiar di Kabupaten Lombok Tengah adalah Industri Tempe. Tempe merupakan salah satu jenis makanan khas Indonesia yang diolah dari bahan baku kedelai. Kedelai di Indonesia dimanfaatkan sebanyak 50% untuk produksi tempe, 40% produksi tahu, dan 10% dalam bentuk produk lain (seperti tauco, kecap, dan lain-lain), sehingga pengolahan tempe bisa menjadi salah satu produk UMKM rumahan yang potensial untuk dikembangkan. Konsumsi tempe rata-rata per orang per tahun di Indonesia saat ini diperkirakan mencapai sekitar 6,45 kg (Badan Standardisasi Nasional, 2012). Selain sebagai makanan khas yang sudah terkenal di Indonesia, tempe memiliki kandungan gizi yang baik bagi kesehatan, diantaranya kandungan zat besi, flavonoid yang bersifat antioksidan sehingga mampu menurunkan tekanan darah bag yang menkomsumsinya (Amani, et.al.,2014). Tempe juga memiliki kandungan kalsium yang tinggi, sehingga mampu untuk mencegah terjadinya osteoporosis (Yoo.,et.al, 2014).

Salah satu pusat UMKM di Kecamatan Jonggat adalah usaha tempe yang dikembangkan di Desa Jelantik. Industri yang ada merupakan salah satu industri berbasis rumah tangga yang memiliki potensi cukup bagus untuk dikembangkan, karena tempe merupakan salah satu komoditas yang sangat potensial dan familiar di masyarakat sehingga pengembangan usaha ini sangat prospek untuk dijalankan, karena langsung dapat memberikan dampak

positif terhadap pelaku usaha karena pasar masih sangat terbuka lebar, (Hiayat dan Muttalib,2020) .

Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa tempe merupakan salah satu makanan khas masyarakat Indonesia yang disukai oleh kalangan anak-anak sampai orang dewasa, yang disukai sebagai makanan ringan atau lauk, kerupuk juga tidak hanya terbatas dikonsumsi oleh masyarakat perkotaan, tetapi juga merupakan makanan sehari-hari di perdesaan, Tempe memiliki rasa yang enak dengan harga yang relatif murah, meskipun harganya murah dan bentuknya sederhana ternyata tempe mempunyai mutu yang istimewa dilihat dari segi gizi, ideal untuk makanan diet, rendah kandungan lemak jenuh dan bebas kolesterol, kaya mineral dan vitamin dan dalam kondisi perekonomian seperti ini terbukti industri tersebut lebih mampu bertahan di tengah kondisi krisis. Ditinjau dari aspek agroindustri, industri tempe di Kabupaten Lombok Tengah pada umumnya masih bersifat industri padat karya yang dijalankan dengan teknologi sederhana dan permodalan yang kecil. Hal tersebut merupakan kendala utama dalam upaya pengembangan usaha ini menjadi industri madya ataupun industri modern.

Permasalahan primer UMKM di Indonesia yakni kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan yang ada pada perdagangan bebas. Permasalahan tersebut terjadi bukan tanpa sebab, melainkan karena pada umumnya UMKM mempunyai SDM yang kurang berkualitas serta tidak memiliki jiwa entrepreneur yang baik, kurangnya inovasi dalam menciptakan produk, terbatasnya modal usaha, tidak adanya tujuan jelas yang akan dicapai oleh para pelaku usaha, serta kurangnya pengetahuan dan keahlian untuk memaksimalkan suatu usaha. Hal-hal itulah yang menyebabkan UMKM kalah bersaing dan tidak dapat berkembang, (Murphi, 2013).

Sama seperti halnya UMKM lain, sentra industri tempe di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat juga memiliki beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, keahlian, keterampilan, manajemen sumber daya manusia (SDM), kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumber daya manusia (SDM) ini dapat berakibat pengusaha mikro, kecil dan menengah tidak mampu mengembangkan usahanya dengan baik (Kuncoro,1997). Oleh karena itu sekiranya UMKM dituntut untuk terus melakukan pengembangan strategi, agar selalu mampu bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik lokal, nasional maupun internasional serta mampu mewujudkan kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat lokal Lombok Tengah. Oleh karena itu, pengembangan strategi dilakukan oleh UMKM harus mampu memberdayakan masyarakat sekitar agar perkembangan UMKM benar-benar memberikan sumbangsih yang positif terhadap perekonomian di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah yaitu dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan.

Agar usaha industri tempe dapat bertahan dan berkembang, maka dibutuhkan strategi-strategi yang disusun dengan memperhatikan lingkungan internal dan eksternal dari usaha UMKM tersebut. Untuk menganalisis prospek usaha tempe tersebut maka dalam penelitian ini akan mengadopsi konsep analisis pendekatan SWOT, (Rangkuti, 2006). SWOT Adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan tentang “Strategi pengembangan UMKM Industri Tempe pada *Home industri* tempe Batur di Desa Jelantik Kecamatan

Jonggat. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM Industri Tempe di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah dan (2) Menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha Tempe di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah.

2. METODE PENELITIAN

Sampel penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu pada usaha tempe “Batur”. Lokasi penelitian yaitu pada *home industry* tempe Batur yang dipilih secara sengaja yang terletak di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat. Pemilihan *Home industry* tempe Batur sebagai objek dan lokasi penelitian didasarkan atas pertimbangan bahwa akan mampu bersaing dalam pangsa pasar ditinjau berdasarkan aspek produksinya. Karna jumlah populasi Cuma 1 (satu) maka semua populasi menjadi sampel yaitu dengan menggunakan metode sensus atau sample jenuh. Data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari dari pemilik dan karyawan pada *home industry* tempe Batur di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat.

1. Observasi

Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu *home industry* tempe Batur.

2. Wawancara

Melakukan Tanya jawab terhadap pimpinan perusahaan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang diterapkan di lokasi penelitian.

3. Kuisisioner

Pengumpulan data ini dilakukan dengan memberikan kuisisioner atau pertanyaan kepada pengusaha tempe “Batur” tentang pengembangan produksi *Home industry* tempe Batur di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat.

b. Data Sekunder

yaitu data yang diperlukan untuk mendukung data primer yang didapatkan melalui referensi maupun sumber informasi dan data yang terkait dengan penelitian.

c. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis internal eksternal menggunakan SWOT. Analisis *Strenghts, Weakness, Opportunities dan Threats* (SWOT) atau biasa disebut dengan TOWS adalah analisis yang dapat digunakan untuk menyusun berbagai faktor strategis dalam suatu perusahaan (Rangkuti, 2015).

Analisis SWOT dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis, yaitu Strategi 1 yang terdiri dari *strenghts*/Kekuatan, *opportunities*/peluang, strategi 2 terdiri dari *weakness*/kelemahan, *opportunities*/peluang, strategi 3 terdiri dari *strenghts*/kekuatan *threats*/ancaman dan strategi 4 yaitu *weakness*/kelemahan, *threats*/ancaman.(Rangkuti, 2006)

Strategi SO disusun dengan menyesuaikan pada jalan pikiran perusahaan, melalui pendayagunaan kekuatan internal perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada sebesar-sebesarannya. Dalam WO srategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada melalui minimalisasi kelemahan internal perusahaan. Strategi ke 3 yaitu ST merupakan strategi yang mendayagunakan kekuatan yang ada pada perusahaan untuk mengatasi ancaman eksternal. Strategi ke 4 yaitu WT adalah strategi yang bersifat defensive dan berusaha dengan meminimumkan kelemahan agar mampu menghindari ancaman dari luar.

Hasil dari analisis SWOT yang dilakukan adalah rumusan strategi berbagai alternative yang dapat terapkan *Sentra Industri* tempe Desa Jelantik. Langkah analisis dalam penelitian yaitu dengan menyusun matriks SWOT, yang terdiri dari: Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

1. Matrik IFAS dan EFAS

Kedua matrik ini merupakan analisis terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal dari UMKM Industri tempe. Klasifikasi kekuatan dan kelemahan digunakan matriks IFAS, sedangkan analisa faktor eksternal berupa peluang dan ancaman digunakan matriks EFAS.

2. Teknik pembobotan

Teknik yang digunakan untuk menentukan penilaian terhadap bobot dari faktor internal dan eksternal digunakan teknik berpasangan. Teknik ini membandingkan secara berpasangan setiap peubah pada baris horizontal. dengan peubah pada kolom vertikal. Penentuan bobot setiap peubah yang dibandingkan menggunakan skala 1, 2 dan 3, dengan ketentuan

1 = jika indikator horisontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 = jika indikator horisontal sama penting daripada indikator vertikal

3 = jika indikator horisontal lebih penting daripada indikator vertikal

3. Teknik pemerinkatan

Penentuan peringkat (*rating*) merupakan pengukuran pengaruh masing-masing variabel yang menggunakan nilai peringkat dengan skala 1-4 terhadap masing masing faktor strategis yang dimiliki (Hunger dan Wheelen 2003). Skala penilaian peringkat untuk matriks IFAS-EFAS tersaji pada Tabel 2 dan 3.

Tabel 2 Skala penilaian rating untuk matrik IFAS

Rating	Kekuatan	Kelemahan
1	Kekuatan kecil	Kelemahan yang sangat berarti
2	Kekuatan sedang	Kelemahan yang cukup berarti
3	Kekuatan besar	Kelemahan yang tidak berarti
4	Kekuatan sangat besar	Kelemahan yang sangat tidak berarti

Sumber : Hunger dan Wheelen, (2003)

Tabel 3 Skala penilaian rating untuk matrik EFAS

Rating	Peluang	Ancaman
1	Peluang rendah, respon kurang	Ancama sangat besar
2	Peluang sedang; respon rata-rata	Ancaman besar
3	Peluang tinggi, respon diatas rata-rata	Ancaman sedang
4	Peluang tinggi, respon superior	Ancaman kecil

Sumber : Hunger dan Wheelen, (2003)

Tahap selanjutnya dalam merumuskan strategi pengembangan tempe batur adalah menyusun matriks SWOT, Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif stretegis (Hunger, 2003) seperti yang dijelaskan dalam Tabel 4 berikut :

IFAS/	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
--------------	-----------------------------------	------------------------------------

EFAS	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Berikut adalah keterangan dari matriks SWOT diatas :

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti,2009).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Internal

Analisis SWOT terhadap kondisi internal yaitu penggambaran atas kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*) yang yang ada pada industry tempe desa jelantik. Adapun aspek yang teridentifikasi sebagai kekuatan dan kelemahan yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strenght*)
 - a. Produk tahan lama
 - b. Harga ekonomis
 - c. Proses pembuatannya mudah
 - d. Kualitas produk terjamin
 - e. Lahan pemasaran tetap (pasar)
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Modal kurang
 - b. Kemasan sederhana
 - c. Manajemen tidak efektif

d. Kurangnya promosi

Kondisi Eksternal

Kondisi eksternal *home industry* tempe Keraton diidentifikasi dan digambarkan peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi. Adapun aspek yang teridentifikasi sebagai peluang dan ancaman adalah sebagai berikut:

1. Peluang
 - a. Peluang pasar
 - b. Animo masyarakat terhadap tempe
 - c. Permintaan meningkat
 - d. Kepercayaan konsumen
2. Ancaman (*Threats*)
 - a. Adanya pesaing baru
 - b. Berubahnya selera konsumen
 - c. Bahan baku mahal
 - d. Fluktuasi permintaan konsumen

Berdasarkan data hasil wawancara dan diskusi terkait dengan kondisi internal dan eksternal *industry tempe* di Desa Jelantik perlu dikebangkan. Selanjutnya untuk pengembangan usaha dapat disusun strategi pengembangan dengan menggunakan SWOT sebagai upaya untuk enentukan alternative strategi yang dapat mendukung pengembangan Industri Tempe di Desa Jelantik. Analisis SWOT meliputi beberapa factor internal dan eksternal (Manurung dan Aryani, 2017)

Penentuan Bobot Kondisi Internal

Penentuan bobot merupakan proses yang dilakukan untuk menentukan strategi melalui analisis SWOT. Bobot ditentukan pada masing-masing nilai IFAS dan EFAS (Wilandari, 2010). Berdasarkan analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal, maka langkah selanjutnya adalah penentuan bobot matrik SWOT. Bobot matrik SWOT ini diperoleh dari penentuan faktor-faktor analisis lingkungan internal (Strength, Weakness) dan faktor-faktor analisis lingkungan eksternal(Opportunity, Threats) yang lebih urgen, kemudian dijumlahkan dan dipersentase. Hasil bobot dari analisis internal dapat dilihat pada tabel 1 berikut .

Tabel 1. Bobot Analisis Kondisi Internal.

Faktor Internal		Bobot	Rating	Skor
S1	Produk tahan lama	0.14	3	0.43
S2	Harga Ekonomis	0.14	3	0.43
S3	Kualitas Produk terjamin	0.19	4	0.76
S4	Jangkauan distribusi luas	0.10	3	0.29
				1.90
W1	Modal kurang	0.10	3	0.29
W2	Kemasan sederhana	0.10	2	0.19
W3	Manajemen sederhana	0.14	3	0.43
W4	Kurang promosi	0.10	2	0.19
				1.10
Total		1		3.00

Sumber : Analisis data Primer, (2021)

Berdasarkan tabel 1. Dalam analisis IFAS terkait factor internal yang ada di Industri Tempe di Desa Jelantik, didapatkan bahwa “Kualitas Produk Terjamin” merupakan kekuatan penting yang patut dipertahankan untuk pengembangan industry tempe ini, sebagai kekuatan utama dengan bobot tertinggi yaitu 0.76. Sementara kelemahan yang perlu diperbaiki oleh manajemen dalam pengembangan industry ini adalah peningkatan kapasitas manajeen bobot 0.14.

Penentuan Bobot Kondisi Eksternal

Penentuan bobot kondisi eksternal dirumuskan untuk penentuan bobot matrik SWOT. Penentuan bobot kondisi eksternal (peluang dan ancaman (*Opportunity, Threats*)) sebagaimana pada Tabel 2.

Tabel 2.Bobot Analisis kondisi Eksternal

Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
O1	Peluang pasar Terbuka	0.19	4	0.76
O2	Lembaga Pinjaman	0.14	3	0.43
O3	Kepercayaan konsumen tinggi	0.10	2	0.19
O4	Permintaan meningkat	0.14	3	0.43
				1.81
T1	Adanya pesaing baru	0.10	2	0.19
T2	Berubahnya selera konsumen	0.10	2	0.19
T3	Bahan Baku Mahal	0.14	3	0.43
T4	Fluktuasi permintaan konsumen	0.10	2	0.19
				1.00
Total		1		2.81

Sumber : Analisis data Primer, (2021)

Berdasarkan Tabel 2. Terlihat bahwa dari factor eksternal, peluang pasar yang masih terbuka merupakan peluang yang paling urgent untuk dikelola dan dikejar oleh manajemen dalam upaya pengembangan udaha tempe Batur di Desa Jelantik dengan skor 0.19. Adapun ancaman yang sangat dominan yang harus dikelola dengan sebaik-baiknya agar tidak menghambat pengembangan usaha Tempe Batur adalah berusaha mengelola harga bahan baku yang mahal, dengan bobot total 0.14. Perumusan strategi pengembangan selanjutnya mengacu pada tabel 1 dan 2 untuk menentukan skor matrik SWOT. Bobot analisis kondisi eksternal dan internal merupakan nilai bobot dari IFAS dan EFAS (Riska, Primyastanto, & Abidin, 2015).

Penentuan Skor

Penentuan skor analisis kondisi internal (*Strength/Weakness*) dan analisis kondisi eksternal (*Opportunity/Threats*) diperoleh dari hasil kali bobot dan rating. Skor dengan nilai 4 dapat dikatakan sangat berpengaruh, skor dengan nilai 3 dapat dinyatakan berpengaruh dan skor 2 kurang berpengaruh dengan nilai 2 sedangkan skor 1 dinyatakan tidak berpengaruh dengan nilai 1. Total skor dari analisis kondisi internal *Strength* (kekuatan) secara keseluruhan adalah 1.90, sedangkan dari *Weakness* (kelemahan) adalah 1.10 dapat dilihat di tabel 3 dan analisis lingkungan eksternal dari *Opportunity* (peluang) secara keseluruhan adalah 1,81 sedangkan dari *Threats* (ancaman) adalah 1,0 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Skor Analisis Kondisi Internal

Analisis Kondisi Internal		Skor
S	Kualitas Produk terjamin	0.76
W	Manajemen tidak aktif	0.43

Sumber : Analisis data Primer, (2021)

Hasil identifikasi kondisi internal pada tabel 3, didapatkan bahwa pada faktor kondisi internal, kekuatan yang paling dominan yaitu kualitas produk terjamin dengan nilai 0.76. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa Tempe Batur di Desa Jelantik dalam memproduksi tempe telah menghasilkan tempe yang kualitasnya terjamin, maka akan sangat menentukan volume penjualan tempe yang dihasilkan oleh industry tempe ini untuk kedepannya. Oleh karena itu kekuatan berupa kualitas tempe yang dimiliki saat ini penting untuk dipertahankan manajemen bahkan sangat rekomendasikan bila kualitas tersebut dapat ditingkatkan agar tetap menjadi kekuatan utama dalam pengembangan usahanya. Kualitas produk yang terjamin bahkan apabila semakin ditingkatkan kualitasnya maka akan semakin berkembang dan menjadi produk tempe pilihan utama untuk dibeli oleh masyarakat.

Adapun faktor kelemahan yang berhasil diidentifikasi pada usaha Tempe Batur di Desa Jelantik yang memiliki nilai dengan skor tertinggi adalah Manajemen pengelolaan usaha masih sederhana dengan skor 0.43, dimana dengan kondisi persaingan usaha yang terus berkembang dan berlangsung saat ini, peningkatan kapasitas pengelolaan manajemen harus ditingkatkan agar usaha tersebut makin eksis dan bias bersaing dengan usaha tempe lainnya baik di level Desa maupun antar kabupaten kota di Nusa Tenggara Barat. Manajemen sangat penting dalam suatu usaha termasuk usaha perseorangan sehingga salah satu strategi pengembangannya adalah dengan memperbaiki aspek manajemen usaha (Kristanto, Muliawati, Arief, & Hidayat, 2018; Riska et al., 2015). Adapun total skor lingkungan eksternal dari *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman) dapat ditunjukkan pada pada Tabel 4.

Tabel 4. Skor Analisis Kondisi Eksternal

Analisis Kondisi Internal		Skor
O	Peluang pasar terbuka	0,76
T	Bahan Baku Mahal	0,43

Sumber : Analisis data Primer, (2021)

Pada tabel 4 didapatkan bahwa peluang yang bias dimmmmaksimalkan dalam pengembangan usaha tempe Batur di Desa Jelantik adalah masih terbukanya peluang pasar yang dimiliki oleh usaha ini, adapun skor dari peluang ini adalah 0,76 yang merupakan peluang tertinggi dalam pengembangan usaha Tempe Batur di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah. Adanya peluang pasar yang masih tinggi, merupakan kesempatan yang sangat besar dala pengembangan usaha tempe tersebut dengan berupaya mengelola dan mendapatkan peluang pasar tersebut dengan sebaik- baiknya

Senada dengan hasil identifikasi pada factor peluang, faktor ancaman pun harus benar benar bias dikeola oleh usaha tempe ini. Adapun ancacman yang paling urgent untuk dikelola dengan sebaik-baiknya adalah adanya harga bahan baku yang tinggi. Keberadaan bahan

baku dan ketersediannya merupakan hal mendasar yang sangat penting dalam usaha produksi tempe di Desa Jelantik khususnya untuk usaha Tempe Batur, maupun usaha tempe secara keseluruhan. Adapun skor dari ancaman yang didapatkan berdasarkan hasil analisis adalah 0.43.

Matriks IE

Skor Bobot Total IFE

	Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemas 1,00-2,99
Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
Lemah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks IE Pengembangan usaha Tempe Batur Desa Jelantik

Berdasarkan perolehan hasil dari matriks IFE dan EFE, maka dapat digunakan untuk menyusun matriks IE, untuk mengetahui posisi industri rumah tangga tempe Batur di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah. Sumbu x dari matriks IE menunjukkan skor IFE industri sebesar 3.0 yaitu posisi internal yang kuat. Sumbu y pada matriks IE menunjukkan skor EFE sebesar 2,81 yaitu posisi eksternal yang sedang. Industri rumah tangga tempe Batur menempati sel I yang berarti strategi tumbuh dan kembangkan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Strategi pertumbuhan pertumbuhan ini didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam hal penjualan, asset, profit ataupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara meminimalkan biaya (minimize cost) sehingga dapat meningkatkan profit.

Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Tempe Batur di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat

Perumusan alternatif strategi yang diperlukan dalam mengembangkan industri rumah tangga tempe batur di Kabupaten Lombok Tengah menggunakan analisis matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha. Matriks ini menghasilkan empat tipe alternatif strategi, yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strenght- Threat*), WT (*Weakness-Threat*). Terdapat 8 alternatif strategi pengembangan industri rumah tangga tempe batur di Kabupaten Lombok Tengah yaitu:

a. Strategi SO

Alternatif pertama adalah berusaha menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, yaitu :

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis untuk menjaga tingkat permintaan yang tinggi tetap terpenuhi serta memperoleh konsumen baru dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka (S2,S3,O1,O4)

2. Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis dalam menjaga kepercayaan konsumen yang tinggi serta memenuhi permintaan konsumen yang tinggi(S1,S2,O3,O4)
- b. Strategi WO
- Alternatif yang kedua adalah dengan menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yaitu:
1. Meningkatkan jumlah modal yang masih kurang serta memperbaiki kualitas kemasan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan pinjaman pada lembaga pinjaman untuk memperbanyak konsumen dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka (W1,W2,O1,O2)
 2. Memperbaiki kemasan tempe yang dipasarkan serta meningkatkan jumlah promosi ke calon konsumen untuk menjaga kepercayaan konsumen yang masih tinggi serta upaya mendapatkan calon konsumen baru(W2,W4,O1,O3)
- c. Strategi ST
- Alternatif ketiga adalah menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan dalam mengatasi ancaman yaitu :
1. Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis dalam upaya menjaga permintaan konsumen agar tetap tinggi serta mekanisme memenangkan persaingan dengan pesaing baru yang ada(S2,S3,T1,T2)
 2. Menjaga dan meningkatkan kualitas agar tetap sebagai produk yang dikenal berkualitas dan tahan lama untuk menjaga agar selera konsumen tidak berubah serta permintaan konsumen tetap tinggi (S1,S3T2,T4)
- d. Strategi WT
- Alternatif keempat adalah menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, yaitu:
1. Memperbaiki kemasan tempe yang dipasarkan serta meningkatkan jumlah promosi untuk menjaga agar permintaan konsumen tetap tinggi dan berhasil memenangkan persaingan dengan pesaing baru (W2,W4,T1,T4)
 2. Berusaha meningkatkan manajemen pengelolaan yang lebih baik serta menambah permodalan agar tidak kurang untuk mengantisipasi adanya persaingan baru dan memenangkan persaingan tersebut.(W1,W3,T1)

Tabel 5. Matrisk SWOT Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Tempe Batur

Internal Eksternal	Kekuatan (S) S1, S2, S3, S4	Kelemahan (W) 1,W2,W3,W4
Peluang (O) O1, O2,O3,O4	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis untuk menjaga tingkat permintaan yang tinggi tetap terpenuhi serta memperoleh konsumen baru dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka (S2,S3,O1,O4) 2. Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis dalam menjaga 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah modal yang masih kurang serta memperbaiki kualitas kemasan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan pinjaman pada lembaga pinjaman untuk memperbanyak konsumen dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka (W1,W2,O1,O2) 2. Memperbaiki kemasan tempe

	kepercayaan konsumen yang tinggi serta memenuhi permintaan konsumen yang tinggi(S1,S2,O3,O4)	yang dipasarkan serta meningkatkan jumlah promosi ke calon konsumen untuk menjaga kepercayaan konsumen yang masih tinggi serta upaya mendapatkan calon konsumen baru(W2,W4,O1,O3)
Ancaman (T) T1,T2,T3,T4	Strategi (ST) 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis dalam upaya menjaga permintaan konsumen agar tetap tinggi serta mekanisme memenangkan persaingan dengan pesaing baru yang ada(S2,S3,T1,T2) 2. Menjaga dan meningkatkan kualitas agar tetap sebagai produk yang dikenal berkualitas dan tahan lama untuk menjaga agar selera konsumen tidak berubah serta permintaan konsumen tetap tinggi (S1,S3T2,T4)	Startegi (WT) 1. Memperbaiki kemsan tempe yang dipasarkan serta meningkatkan jumlah promosi untuk menjaga agar permintaan konsumen tetap tinggi dan berhasil memenangkan persaingan dengan pesaing baru (W2,W4,T1,T4) 2. Berusaha meningkatkan manajemen pengelolaan yang lebih baik serta menambah permodalan agar tidak kurang untuk mengantisipasi adanya persaingan baru dan memenangkan persaingan tersebut.(W1,W3,T1)

Prioritas Alternatif Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Tempe “Batur” Desa Jelantik

Berdasarkan penyusunan alternatif strategi menggunakan analisis SWOT telah dihasilkan delapan strategi. Sesuai dengan perhitungan faktor strategis internal maupun eksternal (IFAS-EFAS). Selanjutnya dicari besar nilai setiap alternatif strategi dengan cara menjumlahkan skor masing-masing faktor yang masuk dalam strategi tersebut. Untuk kemudian dilakukan perangkingan guna mengetahui strategi mana yang paling prioritas (Purnama 2015). Hasil nilai dan rangking yang diperoleh masing-masing strategi ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai dan rangking alternative prioritas strategi berdasarkan matriks SWOT

No	Strategi Alternatif	Unsur Faktor	Nilai	Rangking
1	Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis untuk menjaga tingkat permintaan yang tinggi tetap terpenuhi serta memperoleh konsumen baru dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka	(S2,S3,O1,O4)	2,38	I
2	Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan	(S1,S2,O3,O4)	1,48	IV

	menerapkan harga ekonomis dalam menjaga kepercayaan konsumen yang tinggi serta memenuhi permintaan konsumen yang tinggi			
3	Meningkatkan jumlah modal yang masih kurang serta memperbaiki kualitas kemasan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan pinjaman pada lembaga pinjaman untuk memperbanyak konsumen dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka	(W1,W2,O1,O2)	1,67	II
4	Memperbaiki kemasan tempe yang dipasarkan serta meningkatkan jumlah promosi ke calon konsumen untuk menjaga kepercayaan konsumen yang masih tinggi serta upaya mendapatkan calon konsumen baru (W2,W4,O1,O3)	1,33	V
5	Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis dalam upaya menjaga permintaan konsumen agar tetap tinggi serta mekanisme memenangkan persaingan dengan pesaing baru yang ada	(S2,S3,T1,T2)	0,75	VIII
6	Menjaga dan meningkatkan kualitas agar tetap sebagai produk yang dikenal berkualitas dan tahan lama untuk menjaga agar selera konsumen tidak berubah serta permintaan konsumen tetap tinggi	(S1,S3,T2,T4)	1,57	III
7	Memperbaiki kemasan tempe yang dipasarkan serta meningkatkan jumlah promosi untuk menjaga agar permintaan konsumen tetap tinggi dan berhasil memenangkan persaingan dengan pesaing baru	(W2,W4,T1,T4)	0,76	VII
8	Berusaha meningkatkan manajemen pengelolaan yang lebih baik serta menambah permodalan agar tidak kurang untuk mengantisipasi adanya persaingan baru dan memenangkan persaingan tersebut.	(W1,W3,T1)	0,90	VI

Berdasarkan hasil perhitungan dalam menentukan alternative prioritas strategi yang harus dijalankan dalam pengembangan industri rumah tangga tempe batur di Desa Jelantik dapat diketahui nilai daya tarik pada keempat strategi. Total nilai tertinggi diperoleh pada strategi I yaitu Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis untuk menjaga tingkat permintaan yang tinggi tetap terpenuhi serta memperoleh konsumen baru dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka dengan skor 2,38. Kemudian strategi selanjutnya adalah strategi III yaitu Meningkatkan jumlah modal yang masih kurang serta memperbaiki kualitas kemasan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan pinjaman pada lembaga pinjaman untuk memperbanyak konsumen dengan memanfaatkan peluang

pasar yang masih terbuka dengan skor 1,67 terakhir adalah strategi enam dengan skor 1,57 yaitu Menjaga dan meningkatkan kualitas agar tetap sebagai produk yang dikenal berkualitas dan tahan lama untuk menjaga agar selera konsumen tidak berubah serta permintaan konsumen tetap tinggi.

Berdasarkan ringkasan ketiga strategi utama dalam pengembangan industri rumah tangga tempe batur di desa jelantik, didapatkan bahwa secara umum manajemen harus tetpa dan berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan saat ini serta melapsnya dengan harga yang ekonomis agar mudah dalam mengakses peluang pasar yang masih terbuka untuk meningkatkan konsumen serta menambah permodalan dalam berusaha dengan memperbaiki kemasan yang ada saat ini.

3. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Industri rumah tangga tempe Batur di Desa Jelantik dapat di tarik kesimpulan bahwa :

1. Industry rumah tangga tempe Batur menempati sel I yang berarti strategi tumbuh dan kembangkan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Strategi pertumbuhan pertumbuhan ini didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam hal penjualan, asset, profit ataupun kombinasi dari ketiganya.
2. Strategi utama yang harus dijalankan usaha rumah tangga ini adalah Menjaga dan meningkatkan kualitas dengan menerapkan harga ekonomis untuk menjaga tingkat permintaan yang tinggi tetap terpenuhi serta memperoleh konsumen baru dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka
3. Stratgei selanjutnya adalah Meningkatkan jumlah modal yang masih kurang serta memperbaiki kualitas kemasan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan pinjaman pada lembaga pinjaman untuk memperbanyak konsumen dengan memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka
4. Strategi terakhir adalah Menjaga dan meningkatkan kualitas agar tetap sebagai produk yang dikenal berkualitas dan tahan lama untuk menjaga agar selera konsumen tidak berubah serta permintaan konsumen tetap tinggi.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Bernando, C., & Samosir, H. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C, *1*(November), 1–14.
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Dumairy. 1996. **Perekonomian Indonesia**. Jakarta. Erlangga.
- Fitri, R. (2013). Pengemasan dan Pelabelan. *Biomaterials*.
- Hidayat, S.A dan Muttalib, S.A.2020.Analisi Nilai Tambah Produk Agroindustri Tempe di Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur,JPRB Vol.8,No2,230-235
- Hunger JD, Wheelen TL. 2003. *Manajemen Strategis*. Volume Ke-5. Agung, J, Penerjemah. Yogyakarta (ID) : Andi. Terjemahan dari *Strategic Management*.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2017). Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (umkm) dan usaha besar (ub) tahun 2016 - 2017. *Depkop*, (1), 2. Retrieved from Sumber Kementerian Koperasi Dan UKM
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2018). Peningkatan Kualitas Produksi UKM Percetakan di Karangpilang Surabaya dan Krian Sidoarjo.

- AKSIOLOGIYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 33–38.
<https://doi.org/10.30651/aks.v2i1.1200>
- Kuncoro, Mudrajat, *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*. Yogyakarta. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Penerjemah: A.Setiawan Abadi. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1997) hlm. 8
- Manurung, R. DA, & Aryani, S. (2017). Pendampingan Psikologi Kesehatan Kerja POS Upaya Kesehatan Kerja (UKK) Nelayan Tradisional Tanjung Peni Citangkil Cilegon. *JAM Jurnal Abdi Masyarakat, J*, 2(2), 1–6.
- Murphi, Solehuddin, *Business Plan Praktis dan Dahsyat untuk UMKM*, (Bekasi: Laskar Aksara, 2013). hlm 9
- Pamuji, S. 1985. **Pembinaan arti dan metodenya Tinjauan dari Aspek Administrasi Pemerintahan** Jakarta: Bina Aksara
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rangkuti, F. 2015. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riska, F. F., Primyastanto, M., & Abidin, Z. (2015). Strategi Pengembangan Usah Budidaya Ikan Lele (*Clarias sp.*) Pada Usaha Perseorangan “Toni Makmur” Di Kawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang Jawa Timur. *Jurnal EEECSOFiM*, 3(1), 48–54.
- Rosmiati, *Analisis Program Bantuan Modal Usaha Penguatan Ekonomi Masyarakat (KUPEM) oleh Pemerintah Kota Jambi terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Jambi*, (Jurnal FKIP Universitas Jambi, 2014), hlm. 239
- Siagian, Sondang P. 1984. **Proses Pengelolaan Pembangunan Nasional**. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Sjaifudin, Hetifah. 1995. **Strategi dan Agenda Pengembangan Industri Kecil**. Bandung: Yayasan Akgita
- Syarif, Syahril. 1991. **Industri dan Kesempatan Kerja**. Padang: Pusat Penelitian Universitas Andalas.
- Tjiptono, Fandy. 2004. **Pemasaran Jasa**. Malang: Bayu Media.
- Umar H. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi, Agustinus S. 1996. **Management Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik**. Jakarta: Binarupa Aksara
- Wilandari, N. I. (2010). *Penentuan Agribisnis Unggulan Komoditi Pertanian Berdasarkan Nilai Produksi Di Kabupaten Grobogan*
- Yoo, H., Chang, M., & Kim, S. (2014). Fermented soybeans by *Rhizopus oligosporus* reduce femoral bone loss in ovariectomized rats, *Nutrition Research and Practice*, 8(5): 539–543. <https://doi.org/10.4162/nrp.2014.8.5.539>