

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA *HOME INDUSTRY* TEMPE “KERATON”  
DI DESA MONTORNA KECAMATAN PASONGSONGAN  
KABUPATEN SUMENEP**

**Faisol Aziz<sup>1</sup>, Insusmoko Adi Jansen<sup>2</sup>, Mohammad Aliridla<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wiraraja Sumenep

<sup>2</sup>Staf Pengajar Fakultas Pertanian, Universitas Wiraraja Sumenep

<sup>3</sup>Staf Pengajar Fakultas Pertanian, Universitas Wiraraja Sumenep

Email: [isholdanista@gmail.com](mailto:isholdanista@gmail.com)

**ABSTRAK**

Industri tempe merupakan industri kecil yang mampu menyerap sejumlah besar tenaga kerja baik yang terkait langsung dalam proses produksi maupun yang terkait dengan perdagangan bahan yang merupakan masukan maupun produk hasil olahannya. Industri tempe merupakan salah satu agroindustri rumah tangga yang sangat potensial untuk dikembangkan. Usaha industri tempe di desa montorna kecamatan pasongsongan saat ini masih merupakan industri kecil yang memiliki kelemahan dalam manajemen serta jumlah modal yang dimiliki, sehingga perlu dilakukan upaya-upaya perbaikan dalam strategi pengembangannya agar mampu bersaing dalam memperoleh pangsa pasar; Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di tempe “Keraton” di desa Montorna Kecamatan Pasongsongan dengan berbagai pertimbangan tertentu bahwa perusahaan tersebut akan mampu bersaing dalam pangsa pasar dari segi produksinya. Karna jumlah populasi Cuma 1 (satu) maka semua populasi menjadi sampel yaitu dengan menggunakan metode sensus atau sample jenuh. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Perusahaan *Home Indusry* tempe “keraton” di desa montorna kecamatan pasongsongan dapat di tarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan usaha *Home Indusry* tempe, adalah strategi agresif yaitu meningkatkan manajemen serta jumlah dan kualitas produksi untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

**Kata Kunci:** *strategi pengembangan dengan metode analisis SWOT*

**I. PENDAHULUAN**

Sektor industri merupakan salah satu penyumbang dalam perekonomian Indonesia. Salah satu dari sektor industri adalah industri pangan, industri pangan mengelola hasil pertanian, baik nabati maupun hewani menjadi produk pangan olahan. Industri cukup mempunyai prospek bisnis yang baik dan keberadaanya selalu dibutuhkan, karena pangan merupakan kebutuhan primer bagi manusia.

Salah satu *home industry* pangan yang banyak dikembangkan di kabupaten sumenep adalah industri tempe. Tempe merupakan makanan yang banyak sekali di konsumsi oleh masyarakat. Bahkan tak

jarang dari sebagian orang yang menganggap tempe merupakan makanan yang harus wajib di sediakan di meja makan, tempe terbuat dari kedelai yang diolah sedemikian rupa menjadi sebuah makanan yang lezat dan di sukai banyak orang.

Dalam pengembangan usaha *home industry* akan banyak menghadapi kendala yang harus disikapi untuk tumbuh dan berkembang karna adanya faktor-faktor yang menghambat usaha kecil. Oleh karna itu perusahaan tempe tersebut membutuhkan manajemen yang baik untuk mengembangkan usahanya, hal ini dapat diupayakan melalui perumusan strategi

pengembangan usaha yang dapat dilaksanakan oleh manajemennya.

Usaha industri tempe di desa montorna kecamatan pasongsongan Kabpaten Sumenep saat ini masih merupakan industri kecil yang memiliki kelemahan dalam manajemen serta jumlah modal yang dimiliki, sehingga perlu dilakukan upaya-upaya perbaikan dalam strategi pengembangannya agar mampu bersaing dalam memperoleh pangsa pasar;

Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha *home industry* tempe diperlukan sebagai salah satu langkah meningkatkan kontribusi industri kecil dalam perekonomian daerah dan nasional. tujuan penelitian ini yang hendak dicapai adalah :

Mengetahui strategi pengembangan usaha *home industry* tempe “keraton” di desa montorna kecamatan pasongsongan.

## II. METODE PENELITIAN

penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di tempe “Keraton” di desa Montorna Kecamatan Pasongsongan Kabpaten Sumenep dengan berbagai pertimbangan tertentu bahwa perusahaan tersebut akan mampu bersaing dalam pangsa pasar dari segi produksinya. Karna jumlah populasi Cuma 1 (satu) maka semua populasi menjadi sampel yaitu dengan menggunakan metode sensus atau sample jenuh.

Dalam penelitian ini data diperoleh dari data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data yang diperoleh langsung dari pemilik perusahaan Tempe “Keraton” di Desa Montorna Kecamatan Pasongsongan.

#### 1. Observasi

Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara mengamati pada usaha home industri Tempe “Keraton” di Desa Montorna Kecamatan Pasongsongan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang

terdapat dalam perusahaan tersebut.

#### 2. Wawancara

Melakukan Tanya jawab terhadap pimpinan perusahaan untuk mengetahui strategi pengembangan home industri Tempe “Keraton” di Desa Montorna Kecamatan Pasongsongan.

#### 3. Kuisisioner

Pengumpulan data ini dilakukan dengan memberikan kuisisioner atau pertanyaan kepada pengusaha tempe “Keraton” tentang pengembangan produksi tempe “Keraton” di Desa Montorna Kecamatan Pasongsongan.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai instansi terkait dengan penelitian ini.

### 1. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT. analisis Matriks SWOT (*Strenghts-Weakness-Opportunities-Threats*) yang juga dikenal dengan TOWS merupakan analisis yang dipakai dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan.

Matriks SWOT (*Strenghts-Weakness-Opportunities-Threats*) dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis, yaitu SO (*Strenghts-Opportunities*), WO (*Weakness-Opportunities*), ST (*Strenghts-Threats*), WT (*Weakness-Threats*) (Freddy Rangkuty, 2006).

Strategi SO dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-sebesarnya. Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi ST menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi

ancaman eksternal. Strategi WT adalah kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tujuan dalam analisis SWOT adalah menghasilkan alternative strategi yang dapat diaplikasikan oleh organisasi. Beberapa langkah dalam membuat Matriks SWOT, yaitu:

### 1. Analisis Faktor Internal (IFAS)

- a. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan seperti yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya, dituliskan pada masing-masing kolom pada matriks SWOT.
- b. Strategi SO dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang yang ada.
- c. Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dan meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi ST menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman eksternal.
- e. Strategi WT adalah kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

### 2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threatment*).
2. Pemberian nilai bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
3. Menghitung rating untuk masing-masing faktor

kekuatan dan peluang dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor). Sedangkan nilai rating kelemahan dan ancaman adalah kebalikannya, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Variabel yang termasuk dalam kategori kekuatan (positif) diberi nilai mulai dari 1 (tidak kuat) sampai dengan 4 (sangat kuat).  
1 = tidak kuat  
3 = kuat  
2 = cukup kuat  
4 = sangat kuat
- b. Variabel yang termasuk dalam kategori kelemahan (negatif) diberi nilai mulai dari 1 (sangat lemah) sampai dengan 4 (tidak lemah).  
1 = sangat lemah  
3 = cukup lemah  
2 = lemah  
4 = tidak lemah
- c. Variabel yang termasuk dalam kategori peluang (positif) diberi nilai mulai dari 1 (tidak berpeluang) sampai dengan 4 (sangat berpeluang).  
1 = tidak berpeluang  
3 = berpeluang  
2 = cukup berpeluang  
4 = sangat berpeluang
- d. Variable yang termasuk dalam kategori ancaman (negatif) diberi nilai mulai dari 1 (sangat mengancam) sampai dengan 4 (tidak mengancam).  
1 = sangat mengancam  
3 = cukup mengancam  
2 = mengancam  
4 = tidak mengancam

4. Mengalikan masing-masing bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom nilai. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 0,4 sampai dengan 0,1.
5. Menggunakan kolom komentar untuk memberikan keterangan berupa catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlah skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.
6. Strategi pengembangan adalah suatu pola atau perencanaan yang mampu mengintegrasikan sasaran, kebijakan, dan tindakan-tindakan organisasi secara kohesif, kegiatan tersebut dilakukan ke arah yang lebih baik dari keadaan sebelumnya.
7. Kuadran I adalah strategi SO (Strategi agresif) yaitu gabungan antara kekuatan dan peluang.
8. Kuadran II adalah strategi ST (Strategi kompetitif) yang merupakan gabungan antara kekuatan dan ancaman.
9. Kuadran III adalah strategi WO (Strategi konservatif) yang merupakan strategi yang berorientasi putar balik yaitu gabungan antara kelemahan dan peluang.
10. Kuadran IV adalah strategi WT (Strategi defensif) yang mendukung strategi defensif yaitu gabungan antara kelemahan dan ancaman.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional mencakup pengertian untuk memperjelas beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Analisis SWOT merupakan analisis yang dipakai dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan.
2. Kedelai adalah salah satu tanaman polong-polongan yang menjadi bahan dasar pembuatan tempe.
3. Tempe adalah makanan hasil fermentasi yang terbuat dari bahan baku ragi dan kedelai.
4. *Home industry* adalah rumah usaha produk barang atau jasa perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini di pusatkan dirumah. *Home industry* juga dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga.
5. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang.



### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Lingkungan Internal

Dalam analisis SWOT ini lingkungan internal meliputi penggambaran kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dihadapi oleh usaha *home industry* tempe. Adapun aspek-aspek yang dapat diidentifikasi untuk mengetahui seberapa besar kekuatan dan kelemahan dalam usaha *home industry* tempe tersebut yaitu sebagai berikut:

##### 1. Kekuatan (*Strength*)

- Produk tahan lama
- Harga ekonomis
- Proses pembuatannya mudah
- Kualitas produk terjamin
- banyaknya stok produksi terjual

##### 2. Kelemahan (*Weakness*)

- Modal kurang
- Kemasan sederhana
- Manajemen tidak efektif
- Kurangnya promosi
- Lahan pemasaran yang tidak tetap

#### B. Lingkungan Eksternal

Didalam analisis SWOT ini lingkungan eksternal meliputi penggambaran peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh usaha *home industry* tempe. Adapun aspek-aspek yang dapat diidentifikasi untuk mengetahui seberapa besar peluang dan ancaman dalam usaha *home industry* tempe adalah sebagai berikut :

##### 1. Peluang (*Opportunity*)

- Peluang pasar

- Animo masyarakat terhadap tempe
- Permintaan meningkat
- Kepercayaan konsumen
- produk merupakan makanan ciri khas daerah

##### 2. Ancaman (*Threats*)

- Adanya pesaing baru
- Berubahnya selera konsumen
- Bahan baku mahal
- Fluktuasi permintaan konsumen
- tidak stabilnya bahan baku

Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha *home industry* tempe di desa montorna kecamatan pasongsongan perlu dikembangkan. Dengan analisis SWOT, maka dapat ditentukan alternative strategi baru yang sesuai untuk pengembangan usaha *home industry* tempe.

#### Penentuan Bobot Analisis Lingkungan Internal (ALI) dan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE)

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. Penentuan bobot dari analisis lingkungan internal (*Strength, Weakness*) dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Bobot Analisis Lingkungan Internal (ALI)(*Strength, Weakness*)

Analisis Lingkungan Internal		Bobot (%)
S	Kualitas produk terjamin	20,00
W	Manajemen tidak efektif	8,89

Sumber : data primer diolah, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa pemilihan faktor yang lebih *urgen* dari

matrik SWOT analisis lingkungan internal (*Strength, Weakness*) dan dapat dilihat pada

lampiran untuk menentukan nilai bobot yang dipresentase dari jumlah faktor yang lebih urgen dari tabel diatas.selanjutnya dirumuskan juga penentuan bobot matrik Tabel 4.2 Bobot Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) (*Opportunity, Threats*)

SWOT analisis lingkungan eksternal (*Opportunity, Threats*) dapat dilihat pada tabel 4.2 :

analisis lingkungan eksternal		Bobot (%)
O	Peluang pasar	20,00
T	Perubahnya selera konsumen	8,89

Sumber : data primer diolah, 2017

Pemilihan faktor yang lebih urgen dari matrik SWOT analisis lingkungan eksternal (*Opportunity, Threats*) dapat dilihat pada lampiran untuk menentukan nilai bobot yang dipersentase dari jumlah faktor yang lebih urgen dari tabel diatas. Kedua tabel diatas tersebut dapat menentukan perumusan strategi ketahap berikutnya, yaitu penentuan skor matrik SWOT.

#### Penentuan Skor Analisis Lingkungan Internal (ALI) dan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE)

Penentuan skor analisis lingkungan internal (*Strength, Weakness*) dan analisis lingkungan eksternal (*Opportunity, Threats*)

diperoleh dari hasil kali bobot dan ranting. Ranting diperoleh dari penentuan ranting yaitu sangat berpengaruh dengan nilai 4, berpengaruh dengan nilai 3, kurang berpengaruh dengan nilai 2 dan tidak berpengaruh dengan nilai 1.

Total skor dari analisis lingkungan internal *Strength* (kekuatan) secara keseluruhan adalah 271,12, sedangkan dari *Weakness* (kelemahan) adalah 53,33 dapat dilihat di tabel 4.3 dan analisis lingkungan eksternal dari *Opportunity* (peluang) secara keseluruhan adalah 235,34 sedangkan dari *Threats* (ancaman) adalah 44,44 dapat dilihat pada tabel 4.4 :

Tabel 4.3 Skor Analisis Lingkungan Internal (ALI)

Analisis Lingkungan Internal		Skor
S	Kualitas produk terjamin	80,00
W	Manajemen tidak efektif	26,67

Sumber data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa diantara faktor lingkungan internal, faktor kekuatan yang paling besar adalah Kualitas produk terjamin. Yaitu dengan skor 80,00. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan Kualitas produk terjamin dari usaha *home industry* tersebut sangat menentukan volume penjualan kedepannya. Oleh karena itu perlu dipertahankan bahwa dan ditingkatkan kembali agar tetap menjadi kekuatan utama dalam pengembangan usaha *home industry*

tempe. Sehingga dengan demikian usaha *home industry* tempe semakin berkembang dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam melakukan usaha.

Sedangkan faktor kelemahan yang memiliki skor paling tinggi adalah Manajemen tidak efektif dengan skor 26,67 dimana dengan Manajemen tidak efektif perusahaan harus meningkatkan kualitas manajen perusahaan agar mampu bersaing dalam memperoleh pangsa pasar. Hasil skor dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.4 Skor Analisis Lingkungan Eksternal (ALE)

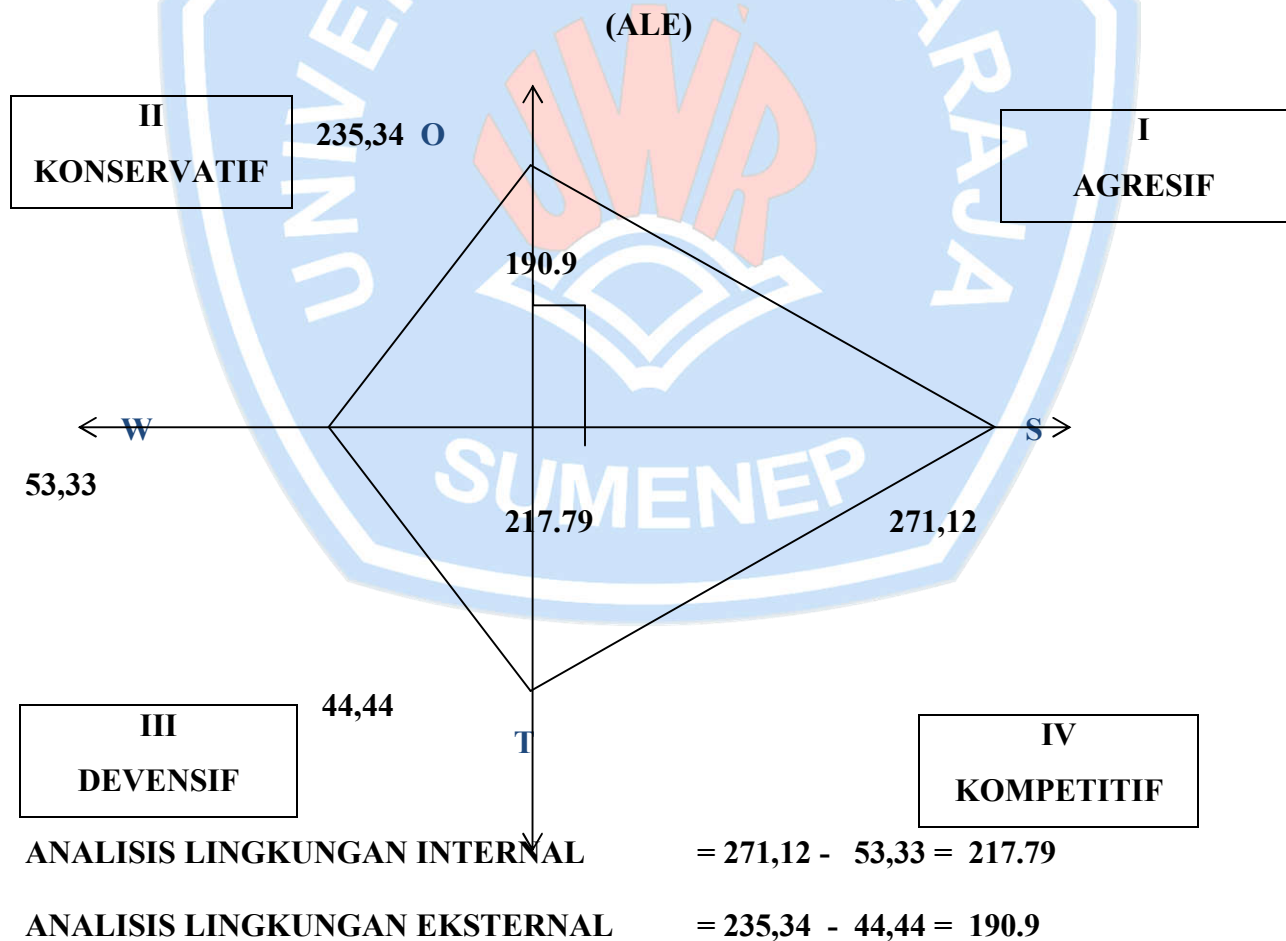
analisis lingkungan eksternal		Skor
O	Peluang pasar	80,00
T	Perubahnya selera konsumen	17,78

Sumber data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa diantara faktor lingkungan eksternal, faktor peluang yang paling besar adalah Peluang pasar dengan skor 80,00 yang artinya usaha *home industry* tempe memiliki kesempatan peluang yang sangat bagus dengan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Sedangkan faktor ancaman yang paling tinggi adalah Perubahnya selera konsumen dengan skor 17,78 yang artinya adalah

perubahan selera masyarakat sangat mengancam terhadap perusahaan tempe.

Dengan demikian adanya perusahaan lain yang memproduksi tempe sangat berdampak negatif terhadap usaha *home industry* tempe tersebut, sehingga perlu perusahaan mewaspadainya, karna dampak yang diakibatkan oleh perusahaan lain sangat berpengaruh terhadap usaha *home industry* tempe "keraton" di desa muntorna kecamatan pasongsongan.



Gambar 4.2 keterkaitan ALI dengan ALE usaha *home industry* tempe

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa nilai ALI adalah **217.79**, sedangkan nilai ALE adalah **190.9**, hal ini dapat diketahui dengan cara mengurangi antara nilai kekuatan (S) dengan kelemahan (W) untuk ALI dan mengurangi nilai (O) dengan ancaman (T) untuk ALE. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dari pada kelemahan sedangkan peluang yang ada masih mampu mengatasi ancaman. Untuk lebih mudah dalam perumusan strategi, langkah selanjutnya adalah menentukan analisis lingkungan internal (ALI) dan analisis lingkungan eksternal (ALE).

#### IV. PENUTUP

##### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Perusahaan *Home Industry* tempe “keraton” di desa montorna kecamatan pasongsongan kabupaten sumenep dapat di tarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan usaha *Home Industry* tempe, adalah strategi agresif yaitu meningkatkan manajemen serta jumlah dan kualitas produksi untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

##### B. Saran

Dari beberapa kesimpulan tersebut maka penulis akan memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah lebih berperan dalam membantu pengusaha tempe baik dalam memberikan pelatihan manajemnya serta proses produksinya maupun pengadaan sarana dan prasarana produksi tempe dan pemasaran
2. Bagi pengusaha Tetap menjaga kualitas produknya dan hubungan yang baik dengan konsumen atau pihak-pihak lainnya, disamping itu perusahaan mampu memaksimalkan peranan promosi.

##### 3. Bagi mahasiswa

Sebagai pertimbangan untuk bahan penelitian agar bias mempraktekkan dan mengembangkan ilmu yang sudah di pelajari dimasa kuliah

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, S. R. R. 2007. *Beberapa Aspek Ekonomi pada Industri Tahu dan Tempe, Studi Kasus Industri Tahu dan Tempe diKecamatan Parung Kabupaten Bogor*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Veny.2012. *Strategi Pengembangan Agroindustri Kripik jamur tiram Desa kebundadap Kecamatan saronggi Kabupaten Sumenep*. Skripsi Universitas wiraraja sumenep.
- Rangkuti. 2010. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis* Cetakan 8. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- 2006. *Riset pemasaran*. Cetakan 8. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Wirakusuma. 2005. *Makanan “super” Asli Indonesia*. Jakarta : Penebar Swadaya.