



Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Keripik Singkong Borneo Di Desa Cindai Alus

Developing Strategy of Borneo Cassava Chips Business in Cindai Alus Village

Widia Ariyanti Umi Salawati dan Usamah Hanafie

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Singkong, Faktor Internal dan Eksternal, Strategi Pengembangan Usaha, SWOT

Korespondensi

Main author:

aryantiwidia2@gmail.com

Corresponding author:

usalawati@ulm.ac.id

Diterima: Januari 2024,

Disetujui: 24 Januari 2024,

Diterbitkan on-line : 31 Maret 2024

Singkong sangat fleksibel diolah menjadi produk makanan, baik secara langsung maupun tidak langsung maka dari itu munculah sebuah ide mengenai pengembangan produk olahan singkong menjadi salah satu bagian kuliner saat ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dan menganalisis strategi pengembangan usaha keripik singkong Borneo dengan analisis SWOT. Tempat penelitian berlokasi di Jalan Kebun Raya No,95 RT 05 Rw 02, Desa Cindai Alus, Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar, dimulai sejak bulan April 2023. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan matriks posisi yang diperoleh dari perhitungan bobot X rating diketahui posisi kuadran usaha keripik singkong Borneo terletak pada kuadran V dengan strategi mempertahankan dan pelihara dengan rata rata 2,0 – 2,99. Dari hasil penggabungan dan pencocokan matriks IE melalui hasil IFE dan EFE diperoleh divisi sel 5 yaitu melaksanakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Dari hasil analisis SWOT diketahui faktor kekuatan adalah terjaganya kualitas serta kuantitas produk, faktor kelemahan adalah kurangnya promosi dan inovasi baik segi rasa maupun produk, faktor peluang adalah permintaan akan produk keripik singkong cukup tinggi dan harga produk lebih murah dibandingkan produk sejenis, faktor ancaman adalah merek dagang yang tidak dicantumkan dan banyaknya perusahaan sejenis.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara besar yang kaya akan produk pertanian dan rata-rata masyarakat bekerja sebagai petani. Hal ini menyebabkan, kegiatan di sektor pertanian adalah kegiatan agroindustri atau pengolahan hasil. Singkong merupakan tanaman yang mudah diolah menjadi produk pangan baik secara langsung misalnya untuk membuat keripik singkong dan produk product) berupa tepung singkong. (Saputra *et al.*, 2021).

Disisi lain, semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan singkong sebagai produk olahan yang dipasarkan secara luas, maka akan semakin mempengaruhi persediaan tanaman singkong. Keadaan ini membuat industri singkong sukar mendapatkan bahan baku (Anggi, 2022).

Namun pemanfaatan produk singkong masih terbatas pada produk pangan tradisional yang hanya diproduksi dan selebihnya tersedia (Mulyatun, 2019).

Tabel:1 Industri Pengolahan Keripik Singkong Kabupaten Banjar 2021

Kecamatan/ Desa	Unit Usaha	Tenaga Kerja	jumlah produksi
Kecamatan Martapura			
A.Tungkaran	1	2	4.800 kg
B.Cindai Alus	9	20	62.650 kg
C.Sungai Sipai	1	2	1.600 kg
Sungai Tabuk	2	2	10.00 bks
Bawahan Pasar	1	2	480 bks
Gambut	3	4	14.500 bks

Sumber: Dinas Perindustrian Kabupaten Banjar 2021

Kota Martapura khususnya Desa Cindai Alus memiliki industri rumah tangga keripik singkong terbanyak di kabupaten Banjar dengan jumlah produksi sebanyak 62.650 kg/thn dan 9 unit usaha keripik singkong. Semakin banyak UKM yang memproduksi keripik ingkong yang ditinjau dari sisi ekonomi usaha ini memiliki prospek yang baik dikarenakan keripik dapat dinikmati segala kalangan dengan harga yang terjangkau (Qonita et al 2018).

Usaha keripik singkong Borneo dirintis sejak Maret 2017 merupakan usaha pertama yang dirintis oleh bapak Suranto dan memiliki 3 karyawan yang semuanya TKDK. Lokasi usaha dekat dengan daerah perkotaan menyebabkan produsen mudah untuk memasarkan produknya.

Kendala yang dihadapi adalah kurangnya identifikasi mengenai faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor peluang dan ancaman adalah faktor yang tidak bisa dikendalikan perusahaan berupa peluang dan ancaman perusahaan yang didukung dengan strategi pengembangan usaha.

Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui faktor internal dan eksternal dalam menentukan strategi pengembangan usaha keripik singkong Borneo,Menganalisis strategi pengembangan melalui analisis SWOT.

Manfaat penelitian ini yaitu bagi pelaku usaha diharapkan sebagai masukan dan pertimbangan bagi usaha keripik singkong Borneo dalam mengambil kebijakan strategi, bagi peneliti diharapkan menambah pengetahuan dan memperluas wawasan khususnya dalam strategi pengembangan usaha, bagi peneliti lain diharapkan digunakan sebagai referensi bagi

mahasiswa yang ingin mempelajari mengenai strategi pengembangan usaha keripik singkong.

METODE

Tempat dan waktu penelitian

Tempat berlokasi di Jalan Kebun Raya No,95 RT 05 Rw 02, Desa Cindai Alus, Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar, dimulai sejak bulan April 2023.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan 2 sumber data yaitu data Primer dan Data Sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi lokasi, wawancara oleh responden yang telah ditentukan menggunakan kuisioner yang disiapkan oleh peneliti disertai dokumentasi sebagai bukti keabsahan data. Data sekunder didapatkan melalui buku, jurnal tambahan terkait strategi pengembangan usaha.

Teknik Pengumpulan Data

(1) Obsevasi melalui pengamatan perusahaan yang bersangkutan. (2) Wawancara secara langsung dengan responden menggunakan kuesioer atau daftar pertanyaan. (3) Dokumentasi pengambilan data yang dilengkapi dengan foto untuk mendukung keabsahan data.

Objek Penelitian

Objek peneltian dilakukan dengan kriteria responden yang telah ditentukan yaitu pemilik usaha, tenaga kerja yang dianggap mengetahui faktor internal, dan konsumen yang dianggap paling sering membeli produk dan mengetahui faktor eksternal.

Batasan Masalah

Pertama objek penelitian dispesifikasikan pada usaha pengolahan keripik singkong, kedua rentang waktu adalah dalam tiga bulan produksi (Juni-Agustus 2023), ketiga strategi pengembangan usaha yang dilakukan difokuskan untuk mengetahui strengths (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (ancaman) pada usaha keripik singkong Borneo.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah **deskriptif kuantitatif**. Analisis deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai usaha keripik singkong. Melalui analisis kuantitatif, lingkungan perusahaan ditentukan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dijelaskan melalui matriks IFE dan EFE selanjutnya memasuki tahap matriks posisi dan terakhir dilakukan analisis SWOT yang bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat. (David 2005).

MATRIKS IFE dan EFE

Penentuan Bobot dan Rating pada Faktor Internal dan Eksternal

Pemberian bobot setiap faktor dilakukan dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Pembobotan ini didasarkan pada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap posisi strategis yang dianalisis di suatu wilayah tertentu. (Kinneer dan Taylor, 2003).

Menurut David (2006) Penentuan rating dilakukan untuk mengukur masing-masing variabel digunakan skala 1, 2, 3, dan 4. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

- 1: Jika faktor strategi dinilai sangat tidak penting
 - 2: Jika faktor strategi dinilai tidak penting
 - 3: Jika faktor strategi dinilai cukup penting
 - 4: Jika faktor strategi dinilai sangat penting
- Untuk lebih jelas berikut pada tabel 2.

Tabel 2: Penjumlahan Total Skor IFE dan EFE

Faktor Strategi	Bobot (0-1)	Rating (4-1)	B*R	Total Skor
Internal				
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				
Peluang				
Ancaman				
Total				
Total		1,00		

Sumber: David 2006

Matriks Posisi

Tabel 3: Matriks Posisi IE

	Skor Bobot Total	
	Tinggi 3,0-4,0	Rendah 1,0-1,99
Tumbuh dan kembangkan (1)	Tumbuh dan kembangkan (2)	Mempertahankan danelihara (3)
Tumbuh dan kembangkan (4)	Mempertahankan danelihara (5)	Panen dan melepaskan (6)
Mempertahankan danelihara (7)	Panen dan melepaskan (8)	Panen dan melepaskan (9)

Sumber: David 2006

Matriks posisi adalah langkah kedua dalam formula strategi yang menempatkan berbagai area organisasi pada sembilan sel. Ada dua dimensi utama yaitu skor IFE pada sumbu x dan skor EFE pada sumbu Y. Skor total 1,0 hingga 1,99 menunjukkan keadaan internal yang rendah, skor 2,0 hingga 2,99 berarti sedang, dan skor 3,0 hingga 4,0 berarti kuat. Matriks Posisi dapat dibagi menjadi tiga bidang utama dengan implikasi strategis yang berbeda. Strateginya adalah tumbuh dan kembangkan, jaga dan pertahankan, tuai atau divestasi (David 2006).

Matriks SWOT

Menurut (David & Fred, 2010) menjelaskan bahwa matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang membantu perusahaan memperbaiki empat jenis strategi, yaitu strategi SO (Strength Opportunities), strategi WO (Weakness Opportunity), strategi ST (Strength Threats) dan WT (Weakness Opportunities). Tujuan dari setiap alat pencocokan pada tahap ketiga adalah untuk menghasilkan strategi yang layak dan bukan untuk memilih strategi yang terbaik (Fitriana, 2018).

Tabel 4: Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Weakness Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal.
Opportunities 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 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

Sumber: David 2010

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Matriks IFE

Analisis Internal suatu usaha dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan di dalam lingkungan suatu usaha yang informasinya merupakan hasil dari wawancara terhadap responden yang merupakan pemilik usaha keripik singkong Borneo. Hasil wawancara dimasukkan ke dalam Matriks Internal Factor Evaluation (IFE). Setelah mengidentifikasi faktor internal, dilakukan pembobotan dan pemberian rating pada masing-masing variabel faktor yang dapat dilihat pada tabel 5 dan 6 dibawah ini:

Tabel 5 : Hasil Analisis *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)* - Kekuatan

Faktor strategi Internal				
No	Kekuatan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	Bahan baku yang selalu tersedia	0,087	2,25	0,195
2	Kemampuan produksi yang	0.090	2,3	0,207

3	tepat waktu Kualitas produk yang baik dengan rasa yang konsisten	0.103	2,6	0,268
4	Akses jalan baik sehingga konsumen mudah mendapatkan produk	0.096	2,4	0,232
5	Kualitas pelayanan yang baik	0.093	2,5	0,233
6	Lokasi usaha yang strategis menyebabkan produsen mudah memasarkan produk	0,1	2,6	0,26
Total		0.58	14,65	1,45

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Tabel 6: Hasil Analisis *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)* - Kelemahan

No	Kelemahan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	kurang ketersediaan stok barang	0.074	1,9	0,140
2	peralatan yang dipakai masih sederhana	0.051	1,3	0,067
3	kurangnya promosi mengenai produk	0.077	2	0,154
4	Keterbatasan Jumlah karyawan	0.077	2	0,154
5	keterlibatan langsung pemilik usaha dengan proses produksi	0.080	2,1	0,169
6	Kurangnya inovasi ukuran dalam pengemasan produk	0.067	1,75	0,118
Total		0,043	9,31	0,805
Total Kekuatan Dan Kelemahan		1	24,01	2,35

Sumber : Pengolahan Data Primer 2023

Usaha pengolahan keripik singkong Borneo sudah baik dalam merespon kekuatan maupun kelemahan internal yang ada. Berdasarkan Tabel 4 dan 5 nilai total yang diperoleh faktor kekuatan sebesar 1,45 dan total faktor kelemahan sebesar 0,805 sehingga didapatkan nilai total keseluruhan sebesar 2,35. Kekuatan utama dari usaha keripik singkong ini adalah faktor yang memiliki nilai bobot dan rating tertinggi yaitu Kualitas produk yang baik dengan rasa yang konsisten dan lokasi usaha yang strategis menyebabkan konsumen mudah mendapatkan produk. Kelemahan utama pada usaha keripik singkong Borneo dapat dilihat dari nilai rating terendah dari faktor kelemahan yaitu peralatan yang digunakan masih sederhana. Sebaiknya pemilik usaha menggunakan alat yang lebih moderen agar lebih memudahkan saat produksi dan menghasilkan jumlah produk yang lebih banyak dari sebelumnya.

Analisis Matriks EFE

Analisis faktor lingkungan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor luar yang berpengaruh terhadap tersebut melalui pemilik usaha untuk mengetahui daftar peluang dan ancaman pada usaha keripik singkong Borneo yang dijalankan. Setelah mengetahui faktor dilakukan identifikasi faktor eksternal melalui pembobotan dan pemberian rating pada masing-masing faktor.

Tabel 7: Hasil Analisis Matriks *Eksternal Factor Evaluation (EFE) - Ancaman*

Faktor Strategi Eksternal				
No	Ancaman	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	Banyak jenis cemilan kekinian yang beredar dipasaran	0.086	2,33	0,202
2	Banyak perusahaan sejenis	0.071	1,91	0,364
3	Kurangnya inovasi produk yang dipasarkan	0.068	1,83	0,125
4	Adanya produk substitusi yang beredar	0.080	2,16	0,174

	dipasaran			
5	Meningkatnya pendapatan menyebabkan berkurangnya daya beli produk	0.059	2,28	0,134
6	Merek dagang yang tidak dicantumkan menyebabkan produk mudah diakui oleh perusahaan lain	0.108	2,91	0,316
Total		0.475	13,42	1,27

Sumber : Pengolahan Data Primer 2023

Tabel 8: Hasil Analisis Matriks *Eksternal Factor Evaluation (EFE) - Peluang*

No	Peluang	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	Harga produk lebih murah dibandingkan produk sejenis	0.096	2,58	0,248
2	Salah satu jenis makanan yang memiliki daya simpan relatif lama	0.071	1,91	0,136
3	Rasa produk sesuai dengan keinginan konsumen	0.086	2,3	0,200
4	Kualitas singkong sesuai dengan keinginan konsumen	0.108	2,91	0,136
5	Permintaan akan produk keripik singkong cukup Tinggi	0.071	1,91	0,136
6	Keripik singkong merupakan salah satu cemilan yang ekonomis dan banyak digemari	0.090	2,41	0,217
Total		0,52	14,02	1,075
Total Ancaman dan Peluang		1	27,44	2,36

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Berdasarkan tabel 7 dan 8 Nilai total yang diperoleh faktor ancaman sebesar 1,27 dan total faktor peluang sebesar 1,75 didapatkan nilai total keseluruhan sebesar 2,36. Ancaman utama dari usaha keripik singkong ini adalah faktor yang memiliki nilai bobot dan rating terendah yaitu banyaknya jumlah perusahaan sejenis yang menyebabkan banyaknya persaingan antar produk. Sebaiknya usaha memiliki produk unggulan yang menjadi ciri khas dari produk tersebut. Peluang utama dari usaha keripik singkong ini adalah faktor yang memiliki nilai bobot dan rating tertinggi yaitu Kualitas singkong sesuai dengan keinginan konsumen dan harga produk lebih murah dibandingkan produk sejenis.

Matriks Posisi

Tabel 9: Hasil Matriks Posisi

Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tumbuh dan kembangkan (1)	Tumbuh dan kembangkan (2)	Mempertahankan dan pelihara (3)
Tumbuh dan kembangkan (4)	Mempertahankan dan pelihara (5)	Panen dan melepaskan (6)
Mempertahankan dan pelihara (7)	Panen dan melepaskan (8)	Panen dan melepaskan (9)

Sumber: David 2006

Dapat dilihat pada Tabel 9 dari matriks IE hasil yang didapat melalui tahapan pemberian bobot dan rating pada masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga diperoleh total skor internal dan eksternal yaitu pada nilai total kekuatan dan kelemahan sebesar 2,35 sedangkan untuk total nilai yang diperoleh dari total nilai eksternal sebesar 2,36 sehingga matriks yang diperoleh dari nilai internal dan eksternal terletak pada bagian sel 5 (V) yaitu mempertahankan dan pelihara dengan rata-rata 2,0 – 2,99. Dari hasil penggabungan dan

pencocokan matriks IE melalui hasil IFE dan EFE diperoleh divisi sel 5 yaitu melaksanakan strategi Penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Matriks SWOT

Analisis ini dilakukan menggunakan matriks SWOT terdiri dari faktor internal (strength, weaknesses) dan faktor eksternal (Opportunities, threats) di dalam usaha. Matriks berikut mengidentifikasi bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada Tabel 10.

Tabel 10: Matriks SWOT

Kekuatan Internal			Kelemahan Internal	
IFE	1	Bahan baku yang selalu Tersedia	1	Kurang ketersediaan stok barang
	2	Kemampuan produksi yang tepat waktu	2	Peralatan yang dipakai masih sederhana
	3	Kualitas produk yang baik dengan rasa yang konsisten	3	Kurangnya promosi mengenai produk
	4	Akses jalan baik sehingga konsumen mudah mendapatkan produk	4	Keterbatasan jumlah karyawan
	5	Kualitas pelayanan yang baik	5	Keterlibatan langsung pemilik usaha dengan proses produksi
	6	Lokasi usaha yang strategis menyebabkan produsen mudah memasarkan produk	6	Kurangnya inovasi ukuran dalam pengemasan produk
EFE	STRATEGI (SO)		STRATEGI (WO)	
PELUANG EKSTERNAL	Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang		Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang	

1	Harga produk lebih murah dibanding an produk sejenis	1	Meningkatk an jumlah produksi keripik singkong (S2) (O1) (O2) (O6)	1	Produsen lebih memperbanya k stok produk keripik singkong di toko
2	Salah satu jenis makanan yang memiliki daya simpan relatif lama	2	Menjaga kestabilan rasa serta kerenyahan pada produk (S3) (O3) (O4).	2	Produsen lebih memperbanya k stok produk di toko (W1) (O2)
3	Rasa produk sesuai dengan keinginan konsumen	3	Memberikan benner atau spanduk sebagai tanda lokasi usaha keripik singkong (S6)	3	Mencoba menawarkan produk kepada konsumen baru yang belum pernah membeli (W3) (O1)
4	Kualitas singkong sesuai dengan keinginan konsumen	4	Tetap memepertah ankan kualitas baik dari sisi produk dan pelayanan (S5) (O4) (O5)	4	Pemilik usaha sebaiknya lebih fokus dalam memperhatikan kualitas dan ketersediaan bahan baku (W4) (O4)
5	Permintaan akan produk keripik singkong cukup tinggi	5	Memberikan varian inovasi harga dalam pengemasan agar konsumen leluasa dalam memilih ukuran pengemasan sesuai kebutuhan (S5) (S6)	5	Menambah tenaga kerja agar meningkatkan jumlah produksi (W5) (O5)
6	Keripik singkong merupakan salah satu cemilan yang ekonomis dan banyak digemari				
ANCAMAN EKSTERNAL		STRATEGI (ST)		STRATEGI (WT)	

		Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman		Meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman	
1	Banyaknya jenis cemilan kekinian yang beredar dipasaran	1	Melakukan promosi lewat sosial media dan memasarkan produk di tempat baru (T1) (T2)	1	Produsen memperbanya k stok barang di toko dan membuat variasi produk (W1) (T1)
2	Banyaknya perusahaan sejenis	2	Konsisten dari sisi ketepatan waktu saat mengolah produk (S2)	2	Tetap menjaga kualitas, pelayanan dan rasa produk yang dihasilkan agar konsumen tidak beralih kepada perusahaan lain (T1) (T2) (T4)
3	Kurangnya inovasi produk yang dipasarkan	3	Senantiasa menjaga kualitas dan cita rasa produk dan usahakan membuat rasa yang khas pada produk (T1) (T2) (T4) (S3)	3	Memberdayak an karyawan yang ada guna menghasilkan produk unik dan khas agar menjadi produk unggulan yang (T1) (T4) (W2) (W4) (W5)
4	Adanya produk substitusi yang beredar dipasaran	4	Meningkatk an pelayanan yang lebihn baik dari sebelumnya agar pelanggan tidak beralih ke produsen Lain (T2) (T3) (S5)	4	Memberdayak an karyawan yang ada menghasilkan produk unik dan khas agar menjadi produk unggulan yang (W2) (W4) (T2) (T5)
5	Meningkatn y pendapatan menyebabkan berkurangn ya daya beli produk	5	Produsen mengurangi jumlah produksi keripik singkong namun mengolah variasi produk lain (T5)	5	Produsen mengolah makanan yang menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk sebelumnya (T2) (T5)

6	Merek dagang yang tidak dicantumkan perusahaan lain	6	Produsen memperbanyak variasi ukuran dan cara pengemasan produk (T5) (T6) (W6)
---	---	---	--

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

A. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu .:

- Meningkatkan jumlah produksi keripik singkong.
- Menjaga kestabilan rasa serta kerenyahan pada produk.
- Memberikan *benner* atau spanduk sebagai tanda lokasi usaha keripiksingkong
- Tetap memepertahankan kualitas baik dari sisi produk dan pelayanan.

B. Strategi WO di dapat rekomendasi strategi alternatif yaitu:

- Produsen lebih memperbanyak stok produk keripik singkong di took
- Mencoba menawarkan produk kepada konsumen baru yang belum pernah membeli cemilan keripik singkong Borneo
- Pemilik usaha sebaiknya lebih fokus dalam memperhatikan bahan baku baikdari sisi kualitas maupun ketersediaan bahan baku

C. Strategi ST didapat rekomendasi strategi alternative yaitu:

- Konsisten dari sisi ketepatan waktu saat mengolah produk agar konsumen tidak menunggu ketika ingin membeli.
- Melakukan promosi lewat social media dan memasarkan produk keripik singkong di tempat baru
- Senantiasa menjaga kualitas dan cita rasa produk dan menciptakan rasa yangkhas pada produk sebagai ciri khas sebuah produk.
- Meningkatkan pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya agar pelanggan tidak beralih ke produsen lain
- Produsen mengurangi jumlah produksi keripik singkong namun

mengolahvariasi produk lain

- Produsen memperbanyak variasi ukuran dan memperbaiki cara pengemasanproduk.

D.Strategi WT didapat rekomendasi strategi alternatif yaitu:

- Tetap menjaga kualitas, pelayanan dan rasa produk yang dihasilkan agar konsumen tidak beralih kepada perusahaan lain.
- Memberdayakan karyawan yang ada sebagai sdm guna menghasilkan produk yang unik dan khas agar menjadi produk unggulan yang baru
- Produsen mengolah makanan yang menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk sebelumnya dengan bahan baku singkong contohnya mengolah cemilan singkong Thailand.
- Produsen memperbanyak variasi ukuran dan memperbaiki cara pengemasan produk

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

Analisis SWOT diantaranya sebagai berikut

- a. Melakukan inovasi varian rasa pada produk keripik singkong dan Menjaga kestabilan rasa serta kerenyahan pada produk.
- b. Pemilik usaha sebaiknya lebih fokus dalam memperhatikan bahan baku baik dari sisi kualitas maupun ketersediaan bahan baku.
- c. Senantiasa menjaga kualitas dan cita rasa produk dan menciptakan rasa yang khas pada produk sebagai ciri khas sebuah produk.
- d. Melakukan promosi lewat sosial media dan memasarkan produk keripiksingkong di tempat baru
- e. Produsen memperbanyak variasi ukuran dan memperbaiki cara pengemasan produk.

Saran

1. Usaha keripik singkong Borneo saat ini masih memiliki manajemen organisasi yang kurang baik serta belum adanya buku catatan keuangan diharapkan perusahaan kedepannya dapat memperbaiki manajemen pembagian tugas dan memiliki buku catatan keuangan sehingga memudahkan mengelola keuangan perusahaan.
2. Kedepannya nanti dapat mengembangkan usahanya melalui saran strategi evaluasi faktor internal maupun eksternal dan melalui alternative strategi dari matriks SWOT.
3. Untuk produsen sebagai pemilik usaha keripik singkong Borneo diharapkan untuk menjaga kualitas, pelayanan, serta rasa produk dan diharapkan usaha keripik singkong melakukan suatu inovasi baik dari segi rasa maupun dari segi produk agar produknya mampu bersaing dengan produk cemilan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi, A.A. (2022). Manajemen Persediaan Bahan Baku Produksi Kripik Singkong Di Umkm Kripik Df Desa Ndarungan Kecamatan Selorejo (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Balitar Blitar).
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis*, Edisi Sepuluh. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- David, F.R. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat. Jakarta hal. 327-330.
- Mulyatun, M. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Berbasis Potensi Lokal;Alternatif Ketahanan Pangan Berupa Tepung Mangrove.
- Qonita, R. A., Parnanto, N. H. R., & Riptanti, E. W. (2018). Pemberdayaan usaha keripik singkong rasa gadung di Polokarto Sukoharjo. *Jurnal Dianmas*, 7(3).
- David (2006), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, Y, Hertati, L, Puspitawati, L, Gantino, R., dan Ilyas, M. (2021). Pengembangan Kuliner Kue Lumpang Khas Daerah Lahat Guna Melestarikan Kuliner Asli Daerah.