

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBUATAN TEMPE BERBASIS AGRIBISNIS UD. MURNI JAYA KABUPATEN PINRANG (STUDI KASUS UD. MURNI JAYA KABUPATEN PINRANG)

Agribusiness-Based Tempe Manufacturing Business Development Strategy UD. Murni Jaya Pinrang District (Case Study of UD. Murni Jaya, Pinrang Regency)

Aulia Muliadi, Nurhaeda, Arman

Email: auliamuliadi123@gmail.com, nurhaedajasinda@gmail.com, arman.umpar99@gmail.com

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani KM 06, Kota Parepare 91111, Sulawesi Selatan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis Di Kabupaten Pinrang. Di laksanakan pada bulan Desember sampai Januari 2022 di Kelurahan Benteng Sawitto Kecamatan Paleteang Kabupaten Pinrang. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan subjek penelitian yaitu usaha pembuatan tempe UD. Murni jaya kab. Pinrang. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif menggunakan dengan analisis strength, weakness, opportunity dan thread (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pembuatan tempe berada pada posisi agresif sehingga bisa memilih strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang. Secara sederhana kuadran sel I menunjukkan bahwa posisi pembuatan tempe telah tumbuh dengan baik namun tidak menutup kemungkinan untuk tetap dikembangkan dengan lebih baik pula. Strategi pengembangan usaha pembuatan tempe yang direkomendasikan adalah Meningkatkan kualitas produk agar mampu mencapai pasar yang luas keluar daerah, Meningkatkan proses produksi dengan tenaga kerja yang cukup agar tetap bisa memenuhi permintaan tempe yang terus meningkat, Meningkatkan pemasaran yang luas keluar daerah sehingga produk ini bisa dikenal luas asal daerah produk tersebut hingga produk ini menjadi unggulan daerah sendiri tetapi harga produk yang tetap terjangkau.

Kata kunci: Tempe, Strategi Pengembangan, Matriks SWOT

ABSTRACT

This research aims to determine the strategy for developing an agribusiness-based tempe making business in Pinrang Regency. It will be held from December to January 2022 in Benteng Sawitto Village, Paleteang District, Pinrang Regency. This research

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

is a case study research with the research subject namely UD's tempe making business. Murni Jaya district. Pinrang. The research method used is descriptive qualitative using strength, weakness, opportunity and thread (SWOT) analysis. The research results show that the tempe making business is in an aggressive position so that it can choose a strategy by maximizing strengths and taking advantage of opportunities. In simple terms, cell quadrant I shows that the position of tempe making has grown well but does not rule out the possibility of further development. The recommended strategy for developing a tempe making business is to improve product quality so that it can reach a wide market outside the region, improve the production process with sufficient labor so that it can continue to meet the increasing demand for tempeh, increase extensive marketing outside the region so that this product can be widely known. origin of the product's region so that this product becomes superior in its own region but the price of the product remains affordable.

Keywords: Tempe, Development Strategy, SWOT Matrix

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor utama dalam perekonomian bangsa Indonesia. Sebagai negara agraris, sebagian besar penduduk Indonesia, menjadikan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian. Oleh karena itu, perlu adanya pembangunan Nasional yang bertumpu pada pembangunan pertanian. Pembangunan merupakan proses perubahan yang direncanakan dan merupakan rangkaian kegiatan yang berkesinambungan, berkelanjutan, dan bertahap menuju kearah yang lebih baik. Proses pembangunan yang ada harus disesuaikan dengan potensi yang dimiliki masing-masing daerah.

Pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah komponen produksi pertanian. Banyak dijumpai petani yang tidak melaksanakan pengolahan hasil yang disebabkan oleh berbagai hal, padahal disadari bahwa kegiatan pengolahan ini dianggap penting karena dapat meningkatkan nilai tambah. Pengolahan komoditas agribisnis yang sering dipakai oleh para produsen adalah pengolahan kacang- kacangan, umbi- umbian, dan buah-buahan. Pengolahan kacang- kacangan banyak dijumpai di hampir seluruh daerah di Indonesia, hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang mengkonsumsinya sehari- hari. Kacang- kacang yang masih menjadi bahan pokok untuk diolah adalah kacang kedelai.

Penggunaan kedelai umumnya dimanfaatkan untuk konsumsi masyarakat dan masukan dalam industri rumah tangga pengolahan kedelai. Kedelai yang dikonsumsi masyarakat sebagian besar dalam bentuk olahan dan hanya sebagian kecil yang

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

dikonsumsi langsung. Pembuatan tempe kedelai merupakan salah satu usaha dalam peningkatan nilai tambah produk kedelai menjadi tempe kedelai. Tempe kedelai merupakan makanan tradisional yang telah lama dikenal di Indonesia. Tempe dibuat dengan cara fermentasi atau peragian. Dalam proses fermentasi terlibat tiga faktor pendukung, yaitu bahan baku yang diurai (kedelai), mikroorganisme (kapang tempe), dan lingkungan tumbuh (suhu, pH, kelembaban). Pembuatannya merupakan industri rakyat sehingga hampir setiap orang dapat dikatakan mampu membuat tempe sendiri.

Tempe adalah makanan tradisional dari Indonesia yang dibuat dari fermentasi oleh jamur *Rhizopus sp* pada bahan baku kedelai. Jamur ini nantinya akan membentuk hifa. Hifa adalah benang-benang halus yang berwarna putih yang akan menumpuk di permukaan biji kedelai yang nantinya akan menyatu membentuk miselium yang berwarna putih. Adanya jamur pada tempe ini dapat memproduksi beberapa enzim, misalnya enzim protease yang mampu menguraikan protein sehingga menjadi peptida yang lebih pendek serta asam amino bebas, selain itu juga dihasilkan enzim lipase yang akan menguraikan lemak sehingga menjadi asam lemak, serta juga memproduksi enzim amilase yang dapat menguraikan karbohidrat kompleks menjadi karbohidrat yang sederhana. Oleh sebab itu, tempe memiliki banyak manfaat, salah satunya bagi kesehatan manusia, karena dapat menurunkan resiko kanker prostat yang mengalami pembesaran sehingga menimbulkan masalah pada saluran urin, kanker payudara, kanker rectal dan dapat menghambat biosintesis kolesterol dalam hati.

UD. Murni Jaya berdiri sejak tahun 2002 dan masih berproses sampai sekarang, UD. Murni Jaya dibangun oleh bapak Ma'ruf Asruri namun saat ini dilanjutkan oleh istrinya yang bernama Dian Eka Safitri.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan Di Kelurahan Benteng Sawitto, Kecamatan Paleteang, Kabupaten Pinrang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai April tahun 2023.

Metode Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha Pembuatan Tempe Di Kabupaten Pinrang, meliputi pemilik usaha, tenaga kerja sebanyak 10 orang dan para

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

ahli terkait dari kantor Dinas.

Penentuan responden dalam penelitian ini di laksanakan secara sengaja, yakni pemilik usaha dan tenaga kerja masing-masing pemilik usaha Tempe sebagai responden. Hal ini tersebut dilaksanakan dengan pertimbangan mereka yang sangat berkompeten memberikan informasi sehubungan penelitian dengan penelitian yang dilaksanakan.

Sampel penelitian ini ditentukan secara sengaja yakni orang-orang yang dianggap paling mengetahui informasi yang diharapkan. Sampel ini adalah pemilik usaha, 4 karyawan, 1 Pakar, 1 Dinas perindustrian dan perdagangan Kab. Pinrang, 1 Kantor koperasi dan UMKM Kab. Pinrang dan 2 orang pedagang pengecer. Jadi jumlah sampel yang diambil sebanyak 10 orang.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diambil secara langsung dari pelaku usaha. Data dapat berupa karakteristik usaha dan variable-variable yang menjadi factor internal dan eksternal pada usaha pembuatan tempe.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari lembaga yang terkait dengan penelitian lain Badan Statistik, Dinas Kesehatan Dan lainnya terkait dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun Metode pengumpulan data yang di pergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang langsung dalam bentuk tanya jawab dengan responden. Peralatan yang di pergunakan dalam kegiatan ini adalah mengunkandaftar pertanyaan (kusioner) sebagai pedoman wawancara.
2. Observasi (pengamatan), merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan yang dilakukan responden.
3. Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data yang bersumber dari buku, jurnal-jurnal dan hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian adalah

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk factor-faktor strategi baik factor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun factor eksternal(peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini berusaha menyesuaikan antara factor internal dan eksternal.

b. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk factor-faktor strategi perusahaan. menggunakan analisis SWOT.

c. Matriks IE(Internal-Eksternal)

Posisi perusahaan dalam industry di analisis dengan alat bantu matrik ini berupa pemetaan skor total matrik IFAS dan EFAS yang telah dihasilkan pada tahap tahap-tahap input.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh dari responden berupa data kuisioner yang berisikan mengenai jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	5	50
2	Perempuan	5	50
Total		10	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan menunjukkan bahwa jumlah responden jenis perempuan sebanyak 5 orang atau 50 % dari semua responden.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-29	3	30
2	30-39	4	40
3	40-49	3	30

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Umur responden yang dikelompokkan seperti tabel 2 diatas terbesar yaitu 20-29 dan

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

30-39 masih tergolong usia produktif.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	2	20
2	SMP	-	-
3	SMA	4	40
4	SARJANA	4	40
Total		10	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan tingkat pendidikan rata-rata responden yaitu pendidikan SD sebanyak 2 orang atau 20 % SMA sebanyak 4 orang atau 40% dan pendidikan SARJANA sebanyak 4 orang atau 40%.

Penentuan Faktor Internal dan Eksternal

Penentuan faktor internal dan eksternal diperoleh dari hasil observasi lokasi penelitian sehingga ditemukan beberapa variabel kemudian dikelompokkan menjadi faktor internal dan eksternal. Ada beberapa faktor yang menjadi Alasan untuk menentukan variabel karena mereka Adalah orang-orang yang Lebih mengetahui Kondisi lapangan sehingga Timbul beberapa faktor internal dan eksternal Sebagai berikut;

Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam agroindustri tempe dan dapat dikendalikan. Faktor internal bisa menjadi kekuatan dan kelemahan dalam keberlangsungan agroindustri tempe

a. Faktor Kekuatan

- Produksi mudah dilakukan

Proses produksi Tempe sangat mudah dan sederhana sehingga dalam pengolahan tidak memerlukan waktu yang lama, dalam jangka waktu satu hari saja bisa memproduksi 1.000 bungkus Tempe yang siap dipasarkan.

- Ketersediaan tenaga kerja

Penggunaan tenaga kerja menentukan banyaknya jumlah produksi Tempe yang dihasilkan. Tenaga kerja dalam proses produksi Tempe ini terdiri dari Tenaga Kerja Luar Keluarga (TKLK) sebanyak 4 orang yaitu memiliki hubungan

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

kerabat seperti: teman, tetangga dan tempat tinggal para pekerja Tempe ini tinggal tidak jauh dari lokasi pengolahan..

- Berpotensi Sebagai Produk Unggulan Daerah

Tempe merupakan produk yang memiliki banyak saingan tetapi masih banyak pelanggan dan pedagang pengecer yang membeli Tempe di rumah produksi UD. Murni Jaya. Produk ini menjadi produk unggulan rumahan. Jadi produk ini memungkinkan menjadi unggulan daerah khusus pada produksi Tempe.

- Harga Produk Yang Dijual Murah

Penetapan harga produk merupakan satu keputusan penting karena harga akan mempengaruhi beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai perusahaan. Semua keputusan yang berkaitan dengan harga produk harus dipertimbangkan. Secara sungguh-sungguh dengan memperhatikan aspek internal dan eksternal perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dan mendapatkan laba.

Usaha UD. Murni Jaya dalam menetapkan harga sebesar Rp. 10.000 per 3 bungkus kepada pedagang pengecer. Pengusaha tempe tetap mempertahankan mitra pedagang dengan mempertahankan harga yang telah ada.

- Usaha Menghasilkan Keuntungan

Keuntungan pengusaha tidak terlalu banyak dalam mendapatkan keuntungan hal ini adalah salah satu strategi yang dilakukan pengusaha guna mempertahankan para pedagang pengecer yang sudah lama menjadi langganan, Agar permintaan akan produk semakin bertambah.

b. Faktor Kelemahan

- Produk Tidak Tahan Lama

Daya tahan Tempe tidak bertahan lama, sehingga apabila tidak langsung habis dalam jangka waktu 2-3 hari akan rusak dan tidak bisa dikonsumsi lagi.

- Belum efektifnya promosi

Usaha Tempe UD. Murni Jaya sebenarnya sudah efektif dalam promosi penjualan. Pemilik usaha mempromosikan produknya dengan cara memasok

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

tempe keluar daerah seperti kedaerah Enrekang, Sidrap dan Pare pare. Dan juga pembeli tempe datang langsung ketempat produksi sekaligus pemillk usaha tempe ini sudah mempunyai banyak langganan pengecer.

- **Produksi Tergantung Pada Tenaga Kerja**

Tenaga kerja memiliki peranan yang sangat penting dibandingkan faktor produksi lainnya karena tenaga kerja merupakan penggerak utama jalannya suatu produksi.

- **Belum ada BPOM dan sertifikat halal**

Sertifikat halal adalah sertifikat yang menyatakan bahwa suatu produk tidak mengandung unsur yang diharamkan. Sertifikat halal sangat penting bagi pelaku usaha. Hal tersebut untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual. Namun Usaha UD. Murni Jaya sdah memiliki BPOM dan sertifikat halal.

- **Pengemasan produk yang sederhana**



Kunci dari mengemas tempe adalah menjaga si bakteri baik, agar tidak tercemar atau berubah jadi bakteri yang bikin basi. Sarannya adalah dengan membungkus rapat menggunakan vakum sehingga tidak ada udara keluar masuk plastik tempe tersebut. Tempe pada usaha UD. Murni Jaya menggunakan plastik dengan ukuran kecil dan besar, kemudian menggunakan alat pres untuk menyegel kemasan.

Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor di luar agroindustri keripik singkong dan belum dapat dikendalikan sepenuhnya, faktor eksternal tersebut bisa menjadi peluang dan ancaman dalam keberlangsungan agroindustri tempe, adapun faktor-faktor

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

eksternal adalah sebagai berikut :

a. Faktor Peluang

- Konsumen Tetap

Pada usaha Tempe UD. Murni Jaya ini sudah memiliki konsumen tetap sejak lama.

- Permintaan produk tempe tinggi

Meningkatnya permintaan produk tempe menyebabkan perajin hampir kewalahan menutupi semua permintaan pelanggan.

- Kemungkinan pemasaran yang luas keluar daerah meningkat

Produk Tempe merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga pangsa pasar Tempe masih luas, ditambah lagi harga Tempe yang relatif terjangkau.

- Bahan Baku Mudah Didapatkan

Bahan baku muda didapatkan seperti kedelai karna sudah memiliki tempat atau agen untuk mendapatkan kedelai yang berkualitas.

- Tidak dipengaruhi cuaca dan iklim

Pada umumnya pengolahan pada Tempe dilakukan setiap hari, baik pada kondisi cuaca panas maupun hujan. Proses pengolahan Tempe dilakukan oleh karyawan

- Dikonsumsi Oleh Semua Kalangan

Tempe banyak dikonsumsi masyarakat luas karena banyak mengandung protein nabati yang memiliki kandungan zat antioksidan yang bermanfaat untuk mencegah penyakit degeneratif, mengandung zat antibakteri penyebab diare, penurunan kolesterol darah, mencegah penyakit jantung, hipertensi, dan lain-lain.

b. Faktor Ancaman

- Adanya Pesaing Usaha

Adanya Pesaing usaha menjadi suatu ancaman bagi pengembangan suatu usaha yang memproduksi produk yang tidak termasuk dalam kategori kebutuhan primer masyarakat. Pesaing banyak menjadi ancaman bagi pelaku usaha UD. Murni Jaya .

- Kurangnya Lembaga Pendukung

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

Usaha UD. Murni Jaya kurangnya Lembaga pendukung dalam usaha tempe ini dapat mengakibatkan ancaman bagi pemilik untuk memasarkan produk ke pasar pasar tradisional.

- Kenaikan harga sarana produksi

Kenaikan harga barang yaitu kedelai dan ragi sangat berpengaruh pada hasil produksi tempe. Harga sarana produksi hampir tiap hari mengalami kenaikan.

- Banyaknya Produk Serupa Dari Luar

Semakin banyaknya usaha Tempe dapat menjadi ancaman bagi pemilik usaha UD. Murni Jaya. Dalam menghadapi hal itu, diperlukan kreativitas dari pemilik usaha agar produknya berbeda dengan yang lain.

- Ada produk olahan lain yang menggunakan bahan baku kedelai

Adanya olahan lain seperti keripik tempe, susu kedelai.

Perumusan Matriks I-E dan Analisis SWOT

Perumusan strategi pengembangan UD. Murni Jaya harus dikelola secara insentif dan mempunyai pola agribisnis yang dari dengan mengintegrasikan matriks I (internal) dan E (eksternal).

Matriks I-E (internal-eksternal) merupakan salah satu parameter yang meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal perusahaan yang masing-masing akan mengidentifikasi kedalam elemen eksternal dan internal melalui matriks IFAS dan EFAS matriks ini bertujuan untuk merumuskan dan mendapatkan strategi secara detail dan mendalam.

Faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari tempe yang diperoleh dari responden merupakan pengalaman yang dilakukan dalam usahanya yang telah melalui proses pengamatan dan penelitian demikian halnya dengan faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan peluang yang merupakan bukti nyata di lapangan tentang kondisi yang dihadapi oleh pemilik usaha.

Tabel 4. Internal Factor Anayisis Summary (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
1. Produksi mudah dilakukan	0,12	3,7	0,44
2. ketersediaan tenaga kerja	0,11	3,2	0,35
3. berpotensi sebagai produk unggulan daerah	0,11	3,4	0,37

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

4. harga produk yang dijual murah	0,12	3,5	0,42
5. Usaha menghasilkan keuntungan	0,13	3,8	0,49
Jumlah			2,07
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. produk tidak tahan lama	0,10	2,9	0,29
2. Belum efektifnya promosi	0,07	2,2	0,15
3. Menggunakan peralatan tradisional	0,10	2,9	0,29
4. Belum ada BPOM dan sertifikat halal	0,03	1,0	0,03
5. Pengemasan produk yang sederhana	0,07	2,1	0,15
Jumlah	1,00		0,91
Total			2,98

Sumber : hasil penelitian Aulia Muliadi, 2023

Tabel 4. menunjukkan bahwa skor terbesar faktor kekuatan yaitu usaha menghasilkan keuntungan dengan skor 0,49 disusul produksi mudah dilakukan dengan skor 0,44 disusul berpotensi sebagai produk unggulan daerah dan harga produk yang dijual murah dengan masing-masing skor 0,37 serta ketersediaan tenaga kerja dengan skor 0,35. Total skor factor kekuatan ini berjumlah 2,07, berdasarkan hasil analisis data tersebut pemilik usaha UD. Murni Jaya harus dapat menggunakan keunggulan tersebut untuk mencapai tujuan utama dengan memaksimalkan tenaga kerja untuk melakukan produksi yang mudah dan memperhatikan kualitas produk.

Kelemahan utama UD. Murni Jaya adalah Produk tidak tahan lama dan Produksi tergantung tenaga kerja dengan masing-masing menduduki skor tinggi 0,29 disusul pengemasan produk yang sederhana dan belum efektifnya promosi dengan masing-masing menduduki skor 0,15 serta belum ada BPOM dan sertifikat halal dengan skor 0,03. Total skor factor internal khusus kelemahan sebanyak 0,91.

Tabel 5. Eksternal Factor Anayisis Summary (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. konsumen tetap	0,12	3,7	0,44
2. Permintaan produk tempe tinggi	0,11	3,9	0,51
3. kemungkinan pemasaran yang luas keluar daerah meningkat	0,10	3,2	0,32
4. Bahan baku mudah didapatkan	0,10	3,0	0,3
5. Tidak Dipengaruhi cuaca dan iklim	0,07	2,1	0,15
Jumlah			1,72
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor

**Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD.
Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten
Pinrang)**

Ancaman (<i>Threat</i>)			
1. Adanya pesaing usaha	0,11	3,4	0,37
2. Kurangnya Lembaga pendukung	0,06	1,9	0,11
3. Kenaikan harga sarana produksi	0,10	3,1	0,31
4. Banyaknya produk yang serupa	0,09	2,7	0,24
5. Adanya produk lain yang bahan bakunya kedelai	0,08	2,4	0,19
jumlah	1,00		1,22
total			2,94

Sumber : Hasil penelitian Aulia Muliadi, 2023

Tabel 5 menunjukkan peluang yang dimiliki oleh usaha UD. Murni Jaya. Posisi pertama adalah permintaan tempe tinggi dengan skor 0,51. Posisi kedua adalah Konsumen Tetap dengan skor 0,41. Posisi Ketiga adalah Kemungkinan pemasaran yang luas keluar daerah meningkat dengan skor 0,32. Posisi Keempat adalah Tidak dipengaruhi cuaca dan iklim dengan skor 0,15 dan Posisi kelima adalah Bahan baku mudah didapatkan 0,3. Total skor factor internal berfokus pada peluang sebesar 1,72.

Berdasarkan peluang tersebut, pemilik usaha UD. Murni Jaya harus memaksimalkan factor yang dimiliki yaitu tetap menjaga kualitas Tempe yang dimiliki dikarenakan permintaan Tempe tinggi bahkan pemasaran berpotensi meningkat luas keluar daerah. Juga Tempe bisa dijadikan produk unggulan daerah karena harga produk yang murah dan produksinya tidak bergantung dengan cuaca. Adapun ancaman utama didapatkan usaha UD. Murni Jaya adalah Adanya pesaing usaha dengan skor 0,37. Posisi kedua Kenaikan harga sarana produksi dengan skor 0,31. Yang menduduki posisi ketiga Banyaknya produk yang serupa dengan skor 0,24 serta Ada produk lain yang bahan baku kedelai pada posisi 4 dengan skor 0,19. Dan Kurangnya Lembaga pendukung dengan skor 0,11. Total skor factor eksternal khusus factor ancaman sebesar 1,22. Berdasarkan hasil ancaman tersebut maka kenaikan harga sarana produksi, Pesaing banyak, kurangnya Lembaga pendukung, Kenaikan harga sarana produksi, banyaknya produk serupa dari luar serta Ada produk lain dari bahan baku kedelai menunjukkan ancaman paling besar yang dihadapi pemilik usaha UD. Murni Jaya.

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS yaitu pada tabel IFAS skor rata-rata 2,98 yang menunjukkan bahwa usaha UD. Murni Jaya berada dalam kondisi internal yang cukup tinggi, sedangkan pada table EFAS skor rata-rata sebesar 2,94

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

menunjukkan bahwa usaha Tempe UD. Murni Jaya berada dalam kondisi eksternal juga tergolong cukup tinggi.

Total nilai bobot pada table IFAS dan EFAS akan disusun pada matriks Internal – Eksternal(IE), sehingga dapat diketahui posisi usaha UD. Murni Jaya, kemudian akan dirumuskan strategi yang sesuai dengan posisi usaha UD. Murni Jaya pada matriks I-E. berikut gambaran matriks I-E untuk mengetahui posisi usaha UD. Murni jaya.

Tabel 6. Matriks Internal-Eksternal

EFAS \ IFAS	IFAS		
	Kuat (4,0-3,0)	Sedang (3,0-2,0)	Lemah (2,0-1,0)
Kuat (4,0-3,0)	I	II	II
Sedang (3,0-2,0)	IV	V	VI
Lemah (2,0-1,0)	VII	VII	IX

Total skor yang telah dihitung dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS pada tabel 6. Menunjukkan bahwa posisi usaha UD. Murni Jaya yang ada di Kelurahan Benteng Sawitto berada pada kotak sel V Dengan posisi sumbu Y (IFAS) berada pada titik 2,98 dan sumbu X (EFAS) berada pada titik 2,94. Kotak sel ini menggambarkan strategi tumbuh dan kembangkan. Secara sederhana kotak sel ini menunjukkan bahwa posisi UD. Murni Jaya Kelurahan Benteng Sawitto telah tumbuh dengan baik namun tidak menutup kemungkinan untuk tetap dikembangkan dengan lebih baik pula.

Tabel 7. Hasil analisis SWOT Perumusan Strategi Pengembangan

EFAS \ IFAS	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	1. Produksi mudah dilakukan 2. Ketersediaan tenaga kerja 3. Berpotensi sebagai produk unggulan daerah 4. Harga yang dijual murah 5. Usaha Menghasilkan Keuntungan	1. Produk tidak tahan lama 2. Belum efektifnya promosi 3. Produk bergantung pada tenaga kerja 4. Belum ada BPOM dan sertifikat halal 5. Pengemasan produk yang sederhana
PELUANG (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

1. Konsumen tetap	1. Meningkatkan kualitas produk agar mampu mencapai pasar yang luas keluar daerah.	1. Melakukan inovasi dalam pengemasan produk dan melakukan promosi agar produk tersebut bisa mencapai pasar yang luas keluar daerah tetapi tetap dengan harga produk yang murah
2. Permintaan produk tempe tinggi	2. Meningkatkan proses produksi dengan tenaga kerja yang cukup agar tetap bisa memenuhi permintaan tempe yang terus meningkat.	2. Mengurus sertifikat halal sehingga mudah dalam menyakinkan konsumen bahwa produk ini aman untuk dikonsumsi.
3. Kemungkinan pemasaran yang luas keluar daerah meningkat	3. Meningkatkan pemasaran yang luas keluar daerah sehingga produk ini bisa dikenal luas asal daerah produk tersebut hingga produk ini menjadi unggulan daerah sendiri	3. Memiliki konsumen tetap dan pemasok yang lebih banyak lagi.
4. Bahan baku mudah didapatkan		
5. Tidak dipengaruhi cuaca dan iklim		
ANCAMAN (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
1. Pesaing Banyak	1. Tetap mempertahankan kualitas tempe sehingga bisa bersaing dengan produk merek lain.	1. Mengefektifkan promosi hingga produk bisa dikenal luas agar bisa bersaing dengan produk luar merek lain.
2. Kurangnya lembaga pendukung	2. Meningkatkan kerja sama antara pengusaha tempe dan petani produksi kedelai agar bahan baku tetap tersedia.	2. Peningkatan penampilan produk sehingga bisa bersaing dengan produk lain maupun dengan produk yang bahan baku sama.
3. Kenaikan harga sarana produksi	3. Tetap mempertahankan harga dan kualitas produk meskipun harga sarana produksi terus mengalami kenaikan tetapi tetap memperhatikan keuntungan.	3. mengupdate kemasan produk supaya bisa menyakinkan konsumen bahwa produk halal dan menarik minat beli.
4. Banyaknya produk serupa dari luar.		
5. Ada produk lain yang bahan baku kedelai		

Strategi pengembangan usaha UD. Murni Jaya Kelurahan Benteng Sawitto disusun berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang saling dikombinasikan untuk menciptakan strategi tertentu.

6. Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)

Strategi *strength-opportunity* atau strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang merupakan kombinasi antara faktor internal kekuatan dan faktor eksternal peluang. Strategi ini berfokus kepada penggunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strateginya adalah sebagai berikut: Meningkatkan kualitas produk agar mampu mencapai pasar yang luas keluar daerah, Meningkatkan proses produksi dengan tenaga kerja yang cukup agar tetap bisa memenuhi permintaan tempe yang

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

terus meningkat, Meningkatkan pemasaran yang luas keluar daerah sehingga produk ini bisa dikenal luas asal daerah produk tersebut hingga produk ini menjadi unggulan daerah sendiri.

Yusuf (2015) menjelaskan bahwa sumber daya manusia merupakan hal yang sangat Vital dalam organisasi, kelompok maupun perusahaan. Didalam menjalankan usaha usaha tertentu, manusia dapat mengetahui, menilai dan mengukur sumber daya alam pada substansi tertentu namun tak akan dapat dimaksimalkan tanpa adanya kemampuan SDM yang mumpuni. Peningkatan sumber daya manusia yang mendasari pengetahuan merupakan hal yang sangat substansial.

Strategi pengembangan usaha UD. Murni Jaya Kelurahan Benteng Sawitto disusun berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang saling dikombinasikan untuk menciptakan strategi tertentu. Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)

7. Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)

Strategi *strength-opportunity* atau strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang merupakan kombinasi antara faktor internal kekuatan dan faktor eksternal peluang. Strategi ini berfokus kepada penggunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strateginya adalah sebagai berikut: Meningkatkan kualitas produk agar mampu mencapai pasar yang luas keluar daerah, Meningkatkan proses produksi dengan tenaga kerja yang cukup agar tetap bisa memenuhi permintaan tempe yang terus meningkat, Meningkatkan pemasaran yang luas keluar daerah sehingga produk ini bisa dikenal luas asal daerah produk tersebut hingga produk ini menjadi unggulan daerah sendiri.

Yusuf (2015) menjelaskan bahwa sumber daya manusia merupakan hal yang sangat Vital dalam organisasi, kelompok maupun perusahaan. Didalam menjalankan usaha usaha tertentu, manusia dapat mengetahui, menilai dan mengukur sumber daya alam pada substansi tertentu namun tak akan dapat dimaksimalkan tanpa adanya kemampuan SDM yang mumpuni. Peningkatan sumber daya manusia yang mendasari pengetahuan merupakan hal yang sangat substansial.

8. Strategi W-O (Kelemahan-Peluang)

Strategi *weakness-opportunity* atau strategi yang menggabungkan kelemahan dan peluang merupakan kombinasi antara faktor internal kelemahan dan faktor

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

eksternal peluang. Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strateginya adalah sebagai berikut: Melakukan inovasi dalam pengemasan produk dan melakukan promosi agar produk tersebut bisa mencapai pasar yang luas keluar daerah tetapi tetap dengan harga produk yang murah, Mengurus sertifikat halal sehingga mudah dalam menyakinkan konsumen bahwa produk ini aman untuk dikonsumsi. Memiliki konsumen tetap dan pemasok yang lebih banyak lagi.

9. Strategi S-T (Kekuatan-Ancaman)

Strategi *strength-threat* atau strategi yang menggabungkan kekuatan dan ancaman merupakan kombinasi antara faktor internal kekuatan dan faktor eksternal ancaman. Strategi menggaris bawahi tentang penggunaan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Adapun strateginya sebagai berikut: Tetap mempertahankan kualitas tempe sehingga bisa bersaing dengan produk merek lain, Meningkatkan kerja sama antara pengusaha tempe dan pemasok kedelai agar bahan baku tetap tersedia, Tetap mempertahankan harga dan kualitas produk meskipun harga sarana produksi terus mengalami kenaikan tetapi tetap memperhatikan keuntungan

10. Strategi W-O (Kelemahan-Peluang)

Strategi *weakness-opportunity* atau strategi yang menggabungkan kelemahan dan peluang merupakan kombinasi antara faktor internal kelemahan dan faktor eksternal peluang. Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strateginya adalah sebagai berikut: Melakukan inovasi dalam pengemasan produk dan melakukan promosi agar produk tersebut bisa mencapai pasar yang luas keluar daerah tetapi tetap dengan harga produk yang murah, Melatih tenaga kerja dalam memproduksi kerupuk dengan menggunakan teknologi peralatan pengolahan yang modern agar bisa memenuhi permintaan kerupuk singkong Ar Food yang terus meningkat, Mengurus sertifikat halal sehingga mudah dalam menyakinkan konsumen bahwa produk ini aman untuk dikonsumsi.

Pengambilan Keputusan

Rumus matriks SWOT selanjutnya adalah membuat strategi yang dapat disarankan atau direkomendasikan, yaitu menyusun SO, ST, WO, WT. Strategi ini diperoleh dari perhitungan padatable IFAS dan EFAS kemudian dilakukan seperti

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

berikut;

Tabel 8. Penjumlahan skor kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T)

Pengambilan Keputusan	
SO(S+O) 3,76	WO(W+O) 2,63
ST(S+T) 3,29	WT(W+T) 2,13

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2023

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai penjumlahan tertinggi adalah penjumlahan skor Kekuatan (S) dan Peluang (O) yang disebut strategi SO, yaitu sebesar 3,76 dan terendah diperoleh dari penjumlahan Kelemahan (W) dan Ancaman (T) disebut strategi WT sebesar 2,13. Berdasarkan hasil tersebut maka strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha Pembuatan Tempe UD. MURNI JAYA di Kelurahan Benteng Sawwitto adalah Meningkatkan kualitas produk agar mampu mencapai pasar yang luas keluar daerah, Meningkatkan proses produksi dengan tenaga kerja yang cukup agar tetap bisa memenuhi permintaan tempe yang terus meningkat, Meningkatkan pemasaran yang luas keluar daerah sehingga produk ini bisa dikenal luas asal daerah produk tersebut hingga produk ini menjadi unggulan daerah sendiri tetapi harga produk yang tetap terjangkau.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil identifikasi pemberian rating diperoleh skor untuk faktor kekuatan utama dalam usaha UD. Murni Jaya adalah Usaha menghasilkan keuntungan dan faktor kelemahan utamanya adalah produk tidak tahan lama dan produksi bergantung pada tenaga kerja. Faktor peluang paling mendukung usaha UD. Murni Jaya yaitu Permintaan produk tempe yang tinggi dan faktor ancaman paling berpengaruh yaitu Adanya pesaing usaha.

Strategi pengembangan usaha UD. Murni Jaya berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang saling dikombinasikan untuk menciptakan strategi tertentu.

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

Saran

1. Pihak pelaku usaha UD. Murni Jaya khususnya pemilik usaha kiranya strategi pengembangan ini Dapat membantu dalam melakukan proses pengembangan usaha UD. Murni Jaya.
2. Peneliti kiranya dapat menjadi tinjauan bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- A Pearce II Jhon.Richard B. Robinson Jr., 2013. *Manajemen Strategis : Formulasi, Implemen*
- Adisarwanto, T. Subandi dan Sudaryono. 2013. *Teknologi produksi kedelai*. Dalam Sumarno, Suyanto, A. Widjono, Hermanto (eds.). *Kedelai Teknik Produksi dan Pengembangan*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan. Hal: 229-252
- Andrianto, T. T dan N. Indarto. 2004. *Budidaya dan Analisis Usaha Tani; Kedelai, Kacang Hijau, Kacang Panjang*. Cetakan Pertama. Penerbit Absolut, Yogyakarta. Hal. 9-92. Dalam Skripsi M. Ikmal Tawakkal. P. 2009. *Respon Pertumbuhan dan Hasil Produksi Beberapa Varietas Kedelai (Glycine Max L) Terhadap Pemberian Pupuk Kandang Kotoran Sapi*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Direktorat Jenderal Tanaman Pangan. 2010. Profil Kedelai. Ed ke-2. *Direktorat Kacang-Kacangan dan Umbi-Umbian* Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Galavan, R. 2014. *Doing Business Strategy*.Ireland: NuBooks.
- Hasnawati. 2010. Strategi Pengembangan Komoditas Kakao (*Theobroma cacao L.*) Melalui Pendekatan Agribisnis Di Desa Ciptokari Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian Peternakan dan Perikanan. UMPAR. Perepare
- Hery. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan Pertama. PT Grasindo. Jakarta
- Mahjali, Said. 2012. Sistem Agribisnis Usahatani Cabai Merah (*Capsicum annum*).Jakarta: Jurnal Pertanian. Vol. 2, No. 2087-6939.
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Rumengan, Marlen Meilani. 2015. Kajian Kinerja Agribisnis Strawberry Organik Study Kasus Kelompok Tani Kina Kelurahan Rururkan dan Kelompok Tani

Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe Berbasis Agribisnis UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang (Studi Kasus UD. Murni Jaya Kabupaten Pinrang)

Agape Kelurahan Rurukan Satu. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. Universitas Sam Ratulangi. Manado

Setiawan, R. 2011. *Pengaruh Return on Assets (Roa), Debt To Equity Ratio (Der), Dan Price To Book Value (Pbv) Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Di Bei Periode 2007 - 2009.*

Sina, Peter Garlans. 2014. *Jangan Menjadi Budak Uang.* Guepedia. Jakarta.

Yunus Eddy. 2016. *Manajemen Strategi.* Yogyakarta : CV Andi Offset.

Yusuf, Buhanuddin. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.