

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK TAPE SINGKONG DI DESA SEDDUR KECAMATAN PAKONG KABUPATEN PAMEKASAN

Abdul Azis<sup>1\*</sup>, Moh. Shoimus Sholeh<sup>2</sup>, Kustiawati Ningsih<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Madura, Miftahul Ulum Bettet, Pamekasan, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Islam Madura, Miftahul Ulum Bettet, Pamekasan, Indonesia

<sup>3</sup> Universitas Islam Madura, Miftahul Ulum Bettet, Pamekasan, Indonesia

Email korespondensi: [abdulazis.agribisnis@gmail.com](mailto:abdulazis.agribisnis@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to formulate a business development strategy for cassava tape products in Seddur Village, Pakong Subdistrict, Pamekasan Regency. The research respondents are cassava tape business owners in the Village of Seddur. Data analysis method used is to use SWOT analysis. The results showed that: for a combination of the strategy IFE value of 1,68 and EFE value of 1.42 which is shown in the IE matrix the company's position is in quadrant I, namely the aggressive strategy or SO strategy (Strength-Opportunities). In the SWOT analysis it is known that the strategy of developing cassava tape products in the Village of Pakong Subdistrict Seddur in Pamekasan Regency is to find out the target market or the increasing consumer demand, so it can be fulfilled, because the raw materials come from the village itself. To maintain consumer confidence in terms of prices and products can be maintained because it has a wider target market so that businesses in the Village can be more developed.*

**Keywords:** Development strategy, SWOT analysis.

### PENDAHULUAN

Perkembangan usaha produk tape singkong saat ini mengalami kemajuan, selain karena dorongan kebutuhan ekonomi yang sangat tinggi dan ditambah dengan peluang untuk mendapatkan pekerjaan semakin kecil, masyarakat dituntut untuk berfikir kreatif tentang bagaimana mendapatkan beragam penghasilan sampingan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Usaha produk tape singkong merupakan wadah sebagai upaya meningkatkan produktifitas keluarga, sehingga mampu meningkatkan perekonomian, mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran.

Menurut Afridhal (2017) Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perluditindak lanjuti dengan langkah nyata. Selain itu pengembangan industri kecil menengah menjadi suatu hal yang krusial karena mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi sebuah negara (Rahmana, et al., 2012).

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Sekarang ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha dapat maju dan besar serta dapat menjadi pengusaha yang sukses. Definisi pengembangan itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan usaha.

Prosiding SEMNASDAL (Seminar Nasional Sumber Daya Lokal) II, November 2019

ISBN: 978-623-90592-6-2

Istilah strategi berasal dari kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda, *strategos* merupakan gabungan kata "stratus" (militer) dengan "ago" (memimpin). Sebagai kata kerja, *stratego* berarti merencanakan (toplan). Strategi merupakan seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kerja.

Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi dimasa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut.

Melihat pengusaha tape singkong di Desa Seddur Kecamatan Pakong memiliki peran penting di dunia pemasaran. Ketersediaannya menjadi sangat berarti untuk beberapa industri yang memproduksi produk olahan tape singkong di Desa Seddur dan kita harus menjaga ketersediaan agar bisa mencapai memenuhi permintaan konsumen untuk usaha agar lebih berkembang. Maka dapat diperkirakan usaha tape singkong akan mengalami pengembangan, karena tidak menutup kemungkinan akan tercipta inovasi.

Akan tetapi pengolahan yang dilakukan masih manual semua dari tahap awal seperti pengupasan, pencucian, terusan perebusan, peragian dan pembungkusan, oleh karena itu pengolahan yang ada masih banyak kekurangan seperti penjualannya masih dijual sendiri ke pasar-pasar oleh pengusaha tape singkong itu sendiri, serta peluang yang bisa diambil masih sedikit pembuat tape yang ada di Desa Seddur dan belum ada pabrik pengolahan sehingga peluang untuk mengembangkan usaha masih sangat memungkinkan. Sedangkan kelebihanannya meski belum adanya suatu pabrik pembuat tape dari segi pembungkusan ada bermacam variasi bungkus. Ancaman yang bisa dikatakan serius ketika stok singkong bisa dikatakan tidak ada otomatis pengusaha tape singkong tersebut mau tidak mau harus berhenti memproduksi. Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi pengembangan yang sesuai untuk diterapkan di usaha produk tape singkong.

## **METODE PENELITIAN**

### **1) Metode Penentuan Lokasi**

Metode yang digunakan untuk menentukan daerah atau tempat penelitian adalah dengan metode secara sengaja atau *puspositive* yaitu tempat penelitian yang telah ditentukan terlebih dahulu. Tempat penelitian yaitu usaha tape singkong yang terletak di Desa Seddur, Kecamatan Pakong, Kabupaten Pamekasan. Pemilihan tempat ini didasarkan pertimbangan bahwa usaha tape singkong adalah tape yang sudah ada sejak lama yang masih ada sampai saat ini.

### **2) Metode Penentuan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik yang ada di perusahaan tape singkong di Desa Seddur Kecamatan Pakong dengan menggunakan *simple random*

*sampling*, penentuan sampel pada penelitian ini di ambil menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\&= \frac{23}{1 + 23 \cdot 0.001} \\&= \frac{23}{1 + 0,23} \\&= \frac{23}{1.23} \\&= 19 \text{ responden.}\end{aligned}$$

### 3) Metode Pengumpulan Data

#### 1. Data primer

Data primer adalah merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pemilik perusahaan tape singkong. serta wawancara langsung pada pemilik perusahaan.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah merupakan data yang tidak langsung yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dalam hal ini bersumber dari penelitian yang meliputi buku-buku bacaan yang berkaitan dengan judul penelitian dan data-data yang terkumpul.

### 4) Metode Analisis Data

Proses penyusunan perencanaan strategis melalui dua tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data adalah tahap yang pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis dimana tahap ini data dibagi menjadi dua bagian yaitu data internal dan data eksternal.
2. Tahap analisis(Matriks SWOT, matrik eksternal dan internal) adalah setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi, yaitu Matrik TOWS atau Matrik SWOT dan Matrik Internal Eksternal kemudian dari hasil yang ada maka ditentukan pengambilan keputusan yang tepat. Sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa kinerja penjualan perusahaan hasil dari strategi pemasaran perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal dan eksternal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Perumusan Strategi pengembangan produk usaha tape singkong

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), yaitu matrik yang dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan (David, 2011). Gabungan dari matrik IFE-EFE akan masuk dalam matrik IE untuk mengetahui posisi perusahaan.

### B. Identifikasi Faktor-Faktor Strategi

Identifikasi faktor-faktor strategi diperoleh berdasar informasi yang diperoleh dari pengusaha tape yang ada, selanjutnya didefinisikan menjadi beberapa faktor strategi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Identifikasi faktor-faktor internal dapat dilihat seperti pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

NO	FAKTOR INTERNAL	
1.	KEKUATAN	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kualitas rasa dan bau tape singkong yang khas</li><li>➤ Saluran distribusi yang pendek</li><li>➤ Pelanggan yang tetap</li><li>➤ Konsumen dapat mengecer dengan harga terendah Rp 2000</li><li>➤ Bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri</li></ul>
2.	KELEMAHAN	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mudah rusak</li><li>➤ Pengelolaan kurang higienis</li><li>➤ Tidak adanya keragaman produk</li><li>➤ Tidak adanya label tape singkong</li></ul>

Sumber :Data primer di olah

NO	FAKTOR EKSTERNAL	
1	PELUANG	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi tape singkong</li><li>➤ Dapat melakukan kerja sama antara pengusaha</li><li>➤ Adanya kepercayaan dari konsumen</li><li>➤ Target pasar yang semakin luas</li></ul>
2	ANCAMAN	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Persaingan antara pengusaha</li><li>➤ Ketika musim hujan bahan baku produk tape singkong mengalami kesulitan</li></ul>

Sumber: Data Primer di olah

## A. Identifikasi faktor kekuatan

### 1. Kualitas rasa dan bau tape singkong yang khas

Dari segi kualitas tape singkong yang di buat memiliki cita rasa yang manis dan bau yang harum sehingga bisa menarik minat konsumen.

### 2. Saluran distribusi yang pendek

Pola saluran distribusi yang pendek di semua pengusaha produk tape singkong yang ada di Desa Seddur :

a) Produsen  $\longrightarrow$  konsumen

b) Produsen  $\longrightarrow$  pengecer  $\longrightarrow$  konsumen

Pola saluran distribusi yang pendek di semua pengusaha produk tape singkong yang ada di Desa Seddur. Hal ini sesuai dengan sifat dari produk tape singkong itu sendiri yang mudah rusak sehingga dengan saluran distribusi yang pendek, tape singkong dapat sampai ketangan konsumen dengan kondisi yang tidak rusak. Jika saluran distribusi tape singkong cukup panjang maka dapat dipastikan bahwa tape singkong yang akan sampai ke tangan konsumen berada dalam kondisi yang sudah rusak atau tidak baik untuk dikonsumsi. Semakin dekat jarak antara produsen dan konsumen mengakibatkan relatif pendeknya saluran pemasaran.

### 3. Pelanggan yang tetap

Pengusaha tape singkong yang ada di Desa Seddur sudah memproduksi tape singkong sudah bertahun-tahun yang lalu sehingga sudah banyak konsumen yang mengetahui keberadaan pengusaha tape singkong yang berada di Desa Seddur dan sudah mempunyai pelanggan yang tetap.

### 4. Konsumen dapat mengecer dengan harga terendah Rp 2000

Pengusaha tape singkong menjual hasil produksinya dengan harga Rp 25.000 dan Rp 50.000 per keranjang. Tetapi pengusaha tape singkong melayani para konsumen yang ingin membeli tape singkong dengan harga eceran terendah Rp 2.000.

### 5. Bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri

Dengan adanya bahan yang bisa di dapat di di desa sendiri pengusaha lebih mudah untuk mendapatkan bahan pembuatan tape sehingga dapat mengangkat perekonomian Desa.

## B. Identifikasi faktor kelemahan

### 1. Mudah rusak

Dari tape singkong yang di fermentasi selama 3 hari tape singkong sudah siap di jual, kalo disimpan 1-2 hari lagi maka tape singkong yang biasanya hasilnya manis dan tidak berair maka akan berair dan tidak akan manis melainkan kecut.

### 2. Pengelolaan kurang higienis

Proses pembuatan tape singkong kurang higienis dilihat dari cara pembuatan, alat produksi dan kebersihan lingkungan. Pengusaha tape singkong kurang menjaga kebersihannya saat memproduksi tape singkong sehingga berpengaruh pada kualitas tape singkong yang dihasilkan.

Jika dilihat langsung ketempat pengusaha pembuatan tape singkong, maka akan menemukan beberapa peralatan yang tampak tidak bersih. Dimulai dari

alat pengupas, alat perebus, alat penyaring, serta ember untuk menyuci hasil pengupasan singkong.

### 3. Tidak adanya keragaman produk

Produk tape singkong yang dihasilkan adalah tape singkong kuning. Tidak adanya keragaman produk yang bisa dikembangkan dan bisa berakibat pada produksi dan penjualan yang statis.

Walaupun permintaan nyatanya banyak pada jenis tape singkong kuning, sebaiknya pengusaha mencari inovasi atau keragaman dari produk tape singkong. Pengusaha tape singkong dapat membuat berbagai macam produk olahan tape singkong seperti tape goreng dengan berbagai macam varian rasa, dan dengan adanya olahan tape singkong yang beragam maka akan meningkatkan nilai tambah tahu dan memberikan keuntungan bagi pengusaha tape singkong.

### 4. Tidak adanya label tape singkong

Dengan tidak adanya label sulit membedakan hasil dari semua pengusaha.

#### C. Identifikasi faktor peluang

#### 1. Dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi tape singkong

Dengan menciptakan peluang kerja seperti pengupasan singkong, pencucian, perebusan dan peragian. Dengan adanya peluang kerja bisa membuat pengusaha untuk kedepannya bisa mengembangkan usahanya dan pengusaha tape singkong dapat membantu perekonomian tetang.

#### 2. Dapat melakukan kerja sama antara pengusaha

Dengan melakukan kerja sama antara pengusaha diharapkan kedepannya bisa lebih mengembangkan usaha tape singkong. Dan dapat saling menguntungkan antara pengusaha.

#### 3. Adanya kepercayaan dari konsumen

Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada pengusaha tape singkong merupakan suatu aset bagi para pengusaha. Pengusaha tape singkong telah memperoleh kepercayaan dari konsumennya, hal ini dapat dilihat dari permintaan konsumen terhadap produk tape yang cenderung stabil karena tape singkong merupakan salah satu makanan yang memiliki kandungan gizi yang tinggi dan memiliki harga yang relative murah. Konsumen dapat mengkonsumsi makan murah namun memiliki kandungan gizi.

#### 4. Target pasar yang semakin luas

Target pasar yang semakin luas bisa diharapkan mengembangkan usaha tape singkong yang ada di Desa Seddur untuk kedepannya.

#### D. Identifikasi faktor ancaman

#### 1. Persaingan antara pengusaha

Banyaknya pengusaha tape singkong yang juga berada di Desa Seddur mengakibatkan persaingan yang tinggi. Persaingan antara produk sejenis dapat menjadi ancaman jika produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik atau harga yang lebih murah.

#### 2. Ketika musim hujan bahan baku produk tape singkong mengalami kesulitan

Ketika musim hujan datang bahan dari produk tape singkong mengalami kesulitan karnya banyak singkong yang busuk yang disebabkan oleh banyak kebun singkong yang digenangi air hujan.

**Prosiding SEMNASDAL (Seminar Nasional Sumber Daya Lokal) II, November 2019**

**ISBN: 978-623-90592-6-2**

### C. Analisis Penentuan Alternatif Strategi

#### ➤ *Internal Faktor Evaluation Matrix* (Matriks IFE)

Matriks IFE membantu mengatur faktor-faktor strategis ke dalam kekuatan dan kelemahan. Matriks IFE menampilkan data kuantitatif dari bobot, rating, dan skor yang dibobotkan dari kekuatan dan kelemahan.

**Tabel 4. 1** Faktor-faktor Internal Industri tape singkong di Desa Seddur

FAKTOR INTERNAL	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kekuatan</b>			
1. Kualitas rasa dan bau tape singkong yang khas	0,17	4	0,68
2. Saluran distribusi yang pendek	0,10	3	0,3
3. Pelanggan yang tetap	0,13	3	0,39
4. Konsumen dapat mengecor dengan harga terendah Rp 2000	0,12	3	0,36
5. Bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri	0,18	4	0,72
Jumlah			2,45
<b>Kelemahan</b>			
1. Persaingan antara pengusaha	0,06	2	0,12
2. Mudah rusak	0,09	3	0,27
3. Pengelolaan kurang higienis	0,07	2	0,14
4. Tidak adanya label tape singkong	0,08	3	0,24
Jumlah	1		0,77
Kekuatan –kelemahan	2,45 – 0,77 = 1,68		

*Sumber: data primer di olah*

Berdasarkan Tabel 4 tersebut diketahui skor tertinggi pada faktor kekuatan adalah bahan yang bisa di dapat di desa sendiri skor sebesar 0,72. Skor terendah pada faktor kekuatan adalah saluran distribusi yang pendek sebesar 0,3. Sedangkan pada faktor kelemahan, skor tertinggi adalah mudah rusak sebesar 0,27. Skor terendah adalah persaingan antara pengusaha sebesar 0,12.

#### 3. Eksternal *Faktor Evaluation Matrix* (Matriks EFE)

Matriks EFE membantu mengatur faktor-faktor strategis eksternal ke dalam kategori-kategori yang diterima secara umum mengenai peluang dan ancaman. Matriks EFE menampilkan data kuantitatif dari bobot, rating, dan skor yang dibobotkan dari peluang dan ancaman.

**Tabel 4. 2**Faktor-faktor Eksternal Industri usaha tape singkong di Desa Seddur

FAKTOR EKSTERNAL	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1.Dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi tape singkong	0,15	4	0,6
2.Dapat melakukan kerja sama antara pengusaha	0,18	4	0,72
3.Adanya kepercayaan dari konsumen	0,13	3	0,39
4.Target pasar yang semakin luas	0,19	4	0,76
Jumlah			2,47
Ancaman			
1.Ketatnya persaingan	0,13	3	0,39
2. Ketika musim hujan bahan baku produk tape singkong mengalami kesulitan	0,22	3	0,66
Jumlah	1		1,05
Peluang-ancaman	2,47 – 1,05 = 1,42		

*Sumber: data primer di olah*

Dari Tabel 4.8 tersebut diketahui skor tertinggi pada peluang adalah Target pasar yang semakin luas sebesar 0,76. Skor terendah pada peluang adalah dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi tape singkong sebesar 0,6. Sedangkan pada ancaman, skor tertinggi adalah ketika musim hujan bahan baku produk tape singkong mengalami kesulitan sebesar 0,66. Skor terendah adalah ketatnya persaingan sebesar 0,39.

#### **D. Alternatif Strategi**

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam pengembangan tape singkong digunakan 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 tape singkong. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T.

a. Strategi S-O

Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang

b. Strategi S-T

Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman.

c. Strategi W-O:

strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

d. Strategi W-T:



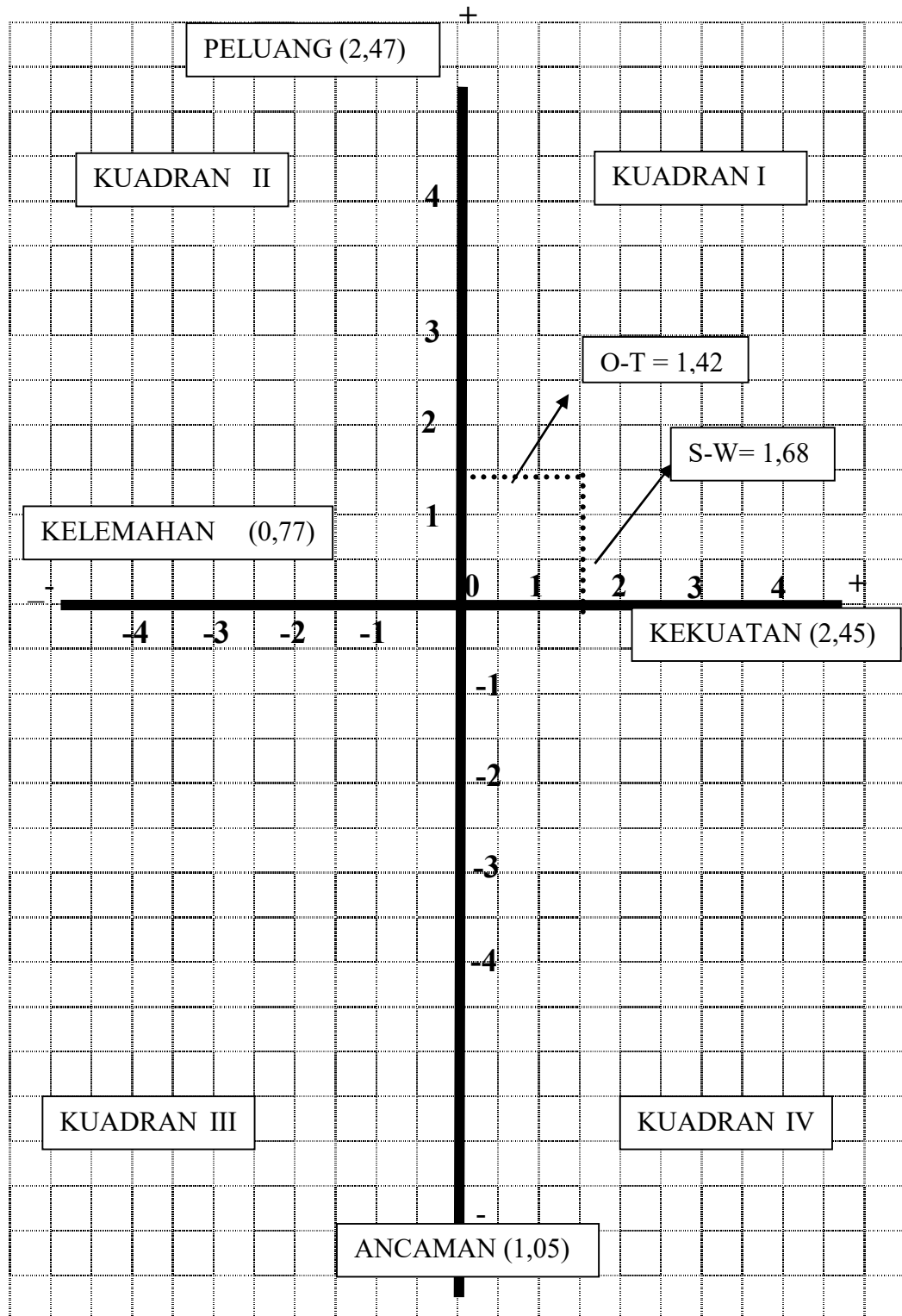
strategi yang bersifat defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

**Tabel 4. 3** Matriks SWOT pengembangan tape singkong

<b>IFE</b>  <b>EFE</b>	<b>Kekuatan/ Strength (S)</b>	<b>Kelemahan/Weakness (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas rasa dan bau tape singkong yang khas</li> <li>2. Saluran distribusi yang pendek</li> <li>3. Pelanggan yang tetap</li> <li>4. Konsumen dapat mengecer dengan harga terrendah Rp 2000</li> <li>5. Bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah rusak</li> <li>2. Pengelolaan kurang higienis</li> <li>3. Tidak adanya keragaman produk</li> <li>4. Tidak adanya label tape singkong</li> </ol>
<b>Peluang/Opportunities(O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat menciptakan peluang kerja bagi yang tidak memproduksi tape singkong</li> <li>2. Dapat melakukan kerja sama antara pengusaha</li> <li>3. Adanya kepercayaan dari konsumen</li> <li>4. Target pasar yang semakin luas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri diharapkan bisa menciptakan peluang kerja serta bisa melakukan kerja sama. (S5,O1,O2)</li> <li>2. Saluran distribusi yang pendek bisa diharapkan target pasar yang semakin meluas lagi. (S2,O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan tidak adanya label dan tidak ada keragaman produk bisa menjalin kerjasama untuk menciptakan label sera produk baru. (S3,S4,O2)</li> </ol>
<b>Ancaman/Threats (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan antara pengusaha</li> <li>2. Ketika musim hujan bahan produk tape singkong mengalami kesulitan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketika saluran distribusi yang pendek persaingan antara pengusaha semakin ketat (S2,T1)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah rusaknya bahan produk pembuatan singkong ketika musim hujan (W1,T2)</li> </ol>

Sumber: Data primer di olah

Berdasarkan hasil perhitungan analisis faktor internal dan eksternal pada usaha tape singkong di Desa Seddur, maka berdasarkan perhitungan tersebut dapat digambarkan dalam diagram SWOT adalah sebagai berikut :



Gambar 4. 1Diagram SWOT

Perhitungan mengenai diagram SWOT diatas adalah sebagai berikut :

Prosiding SEMNASDAL (Seminar Nasional Sumber Daya Lokal) II, November 2019  
ISBN: 978-623-90592-6-2

- a. Koordinat analisis internal skor total kekuatan – skor total kelemahan  
(2,45 – 0,77 = 1,68)
- b. Koordinat analisis eksternal skor total peluang – skor total ancaman  
(2,47 – 1,05 = 1,42)

Berdasarkan analisis diagram SWOT posisi usaha tape singkong di Desa Seddur berada pada kuadran 1 dimana pada posisi ini merupakan kondisi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan, perusahaan dapat memanfaatkan potensi internal dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Adapun strategi yang perlu digunakan oleh pengusaha tape singkong adalah strategi S-O yaitu sebagai berikut :

1. Adanya bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri diharapkan bisa menciptakan peluang kerja serta bisa melakukan kerja sama

Dengan adanya bahan pembuatan tape singkong yang bisa di dapat di Desa Seddur diharapkan bisa lebih banyak lagi untuk menciptakan peluang untuk mengurangi pengangguran yang ada di Desa Seddur dan dapat mengangkat perekonomian yang ada dan bisa menjalin kerja sama yang lebih baik lagi.

2. Saluran distribusi yang pendek bisa diharapkan target pasar yang semakin meluas lagi

Saluran distribusi tape singkong di Desa Seddur merupakan saluran distribusi yang pendek. Hal ini sesuai dengan sifat dari produk tape singkong itu sendiri yang mudah rusak, sehingga dengan saluran distribusi yang pendek, tape singkong dapat sampai ketangan konsumen dengan kondisi yang tidak rusak. Jika saluran distribusi tape singkong cukup panjang maka dapat dipastikan bahwa tape singkong yang akan sampai ke tangan konsumen berada dalam kondisi yang sudah rusak atau tidak baik untuk dikonsumsi. Semakin dekat jarak antara produsen dan konsumen mengakibatkan relatif pendeknya saluran pemasaran sehingga harga beli yang harus dibayar oleh konsumenakhir tidak terlalu tinggi. Dan bisa diharapkan dapat memperluas target pasar yang ada

## **PENUTUP**

Berdasarkan analisis faktor internal dan faktor eksternal melalui diagram SWOT. Prioritas strategi yang dapat di terapkan di strategi pengembangan usaha produk tape singkong adalah Adanya bahan yang bisa di dapat di Desa sendiri diharapkan bisa menciptakan peluang kerja serta bisa melakukan kerja sama dan Saluran distribusi yang pendek bisa diharapkan target pasar yang semakin meluas lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afridal Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Dikecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, Vol. 1(3): 223–233.
- Rahmana, A., Y. Iriani dan R. Oktarina.2012. Strategi Pengembangan UsahaKecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *J. Teknik Industri*, Vol. 13(1): 14 – 21.