

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLAHAN UBI KAYU
(STUDI KASUS : DESA SUKASARI, KECAMATAN PEGAJAHAN,
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI)**

SKRIPSI

OLEH :

TONGGI AFIPUDDIN PULUNGAN

188220065



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLAHAN UBI KAYU
(STUDI KASUS : DESA SUKASARI, KECAMATAN PEGAJAHAN,
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

HALAMAN PENGESAHAN

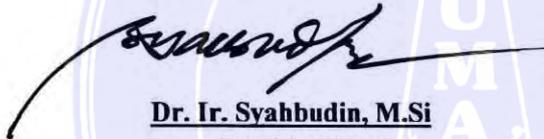
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu (Studi Kasus : Desa Sukasari, Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai)

Nama : Tonggi Afipuddin Pulungan

NPM : 188220065

Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing



Dr. Ir. Syahbudin, M.Si
Pembimbing I



Sri Ariani Safitri, SP. M.Si
Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP., M.Si
Dekan Fakultas Pertanian



Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 04 APRIL 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar serjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 04 April 2024

Tonggi Afipuddin Pulungan

CS Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASISKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tonggi Afipuddin Pulungan

NIM : 188220065

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLAHAN UBI KAYU (Studi kasus : Desa Sukasari, Kecamatan Pegajahan, Kabupateen Serdang Bedagai)” Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan

Pada Tanggal : 04 April 2024

Yang menyatakan



Tonggi Afipuddin Pulungan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu menjadi opak mentega, rengginang, dan mie yeye di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten SerdangBedagai. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *Purposive Sampling* atau sengaja yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam penelitian ini Dari jumlah angka populasi sebanyak 60 ditarik sample secarasengaja (*Purposive*), sebanyak 30 pelaku usaha olahan ubi kayu, dengan pertimbangan pengalaman dalam usaha pengolahan ubi kayu yang mereka miliki sudah cukup berpengalaman ± 7 tahun keatas, dan 9 sampel pengepul, petani ubi kayu, konsumen yang terlibat langsung untuk pengembangan usaha olahan ubi kayu . Terdiri dari 10 produsen opak mentega, 10 produsen rengginang, 10 produsen mie yeye 3 pengepul, 3 petani ubi dan 3 konsumen, dengan total sampel sebanyak 39. Permasalahan dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk merancang strateginya Hasil analisis SWOT menunjukkan bagaimana usaha prospek pengembangan usaha olahan ubi kayu terletak pada Kuadran II (Diversifikasi). Situasi pada kuadran II merupakan situasi dimana produsen atau pelaku usaha memiliki kekuatan dan juga ancaman. Strategi yang harus diterapkan adalah memaksimalkan kekuatan untuk mengantisipasi ancaman yang muncul dirumuskan strategi untuk menentukan strategi produsen olahan ubi kayu yakni strategi Diversifikasi, strategi ini lebih fokus kepada ST (*Strength and Threats*) yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mengantisipasi ancaman yang ada.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Strategi Pengembangan, Usaha Olahan Ubi Kayu

ABSTRACT

This study aims to analyze the Development of Cassava Processing Strategies into butter opak, rengginang and yeye noodles in Sukasari Village, Pegajahan District, Serdang Bedagai Regency. The method used in this sampling is purposive sampling, which is a technique for determining research samples with certain considerations or criteria. In this study, from a total population of 60, samples were taken purposively (purposively), as many as 30 cassava processing business actors, taking into account their experience in the cassava processing business, they had sufficient experience of ± 7 years and above, and 9 samples were collectors, farmers cassava, consumers who are directly involved in the development of cassava processing businesses. Consisting of 10 butter opak producers, 10 rengginang producers, 10 yeye noodle producers 3 collectors, 3 cassava farmers and 3 consumers, with a total sample of 39. The problems in this research will be analyzed descriptively qualitatively, IFAS analysis (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (External Factors Analysis Summary) and SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities Threats) analysis to design a development strategy. The results of the SWOT analysis show how the prospects for developing a cassava processing business are located in Quadrant II (Diversification). The situation in quadrant II is a situation where producers or business actors have both strengths and threats. The strategy that must be applied is to maximize strength to anticipate emerging threats. A strategy is formulated to determine the strategy for processed cassava producers, namely the Diversification strategy, this strategy focuses more on ST (Strength and Threats), namely utilizing strengths to anticipate existing threats.

Keywords: *Internal Factors, External Factors, Development strategy, Processed Cassava Business.*

RIWAYAT HIDUP

Tonggi Afipuddin Pulungan dilahirkan pada tanggal 19 Agustus 2000 di Perbaungan , Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara, Penulis Merupakan Anak Ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Hamidun Pulungan dan Ibu Ros Milu Wati.

Pendidikan Formal yang pernah diikuti adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2012 Lulus Dari Sekolah Dasar Negeri 108422 Pasiran
2. Tahun 2015 Lulus Dari Sekolah Menengah Pertama Setia Budi Abadi Perbaungan
3. Tahun 2018 Lulus Dari Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Perbaungan
4. Tahun 2018 Diterima Di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan area

Kegiatan Yang Pernah Diikuti Penulis Masa Perkuliahan Sebagai Berikut :

1. Pernah Melaksanakan Peraktek Kerja Lapang (PKL) Di Balai Penelitian Sunge Putih (RISPA) Pada Tahun 2021.
2. Bulan Oktober Pernah Melaksanakan Penelitian Skripsi Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu (Studi Kasus: Desa Sukasari, Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai)

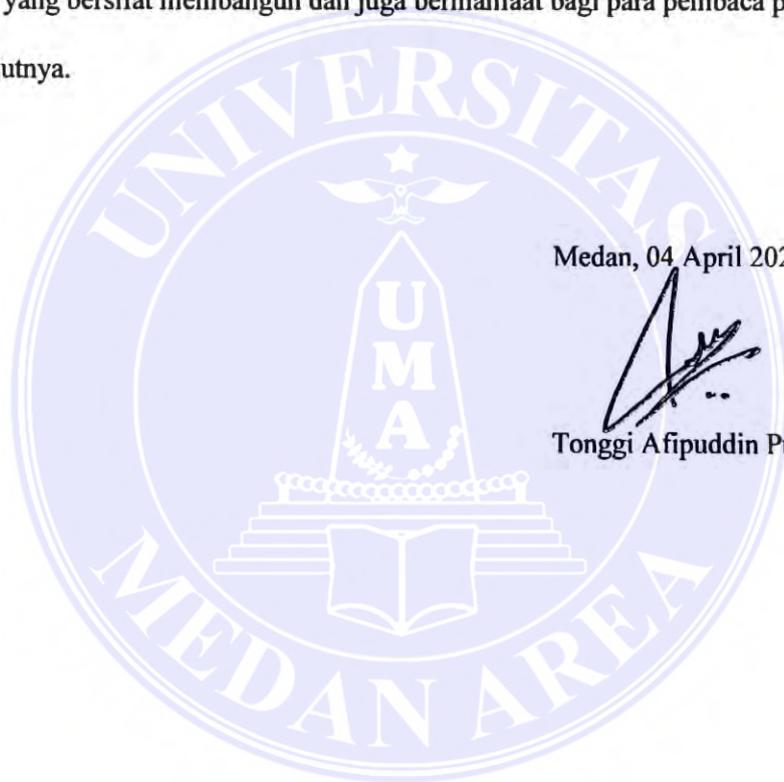
KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran selalu mengiringi di setiap langkah penyusunan karya ini. Shalawat serta salam turunkan kepada Rosulullah Muhammad SAW, keluarga, dan orang-orang yang mengikuti sampai hari akhir nanti. Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan Skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha olahan Ubi Kayu”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan serta satu pada program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Syahbudin, M.Si. Selaku Pembimbing I dan Ibu Sri Ariani Safitri, SP, M.Si Selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan selama masa penyusunan Skripsi kepada penulis.
2. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Bapak/Ibu pengusaha olahan ubi di Desa Suka Sari Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara yang telah membantu dan memberikan data-data yang diperlukan dalam skripsi ini.
4. Ayah dan Ibu tercinta atas jerih payah dan doa serta dorongan moral dan materi kepada penulis.

5. Kakak, abang dan adik saya yang sudah mendoakan saya dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman yang telah membantu dan memberikannya kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan juga bermanfaat bagi para pembaca penelitian selanjutnya.



Medan, 04 April 2024


Tonggi Afipuddin Pulungan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
ABSTRAK	iii
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Agroindustri.....	12
2.2 Ubi Kayu	12
2.3 Manajemen Strategi.....	14
2.3.1 Pengertian Strategi.....	14
2.3.2 Pengertian Strategi Manajemen.....	15
2.4 Analisis SWOT	16
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Metode Analisis Data	28
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	38
BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	40
4.1 Lokasi dan Letak Geografis	40
4.1.1 Gambaran Umum Industri Rumah Tangga Opak Mentega, Rengginang dan Mie Yeye	41
4.1.2 Gambaran Umum Produk Opak Mentega, Rengginang Dan Mie Yeye.....	42
4.2 Karakteristik Sampel Penelitian.....	42
4.2.1 Produsen Opak Mentega, Rengginang, dan Mie Yeye.....	43
4.2.2 Pedagang Pengepul.....	47
4.2.3 Petani Ubi Kayu.....	49
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	51
5.1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Usaha Olahan Ubi Kayu	

Di Desa Suka Sari	51
5.2 Analisis Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu.....	61
5.2.1 Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan	65
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
4.1 Kesimpulan.....	72
4.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1	Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Desa/ Kelurahan di Kecamatan Pegajahan, 2020.....	6
2	Harga Produk Olahan Ubi Kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan.....	7
3	Jumlah Produksi Produk Olahan Ubi Kayu Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan.....	7
4	Matriks SWOT.....	20
5	Responden Penelitian.....	25
6	Skala Likert.....	27
7	Nilai Skala Banding Secara Berpasangan.....	31
8	Matriks Penilaian Faktor Internal.....	32
9	Matriks Penilaian Faktor Eksternal.....	34
10	Matrix SWOT.....	37
11	Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan.....	41
12	Umur Produsen Opak Mentega, Rengginang dan Mie Yeye.....	43
13	Karakteristik Produsen Olahan Ubi Kayu Menurut Jenis Kelamin....	44
14	Pendidikan produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye.....	45
15	Karakteristik Produsen olahan ubi Sampel Menurut Jumlah Tanggungan.....	45
16	Pengalaman produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye.....	46
17	Umur Pedagang Pengepul Opak Mentega, Rengginang Dan Mie Yeye.....	47
18	Pengalaman Pedagang Pengepul Opak Mentega, Rengginang Dan Mie Yeye.....	48
19	Umur Petani Ubi Kayu.....	49
20	Pengalaman Petani Ubi Kayu.....	50
21	Rating Faktor Internal dan Eksternal.....	61
22	Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu.....	63
23	Pembobotan Faktor Internal (IFAS).....	64

24	Pembobotan Faktor Eksternal (EFAS).....	65
25	Gabungan Matriks Faktor Strategi Internal Dan Eksternal.....	66
26	Matriks SWOT.....	68



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1	5 Kabupaten\Kota Dengan Luas Panen Tanaman Ubi Kayu Terbanyak di Provinsi Sumatra Utara 2019-2021.....	2
2	5 Kabupaten\Kota Dengan Produksi Tanaman Ubi Kayu Tertinggi di Provinsi Sumatra Utara Tahun 2021.....	3
3	Data Luas Panen Tanaman Ubi Kayu menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2020.....	4
4	Data Produksi Tanaman Ubi Kayu menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2020.....	5
5	Skema Kerangka Pemikiran.....	11
6	Diagram Analisis SWOT.....	19
7	Diagram Analisis SWOT.....	35
8	Matriks Posisi SWOT Usaha Olahan Ubi Kayu.....	67
9	Produk Opak Mentega.....	115
10	Produk Rengginang.....	115
11	Produk Mie Yeye.....	115
12	Wawancara dengan produsen Opak Mentega.....	116
13	Wawancara dengan produsen Rengginang.....	116
14	wawancara dengan produsen Mie Yeye.....	117
15	Wawancara dengan salah satu pengepul.....	117
16	Wawancara dengan petani/pengepul ubi kayu.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	Kuesioner.....	77
2	Kuesioner Faktor Internal.....	80
3	Kuesioner Faktor Eksternal.....	82
4	Pembobotan Faktor Internal.....	84
5	Pembobotan Faktor Eksternal.....	86
6	Parameter Penilaian Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman Usaha Olahan Ubi Kayu.....	88
7	Penentuan Faktor Internal (Kekuatan Dan Kelemahan) Usaha Olahan Ubi Kayu.....	91
8	Penentuan Faktor Eksternal (Peluang Dan Ancaman) Usaha Olahan Ubi Kayu.....	92
9	Hasil Penilaian Faktor Internal (IFAS).....	93
10	Hasil Penilaian Faktor Eksternal (EFAS).....	99
11	Hasil Perhitungan Rata-Rata Geometris Faktor Internal (IFAS).....	106
12	Normalisasi Faktor Internal (IFAS).....	108
13	Hasil Perhitungan Rata-Rata Geometris Faktor Internal (EFAS).....	109
14	Normalisasi Faktor Eksternal (EFAS).....	111
15	Pembobotan Faktor Internal (IFAS).....	112
16	Pembobotan Faktor Eksternal (EFAS).....	113
17	Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (IFAS).....	114
18	Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (EFAS).....	115
19	Dokumentasi Lapangan.....	116

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

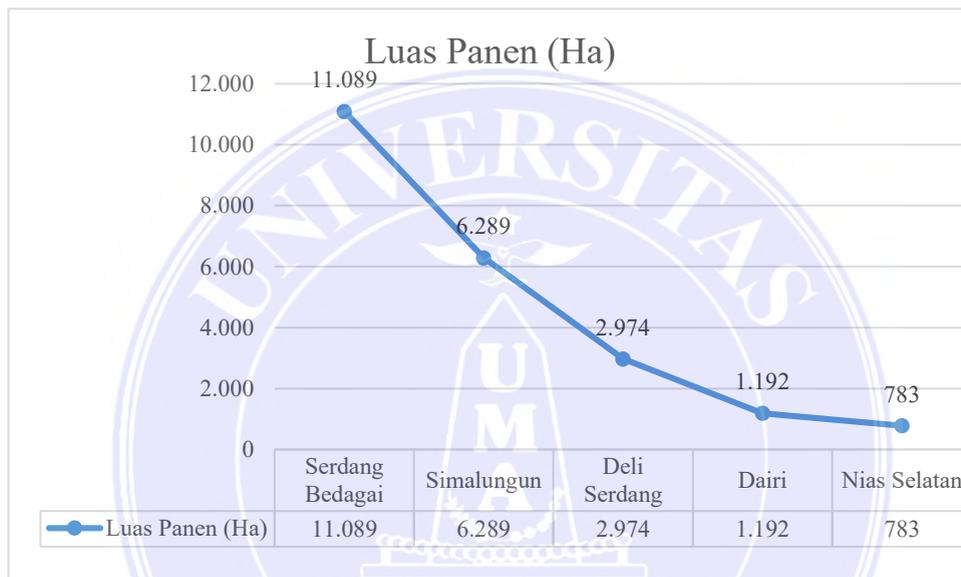
Indonesia sebagai negara berkembang yang dimana sektor pertanian merupakan sektor yang sangat penting perannya dalam perekonomian. Sebagian besar penduduk Indonesia bekerja dibagian sektor pertanian yang sangat bergantung pada hasil dibidang sektor pertanian yang didapatkan (Saragih, 2016).

Sektor pertanian merupakan sektor yang memegang peranan strategis dalam struktur pembangunan ekonomi nasional khususnya di daerah. Hingga saat ini, sektor pertanian masih memegang peranan penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Peran strategis ini tercermin tidak hanya dalam kontribusi sektor pertanian terhadap produk domestik bruto (PDB), tetapi juga sebagai pemberi kerja. Pertanian sering menjadi tuan rumah ketika sektor industri dan non- pertanian lainnya tidak cukup menyerap tenaga kerja tambahan. Banyaknya tenaga kerja yang menggantungkan mata pencahariannya pada sektor ini menunjukkan pentingnya sektor pertanian dalam upaya pengentasan kemiskinan, pengurangan ketimpangan pendapatan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Alfurkon, 2017).

Ubi kayu merupakan salah satu hasil pertanian umbi-umbian dan bahan pangan sumber karbohidrat penting di dunia, Indonesia menjadikan ubi kayu sebagai sumber bahan pangan pokok ketiga setelah padi dan jagung. Tidak hanya di dalam negeri, komoditas ubi kayu Indonesia juga berperan penting dalam produksi ubi kayu dunia. Indonesia merupakan produsen ubi kayu terbesar keempat di dunia setelah Negara Nigeria, Brazil, dan Thailand (Asriani, 2011).

Keunggulan tanaman ubi kayu adalah daya adaptasinya yang tinggi terhadap pertumbuhan, sehingga terbuka peluang untuk mengembangkan tanaman singkong

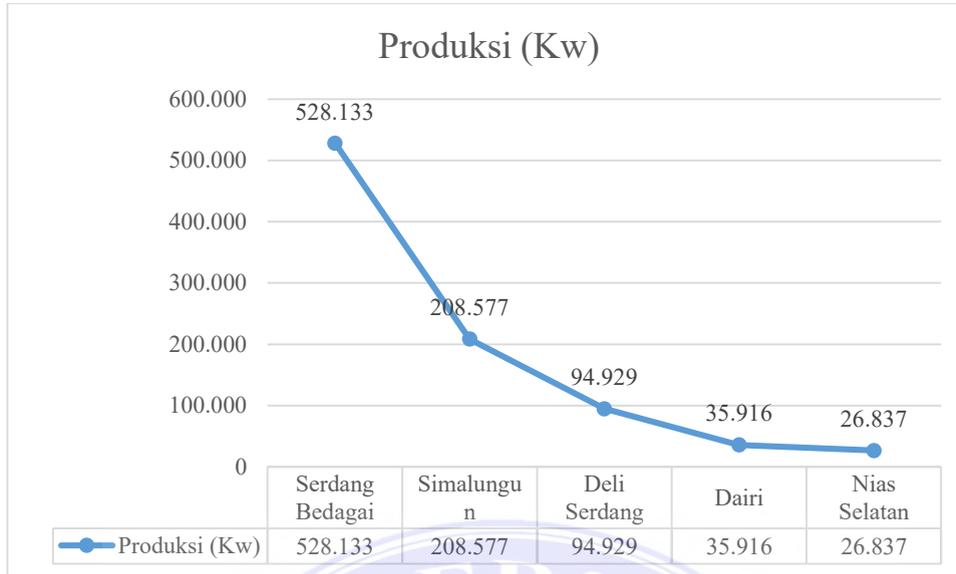
sebagai bahan pangan alternatif. Sekitar 65% produksi singkong digunakan untuk konsumsi manusia, baik dalam bentuk segar maupun olahan. Aneka makanan berbahan dasar singkong antara lain ubi rebus, ubi bakar, ubi goreng, manisan buah, bahan opak, keripik kentang dan tapas. Singkong juga digunakan sebagai pakan ternak, dan di negara maju singkong digunakan untuk memproduksi alkohol, etanol, dll sebagai bahan baku industri tepung tapioka (Rini, 2014).



Sumber Data: Badan Pusat Statistic (BPS) Sumatera Utara, 2021

Gambar 1. 5 Kabupaten\Kota Dengan Luas Panen Tanaman Ubi Kayu Tertinggi di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2021

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa pada Tahun 2021 luas panen tertinggi tanaman ubi kayu berada di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu dengan luas panen sebesar 11.089,00 ha, sedangkan luas panen terendah berada di Kabupaten Nias Selatan yaitu dengan luas panen sebesar 783 ha. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi naik turun nya luas lahan ubi kayu, diantaranya adalah petani ubi kayu yang mengganti komoditas tanamannya menjadi sawit atau karet. hal Ini menggambarkan bahwa pengolahan lahan komoditas pada ubi kayu di Sumatera Utara masih berbeda-beda.



Sumber Data: Badan Pusat Statistic (BPS) Sumatera Utara, 2021

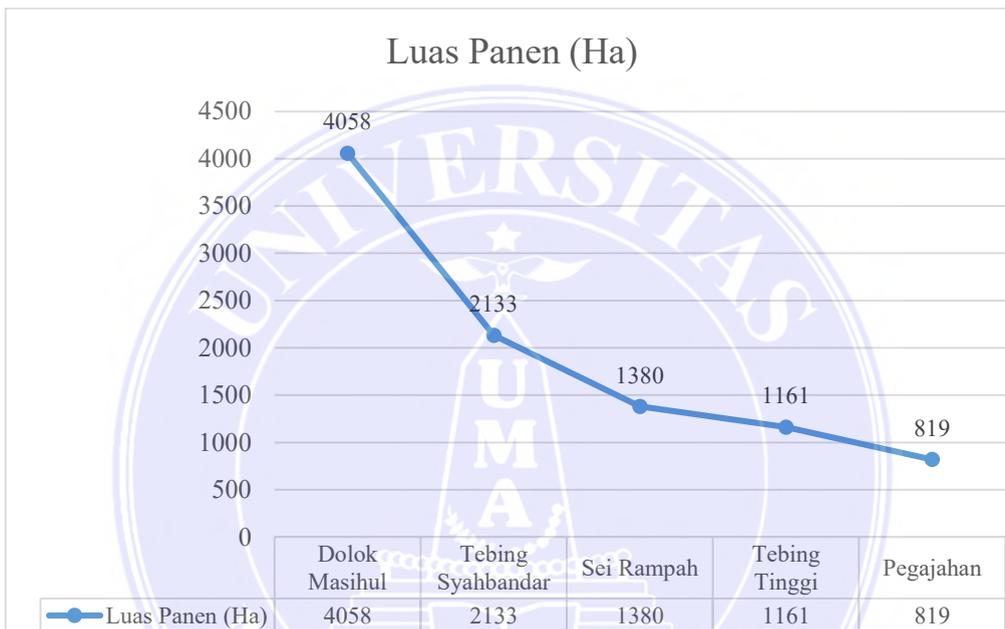
Gambar 2. 5 Kabupaten/Kota Dengan Produksi Tanaman Ubi Kayu Tertinggi di Provinsi Sumatera Utara Tahun 2021

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa pada Tahun 2021 produksi tertinggi tanaman ubi kayu berada di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu dengan produksi pada Tahun 2021 sebesar 528.133,00 Ton, sedangkan produksi terendah berada di Kabupaten Nias Selatan yaitu dengan produksi sebesar 26.837,00 Ton. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi naiknya jumlah produksi ubi kayu, diantaranya adalah luas lahan yang semakin menyempit dan menurunnya harga jual komoditas yang akan dipanen, hal ini menggambarkan bahwa pengolahan lahan ubi kayu di Sumatera Utara masih berbeda-beda.

Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu daerah di Sumatera Utara yang potensial untuk menghasilkan ubi kayu dan wilayah ini termasuk sentra produksi ubi kayu di Sumatera Utara. Pengembangan sektor pertanian, khususnya dalam pengembangan tanaman ubi kayu sangat diharapkan untuk menunjang pembangunan Kabupaten Serdang Bedagai sebagai daerah yang sebagian penduduknya bekerja di sektor pertanian. Disamping itu sektor ini juga diharapkan sangat mendorong peningkatan pendapatan regional yang pada akhirnya

meningkatkan pendapatan penduduk daerah ini. Ubi kayu segar memiliki nilai ekonomi yang sangat rendah pada saat panen raya, karena itu perlu suatu upaya meningkatkan nilai tambah (*added value*) dari ubi kayu dengan mengolah menjadi beranekaragam produk.

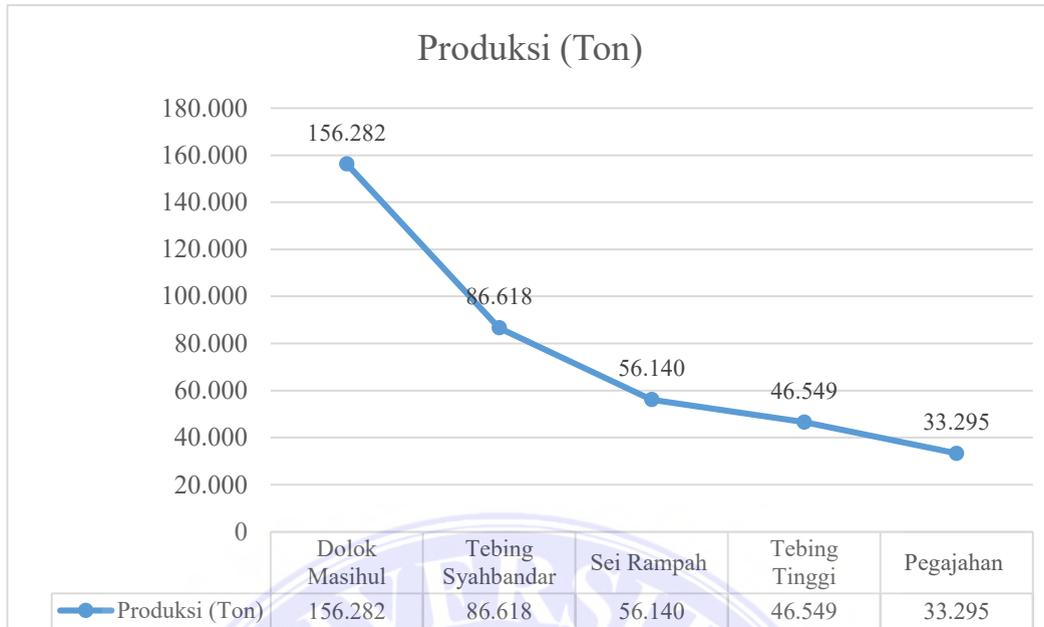
Data luas panen dan produksi tanaman ubi kayu menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai pada Tahun 2020:



Sumber Data: Badan Pusat Statistic (BPS) Sumatera Utara, 2020

Gambar 3. Data Luas Panen Tanaman Ubi Kayu menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2020

Berdasarkan gambar 3, dari data Dinas Pertanian Serdang Bedagai 2020, dapat diketahui bahwa produksi tanaman ubi kayu menurut Kecamatan tertinggi di Serdang Bedagai yaitu Kecamatan Dolok Masihul yaitu dengan jumlah luas panen sebesar 4058 Ha. Sedangkan jumlah luas panen ubi kayu di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu Kecamatan Pegajahan dengan luas panen sebesar 819 Ha. Oleh karena itu, bahan baku yang digunakan untuk industri rumah tangga olahan ubi kayu di Pegajahan diambil sebagian dari luar daerah, yaitu seperti Dolok Masihul sebagai salah satu daerah dengan luas panen ubi kayu terbesar di kabupaten Serdang Bedagai



Sumber Data: Badan Pusat Statistic (BPS) Sumatera Utara, 2020

Gambar 4. Data Produksi Tanaman Ubi Kayu menurut Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2020

Berdasarkan gambar 4, dari data Dinas Pertanian Serdang Bedagai 2020, dapat diketahui bahwa produksi tanaman ubi kayu menurut Kecamatan tertinggi di Serdang Bedagai yaitu Kecamatan Dolok Masihul yaitu dengan jumlah produksi sebesar 156.282 ton. Sedangkan jumlah produksi ubi kayu di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu Kecamatan Pegajahan dengan jumlah produksi sebesar 33.295 ton. Oleh karena itu, bahan baku yang digunakan untuk industri rumah tangga olahan ubi kayu di pegajahan diambil sebagian dari luar daerah, yaitu seperti Dolok Masihul sebagai salah satu daerah dengan produksi ubi kayu terbesar di kabupaten Serdang Bedagai.

Berdasarkan data dari desa/ kelurahan di Kecamatan Pegajahan, Industri Makanan, dan Minuman merupakan salah satu industri terbesar di Kecamatan Pegajahan dengan jumlah industri sebanyak 287 unit.

Tabel 1. Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Desa/ Kelurahan di Kecamatan Pegajahan Tahun 2020

No	Desa/ Kelurahan	Industri Mikro dan Kecil
1	Tanjung Putus	2
2	Sukasari	60
3	Bingkat	24
4	Pegajahan	97
5	Melati Kebun	7
6	Petuaran Hulu	2
7	Petuaran Hilir	5
8	Lestari Dadi	1
9	Jatimulyo	13
10	Karang Anyar	76
Pegajahan		287

Sumber: Kantor Desa/ Kelurahan Kecamatan Pegajahan, 2020

Berdasarkan Tabel 1, dari data Kantor Desa/ Kelurahan Kecamatan Pegajahan dapat diketahui bahwa jumlah perusahaan industri mikro dan kecil menurut Desa/ Kelurahan di Kecamatan Pegajahan 2020 yang tertinggi yaitu Desa/ Kelurahan Pegajahan dengan jumlah industri mikro dan kecil sebanyak 97 dengan rata-rata industri mie ubi iris/ Rajang dan lain lain. Sementara untuk industri opak mentega, rengginang dan mie yeye terdapat di desa Sukasari dengan jumlah industri mikro dan kecil di desa sukasari sebanyak 60. Sedangkan jumlah perusahaan industri mikro dan kecil menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Pegajahan 2020 yang terendah yaitu Desa/ Kelurahan Lestari Dadi dengan jumlah industri mikro dan kecil sebanyak 1. Oleh karena itu Desa SukaSari dijadikan sebagai lokasi penelitian karena Desa Sukasari merupakan Desa di Kecamatan Pegajahan yang potensial dalam memproduksi olahan ubi kayu menjadi, opak mentega, rengginang dan mie yeye.

Produk hasil olahan berbahan baku ubi kayu di Desa sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai yang paling dominan diproduksi oleh masyarakat diantaranya adalah opak mentega, rengginang, dan mie yeye, karena produk tersebut banyak disukai konsumen didalam maupun diluar daerah dan

permintaan produk olahan ubi kayu di Desa Sukasari yang tertinggi adalah opak mentega, rengginang dan mie yeye.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengusaha industri rumah tangga produk olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan daftar harga, penjualan dan biaya nilai tambah dari industri rumah tangga ke pengumpul dari tiap jenis olahan produk ubi kayu berupa opak mentega, rengginang dan mie yeye ada perbedaan.

Tabel 2. Harga Produk Olahan Ubi Kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan

No	Nama Produk	Harga (kg)		
		2020	2021	2022
1	Opak Mentega	Rp 8.000	Rp 8.500	Rp 9.000
2	Rengginang	Rp 7.000	Rp 7.500	Rp 8.000
3	Mie Yeye	Rp 8.000	Rp 8.500	Rp 9.000

Sumber: *Industri Rumah Tangga di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan 2022*

Berdasarkan Tabel 2 dari data harga produk olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan, dapat diketahui bahwa harga produk olahan ubi kayu tiap tahunnya mengalami kenaikan. Adapun harga produk olahan ubi kayu tertinggi yaitu produk olahan opak mentega dan mie yeye yaitu masing-masing dengan harga Rp 9.000 per kg. Sementara untuk harga produk olahan ubi kayu terendah yaitu produk olahan rengginang dengan harga Rp 8.000 per kg.

Tabel 3. Jumlah Produksi Produk Olahan Ubi Kayu Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan

No	Nama Produk	Penjualan Perbulan
1	Opak mentega	1100kg – 1500kg
2	Rengginang	1300kg – 1500kg
3	Mie yeye	1000kg – 1500kg

Sumber: *Industri Rumah Tangga Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan 2022*

Berdasarkan tabel 3, dari data penjualan produk olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan pegajahan, dapat di ketahui bahwa penjualan perbulan opak mentega sebanyak 1100kg – 1500kg, untuk produk rengginang sebanyak 1300kg-

1500kg, dan untuk mie yeye sebanyak 1000kg – 1500kg, penjualan produk olahan ubi kayu berupa opak mentega, rengginang, dan mie yeye bergantung pada bahan baku yang tersedia dan perubahan cuaca.

Berdasarkan hasil penelitian dari sipayung (2023), dengan judul Analisis Nilai Tambah Produk Industri Rumah Tangga Ubi Kayu Menjadi Opak Mentega, Rengginang dan Mie Yeye Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai yaitu nilai tambah opak metega Rp 3.440,4/kg, rengginang Rp 2.559/kg, dan mie yeye Rp 3.587,7/kg. Hal ini menunjukkan usaha olahan ubi kayu berupa opak mentega, rengginang dan mie yeye menguntungkan.

Dalam usaha olahan ubi kayu industri rumah tangga yaitu opak mentega, rengginang, dan mie yeye banyak mengalami kendala, yaitu terutama pada kenaikan harga bahan baku, belum ada pengemasan dan, skill SDM yang masih rendah serta, pengaruh perubahan cuaca. Banyaknya persaingan dan pemasaran, dalam pengambilan bahan baku ketika musim penghujan proses pengambilan bahan bakunya lebih sulit dari pada musim kemarau tiba. Dalam musim penghujan datang proses pengambilan ubi kayu lebih sulit di karenakan kondisi jalan di sekitar lokasi pengambilan sangat licin dan terhambatnya produksi opak mentega, rengginang dan mie yeye di jemur di terik matahari di karenakan musim penghujan. Jumlah Tenaga Kerja/SDM juga mengalami kesulitan. Meningkatnya tingkat pendidikan warga lokal menjadikan warga lebih berminat untuk mencari pekerjaan lain yang lebih besar pendapatan dan lebih tinggi status sosialnya. Walaupun banyak kendala dalam industri rumah tangga ini, akan tetapi industri rumah tangga tersebut tetap bertahan.

Beberapa industri pengolahan produk pangan yang berbahan baku ubi kayu di Kecamatan Pegajahan yaitu industri opak mentega, rengginang dan mie yeye

memiliki keunggulan-keunggulan seperti cita rasa yang khas dan unik dibandingkan produk sejenis. Selain itu, nilai harga olahan ubi yang juga relatif murah.

Desa Sukasari termasuk sentra penghasil produk olahan ubi diantaranya yaitu opak mentega, rengginang dan mie yeye yang berada di Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai namun berdasarkan latar belakang olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan banyak mengalami permasalahan sehingga hal ini melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Bagaimanakah faktor internal dan eksternal usaha olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai?
2. Bagaimanakah strategi pengembangan usaha olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal usaha olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam melakukan penelitian ini ialah :

1. Sebagai bahan masukan bagi masyarakat dalam rangka pengembangan usaha olahan ubi kayu dimasa yang akan datang.

2. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan pemerintah setempat dalam membina kelangsungan dan berkelanjutan usaha olahan ubi kayu.

1.5 Kerangka Pemikiran

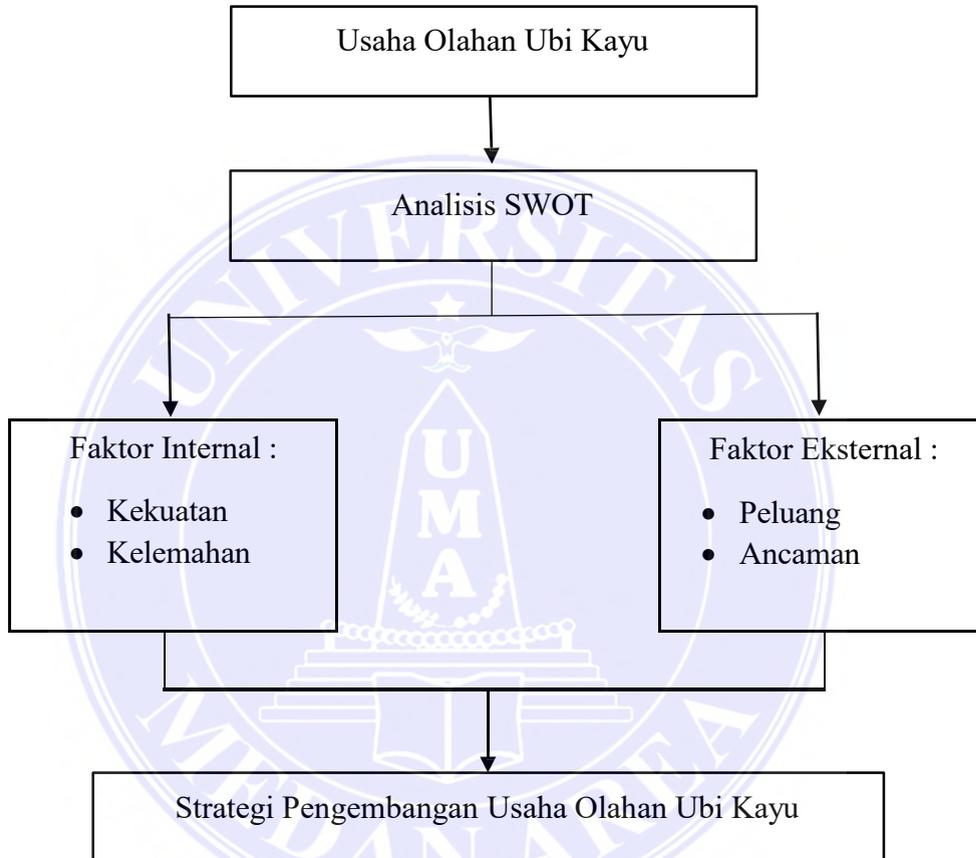
Ubi kayu adalah salah satu Komoditi bahan pangan di Indonesia. Ubi kayu memiliki nilai jual yang relatif rendah. Oleh karena itu, untuk mendapatkan tingkat nilai tambah yang lebih tinggi dan pendapatan, diperlukan pengolahan untuk menjadi produk olahan ubi yang harga jual lebih tinggi dari produk sebelum pengolahan.

Produksi Ubi kayu akan berpengaruh terhadap industri rumah tangga yang bergerak dibidang pengolahan ubi kayu menjadi opak mentega, rengginang dan mie yeye. Usaha pembuatan ubi kayu menjadi opak mentega, rengginang dan mie yeye adalah jenis usaha menggunakan ubi kayu sebagai bahan baku utamanya, dimana ubi kayu tersebut akan diolah sesuai dengan kebutuhan konsumen untuk dijual dipasaran.

Dalam proses pengembangan olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan dipertimbangkan dengan analisis SWOT, yaitu menganalisis faktor Internal dan Eksternal yang berupa permasalahan yang terjadi yaitu bahan baku yang terbatas, tidak adanya kelompok untuk menyesuaikan harga dan kekurangan tenaga kerja, Usaha olahan ubi kayu agar dapat berjalan dengan baik maka usaha olahan ubi kayu harus mengolah kekuatan untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik agar dapat menjadikan usaha olahan ubi kayu di Desa Sukasari menjadi lebih baik dimasa yang akan datang. Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, sehingga dirancang suatu strategi sebagai suatu saran

yang berdampak pada pengembangan usaha olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kerangka pemikiran ini, maka dapat dilihat dalam bentuk gambar skema kerangka pemikiran berikut ini:



Gambar 5. Skema Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *Industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Dengan demikian agroindustri sebagai pengolah komoditas pertanian menjadi produk olahan baik produk akhir (*Finish Product*) maupun produk antara (*Intermediate Product*) (Aji et.al, 2012).

Sedangkan menurut Soekartawi (2000), agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Secara eksplisit agroindustri adalah perusahaan yang memproses bahan nabati (yang berasal dari tanaman) atau hewani (yang dihasilkan oleh hewan). Proses yang digunakan mencakup perubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi.

2.2 Ubi Kayu

Ubi kayu (*Manihot utilissima*) adalah salah satu sumber bahan makanan ketiga di Indonesia setelah padi dan jagung. Dilihat dari sifat fisik dan kimia, ubi kayu merupakan salah satu tanaman umbi atau akar pohon yang panjang dengan rata-rata diameternya sekitar 2- 3 cm dengan panjang 50-80 cm, Ciri tersebut tergantung dari jenis ubi kayu yang ditanam. Karakteristik atau ciri sifat fisik dan kimia ubi kayu ditentukan oleh sifat pati sebagai bagian utama dari ubi kayu. Ubi

kayu tidak memiliki masa matang yang jelas atau menetap, karena umbinya yang terus semakin membesar. Oleh karena itu, masa panen dapat berbeda-beda sehingga dihasilkan ubi kayu yang memiliki sifat fisik dan kimia yang berbeda-beda. Sifat fisik dan kimia pati seperti bentuk dan ukuran granula, kandungan amilosa dan kandungan komponen non-pati sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor genetik, kondisi tempat tumbuh dan umur tanaman (Susilawati, 2008).

Ubi kayu segar mengandung beberapa nutrisi penting, antara lain kandungan kalori, kandungan karbohidrat, dan bobot yang dapat dimakan. Tanaman singkong sangat beragam, dengan 98 spesies dalam genus *Manihot*, spesies *Manihot utilissima* biasa digunakan sebagai tanaman pangan, dan selebihnya merupakan kerabat dekat dan kerabat liar. Karakteristik panjang dan lebar daun pada tanaman singkong berperan penting dalam menentukan nilai indeks luas daun, yang menentukan luas fotosintesis, dan rasio panjang-lebar daun menentukan bentuk daun tanaman singkong. Tangkai daun adalah suatu kesatuan sistem jaringan pengangkutan xilem dan floem, Perannya adalah untuk mendistribusikan nutrisi dan air dari akar ke daun, dan juga mendistribusikan hasil proses fotosintesis melalui batang ke akar berbonggol. Pada saat yang sama, tinggi tanaman adalah sifat genetik yang kuat dan berkorelasi positif dengan berat tanaman (Ihsan, 2014).

Ubi kayu mempunyai potensi sebagai sumber karbohidrat yang mempunyai beberapa keunggulan, dapat digunakan sebagai bahan pangan alternatif non-beras untuk mengurangi ketergantungan terhadap konsumsi beras. Upaya untuk meningkatkan konsumsi ubi kayu dapat dilakukan dengan cara diversifikasi produk olahan ubi kayu yang beragam dan menarik sebagai makanan kecil (*snack*) (Ketut, 2018)

Kegiatan produksi ubi kayu menjadi salah satu penopang ekonomi masyarakat di desa. Dengan adanya usaha pengolahan ubi, memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, mulai dari kegiatan usahatani ubi kayu sampai pada usaha pengolahan ubi kayu menjadi berbagai macam produk. Usaha pengolahan ubi kayu di desa merupakan suatu usaha andalan ekonomi masyarakat sehingga perlu untuk dikembangkan. Dengan memperhatikan aspek pemasaran olahan ubi kayu yang telah ke luar daerah. Oleh karena itu sangat perlu dilakukan perhatian terhadap usaha kecil menengah pengolahan ubi kayu untuk bisa berkembang dan memiliki daya saing baik di pasar domestik (Harahap, Mujiatun 2013).

1. Opak Mentega adalah salah satu bahan pangan lokal berbahan ubi kayu yang dapat berfungsi sebagai makanan ringan atau cemilan sehat.
2. Rengginang adalah sejenis kerupuk tebal yang terbuat dari singkong atau beras ketan dibentuk bulat yang dikeringkan dengan cara dijemur di bawah panas matahari lalu digoreng panas dalam minyak goreng dalam jumlah banyak.
3. Mie Yeye adalah makanan ringan yang terbuat dari singkong yang diparut, lalu dibuat menjadi mie dalam bentuk kotak. Mie Yeye ini juga dikeringkan dengan cara dijemur di bawah panas matahari lalu digoreng panas dalam minyak goreng.

2.3 Manajemen Strategi

2.3.1 Pengertian Strategi

Salusu (2015) mengatakan strategi adalah penetapan sasaran jangka panjang organisasi, serta penerapan serangkaian tindakan dan alokasi daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Tedjo Tripomo (2005) juga menyatakan bahwa: “Strategi adalah rencana tentang apa yang ingin dicapai atau hendak menjadi apa organisasi dimasa depan (arah) dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut (rute)”

Strategi berarti suatu rencana kegiatan menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, tetapi taktik bagaimana perusahaan melaksanakan strategi itu dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, harus dirahasiakan dan tidak semua orang dapat mengetahuinya (Sofyan, 2015).

Strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan “benar” yang dihadapi organisasi dalam melakukan bisnis yakni suatu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan organisasi berkaitan dengan perilaku yang konsisten, maksudnya ketika suatu strategi telah diterapkan, maka perusahaan tidak dapat menariknya kembali (Kuncoro, 2011).

Dari penjelasan diatas maka inti dari strategi ialah mempelajari bagaimana perusahaan mempunyai suatu rencana yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan kinerja yang tidak dapat diketahui oleh semua orang serta berbeda dari perusahaan.

2.3.2 Pengertian Strategi Manajemen

Pengertian dari Strategi Manajemen adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi (Hariadi, 2005).

Manajemen Strategi adalah merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaannya yang selalu berubah-ubah (Sofyan, 2015).

Definisi Manajemen Strategik yaitu manajemen srtejistik terdiri dari analisis, keputusan dan aksi yang diambil organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Kuncoro, 2011).

Dari uraian diatas Strategi Manajemen adalah suatu rencana yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk mengembangkan perusahaan yang memanfaatkan sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien untuk mencapai 10 visi perusahaan yang tidak dapat diketahui oleh orang lain serta yang berbeda dari perusahaan lainnya. Dari beberapa uraian diatas maka ada beberapa hal penting terkait dengan Manajemen Strategi yaitu (Hariadi, 2005):

1. Manajemen Strategi merupakan suatu proses terencana yang melibatkan seluruh department mulai dari pimpinan tertinggi sampai karyawan terbawah.
2. Dalam menetapkan tujuan strategi maka sesuai dengan visi dan misi dari suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuan dalam jangka pendek maupun panjang.
3. Untuk menjalankan strategi demi mencapai customer value terbaik menggunakan proses yang sesuai dengan tujuan.
4. Dalam melakukan strategi harus ada evaluasi karena untuk mengetahui apakah hasil yang telah dicapai sesuai dengan rencana dan perkembangan terbaru.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor dalam mengembangkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), sekaligus

meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Treats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencana strategis perlu menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam keadaan saat ini. Ini namanya analisis SWOT (Rangkuti, 2016).

SWOT menurut Sutojo dan F. Kleinsteuber (2002) adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. SWOT adalah singkatan dari kata-kata *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weaknesses* (kelemahan perusahaan), *Opportunities* (peluang bisnis), dan *Threats* (hambatan untuk mencapai tujuan). Apabila teknik SWOT analisis tersebut diterapkan dalam kasus menentukan tujuan strategi manajemen pemasaran dapat diutarakan sebelum menentukan tujuan-tujuan pemasaran yang ingin dicapai hendaknya perusahaan menganalisis: kekuatan dan kelemahan, peluang bisnis yang ada, berbagai macam hambatan yang mungkin timbul. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Thearts* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dan faktor internal Kekuatan dan Kelemahan.

Sedangkan Kotler (2008) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseuruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. Teknis analisis SWOT yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Internal

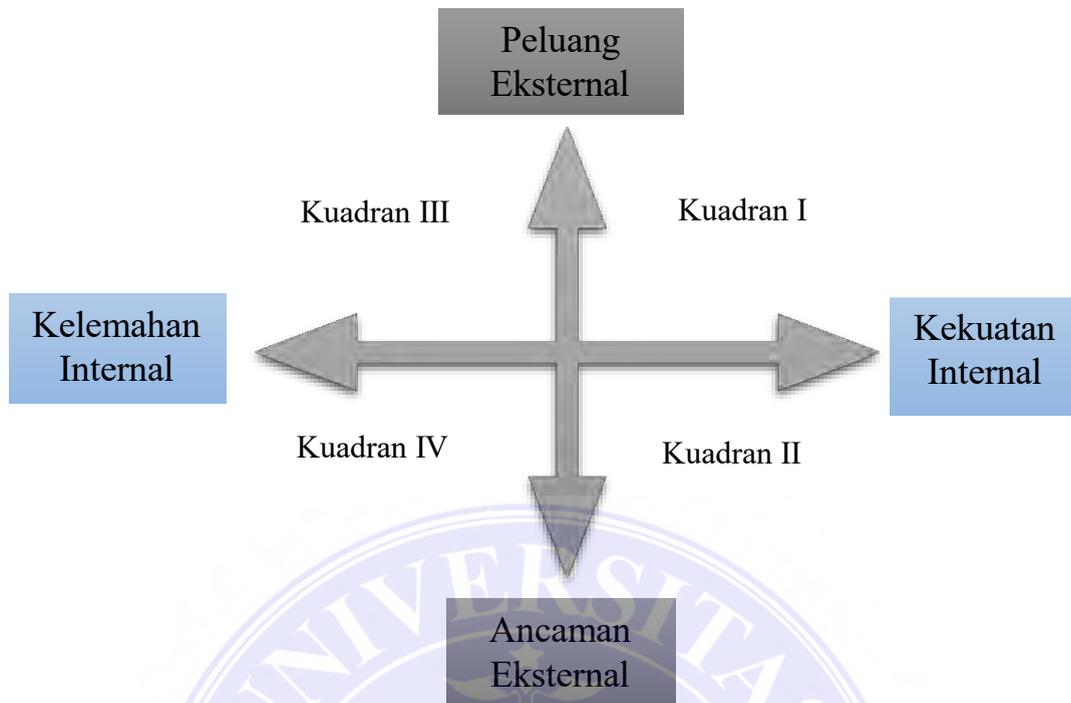
a. Analisis kekuatan (*Strenght*) Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. Strenght (kekuatan) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

b. Analisis kelemahan (*Weaknesses*) Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian.

2. Analisis Eksternal

a. Analisis Peluang (*Opportunity*) Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan dirinya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Dipihak lain, perusahaan bermunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

b. Analisis Ancaman (*Threats*) Ancaman adalah tantangan yang diperhatikan atau diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan.



Gambar 6. Diagram SWOT

Diagram dari analisis SWOT dikemukakan oleh Rangkuti (2008) dapat dilihat dibawah ini:

KUADRAN I : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

KUADRAN II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

KUADRAN III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran III ini hampir sama dengan question Mark pada BCG matrik. Strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

KUADRAN IV : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 4. Matriks SWOT

EFAS IFAS	STRENGTH(S) • Tentukan faktor faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan factor faktor kelemahan internal
PPORTUNITTIES(O) • Tentukan faktor peluang eksterna	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEG WT Cipatakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
THREATHS(T) • Tentukan faktor faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Cipatakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh muhammad, dkk (2021) yang berjudul “ Strategi Pemasaran Opak Singkong pada Usaha Mikro Kecil Menengah

di Kelurahan Sari Rejo Kecamatan Polonia Kota Medan”. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui menentukan strategi pemasaran UMKM Opak Singkong di daerah penelitian. Metode dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa UMKM Opak Singkong Sinar Bulan mampu berada pada daerah V (Pertumbuhan/Stabilitas). Hal ini berarti UMKM Opak Singkong Sinar Bulan berada pada titik normal, ditandai dengan memfokuskan pengembangan produk yang dimilikinya. strategi pemasaran yang digunakan pada UMKM Opak Singkong Sinar Bulan adalah salah satu dari jenis strategi yaitu “keunggulan produk”.

Berdasarkan penelitian dari Irpan Arya Pasaribu (2012) “Prospek Pengembangan Industri Pengolahan Ubi Kayu (*Manihot Esculenta Crantz*) Menjadi Tepung Tapioka Pada Pt. Sari Jaya Tani. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa nilai tambah yang diperoleh dari strategi pengembangan yang bias dilakukan PT.Sari Jaya Tani yaitu Memanfaatkan sumber dana milik sendiri untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik strategi SO (*Strength - Opportunities*), yaitu (S1 dan O1). Dengan adanya brand merek sudah di kenal dan mendapat standart halal dari LPPOM MUI dan BPOM sehingga pangsa pasarnya bisa sampai keluar dari provinsi Sumatera Utara (S2 dan O2). Pemanfaatan teknologi mesin yang digunakan mampu menghasilkan produk yang baik (S3 dan O3).

Berdasarkan penelitian dari Ida Syamsu Roidah (2019 “Prospek Pengembangan Ubi Kayu Di Kabupaten Trenggalek” Penelitian ini bertujuan untuk menekankan pada pasokan dan pengolahan ubi kayu serta prospeknya guna meningkatkan pendapatan petani. Maka aktivitas pembinaan akan lebih mudah, pengembangan infrastruktur serta kelembagaan pendukung disesuaikan kebutuhan pada tingkat lapangan selain itu keterkaitan antara hulu dan hilir dapat ditingkatkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori empiris. Makalah ini berdasarkan pada informasi yang diperoleh dari data sumber sekunder literatur terkini yang relevan bersumber dari jurnal serta publikasi lainnya. Pengembangan sektor industri ubi kayu membutuhkan pasokan yang efektif dan efisien, hal ini dikarenakan sektor produksi, pengolahan, dan pemasaran harus di evaluasi serta ditingkatkan. Selain itu prospek pengembangan ubi kayu masih di terbuka di Kabupaten Trenggalek dilihat dari kondisi sosial ekonomi demi kemajuan daerahnya melalui agribisnis. Meningkatkan produksi ubi kayu dapat dilakukan dengan cara penggunaan bibit ubi kayu unggul, perluasan tanam, meningkatkan mutu melalui dosis pemupukan yang berimbang serta pemeliharaan yang tepat.

Berdasarkan penelitian dari Qomariyah, dkk (2018) dengan judul Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Produk Mie Ubi Jalar Ungu pada Agroindustri UD. Nula Abadi, Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui nilai tambah dan strategi pengembangan produk mie ubi jalar ungu pada agroindustri UD. Nula Abadi di Kabupaten Bondowoso. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling di dasarkan sumber data yang dibutuhkan dengan pertimbangan orang yang dianggap mengerti terkait penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi

dan studi pustaka. Metode analisis yang digunakan metode hayami untuk mengetahui analisis nilai tambah dan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan produk mie ubi jalar ungu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai tambah mie ubi jalar ungu memberikan nilai tambah sedang. Nilai tambah yang didapatkan sebesar Rp. 51.020/Kg dengan rasio nilai tambah sebesar 57,98%. Strategi pengembangan mie ubi jalar ungu berada pada posisi White Area yaitu kuat-berpeluang

Berdasarkan penelitian dari Hashifah Izza Amaliya (2023) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong Di Desa Rancamanyar Kabupaten Bandung Jawa Barat, tujuan penelitian ini Menganalisis strategi pengembangan usaha yang terjadi di agroindustri keripik singkong 'Pasutri', Desa Rancamanyar, Kabupaten Bandung, penentuan sampel ditentukan secara purposive sampling, metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dan kualitatif, Metode analisis yang digunakan metode hayami untuk mengetahui analisis nilai tambah dan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi pengembangan usaha di agroindustri keripik singkong Pasutri, Dari hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha berada pada kuadran 1 dengan progresif strategi sehingga strategi prioritas yang perlu dilakukan agroindustri keripik singkong Pasutri adalah menerapkan strategi S-O yaitu, meningkatkan jumlah produksi dan meningkatkan kerja sama dengan pemasok agar agroindustri dapat memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal dengan keuntungan yang sebesar-besarnya.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa SukaSari, Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara yang ditentukan secara purposive (sengaja). Kecamatan Pegajahan merupakan daerah yang potensial dalam memproduksi olahan ubi kayu. Alasan memilih lokasi ini adalah karena Desa Sukasari merupakan salah satu sentra industri rumah tangga olahan ubi kayu paling dominan di Kecamatan Pegajahan. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2022-November 2022.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ubi kayu di Desa SukaSari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai terdapat 20 pelaku usaha opak mentega, 20 pelaku usaha mie yeye, dan 20 pelaku usaha rengginang dengan total 60 populasi dalam penelitian ini.

2. Sampel

Sampel adalah objek yang diambil dengan cara mereduksi objek penelitian yang dianggap resprentatif terhadap populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* atau sengaja yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative (Sugiyono.2010).

Dari jumlah angka populasi sebanyak 60 ditarik sample secara sengaja (*Purposive*), sebanyak 30 pelaku usaha olahan ubi kayu, saya memilih 30 produsen sebagai responden dikarenakan pengalaman dalam usaha pengolahan ubi kayu yang mereka miliki sudah cukup berpengalaman 7 tahun keatas. maka sampel pelaku usaha yang diambil dalam penelitian ini yaitu 10 industri opak mentega, 10 industri mie yeye, dan 10 industri rengginang, dengan jumlah 30 sampel produsen olahan ubi kayu.

Untuk menentukan jumlah sampel pelaku pemasaran, petani ubi kayu dan konsumen menggunakan teknik purposive sampling Menurut sugiyono (2010) Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangannya untuk pelaku pemasaran diambil dari pedagang pengumpul atau agen yang terlibat langsung kepada produsen olahan opak mentega, rengginang dan mie yeye di Desa sukasari. Untuk petani ubi kayu pertimbangannya yaitu petani yang menjual langsung kepada produsen olahan opak mentega, rengginang dan mie. Untuk konsumen pertimbangannya yaitu konsumen yang melakukan pembelian akhir terhadap produk olahan ubi berupa olahan opak mentega, rengginang dan mie yeye.

Tabel 5. Responden Penelitian

Katagori	Responden	Jumlah sampel
Internal	Pelaku usaha Opak mentega	10
	Pelaku usaha Rengginang	10
	Pelaku usaha Mie yeye	10
Eksternal	Pengepul	3
	Petani ubi kayu	3
	Konsumen akhir	3
Total		39

Sumber: *Industri Rumah Tangga di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan 2022*

Berdasarkan Tabel 5, dari data responden penelitian di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan. Pengambilan sampel industri rumah tangga dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja). Jumlah responden penelitian ini terdapat 39 responden, diantaranya yaitu 10 responden pelaku usaha opak mentega, 10 responden pelaku usaha rengginang, dan 10 responden pelaku usaha mie yeye. Untuk responden pengepul di ambil dari pengepul yang mengambil langsung pada pelaku usaha yaitu 3 pedagang pengumpul (1 pengepul opak mentega, 1 pengepul rengginang, dan 1 pengepul mie yeye), untuk 3 responden petani ubi kayu diambil dari petani yang menjual bahan baku berupa ubi kayu kepada pelaku usaha, untuk 3 responden konsumen diambil dari konsumen yang melakukan pembelian akhir dari penjual olahan ubi kayu yaitu 1 konsmen opak mentega, 1 konsumen rengginang, dan 1 konsumen mie yeye dengan jumlah sampel keseluruhan sebanyak 39 sampel.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada produsen olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal-jurnal penelitian, dan lembaga lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui berbagai sumber dan sarana. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi ialah teknik mengamati perubahan gejala social yang sedang berkembang dan berkembang. Selanjutnya, perubahan dapat dilakukan berdasarkan penilaian ini (Margono, 2007).

b. Kuesioner

Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden (Bungin, 2016).

Pengisian kuesioner dilakukan melalui *self-administered* kuesioner, dimana responden diminta untuk menjawab kuesioner yang telah disiapkan. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Skala likert ialah skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan biasanya digunakan dalam riset yang berupa survei. Skala likert juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan menggunakan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi variabel indikator. Indikator ini kemudian digunakan sebagai titik awal untuk mengembangkan item-item instrument dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap pertanyaan diberi peringkat dari sangat positif hingga negatif dengan menggunakan skala likert, sehingga jawaban dapat diberi rating.

Tabel 6. Skala Likert

Pernyataan	Skala Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2013)

c. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka antara peneliti dan pengumpul data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada informan atau sumber data (Suryani dan Hendryadi, 2015).

3.4 Metode Analisis Data

Metode dan analisis data bertujuan untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut. Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti permasalahan dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk merancang strateginya.

Langkah – langkah dalam analisis SWOT adalah :

1. Pengumpulan informasi yang bertujuan untuk melihat perkembangan usaha olahan ubi kayu di daerah penelitian.
2. Melakukan pra survey penelitian terhadap beberapa responden dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha olahan ubi kayu di daerah penelitian.
3. Kemudian dari faktor-faktor tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan produsen olahan ubi kayu berupa opak mentega, rengginang, dan mie yeye, petani ubi kayu dan konsumen ditentukan faktor strategis untuk perkembangan usaha olahan ubi kayu di daerah penelitian, antara lain sebagai berikut :

1. Pengalaman
 2. Ketersediaan modal
 3. Kualitas produk
 4. Lokasi tempat produksi strategis
 5. Belum ada pengemasan
 6. Produksi belum maksimal
 7. Tidak menggunakan promosi/iklan
 8. SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan
 9. Meningkatnya permintaan produk olahan ubi kayu
 10. Pangsa pasar
 11. Pembelian produk terus ada
 12. Harga produk
 13. Tidak ada merek dagang
 14. Kenaikan harga bahan baku
 15. Persaingan produk sejenis
 16. Pengaruh perubahan cuaca
4. Setelah diketahui faktor – faktor yang mempengaruhi yang strategis, kemudian faktor- faktor tersebut diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu :
- a. Faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam, yaitu faktor yang dapat dikendalikan oleh produsen olahan ubi kayu.
 - b. Faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar, yaitu faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh produsen olahan ubi kayu
5. Setelah diklasifikasikan antara faktor internal dan eksternal, kemudian disusun kuisioner untuk menentukan rating setiap faktor. Rating tersebut menentukan

apakah faktor tersebut termasuk kedalam faktor internal sebagai kekuatan atau kelemahan dan sebagai faktor eksternal menjadi peluang atau ancaman. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan nilai mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan atau pengusaha olahan ubi kayu yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang (*Opportunity*) bersifat positif diberi rating +1 untuk peluang yang kecil dan diberi +4 untuk peluang yang semakin besar. Pemberian nilai rating ancaman (*Threat*) adalah kebalikannya (negatif Untuk). faktor yang termasuk kategori kekuatan (*Strength*) diberi nilai +1 (sangat buruk) sampai dengan +4 (sangat baik), dan untuk faktor yang termasuk kategori kelemahan (*Weakness*) adalah kebalikannya (negatif).

6. Faktor dibagi menjadi empat rating, yaitu pada faktor internal 1 dan 2 merupakan kelemahan serta 3 dan 4 merupakan kekuatan. Pada faktor eksternal, 1 dan 2 merupakan ancaman sedangkan 3 dan 4 merupakan peluang.
7. Setelah diperoleh nilai rating dari setiap faktor, kemudian dilakukan pembobotan dalam tiap faktor. Pembobotan dilakukan dengan teknik komparasi berpasangan (*Pair Comparison*) oleh Saaty (1988) yaitu suatu teknik yang membandingkan faktor satu dengan faktor yang lain dalam satu tingkat hirarki secara berpasangan sehingga diperoleh nilai kepentingan dari masing-masing faktor.

Tabel 7 . Nilai Skala Banding Secara Berpasangan

Nilai Skala	Definisi	Keterangan
1	Kedua faktor sama pentingnya.	Dua faktor mempunyai pengaruh yang sama terhadap tujuan yang akan dicapai.
3	Satu faktor lebih penting daripada faktor yang lainnya.	Pengalaman dan penilaian mempengaruhi satu faktor dibanding faktor lainnya.
2	Satu faktor sedikit lebih penting daripada faktor yang lainnya.	Pengalaman dan penilaian sedikit mempengaruhi satu faktor dibanding faktor lainnya.
Kebalikan	Bila nilai di atas dianggap membandingkan antara faktor A dan B, maka nilai kebalikannya bila digunakan untuk membandingkan kepentingan B terhadap A.	

Sumber : *Saaty, 1988*

5. Setelah diperoleh nilai kepentingan masing-masing dari tiap responden, kemudian dibuat matriks penilaian tiap responden yang akan menjadi bobot dari tiap faktor. Menurut (Solihin, 2012), untuk mengembangkan tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), harus ditempuh langkah-langkah berikut ini:

- a) Pada kolom 1 (*Internal Factors*) buatlah daftar 5-10 kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) paling penting yang dihadapi perusahaan.
- b) Pada kolom 2 (*Weight/Bobot*), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting/*most important*) sampai bobot 0,0 (tidak penting/*not important*). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini.

- c) Pada kolom 3 (Rating/Peringkat), berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1 (buruk/*poor*) yang didasarkan pada manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis.
- d) Pada kolom 4 (*Weighted score*/nilai tertimbang), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat atau rating masing-masing faktor yang terdapat didalam kolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 4 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*).
- e) Terakhir jumlahkanlah masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan. Jumlah keseluruhan nilai tertimbang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan memberikan respon terhadap berbagai faktor yang saat ini ada atau diperkirakan akan ada dalam lingkungan internal perusahaan.

Tabel 8. Matriks Penilaian Faktor Internal

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

Menurut (Solihin, 2012), untuk mengembangkan tabel EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*), harus ditempuh langkah-langkah berikut ini:

- a) Pada kolom 1 (*Eksternal Factors*) buatlah daftar 5-10 peluang (*threats*) dan ancaman (*opportunities*) paling penting yang dihadapi perusahaan.

- b) Pada kolom 2 (*Weight/Bobot*), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting/*most important*) sampai bobot 0,0 (tidak penting/*not important*). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot, maka semakin penting faktor tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan saat ini maupun dimasa mendatang. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot di dalam EFAS
- c) Pada kolom 3 (*Rating/Peringkat*), berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1 (buruk/*poor*) yang didasarkan pada manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para manajer tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini di dalam menghadapi masing-masing *external factors*.
- d) Pada kolom 4 (*Weighted score/nilai tertimbang*), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat atau rating masing-masing faktor yang terdapat didalam kolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 4 (sangat baik/*outstanding*) sampai 1,0 (buruk/*poor*).
- e) Terakhir jumlahkanlah masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan. Jumlah keseluruhan nilai tertimbang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan memberikan respon terhadap berbagai faktor yang saat ini ada atau diperkirakan akan ada dalam lingkungan eksternal perusahaan.

Tabel 9. Matriks Penilaian Faktor Eksternal

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skoring (Bobot x Rating)
Peluang			
1.			
2.			
3.			
4.			
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total			

6. Setelah diperoleh penilaian tiap faktor dari seluruh responden, kemudian dicari rata-rata perbandingan seluruh responden dengan mencari nilai rata-rata geometris dengan rumus :

$$G = \sqrt[n]{X1. X2. X3, \dots \dots \dots Xn}$$

- Dimana :
- X₁ = Nilai untuk responden 1
 - X₂ = Nilai untuk responden 2
 - X₃ = Nilai untuk responden 3
 - X_n = Nilai untuk responden n

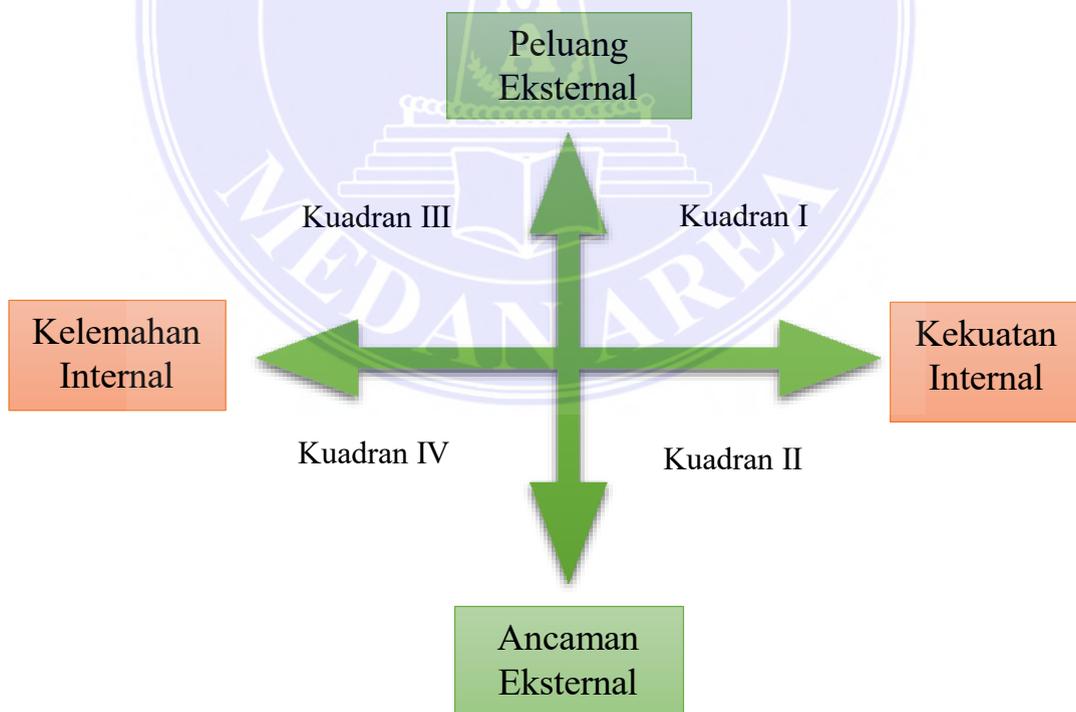
7. Setelah diketahui nilai rata-rata geometris, kemudian nilai rata-rata tersebut dinormalisasikan untuk mendapatkan nilai dari masing-masing faktor strategis. Nilai ini yang menjadi bobot faktor.

8. Setelah diperoleh bobot untuk tiap faktor strategis, dicari skor terbobot dengan cara mengalikan skor dari tiap faktor dengan bobot yang diperoleh dalam tiap faktor.

9. Kemudian hasil analisis tersebut dibuat pada matriks posisi, dengan cara mencari selisih faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor ekstrenal (peluang-ancaman). Posisi strategi ditunjukkan oleh koordinat cartesius (x,y). Nilai x

diperoleh dari selisih faktor internal (kekuatan-peluang) dan nilai y diperoleh dari selisih faktor eksternal (peluang- ancaman). Faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal yang menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Kondisi tersebut dipetakan dengan cara sebagai berikut :

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi strategi pengembangan ditentukan dengan hasil sebagai berikut:
 - 1) Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya ancaman lebih besar daripada peluang maka nilainya $y < 0$.
 - 2) Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya $x < 0$.



Gambar 7. Diagram Analisis SWOT (Rangkuti,2008)

Kuadran I : Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III : Usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal usaha sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

Kemudian dilakukan penyusunan faktor-faktor strategis dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT dibangun berdasarkan faktor-faktor strategis yang telah ditentukan, faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hal ini bertujuan untuk menentukan alternatif strategi pengembangan usaha olahan ubi kayu di daerah penelitian.

Tabel 10. Matrix SWOT

EFAS IFAS	STRENGTH(S) • Tentukan faktor faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan faktor faktor kelemahan internal
PPORTUNITTIES (O) • Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEG (WT) Cipatakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
THREATHS (T) • Tentukan faktor faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Cipatakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

A. Strategi SO

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

B. Strategi ST

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

C. Strategi WO

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

D. Strategi WT

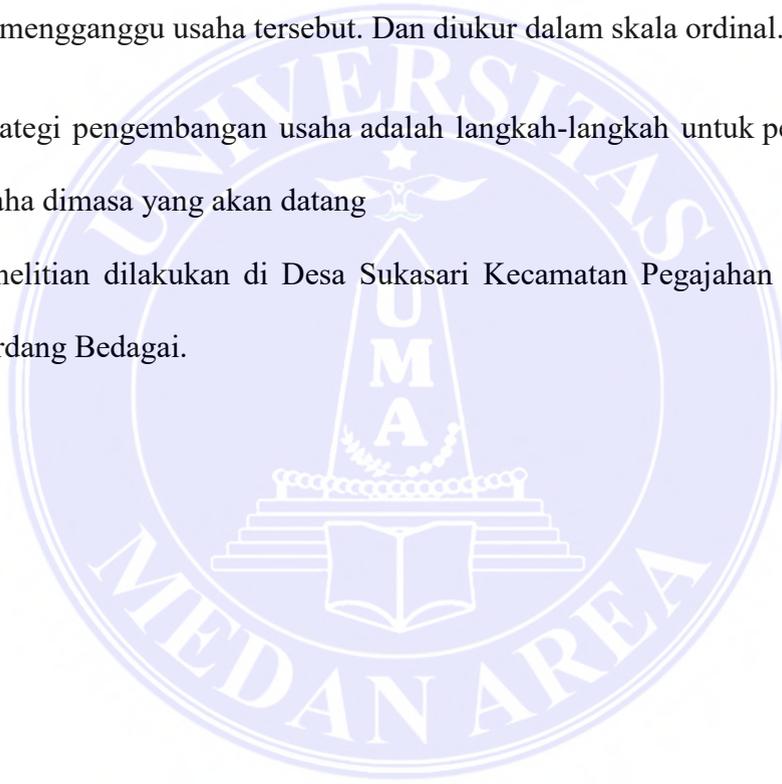
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2015).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari salah pengertian dan kesalahpahaman maka akan diuraikan beberapa definisi dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Ubi kayu merupakan bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan opak mentega, rengginang, dan mie yeye di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedaga
2. Produsen merupakan industri rumah tangga olahan ubi kayu menjadi opak mentega, rengginang dan mie yeye.
3. Pengalaman merupakan lamanya waktu dalam berwirausaha olahan ubi kayu
4. Opak mentega, rengginang, dan mie yeye adalah salah satu cemilan olahan dari ubi kayu yang di hasilkan dari proses pengolahan ubi kayu menjadi opak mentega, rengginang, dan mie yeye.
5. Pedagang pengumpul adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan pengeumpulan hasil produksi usaha mikro dan usaha kecil untuk di perdagangkan
6. Petani ubi kayu adalah pelaku yang melakukan usaha tani ubi kayu untuk di jual kepada orang lain salah satu nya produsen olahan ubi kayu
7. Analisis SWOT merupakan analisis yang dilakukan untuk menentukan strategi yang akan digunakan oleh pengusaha usaha olahan ubi kayu dalam membangun usaha.
8. Faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam yang terdiri dari dua poin yaitu kelemahan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*).
 - a) Kekuatan (*Strengths*) merupakan potensi dan kekuatan dalam usaha olahan ubi kayu yang dapat diukur dalam skala ordinal.

- b) Kelemahan (*Weakness*) merupakan masalah dan tantangan dalam usaha olahan ubi kayu yang dapat diukur dalam skala ordinal.
9. Faktor eksternal merupakan faktor yang dari luar yang terdiri dari dua poin yaitu peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*)
- a) Peluang (*Opportunities*) adalah peluang yang akan berkembang dimasa mendatang. Dan diukur dalam skala ordinal.
- b) Ancaman (*Threats*) adalah kondisi yang mengancam dari luar yang dapat mengganggu usaha tersebut. Dan diukur dalam skala ordinal.
10. Strategi pengembangan usaha adalah langkah-langkah untuk pengembangan usaha dimasa yang akan datang
11. Penelitian dilakukan di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai.



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Lokasi dan Letak Geografis

Desa Sukasari merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis, Desa Sukasari memiliki luas wilayah \pm 1.150 Ha. Desa Sukasari memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Desa Pegajahan Kecamatan Pegajahan
2. Sebelah Timur : Desa Rambung Sialang Tengah Kecamatan Sei Rampah
3. Sebelah Selatan : Desa Bah Sidua Dua Kecamatan Serbajadi
4. Sebelah Barat : Desa Bingkat Kecamatan Pegajahan

Jumlah penduduk Desa Sukasari pada tahun 2021 ialah sebanyak 4.146 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 1.125 KK. Jumlah penyebaran penduduk berdasarkan jenis kelamin ialah laki-laki sebanyak 2.022 jiwa dan penduduk yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 2.124 jiwa. Persebaran penduduk Desa Sukasari berdasarkan data mata pencaharian dimana masyarakat lebih dominan bekerja sebagai petani dengan jumlah 582 orang, wiraswasta/pedagang sebanyak 85 orang, pertukangan sebanyak 20 orang, dan buruh tani sebanyak 235 orang.

Desa sukasari memiliki luas wilayah sebesar \pm 1.150 Ha dengan jumlah Dusun sebanyak 9 Dusun Yang Terdiri Dari Dusun IA, Dusun IB, , Dusun II, Dusun IIIA, Dusun IIIB, Dusun IVA, Dusun IVB, Dusun IVC, Dusun V , dengan jumlah penduduk sebanyak 4.146 jiwa yang terdiri dari 2.022 jiwa penduduk laki- laki dan 2.124 jiwa penduduk perempuan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 1.125 KK.

Komposisi Penduduk di desa sukasari kecamatan pegajahan menurut pekerjaan dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut :

Tabel 11. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan.

No	Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase %
1	Pegawai Negeri Sipil	22	1,72
2	ABRI	3	0,23
3	Swasta	85	6,67
4	BUMN	65	5,10
5	Wiraswasta/Pedagang	85	6,67
6	Petani	582	45,70
7	Pertukangan	20	1,56
8	Buruh Tani	235	18,44
9	Pensiunan	30	2,35
10	Jasa	147	11,53
	Total	1,274	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Sukasari, 2022

Berdasarkan tabel 11, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk menurut pekerjaan di Desa Sukasari, Kecamatan Pegajahan adalah 1,274 jiwa. Persentase terbesar 45,70% dari jenis pekerjaan Petani, kemudian persentase berikutnya 18,44% dari jenis pekerjaan Buruh Tani, dan persentase terendah 0,23 % dari jenis pekerjaan ABRI.

4.1.1 Gambaran Umum Industri Rumah Tangga Opak Mentega, Rengginang dan Mie Yeye

Industri Rumah Tangga merupakan industri kecil yang hanya memiliki 1 - 2 orang tenaga kerja, bahkan ada yang dikerjakan sendiri oleh pemilik. Desa Sukasari merupakan desa yang terdapat di Kecamatan Pegajahan dimana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai pengolah ubi kayu menjadi opak mentega, rengginang dan mie yeye. Berdasarkan informasi yang diperoleh di lokasi penelitian.

Pada awalnya olahan ubi kayu yang pertama kali muncul di Desa Sukasari yaitu opak mentega yang dimulai oleh ibu Nurliana. Usaha industri rumah tangga

opak mentega telah dikenal masyarakat desa Sukasari selama 20 tahun. Selanjutnya yaitu diikuti olahan ubi kayu menjadi rengginang yang dimulai oleh Ibu Sumira yang telah memproduksi rengginang selama 20 tahun. Kemudian olahan ubi kayu menjadi mie yeye yang dimulai oleh bapak Timin yang telah memproduksi mie yeye selama 18 tahun.

4.1.2 Gambaran Umum Produk Opak Mentega, Rengginang Dan Mie Yeye

Olahan ubi kayu adalah olahan yang berbahan dasar dari ubi kayu, banyak jenis-jenis olahan berbahan dasar ubi kayu salah satunya yaitu opak mentega, rengginang dan mie yeye. Di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai banyak masyarakat memproduksi olahan ubi kayu berupa opak mentega, rengginang dan mie yeye.

1. Opak mentega merupakan salah satu produk sejenis kerupuk yang berbahan dasar ubi kayu yang ditumbuk lalu diberi bumbu rasa kemudian dicetak berbentuk kotak lalu dijemur.
2. Rengginang merupakan sejenis kerupuk tebal terbuat dari ubi kayu yang di bentuk bulat lalu di jemur, Secara tradisional proses pembuatan rengginang ubi kayu meliputi pengupasan kulit, pencucian, pamarutan, pemisahan serat dengan pati, pencampuran dengan bumbu, pencetakan dan penjemuran
3. Mie yeye, merupakan salah satu produk olahan ubi kayu yang terbuat dari ubi kayu yang diparut, lalu dibuat menjadi mie dalam bentuk kotak. Mie Yeye ini juga dikeringkan dengan cara dijemur di bawah panas matahari.

4.2 Karakteristik Sampel Penelitian

Pada penelitian ini karakteristik sampel penelitian adalah produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan

konsumen opak mentega, rengginang dan mie yeye di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. Adapun karakteristik sampel yang akan diuraikan meliputi umur, pendidikan, pendapatan dan pengalaman.

4.2.1 Produsen Opak Mentega, Rengginang dan Mie Yeye

a. Umur

Usia merupakan kurun waktu sejak adanya seseorang dan dapat diukur menggunakan satuan waktu dipandang dari segi kronologis, individu normal dapat dilihat derajat perkembangan anatomis dan fisiologis sama (Nuswantari, 1998). Usia juga merupakan waktu lamanya hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan (Hoetomo, 2005).

Pada penelitian ini, tingkat umur produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye diketahui umur terendah adalah umur 35 tahun dan umur tertinggi yaitu umur 60 tahun. Secara lengkap karakteristik produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Umur Produsen Opak Mentega, Rengginang dan Mie Yeye

No	Umur (Tahun)	Jumlah Sampel (Jiwa)	Persentase (%)
1	25 - 35	3	10%
2	35 - 45	9	30%
3	45 - 55	13	43%
4	55 - 65	5	17%
	Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan table 12, dapat dilihat bahwa umur sampel produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye yang paling dominan yaitu pada umur 45 - 55 tahun dengan persentase 43%. Menurut Sumiati (2011) menyatakan bahwa kemampuan kerja seseorang produsen sangat dipengaruhi oleh tingkat umur.

Semakin produktif umur produsen maka semakin mempunyai semangat ingin tahu hal-hal baru yang belum diketahui. Selain itu usia juga mempengaruhi kondisi fisik dan motivasi produsen.

b. Karakteristik Sampel Menurut Jenis Kelamin

Keragaman responden atau sampel berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada Tabel 13, Berikut ini :

Tabel 13. Karakteristik Produsen Olah Ubi Kayu Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Laki-Laki	16	53%
Perempuan	14	47%
Total	30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin produsen sampel pada Tabel 13 tersebut, terlihat bahwa responden paling banyak adalah laki-laki sebanyak 16 orang dengan persentase 53% dan paling sedikit adalah perempuan sebanyak 14 orang dengan persentasi 47 %. Hal tersebut dikarenakan produsen olah pak mentega, rengginang dan mie yeye.

c. Pendidikan

Menurut Trahati (2015:11), pendidikan adalah kegiatan yang dilakukan manusia secara sadar dan terprogram guna membangun personalitas yang baik dan mengembangkan kemampuan atau bakat yang ada pada diri individu manusia agar mencapai tujuan atau target tertentu dalam menjalani hidup.

Pada penelitian ini, tingkat pendidikan produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye diketahui pendidikan terendah adalah SD dan pendidikan tertinggi yaitu SMA . Secara lengkap karakteristik produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada table 14.

Tabel 14. Pendidikan produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Sampel (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak sekolah	0	0%
2	SD	15	50%
3	SMP	0	0%
4	SMA	15	50%
5	S1	0	0%
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 14, dapat dilihat bahwa pendidikan sampel produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye paling dominan yaitu pada tingkat SD dan SMA dengan masing- masing persentase sebesar 50%. Hendrayani dan Febrina (2009) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang tentunya akan semakin tinggi pula daya serap teknologi dan semakin cepat untuk menerima inovasi yang datang dari luar.

d. Karakteristik Sampel Menurut Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan merupakan banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggung jawab seseorang dalam memenuhi semua kebutuhan hidup. Dapat dilihat pada Tabel 15. Jumlah tanggungan pengusaha sampel di daerah penelitian berikut ini :

Tabel 15. Karakteristik Produsen olahan ubi Sampel Menurut Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Sampel (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 2	26	86%
2	2 – 4	4	14%
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari Tabel 15, Dapat diketahui bahwa produsen olahan ubi kayu di Desa Sukasari memiliki jumlah tanggungan paling banyak yaitu 1-2 sebanyak 26 jiwa

dengan persentase 86% dan yang paling sedikit yaitu 2-4 tanggungan sebanyak 4 jiwa dengan persentase 14 %. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan tersebut termasuk kategori rendah dan jumlah tanggungan keluarga ini akan berpengaruh pada ketersediaan tenaga kerja dalam keluarga dan pendapatan produsen olahan opak mentega, rengginang dan mie yeye.

e. Pengalaman

Pengalaman dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami, dialami maupun dirasakan, baik sudah lama maupun yang baru saja terjadi (Saparwati, 2012). Pada penelitian ini, tingkat pengalaman produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye yang memiliki pengalaman 7 - 25 tahun. Secara lengkap karakteristik produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye berdasarkan pengalaman berproduksi opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat pada tabel 16 berikut.

Tabel 16. Pengalaman produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye

No	Pengalaman	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 10	18	60%
2	10 – 20	9	30%
3	20 – 30	3	10%
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 16, pengalaman produsen opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat diketahui bahwa pengalaman produsen yang paling dominan adalah 1 – 10 tahun yaitu sebesar 60%. Hendrayani dan Febrina (2009) menyatakan bahwa pengalaman berusaha merupakan modal penting untuk berhasilnya suatu kegiatan usaha, berbedanya tingkat pengalaman masing-masing

pengusaha maka akan berbeda pula pola pikir mereka dalam menerapkan inovasi pada kegiatan usaha produksinya.

4.2.2. Pedagang Pengepul

a. Umur

Pada penelitian ini diketahui karakteristik umur pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye yang ada dilokasi penelitian. Adapun umur yang terendah yaitu adalah 45 tahun sementara umur tertinggi yaitu 50 tahun. Secara lengkap karakteristik pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye berdasarkan umur pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat pada tabel 17 berikut :

Tabel 17. Umur Pedagang Pengepul Opak Mentega, Rengginang Dan Mie Yeye

No	Umur (Tahun)	Jumlah Sempel(Jiwa)	Persentase (%)
1	45 – 50	2	67%
2	50 – 55	1	33%
Jumlah		3	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 17. Umur pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat bahwa umur pedagang pengumpul yang paling dominan yaitu 45 – 50 tahun yaitu dengan persentase sebesar 67%. Putri dan Setiawati (2013) menyatakan kekuatan fisik seseorang untuk melakukan aktivitas sangat erat kaitannya dengan umur karena bila umur seseorang telah melewati masa produktif, maka semakin menurun kekuatan fisiknya sehingga produktivitasnya pun menurun dan pendapatannya juga ikut menurun.

b. Pendidikan

Pada penelitian ini diketahui tingkat pendidikan pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye adalah tingkat SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan persentase 100%. Menurut Wawan dan Dewi (2010), bahwa pendidikan dapat mempengaruhi seseorang akan pola hidup terutama dalam memotivasi untuk sikap berperan serta dalam pembangunan pada umumnya, makin tinggi tingkat pendidikan seseorang makin mudah menerima informasi dan inovasi

c. Pengalaman

Berdasarkan hasil penelitian diketahui karakteristik pengalaman pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat bahwa pengalaman terendah yaitu 4 tahun sedangkan pengalaman tertinggi yaitu 7 tahun. Secara lengkap karakteristik pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye berdasarkan pengalaman pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat pada tabel 18 berikut :

Tabel 18. Pengalaman Pedagang Pengumpul Opak Mentega, Rengginang Dan Mie Yeye

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Sempel(Jiwa)	Persentase (%)
1	2 – 4	2	67%
2	4 – 6	1	33%
Jumlah		3	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 18, Pengalaman Pedagang pengumpul opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat bahwa pengalaman pedagang pengumpul yang paling dominan yaitu 2-4 tahun dengan persentase 67%. Setiaji dan Fatuniah (2018) menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Artinya semakin lama seseorang pedagang melakukan usahannya maka akan

memiliki banyak pengalaman dan memasarkan produknya sehingga akan berpengaruh pada tingkat pendapatan pedagang.

4.2.3. Petani Ubi Kayu

a. Umur

Pada penelitian ini diketahui karakteristik umur petani ubi kayu untuk bahan baku opak mentega, rengginang dan mie yeye yang ada dilokasi penelitian. Adapun umur yang terendah yaitu adalah 43 tahun sementara umur tertinggi yaitu 46 tahun. Secara lengkap karakteristik petani ubi kayu berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 19 berikut :

Tabel 19. Umur Petani Ubi Kayu

No	Umur (Tahun)	Jumlah Sempel(Jiwa)	Persentase (%)
1	40 – 45	2	67%
2	45 – 50	1	33%
Jumlah		3	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 19. Umur petani ubi kayu untuk bahan baku opak mentega, rengginang dan mie yeye dapat dilihat bahwa umur petani ubi kayu yang paling dominan yaitu 40 – 45 tahun yaitu dengan persentase sebesar 67%. Putri dan Setiawati (2013) menyatakan kekuatan fisik seseorang untuk melakukan aktivitas sangat erat kaitannya dengan umur karena bila umur seseorang telah melewati masa produktif, maka semakin menurun kekuatan fisiknya sehingga produktivitasnya pun menurun dan pendapatannya juga ikut menurun.

b. Pendidikan

Pada penelitian ini diketahui tingkat pendidikan petani ubi kayu penyedia bahan baku opak mentega, rengginang dan mie yeye yang ada dilokasi penelitian

adalah tingkat SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan persentase 100%. Mat dan Razak (2011) menyatakan pendidikan merupakan salah satu karakteristik wirausahawan yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis mereka bahwa pengalaman pendidikan dan manajerial dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis.

c. Pengalaman

Berdasarkan hasil penelitian diketahui karakteristik pengalaman petani ubi kayu dapat dilihat bahwa pengalaman terendah yaitu 4 tahun sedangkan pengalaman tertinggi yaitu 7 tahun. Secara lengkap karakteristik petani ubi kayu berdasarkan pengalaman dapat dilihat pada tabel 20 berikut:

Tabel 20. Pengalaman Petani Ubi Kayu

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Sempel(Jiwa)	Persentase (%)
1	2 – 4	1	33%
2	4 – 6	2	67%
Jumlah		3	100

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 20, Pengalaman petani ubi kayu dapat diketahui bahwa pengalaman petani ubi kayu yang paling dominan yaitu 4 – 6 tahun dengan persentase sebesar 67%. Firdausa dan Arianti (2013) menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, ini berarti bahwa semakin lama seseorang menggeluti bidang usahanya maka semakin besar peluang untuk memperoleh pendapatan yang besar.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Faktor faktor yang mempengaruhi usaha olahan ubi kayu berupa opak mentega, rengginang, dan mie yeye di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan meliputi faktor Internal yaitu pengalaman, ketersediaan modal, kualitas produk, lokasi tempat produksi strategis, belum ada pengemasan produk, produksi belum maksimal, tidak menggunakan jasa promosi/iklan, dan SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan. Sedangkan Faktor Eksternal yaitu meningkatnya permintaan produk olahan ubi kayu, pangsa pasar, pembelian produk terus ada, harga produk, tidak ada merek dagang, kenaikan harga bahan baku, persaingan produk sejenis, dan pengaruh perubahan cuaca.
2. Strategi pengembangan yang diberikan untuk produsen olahan ubi kayu berupa opak mentega, rengginang, dan mie yeye di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan yaitu strategi diversifikasi atau strategi ST (*Strength and Threats*) adapun strategi ST adalah strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman, sebagai berikut:
 - 1) Memanfaatkan pengalaman, modal dan kualitas produk untuk membuat merek dagang agar mendapatkan pengakuan dari konsumen (S1,S2,S3,T1)
 - 2) Memanfaatkan modal dan pengalaman untuk memvariasi produk dapat mengatasi persaingan produk sejenis di pasaran(S1,S2,T3)
 - 3) Dengan memanfaatkan modal untuk membeli pengering produk dapat mengatasi perubahan cuaca (S2,T4)

6.2. Saran

- 1) Kepada produsen olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan diharapkan dapat memaksimalkan penjualan online terhadap produk dan membentuk pelatihan pembuatan produk olahan ubi kayu untuk meningkatkan skill SDM.
- 2) Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji pemasaran terhadap produk olahan ubi kayu yang akan berpengaruh terhadap pengembangan dan pendapatan terhadap usaha olahan ubi di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan.
- 3) Kepada pemerintah daerah diharapkan dapat memperhatikan produsen olahan ubi kayu di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan dengan memberikan bantuan modal ataupun bantuan lainnya yang mendukung produsen sehingga produsen olahan ubi kayu di Desa Sukasari dapat mengembangkan usahanya dan mengatasi masalah masalah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Bayu Purnomo. "Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar". *Agrista* 1, No.2 (2012).
- Asriani PS. 2011. Analisis daya saing ekspor ubi kayu Indonesia. *Agroland*. 18(1):65-70.
- Alfurkon. 2017. Analisis Willingness To Pay Petani Terhadap Asuransi Usahatani Padi (AUTP) di Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi Universitas Brawijaya. Malang
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2020. *Produksi Ubi Kayu Di Sumatera Utara Tahun 2020*. Sumatera Utara : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *Perusahaan Industri Mikro dan Kecil di Kecamatan Pegajahan*. Serdang Bedagai.
- Bungin Burhan. 2017. Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Firdausa dan Arianti. 2013. *Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak*. Diponegoro Journal Of Economics. Volume 2, Nomor 1, Halaman 1-6
- Harahap, Mujiatun, 2013. *Keragaan Ekonomi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pengolahan Opak Singkong di Desa Tuntungan II Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara*.
- Hariadi. (2005). Strategi Manajemen. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Hendrayani dan Febrina, D. 2009. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi Beternak Sapi di desa Koto Benai Kecamatan Benai kabupaten Kuantan Sengingi*. Jurnal Peternakan vol. 6 (2) p: 53 – 62.
- Hoetomo, M. A., (2005). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Mitra pelajar. Surabaya.
- Ihsan, 2014. Karakterisasi Ubi Kayu Lokal (Manihot Utilissima L.) Gunung Kidul. Vol. 3, No. 2.
- Ketut, 2018. *Diversifikasi Pengolahan Ubi Kayu Dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan di Sulawesi Utara*. ISSN : 2442-9015. e-ISSN : 2460- 0075.
- Kotler. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kuncoro, Mudrajat. 2011. Metode Kuantitatif. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen: YKPN
- Margono. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Rangkuti. 2006. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.

- Rangkuti, 2015. Analisis SWOT. Teknik *Membeda Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rangkuti, F. 2016. Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rini restiani, 2014, *karakter morfologi ubi kayu (manihot esculenta crantz) hijau dari kabupaten palalawan*.
- Saaty, Thomas. I. 1988. *Decision Maker For Leaders*. University of Pittsburgh. Pittsburgh.
- Salusu, 2015, *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*, Jakarta: Grasindo
- Saragih, Dkk. 2016. *Analisis Karakteristik Wilayah dan Modal Sosial untuk Kesejahteraan Petani Palm di Kabupaten Siak (Studi DI limbo Jaya Kecamatan Kandis)*. *International Journal of Economics* 2016.
- Setiaji, Khasan dan Fatuniah, Ana Listia. 2018. " *Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi*",
- Setiawan (2013), *Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang*.
- Setiawati, D. 2013. *Perbedaan Peningkatan Kemampuan Pemecahan Masalah dan Komunikasi matematik Siswa Antara Pendekatan Contextual Teaching and Learning dan Pembelajaran Konvensional Pada Siswa Kelas X SMK Negeri 1 Bireuen*. Jurnal, Edisi Khusus No. 1, Juni 2013, ISSN 1978-8002
- Soekartawi. *Agroindustri dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2000
- Sofyan Syafri. 2015. *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*, PT. Gelora Aksara Pratama : Erlangga : Bandung.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2010. *Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumiati. (2011). *Metode pembelajaran*. Bandung : CV. Wacana Prima

Susilawati. 2008. *Karakteristik Sifat Fisik dan Kimia Ubi Kayu (Manihot esculenta) Berdasarkan Lokasi Penanaman dan Umur Panen Berbeda*. Jurnal Teknologi Industri dan Hasil Pertanian Volume 13, No. 2, September 2008.

Teguh. M. 2010. *Manajemen Industri*. Cet 2. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Trahati. 2015. *Implementasi Pendidikan Karakter Peduli Lingkungan di Sekolah Dasar Negeri Tritih Wetan 05 Jeruklegi Cilacap*. Skripsi. Cilacap: Fakultas Ilmu Pendidikan UNY

Tripomo, Tejo. 2005. *Manajemen Strategi*. Rekayasa Sains: Bandung.

Wawan dan Dewi, 2010, *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*, Yogyakarta : Nuha Medika



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLAHAN UBI KAYU (STUDI KASUS : DESA SUKA SARI, KECAMATAN PEGAJAHAN, KABUPATEN SERDANG BEDAGAI)

No. Urut :

Tanggal Wawancara :

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, saya mahasiswa Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi saya mengenai “Prospek Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu (Studi Kasus : Desa Suka Sari, Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai)”

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini.

Identitas Responden

1. Nama Responden :
.....

2. Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan

3. Usia..... Tahun

4. Pendidikan Terakhir: Tidak Sekolah SMA
SD D3
SMP S1

Jumlah Tanggungan Keluarga :

Pengalaman Usaha :

Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap ketersediaan bapak/ibu/saudara/I untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan cara melingkari (O) pilihantersebut pada kolom yang tersedia.

PENGISIAN BOBOT DAN RATING

Petunjuk Pengisian:

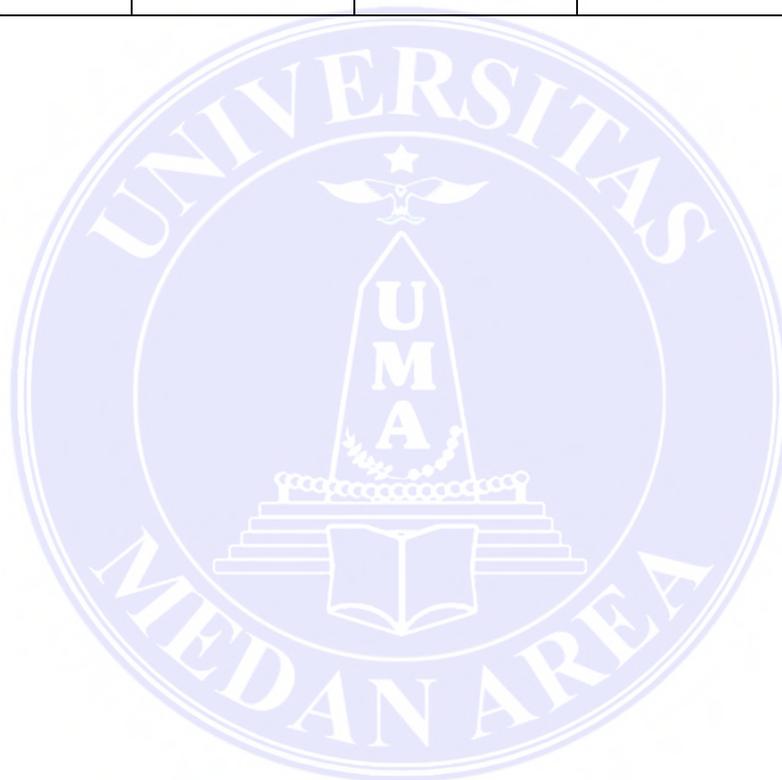
Kriteria Bobot

1. Masing-masing faktor diberi bobot dengan skala:Mulai dari 0,0 = 0% (tidak penting) Sampai dengan 1,0 = 100% (sangat penting)
2. Dimana semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,00atau 100%
3. Penentuan bobot didasarkan pada seberapa besar persentase pengaruhsuatu variabel terhadap kesuksesan perusahaan.

Kriteria Rating

Pemberian nilai rating terhadap faktor internal dan eksternal strategi .

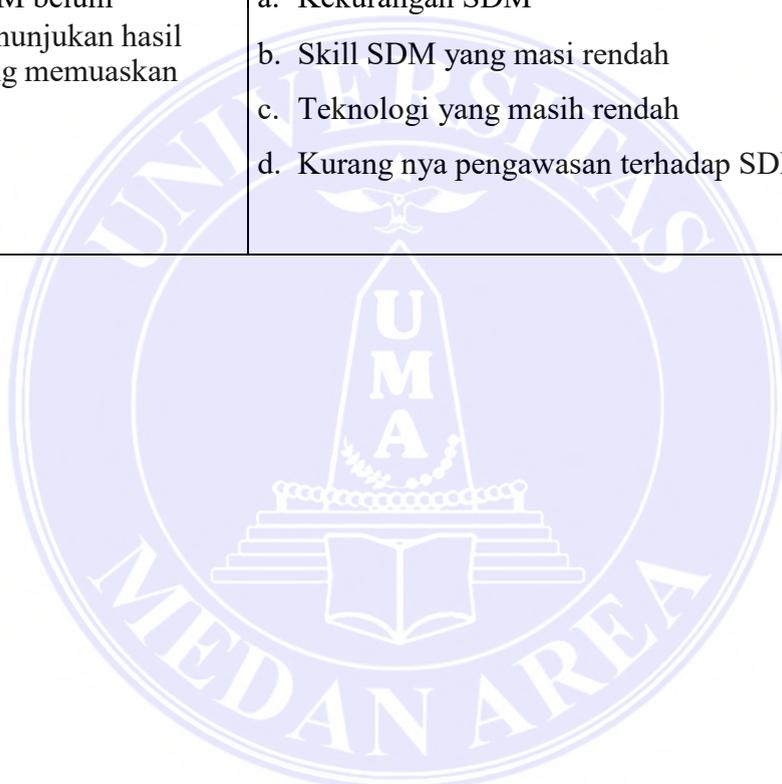
SWOT	Rating			
	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Kekuatan dan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan dan Ancaman	1	2	3	4



Lampiran 2. Kuesioner Faktor Internal

No	Indikator	Parameter	Rating
1.	Pengalaman	a. 1–3 Tahun sangat tidak berpengalaman	1
		b. 3–5 Tahun tidakberpengalaman	2
		c. 5– 7 Tahun berpengalaman	3
		d. >7 Tahun sangat berpengalaman	4
2.	Ketersediaan modal	a. Modal dari koprasi	1
		b. Modal dari keluarga	2
		c. Modal pinjaman	3
		d. Modal sendiri	4
3.	Kualitas produk	a. Sangat buruk	1
		b. Buruk	2
		c. Baik	3
		d. Sangat baik	4
4	Lokasi tempat produksi strategis	a. Sangat tidak strategis	1
		b. Tidak Strategis	2
		c. Strategis	3
		d. Sangat strategis	4
5	Belum adanya pengemasan produk	a. Tidak tahu cara membuat kemasan yang baik dan benar	1
		b. Tidak ada izin kemasan	2
		c. Sudah dapat izin kemasan	3
		d. Sudah membuat kemasan produk	4
6	Produksi belum maksimal	a. Produksi belum maksimal dikarenakan bahan baku yang terbatas	1
		b. Produksi belum maksimal dikarenakan kekurangan SDM	2
		c. Produksi belum maksimal dikarenakan teknologi yang masih rendah	3
		d. Produksi belum maksimal dikarenakan kurangnya skill SDM	4

7	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan	<ul style="list-style-type: none"> a. Sama sekali tidak menggunakan jasa promosi b. Mempromosikan produk hanya di daerah sekitar c. Mempromosikan produk hanya di 1 website (Facebook, Shopee, Buka Lapak, Dll) d. Mempromosikan produk di beberapa website (Facebook, Shopee, Buka Lapak, Dll) 	<ul style="list-style-type: none"> 1 2 3 4
8	SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kekurangan SDM b. Skill SDM yang masi rendah c. Teknologi yang masih rendah d. Kurang nya pengawasan terhadap SDM 	<ul style="list-style-type: none"> 1 2 3 4



Lampiran 3. Faktor Eksternal

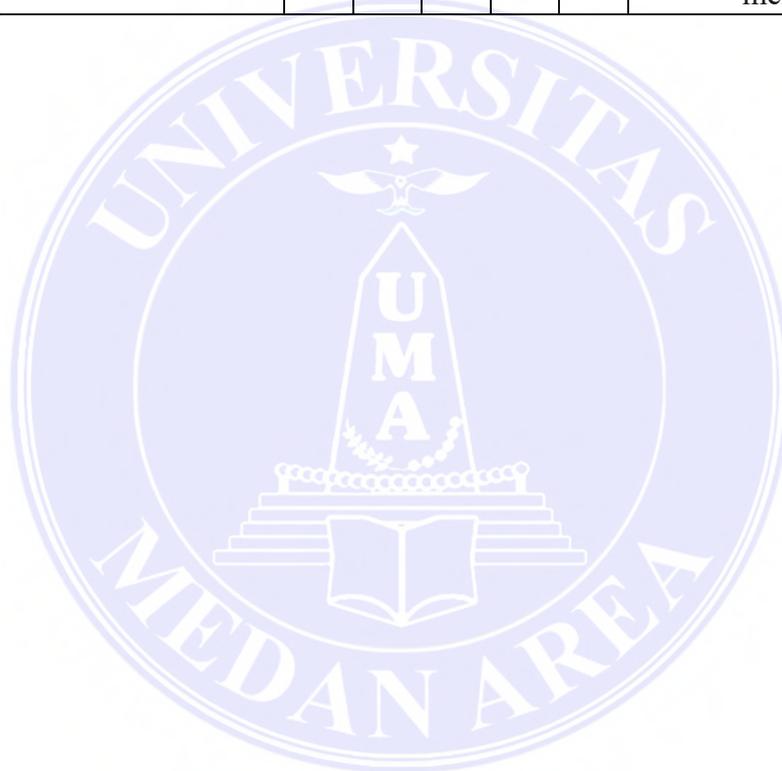
No	Indikator	Parameter	Rating
1.	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	a. Sangat tidak setuju (Permintaan kontinui dan tetap) b. Tidak setuju (Permintaan kontinui dan meningkat) c. Setuju (Permintaan kontinui dan tetap) d. Sangat setuju (Permintaan kontinui dan meningkat)	1 2 3 4
2.	Pangsa pasar	a. Kabupaten b. Sekitar Sumatra Utara c. Pulau Sumatra d. Luar pulau Sumatra	1 2 3 4
3	pembelian produk terus ada	a. 1 kali pembelian dalam seminggu b. 2-3 kali pembelian dalam seminggu c. 4-5 kali pembelian dalam seminggu d. Setiap hari selalu ada pembelian	1 2 3 4
4	Harga produk	a. Rp 7000-8000 /kg (opak mentega) Rp 5000-6000 /kg (rengginang) Rp 7000-8000 /kg (mie yeye) b. Rp 8000-9000 /kg (opak mentega) Rp 6000-7000 /kg (rengginang) Rp 8000-9000 /kg (mie yeye) c. Rp 9000-10000 /kg (opak mentega) Rp 7000-8000 /kg (rengginang) Rp 9000-10000 /kg (mie yeye) d. Rp 10000-11000 /kg (opak mentega) Rp 8000-9000 /kg (rengginang) Rp 10000-11000 /kg (mie yeye)	1 2 3 4

5	Tidak ada merek dagang	<p>a. Tidak adanya izin PIRT</p> <p>b. Tidak mengetahui cara membuat label produk</p> <p>c. Sudah ada izin PIRT</p> <p>d. Sudah memiliki label produk</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p>
6	Kenaikan harga bahan baku	<p>a. Rp 1000-RP 1500/Kg</p> <p>b. Rp 1500-RP 2000/Kg</p> <p>c. Rp 2000-RP 2500/Kg</p> <p>d. Rp 2500-RP 3000/Kg</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p>
7	Persaingan produk sejenis	<p>a. Banyak pesaing produk sejenis</p> <p>b. 3-5 pesaing produk sejenis</p> <p>c. 1-2 pesaing produk sejenis</p> <p>d. Tidak ada pesaing produk sejenis</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p>
8	Pengaruh perubahan cuaca	<p>a. Setiap hari terjadi hujan</p> <p>b. 3 kali terjadi hujan dalam seminggu</p> <p>c. 2 kali terjadi hujan dalam seminggu</p> <p>d. Tidak pernah terjadi hujan dalam seminggu</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p>

Lampiran 4. Pembobotan Faktor Internal

No	Faktor	Skala nilai					Faktor
1	Pengalaman	3	2	1	2	3	Ketersediaan modal
2	Pengalaman	3	2	1	2	3	Kualitas produk
3	Pengalaman	3	2	1	2	3	Lokasi tempat produksi strategis
4	Pengalaman	3	2	1	2	3	Belum ada pengemasan produk
5	Pengalaman	3	2	1	2	3	Produksi belum maksimal
6	Pengalaman	3	2	1	2	3	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
7	Pengalaman	3	2	1	2	3	SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan
8	Ketersediaan modal	3	2	1	2	3	Kualitas produk
9	Ketersediaan modal	3	2	1	2	3	Lokasi tempat produksi strategis
10	Ketersediaan modal	3	2	1	2	3	Belum ada pengemasan produk
11	Ketersediaan modal	3	2	1	2	3	Produksi belum maksimal
12	Ketersediaan modal	3	2	1	2	3	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
13	Ketersediaan modal	3	2	1	2	3	SDM kerja belum menunjukkan hasil yang memuaskan
14	Kualitas produk	3	2	1	2	3	Lokasi tempat produksi strategis
15	Kualitas produk	3	2	1	2	3	Belum ada pengemasan produk
16	Kualitas produk	3	2	1	2	3	Produksi belum maksimal
17	Kualitas produk	3	2	1	2	3	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
18	Kualitas produk	3	2	1	2	3	SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan
19	Lokasi tempat produksi strategis	3	2	1	2	3	Belum ada pengemasan produk
20	Lokasi tempat produksi strategis	3	2	1	2	3	Produksi belum maksimal
21	Lokasi tempat produksi strategis	3	2	1	2	3	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
22	Lokasi tempat produksi strategis	3	2	1	2	3	SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan

23	Belum ada pengemasan produk	3	2	1	2	3	Produksi belum maksimal
24	Belum ada pengemasan produk	3	2	1	2	3	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
25	Belum ada pengemasan produk	3	2	1	2	3	SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan
26	Produksi belum maksimal	3	2	1	2	3	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
27	Produksi belum maksimal	3	2	1	2	3	Tenaga kerja belum menunjukkan hasil yang memuaskan
28	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan	3	2	1	2	3	Tenaga kerja belum menunjukkan hasil yang memuaskan



Lampiran 5. Pembobotan Faktor Eksternal

No	Faktor	Skala Nilai					Faktor
1	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	Pangsa pasar
2	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	pembelian produk terus ada
3	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	Harga produk
4	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	Tidak ada merk dagang
5	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	Kenaikan harga bahan baku
6	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	Persaingan produk sejenis
7	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca
8	Pangsa pasar	3	2	1	2	3	pembelian produk terus ada
9	Pangsa pasar	3	2	1	2	3	Harga produk
10	Pangsa pasar	3	2	1	2	3	Tidak ada merk dagang
11	Pangsa pasar	3	2	1	2	3	Kenaikan harga bahan baku
12	Pangsa pasar	3	2	1	2	3	Persaingan produk sejenis
13	Pangsa pasar	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca
14	pembelian produk terus ada	3	2	1	2	3	Harga produk
15	pembelian produk terus ada	3	2	1	2	3	Tidak ada merk dagang
16	pembelian produk terus ada	3	2	1	2	3	Kenaikan harga bahan baku
17	pembelian produk terus ada	3	2	1	2	3	Persaingan produk sejenis
18	pembelian produk terus ada	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca

19	Harga produk	3	2	1	2	3	Tidak ada merk dagang
20	Harga produk	3	2	1	2	3	Kenaikan harga bahan baku
21	Harga produk	3	2	1	2	3	Persaingan produk sejenis
22	Harga produk	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca
23	Tidak ada merk dagang	3	2	1	2	3	Kenaikan harga bahan baku
24	Tidak ada merk dagang	3	2	1	2	3	Persaingan produk sejenis
25	Tidak ada merk dagang	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca
26	Kenaikan harga bahan baku	3	2	1	2	3	Persaingan produk sejenis
27	Kenaikan harga bahan baku	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca
28	Persaingan produk sejenis	3	2	1	2	3	Pengaruh perubahan cuaca



Lampiran 6. Parameter Penilaian Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman Usaha Olahan Ubi Kayu

Responden	PARAMETER																Skor
	FAKTOR INTERNAL								FAKTOR EKSTERNAL								
	A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	G	H	
1	4	4	4	4	1	2	1	1	3	4	4	3	1	3	2	2	
2	4	4	4	3	1	2	1	1	4	4	4	3	2	2	3	2	
3	4	3	4	4	2	2	1	1	3	4	3	3	1	2	3	2	
4	4	4	4	3	1	2	1	1	3	3	4	3	1	2	3	3	
5	4	3	4	3	1	1	1	1	4	4	4	3	2	2	2	3	
6	4	4	4	3	1	1	1	1	3	4	4	3	2	2	2	2	
7	4	4	4	3	2	1	1	1	4	4	4	3	2	2	2	2	
8	4	4	4	3	2	2	1	2	3	4	3	3	2	2	2	2	
9	4	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	3	2	
10	4	4	3	3	1	1	1	1	3	3	4	3	2	2	2	2	
11	4	3	4	3	2	1	1	1	4	4	3	3	2	3	2	2	
12	4	3	3	3	2	1	1	1	4	4	4	3	2	3	2	2	
13	4	3	3	3	1	1	1	1	4	4	4	3	2	3	2	2	
14	4	4	4	4	2	2	1	1	4	4	4	3	2	2	2	3	
15	4	4	3	3	1	2	1	1	4	4	4	3	1	3	2	2	
16	4	4	4	4	2	2	1	1	4	4	3	3	1	3	2	2	
17	4	4	3	3	1	2	1	1	3	4	3	3	1	3	2	3	
18	4	3	3	3	2	1	1	1	3	4	3	3	2	2	2	2	
19	4	4	3	3	2	1	1	1	3	3	4	3	2	2	2	3	
20	4	4	4	4	1	2	1	1	4	3	4	3	2	3	3	2	

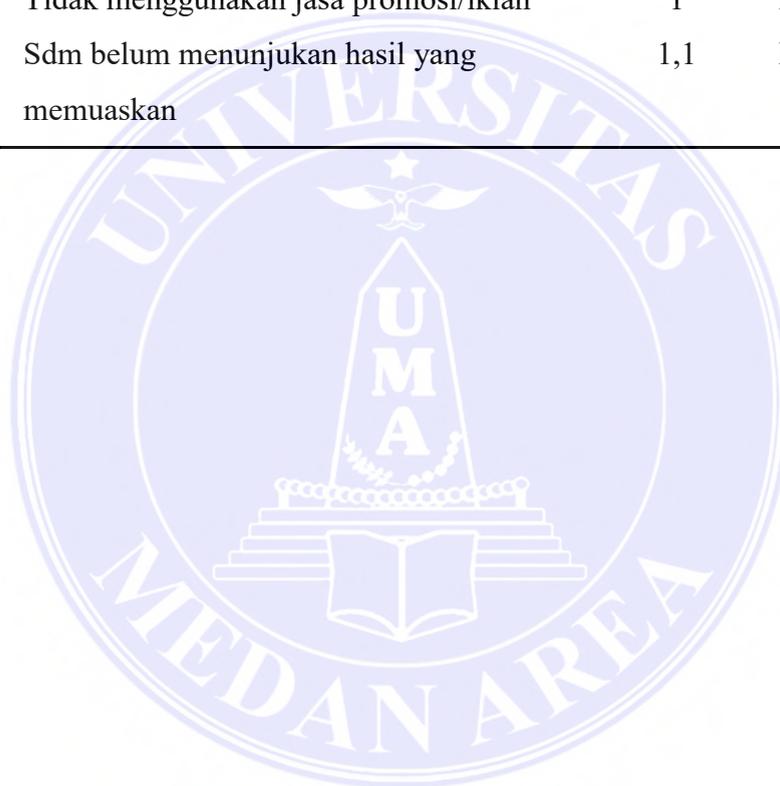
21	4	3	4	4	2	2	1	1		3	4	4	3	2	2	2	2	
22	4	3	4	3	2	2	1	2		3	3	3	3	1	2	2	2	
23	4	3	4	3	2	1	1	2		3	4	3	3	1	2	2	3	
24	4	4	3	3	2	2	1	1		4	4	3	3	1	2	2	3	
25	4	2	4	4	2	2	1	2		3	4	4	3	1	2	2	3	
26	4	2	3	3	1	2	1	1		4	4	3	3	2	2	2	3	
27	4	4	4	3	1	2	1	1		4	3	3	3	2	2	2	2	
28	4	3	4	3	1	2	1	1		4	3	3	3	1	2	2	3	
29	4	3	3	3	1	2	1	1		3	3	3	3	2	2	2	2	
30	4	4	3	3	2	2	1	1		4	3	3	3	2	2	2	2	
31										4	4		4	2			3	
32										3	4		4	1			2	
33										3	3		4	1			2	
34															2	2		
35															2	2		
36															2	3		
37												4	4					
38												2	4					
39												3	4					
Total	120	104	108	97	46	50	30	34		114	121	114	114	53	74	72	77	
Rataan	4	3,5	3,6	3,2	1,5	1,6	1	1,1		3,4	3,6	3,4	3,1	1,6	2,2	2,1	2,3	

Keterangan :

- 1.) 1-30 adalah sampel objek penelitian yaitu pelaku usaha olahan ubi kayu menjadi opak mentega, rengginang, dan mie yeye.
31-33 adalah sampel atau responden pengepul yang berpengaruh dalam pengembangan usaha olahan ubi kayu.
34-36 adalah sampel atau reponden petani ubi kayu yang berpengaruh dalam pengembangan usaha olahan ubi kayu.
37-39 adalah sampel atau responden konsumen yang berpengaruh dalam pengembangan usaha olahan ubi kayu.
- 2) Faktor Internal
 - a) Pengalaman
 - b) Ketersediaan modal
 - c) Kualitas produk
 - d) Lokasi tempat strategis
 - e) Belum ada pengemasan
 - f) Produksi belum maksimal
 - g) Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
 - h) Sdm belum menunjukkan hasil yang memuaskan
- 3) Faktor Eksternal
 - a) Meningkatnya permintaan olahan ubi
 - b) Pangsa pasar
 - c) Harga produk
 - d) Pembelian produk terus ada
 - e) Tidak ada merek dagang
 - f) Kenaikan harga bahan baku
 - g) Persaingan produk sejenis
 - h) Pengaruh perubahan cuaca

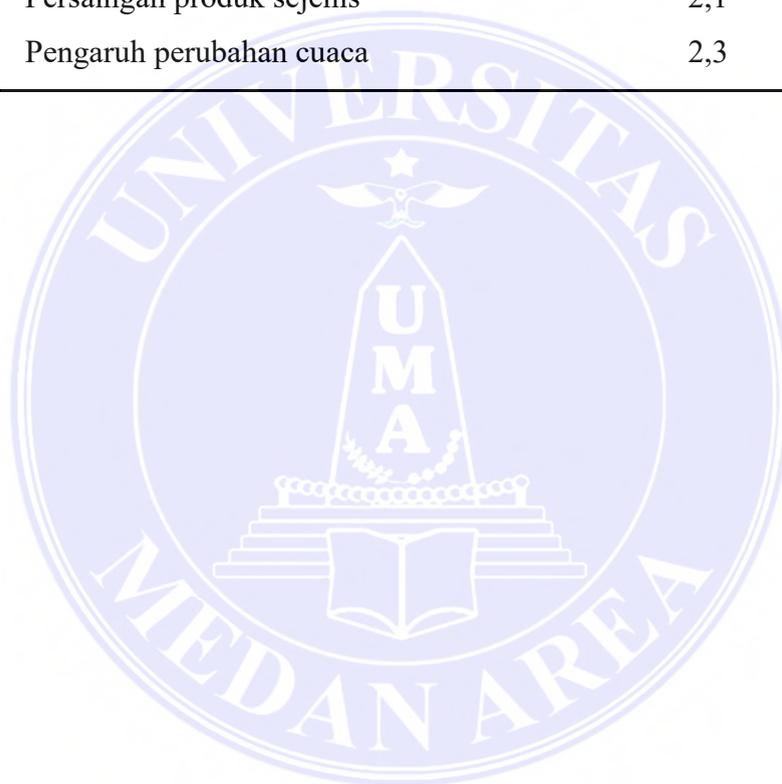
Lampiran 7. Penentuan Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Usaha Olahan Ubi Kayu

No	Uraian	Rating	Keterangan
1	Pengalaman	4	Kekuatan
2	Ketersediaan modal	3,5	Kekuatan
3	Kualitas produk	3,6	Kekuatan
4	Lokasi tempat strategis	3,2	Kekuatan
5	Belum ada pengemasan	1,5	Kelemahan
6	Produksi belum maksimal	1,6	Kelemahan
7	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan	1	Kelemahan
8	Sdm belum menunjukkan hasil yang memuaskan	1,1	Kelemahan



Lampiran 8. Penentuan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Usaha Olahan Ubi Kayu

No	Uraian	Rating	Keterangan
1	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3,4	Peluang
2	Pangsa pasar	3,6	Peluang
3	Pembelian produk terus ada	3,4	Peluang
4	Harga produk	3,1	Peluang
5	Tidak ada merek dagang	1,6	Ancaman
6	Kenaikan harga bahan baku	2,2	Ancaman
7	Persaingan produk sejenis	2,1	Ancaman
8	Pengaruh perubahan cuaca	2,3	Ancaman



Lampiran 9. Hasil Penilaian Faktor Internal (IFAS)

Responden 1

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	1/3	2	2	1	1	1/2
B	3	1	1	2	2	3	3	1
C	3	1	1	3	2	1/2	2	1/2
D	½	½	1/3	1	3	2	2	1/3
E	½	½	½	1/3	1	1/3	3	1/3
F	1	1/3	2	½	3	1	3	½
G	1	1/3	½	½	1/3	1/3	1	1/2
H	2	1	2	3	3	2	2	1

Responden 2

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	2	2	3	1/3
B	3	1	1/2	1	2	3	1	½
C	1/3	2	1	3	1	1/2	2	1/2
D	½	1	1/3	1	2	1/3	1	1
E	½	½	1	½	1	1/3	1	½
F	½	1/3	2	3	3	1	3	1/3
G	1/3	1	½	1	1	1/3	1	1
H	3	2	2	1	2	3	1	1

Responden 3

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	1	2	1	1/3
B	3	1	1/3	1	2	1	2	1/3
C	1/3	3	1	3	2	1/2	2	1
D	½	1	1/3	1	3	1/2	1/2	½
E	1	2	½	1/3	1	1/3	2	½
F	½	1	2	2	3	1	3	1
G	1	1/2	½	2	½	1/3	1	1/2
H	3	3	1	2	2	1	2	1

Responden 4

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	3	3	2	1/3	1	1/2
B	2	1	1	1	2	1	2	1
C	1/3	1	1	3	1	2	1/2	1/3
D	1	1	1	1	1	1/2	2	1
E	½	½	1	1	1	1/3	3	1/2
F	3	1	½	2	3	1	3	½
G	1	½	2	½	1/3	1/3	1	1/3
H	2	1	3	1	2	2	3	1

Responden 5

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	3	2	2	1	2	1/2
B	1/3	1	1	1	2	1/2	2	1/3
C	1/3	1	1	3	3	1/2	3	1
D	1/2	1	1/3	1	3	1/3	1	1
E	1/2	1/2	1/3	1/3	1	1/3	2	1/2
F	1	2	2	3	3	1	3	1
G	1/2	1/2	1/2	1	1/2	1/3	1	1/2
H	2	3	1	1	2	1	2	1

Responden 7

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	1/2	3	2	2	3	1
B	2	1	3	3	1	1/2	1	2
C	2	1/3	1	3	3	2	3	1
D	1/3	1/3	1/3	1	3	1/2	2	1
E	1/2	1	1/3	1/3	1	1/3	2	1/2
F	1/2	2	1/2	2	3	1	3	1/2
G	1/3	1	1/3	1/2	1/2	1/3	1	1/2
H	1	1/2	1	1	2	2	2	1

Responden 9

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	1/2	2	2	2	2	1/2
B	3	1	1	1	2	2	3	1/2
C	2	1	1	3	2	1	1	1/2
D	1/2	1	1/3	1	1	1/3	2	1/3
E	1/2	1/2	1/2	1	1	1/2	1	1/3
F	1/2	1/2	1	3	2	1	3	1/2
G	1/2	1/2	1	1/2	1	1/3	1	1/2
H	2	2	2	3	3	2	2	1

Responden 6

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	3	3	2	1/2	3	1/2
B	1/2	1	1/3	1	2	1/2	3	1/2
C	1/3	3	1	2	3	1/2	1	1
D	1/3	1	1/2	1	2	1/3	1	1/2
E	1/2	1/2	1/3	1/2	1	1/3	3	1/2
F	2	2	2	3	3	1	3	1
G	1/3	1/3	1	1	1/3	1/3	1	1/2
H	2	2	1	2	1	1	2	1

Responden 8

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	2	3	2	1
B	3	1	1/3	3	2	1/2	2	1
C	1/3	3	1	3	1	1/2	3	1/2
D	1/2	1/3	1/3	1	3	3	2	1
E	1/2	1/2	1	1/3	1	1/2	2	1/3
F	2	2	2	1/3	2	1	2	1/2
G	1/2	1/2	1/3	1/2	1/2	1/2	1	1/3
H	1	1	2	1	3	2	3	1

Responden 10

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	2	2	1	1/2	3	1/3
B	1	1	1/2	3	2	3	3	1/2
C	1/2	2	1	2	2	1	2	1/2
D	1/2	1/3	1/2	1	1	2	2	1/3
E	1	1/2	1/2	1	1	1/2	2	1/2
F	2	1/3	1	1/2	2	1	3	1/2
G	1/3	1/3	1/2	1/2	1/2	1/3	1	1/3
H	3	2	2	3	2	2	3	1

Responden 11

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	2	3	2	1	1	1/2
B	2	1	1	3	2	2	3	1/2
C	1/2	1	1	2	2	1	2	1/2
D	1/3	1/3	1/2	1	1	1/2	1	1
E	1/2	1/2	1/2	1	1	1/3	1	1/2
F	1	1/2	1	2	3	1	2	1/2
G	1	1/3	1/2	1	1	1/2	1	1/2
H	2	2	2	1	2	2	2	1

Responden 13

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	1	2	2	3	1/3
B	3	1	1	3	2	1	2	1/2
C	1/3	1	1	2	3	1	1	1/2
D	1	1/3	1/2	1	1	1	1/2	1/2
E	1/2	1/2	1/3	1	1	1/2	1	1/3
F	1/2	1	1	1	2	1	2	1/2
G	1/3	1/2	1	2	1	1/2	1	1/2
H	3	2	2	2	3	2	2	1

Responden 15

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	1	2	1	1/2
B	3	1	2	2	2	3	3	1
C	1/3	1/2	1	2	2	3	1	1/2
D	1/2	1/2	1/2	1	1	2	1	1/2
E	1	1/2	1/2	1	1	1	1/2	1/2
F	1/2	1/3	1/3	1/2	1	1	1/2	1/2
G	1	1	1	1	2	2	1	1/3
H	2	2	2	2	2	2	3	1

Responden 12

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	2	2	3	1	2	1/2
B	3	1	1	2	3	2	2	1/2
C	1/2	1	1	3	2	1	1	1/2
D	1/2	1/2	1/3	1	1	1	1/2	1
E	1/3	1/3	1/2	1	1	1/2	1	1/3
F	1	1/2	1	1	1/2	1	2	1/2
G	1/2	1/2	1	2	1	1/2	1	1/2
H	2	2	2	1	3	2	2	1

Responden 14

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	2	1	3	3	3	1/2
B	2	1	1	2	2	1	2	1/3
C	1/2	1	1	2	3	2	1	1/3
D	1	1/2	1/2	1	1	1	1/2	1/2
E	1/3	1/2	1/3	1	1	1	1	1/3
F	1/3	1	1/2	1	1	1	2	1/2
G	1/3	1/2	1	2	1	1/2	1	1/3
H	1/2	3	3	2	3	2	3	1

Responden 16

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	2	2	1	1
B	3	1	3	2	3	3	2	1
C	1/3	1/3	1	2	3	1	1	1/2
D	1/2	1/2	1/2	1	1	2	3	1/2
E	1/2	1/3	1/3	1	1	1	1/2	1/3
F	1/2	3	1	1/2	1	1	1/2	1/3
G	1	1/2	1	1/3	2	2	1	1/2
H	1	1	2	2	3	3	2	1

Responden 17

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	2	3	3	3	2	1
B	2	1	2	2	1	1/2	1	1/3
C	1/2	1/2	1	3	2	1	1	1/2
D	1/3	1/2	1/3	1	1	1/3	1	1/3
E	1/3	1	1/2	1	1	1	1/2	1/3
F	1/3	2	1	3	1	1	1/2	1/2
G	1/2	1	1	1	2	2	1	1/3
H	1	3	2	3	3	2	3	1

Responden 19

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	1/2	1	2	2	3	1
B	2	1	3	1	1	1/2	1	1/2
C	2	1/3	1	3	2	1	1	1/2
D	1	1	1/3	1	1	1/3	1	1/2
E	1/2	1	1/2	1	1	1	1/2	1/3
F	1/2	2	1	3	1	1	1/3	1/2
G	1/3	1	1	1	2	3	1	1/3
H	1	2	1/2	1/2	3	2	3	1

Responden 21

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	2	3	3	2	3	1
B	2	1	2	3	1	1/2	2	1/2
C	1/2	1/2	1	3	2	1	1	1/3
D	1/3	1/3	1/3	1	1	1/2	2	1
E	1/3	1	1/2	1	1	2	1	1/2
F	1/2	2	1	2	1/2	1	1/3	1/2
G	1/3	1/2	1	1/2	1	3	1	1/2
H	1	2	1	3	2	2	2	1

Responden 18

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	1	2	2	3	1
B	3	1	2	3	2	1	2	1/2
C	1/3	1/2	1	3	2	1	1/2	1/2
D	1	1/3	1/3	1	3	1/2	1	1/3
E	1/2	1/2	1/2	1/3	1	1/3	1	1/2
F	1/2	1	1	2	3	1	3	1/2
G	1/3	2	2	1	1	1/3	1	1/3
H	1	2	2	3	2	2	3	1

Responden 20

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	2	2	1	1/2	3	1/3
B	1	1	1/2	1	2	3	3	1/2
C	1/2	2	1	2	2	1	2	1/2
D	1/2	1	1/2	1	1	2	2	1/3
E	1	1/2	1/2	1	1	1/2	2	1/2
F	2	1/3	1	1/2	2	1	3	1/2
G	1/3	1/3	1/2	1/2	1/2	1/3	1	1
H	3	2	2	1/3	2	2	1	1

Responden 22

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	2	3	3	1
B	3	1	3	2	2	3	3	1
C	1/3	1/3	1	3	2	1	1	1/3
D	1/2	1/2	1/3	1	1	1/2	2	1/2
E	1/2	1/2	1/2	1	1	2	3	1/3
F	1/3	1/3	1	2	1/2	1	1/2	1
G	1/3	1/3	1	1/2	1/3	2	1	1/3
H	1	1	3	2	3	1	3	1

Responden 23

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	2	1	2	1/3
B	3	1	1	2	2	3	3	1/2
C	1/3	1	1	2	2	1	2	1
D	1/2	1/2	1/2	1	2	1/3	2	1
E	1/2	1/2	1/2	1/2	1	2	2	1
F	1	1/3	1	3	1/2	1	3	1/2
G	1/2	1/3	1/2	1/2	1/2	1/3	1	1/2
H	3	2	1	1	1	2	2	1

Responden 25

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	3	2	2	1	3	1/2
B	2	1	1	2	3	3	2	1/2
C	1/3	1	1	3	2	1	2	1
D	1/2	1/2	1/3	1	3	1/2	2	1
E	1/2	1/3	1/2	1/3	1	3	2	1
F	1	1/3	1	2	1/3	1	3	1/3
G	1/3	1/2	1/2	1/2	1/2	1/3	1	1/2
H	2	2	1	1	1	3	2	1

Responden 27

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	3	2	1	2	1
B	3	1	1	2	2	3	2	1
C	1/3	1	1	2	2	3	3	1/2
D	1	1/2	1/2	1	3	1/2	2	1/3
E	1/2	1/2	1/2	1/3	1	3	3	1/2
F	1	1/3	1/3	2	1/3	1	3	1/2
G	1/2	1/2	1/3	1/2	1/3	1/3	1	1
H	1	1	2	3	2	2	1	1

Responden 24

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	2	3	3	2	2	1
B	3	1	2	2	3	3	2	1
C	1/2	1/2	1	2	2	2	3	1/2
D	1/3	1/2	1/2	1	3	1/2	2	1/2
E	1/3	1/3	1/2	1/3	1	3	3	1/3
F	1/2	1/3	1/2	2	1/3	1	3	1/3
G	1/2	1/2	1/2	1/2	1/3	1/3	1	1/2
H	1	1	2	2	3	3	2	1

Responden 26

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	3	3	3	2	3	1/2
B	2	1	1	2	3	2	3	1
C	1/3	1	1	3	2	1	2	1
D	1/3	1/2	1/3	1	3	1/2	2	1/2
E	1/3	1/3	1/2	1/3	1	3	2	1
F	1/2	1/2	1	2	1/3	1	3	1/2
G	1/3	1/3	1/2	1/2	1/2	1/3	1	1/3
H	2	1	1	2	1	2	3	1

Responden 28

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	1	1	2	2	1	1/2
B	2	1	3	2	3	3	3	1
C	1	1/3	1	2	3	3	1	1
D	1/3	1/2	1/2	1	2	1/3	2	1/3
E	1/2	1/3	1/3	1/2	1	2	3	1/2
F	1/2	1/3	1/3	3	1/2	1	3	1/2
G	1	1/3	1	1/2	1/3	1/3	1	1
H	2	1	1	3	2	2	1	1

Responden 29

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	2	1	3	2	3	1
B	2	1	2	3	1	1/2	2	1/2
C	1/2	1/2	1	3	2	1	1	1/3
D	1	1/3	1/3	1	1	1/2	2	1
E	1/3	1	1/2	1	1	2	1	1/2
F	1/2	2	1	2	1/2	1	1/3	1/2
G	1/3	1/2	1	1/2	1	3	1	1/2
H	1	2	3	1	2	2	2	1

Responden 30

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/3	3	2	2	3	3	1
B	3	1	3	2	2	3	3	1
C	1/3	1/3	1	3	2	1	1	1/3
D	1/2	1/2	1/3	1	1	1/2	2	1/2
E	1/2	1/2	1/2	1	1	2	3	1
F	1/3	1/3	1	2	1/2	1	1/2	1
G	1/3	1/3	1	1/2	1/3	2	1	1/3
H	1	1	1	2	3	1	3	1

Keterangan :

- A. Pengalaman
- B. Ketersediaan modal
- C. Kualitas produk
- D. Lokasi tempat strategis
- E. Belum ada pengemasan
- F. Produksi belum maksimal
- G. Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
- H. Sdm belum menunjukkan hasil yang memuaskan

Lampiran 10. Hasil Penilaian Faktor Eksternal (EFAS)

Responden 1

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	2	1/3	1/2	1/2	1/3	1/3
B	1	1	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
C	1/2	1	1	1/2	1	1/2	1/3	1/3
D	3	2	2	1	1	2	1	1
E	2	2	1	1	1	1/2	1/2	1
F	2	2	2	2	2	1	1/3	1
G	3	2	3	1	2	3	1	1/2
H	3	2	3	1	1	1	2	1

Responden 2

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1	1/2	1/2	1/2	1/2
B	1/2	1	1	1/2	1/2	1/3	1/3	1
C	1/2	1	1	1/2	1/2	1	1/3	1
D	1	2	2	1	1	1	1/2	1/2
E	2	2	2	1	1	1	1/2	1/2
F	2	3	1	1	1	1	1/3	1
G	2	3	3	2	2	3	1	1/3
H	2	1	1	2	2	1	3	1

Responden 3

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/2	1	1/2	1/2	1
B	1/2	1	2	1/3	1/3	1	1/2	1/2
C	1/2	1/2	1	1/3	1/2	1/3	1/3	1/3
D	2	3	3	1	1	1	1/3	1/3
E	1	3	2	1	1	1/2	1/3	1/3
F	2	1	3	1	2	1	1/3	1/3
G	2	2	3	3	3	3	1	1/3
H	1	2	3	3	3	3	3	1

Responden 4

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	3	1/3	1/3	1/2	1/3	1/3
B	1/2	1	1/3	1/2	1/3	1/2	1/2	1/3
C	1/3	3	1	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2
D	3	2	2	1	2	2	1/2	1/2
E	3	3	3	1/2	1	1	1/3	1/2
F	2	2	3	1/2	1	1	1/3	1/3
G	3	2	3	2	3	3	1	1/3
H	3	3	2	2	2	3	3	1

Responden 5

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	1	1/3	1/3	1/2	1/3	1
B	1	1	3	1/3	1/3	1/3	1/3	1/2
C	1	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1/2
D	3	3	3	1	1/2	1/2	1/3	1/2
E	3	3	3	2	1	1	1/2	1/2
F	2	3	3	2	1	1	1/3	1/2
G	3	3	3	3	2	3	1	1/3
H	1	2	2	2	2	2	3	1

Responden 7

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/2	1/3	1/2	1/3	1/2
B	1/2	1	1	1/2	1/2	1/2	1/3	1/2
C	1/2	1	1	1/3	1/2	1/2	1/3	1/2
D	2	2	3	1	1	1/2	1/2	1/3
E	3	2	2	1	1	1/3	1/3	1/2
F	2	2	2	2	3	1	1/3	1/3
G	3	3	3	2	3	3	1	1/3
H	2	2	2	3	2	3	3	1

Responden 9

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	3	1/3	1/2	1/2	1/3	1/3
B	1/3	1	1/3	1/2	1/3	1/2	1/3	1/3
C	1/3	3	1	1/2	1/3	1/2	1/3	1/2
D	3	2	2	1	1/3	1/3	1/3	1/3
E	2	3	3	3	1	1/2	1/3	1/2
F	2	2	2	3	2	1	1/2	1/2
G	3	3	3	3	3	3	1	1/2
H	3	3	2	3	2	3	2	1

Responden 6

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1/2	1	1/3	1/3	1/2	1/2	1/2
B	2	1	2	1/3	1/2	1/3	1/3	1/3
C	1	2	1	1/2	1/3	1/2	1/2	1/3
D	3	3	2	1	1/2	1/3	1/3	1/2
E	3	2	3	2	1	1	1/3	1/3
F	2	3	2	3	1	1	1/3	1/2
G	2	3	2	3	3	3	1	1/3
H	2	3	3	2	3	2	3	1

Responden 8

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	2	1/2	1/2	1/3	1/3	1/2
B	1/3	1	3	1/2	1/3	1/2	1/3	1/2
C	1/2	1/3	1	1/3	1/2	1/2	1/3	1/3
D	2	2	3	1	1	1/2	1/3	1/2
E	2	3	2	1	1	1/2	1/3	1/3
F	3	2	2	2	2	1	1/2	1/2
G	3	3	3	3	3	2	1	1/2
H	2	2	3	2	3	2	2	1

Responden 10

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/3	1/2	1	1/3	1/3
B	1/2	1	3	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2
C	1/2	1/3	1	1/3	1/3	1/3	1/2	1/2
D	3	2	3	1	1/2	1/3	1/2	1/2
E	2	3	3	2	1	1/2	1/2	1
F	1	3	3	3	2	1	1/2	1/3
G	3	3	2	2	2	2	1	1/2
H	3	2	2	2	1	3	2	1

Responden 11

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/2	1/2	1/3	1/3	1
B	1/2	1	1/3	1/2	1/2	1/3	1/3	1/3
C	1/2	3	1	1/3	1/2	1	1/3	1/2
D	2	2	3	1	1/2	1	1/3	1/2
E	2	2	2	2	1	1/2	1/2	1/3
F	3	3	1	1	2	1	1/3	1/2
G	3	3	3	3	2	3	1	1/2
H	1	3	2	2	3	2	2	1

Responden 13

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	3	1/3	1/3	1/2	1/3	1/2
B	1/2	1	3	1/3	1/3	1/3	1/3	1
C	1/3	1/3	1	1/2	1/2	1/3	1/3	1/2
D	3	3	2	1	1/3	1/2	1/3	1/3
E	3	3	2	3	1	1/3	1/3	1/2
F	2	3	3	2	3	1	1/3	1/3
G	3	3	3	3	3	3	1	1/2
H	2	1	2	3	2	3	2	1

Responden 15

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	3	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
B	1/2	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
C	1/3	2	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
D	2	2	2	1	1/2	1/2	1/2	1/2
E	2	2	2	2	1	1/2	1/2	1/2
F	2	2	2	2	2	1	1/2	1/2
G	2	2	2	2	2	2	1	1/2
H	2	2	2	2	2	2	2	1

Responden 12

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	3	1/2	1/2	1/3	1/3	1/2
B	1	1	2	1/2	1/3	1/2	1/2	1/3
C	1/3	1/2	1	1/2	1/3	1/2	1/3	1/2
D	2	2	2	1	1/2	1/3	1/3	1/2
E	2	3	3	2	1	1/2	1/2	1/2
F	3	2	2	3	2	1	1/3	1/2
G	3	2	3	3	2	3	1	1/3
H	2	3	2	2	2	2	3	1

Responden 14

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	3	1/3	1/2	1/2	1/2	1/3
B	1/3	1	1/2	1/3	1/2	1/2	1/3	1/3
C	1/3	2	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/3
D	3	3	2	1	1/3	1/3	1/3	1/3
E	2	2	2	3	1	1/2	1/2	1/2
F	2	2	2	3	2	1	1/2	1/2
G	2	3	2	3	2	2	1	1/2
H	3	3	3	3	2	2	2	1

Responden 16

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/3	1/2	1/2	1/3	1/2
B	1/2	1	2	1/2	1/3	1/2	1/3	1/3
C	1/2	1/2	1	1/2	1/3	1/3	1/3	1
D	3	2	2	1	1/2	1/3	1/3	1/2
E	2	3	3	2	1	1/2	1/3	1/2
F	2	2	3	3	2	1	1/3	1/2
G	3	3	3	3	3	3	1	1/3
H	2	3	1	2	2	2	3	1

Responden 17

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/2	1/2	1/3	1/3	1
B	½	1	2	1/3	1/3	1/2	1/3	1/3
C	1/2	½	1	1/3	1/2	1/3	1/3	1/3
D	2	3	3	1	1	1	1/3	1/3
E	2	3	2	1	1	1/2	1/3	1/3
F	3	2	3	1	2	1	1/2	1/2
G	3	3	3	3	3	2	1	1/3
H	1	3	3	3	3	2	3	1

Responden 19

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	1	1	1/2	1/2	1/3	½
B	1	1	1	1/3	1/3	1/2	1/2	1/3
C	1	1	1	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2
D	1	3	2	1	1	1	1/3	1/3
E	2	3	3	1	1	1/2	½	1/3
F	2	2	3	1	2	1	1/3	1/3
G	3	2	3	3	2	3	1	1/2
H	2	3	2	3	3	3	2	1

Responden 21

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	1	1/3	1/2	1/3	1/3	1
B	1/2	1	2	1/3	1/2	1/2	1/2	½
C	1	½	1	1/3	1/2	1/3	1/3	1/2
D	3	3	3	1	1/2	1/2	1/2	½
E	2	2	2	2	1	1/2	1/2	1/2
F	3	2	3	2	2	1	1/2	½
G	3	2	3	2	2	2	1	1/2
H	1	2	2	2	2	2	2	1

Responden 18

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	3	1/2	1/2	1/2	1/3	1/3
B	½	1	3	1/3	1/2	1/2	1/3	1/2
C	1/3	1/3	1	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2
D	2	3	2	1	1/2	1/2	1/3	½
E	2	2	3	2	1	1/2	1/2	1/3
F	2	2	3	2	2	1	1/2	½
G	3	3	3	3	2	2	1	1/3
H	3	2	2	2	3	2	3	1

Responden 20

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	3	1/2	1/3	½	1/2	1/2
B	½	1	3	1/2	1/2	1/3	1/3	1/2
C	1/3	1/3	1	1/3	1/3	1/2	1/2	1/2
D	2	2	3	1	1/3	1/2	1/3	1
E	3	2	3	3	1	1/3	1/3	½
F	2	3	2	2	3	1	1/2	½
G	2	3	2	3	3	2	1	1/2
H	2	2	2	1	2	2	2	1

Responden 22

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	2	1/2	1/2	1/2	1/3	1/3
B	1/3	1	1/2	1/2	1/2	1/3	1/3	1/3
C	1/2	2	1	1/2	½	1/3	1/3	1/2
D	2	2	2	1	1/2	1/3	1/3	½
E	2	2	2	2	1	1/2	1/3	1/3
F	2	3	3	3	2	1	1/2	1/3
G	3	3	3	3	3	2	1	1/3
H	3	3	2	2	3	3	3	1

Responden 23

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/3	1/2	1/3	1/3	1/2
B	1/2	1	2	1/2	1/3	1/3	1/3	1/3
C	1/2	1/2	1	1/2	1/3	1/2	1/2	1/2
D	3	2	2	1	1/2	1/2	1/3	1/2
E	2	3	3	2	1	1/2	1/3	1/2
F	3	3	2	2	2	1	1/2	1/3
G	3	3	2	3	3	2	1	1/3
H	2	3	2	2	2	3	3	1

Responden 25

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/2	1/2	1/3	1/3	1/3
B	1/2	1	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/3
C	1/2	1	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
D	2	2	2	1	1	1/2	1/3	1
E	2	2	2	1	1	1/3	1/3	1/3
F	3	2	2	2	3	1	1/2	1/2
G	3	2	2	3	3	2	1	1/3
H	3	3	2	1	3	2	3	1

Responden 27

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	2	1/3	1	1/2	1/3	1/2
B	1/3	1	2	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3
C	1/2	1/2	1	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2
D	3	3	2	1	1	1	1/2	1/2
E	1	3	3	1	1	1/2	1/3	1/3
F	2	3	3	1	2	1	1/3	1/2
G	3	3	3	2	3	3	1	1/3
H	2	3	2	2	3	2	3	1

Responden 24

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
B	1/2	1	2	1/2	1/2	1/2	1/3	1/2
C	1	1/2	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
D	2	2	2	1	1/2	1/2	1/2	1/2
E	2	2	2	2	1	1/2	1/2	1/2
F	2	2	2	2	2	1	1/2	1/3
G	2	3	2	2	2	2	1	1/2
H	2	2	2	2	2	3	2	1

Responden 26

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3
B	1	1	2	1/3	1/3	1/3	1/3	1
C	1	1/2	1	1/2	1/2	1/2	1/2	1/3
D	3	3	2	1	1	1/3	1	1/3
E	3	3	2	1	1	1	1/2	1
F	3	3	2	3	1	1	1/2	1/3
G	3	3	2	1	2	2	1	1/2
H	3	1	3	3	1	3	2	1

Responden 28

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	2	1/2	1/2	1/2	1/3	1/2
B	1/2	1	2	1/3	1/2	1/3	1/3	1/2
C	1/2	1/2	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3
D	2	3	3	1	1	1/2	1/2	1/2
E	2	2	3	1	1	1/2	1/3	1/3
F	2	3	3	2	2	1	1/2	1/2
G	3	3	3	2	3	2	1	1/3
H	2	2	3	2	3	2	3	1

Responden 29

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	3	2	1/3	1/2	1/2	1/3	1/2
B	1/3	1	2	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3
C	1/2	1/2	1	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2
D	3	3	2	1	1	1	1/2	1/2
E	2	3	3	1	1	1/2	1/3	1/3
F	2	3	3	1	2	1	1/3	1/2
G	3	3	3	2	3	3	1	1/3
H	2	3	2	2	3	2	3	1

Responden 30

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	2	1	1/2	1/2	1/2	1/3	1/2
B	1/2	1	2	1/3	1/2	1/3	1/3	1/2
C	1	1/2	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1/3
D	2	3	3	1	1	1/2	1/2	1/2
E	2	2	3	1	1	1/2	1/3	1/3
F	2	3	3	2	2	1	1/2	1/2
G	3	3	3	2	3	2	1	1/3
H	2	2	3	2	3	2	3	1

Keterangan :

- A. Meningkatnya permintaan produk olahan ubi
- B. Pangsa pasar
- C. Pembelian produk terus ada
- D. Harga produk
- E. Tidak ada merek dagang
- F. Kenaikan harga bahan baku
- G. Persaingan produk sejenis
- H. Pengaruh perubahan cuaca

Lampiran 11. Hasil Perhitungan Nilai Rata-Rata Geometris Faktor Internal (IFAS)

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	0,47534	1,989604	1,96631	2,0047	1,49277	2,08479	0,627
B	2,21064	1	1,252018	1,85231	1,93231	1,50193	2,15523	0,71085
C	0,50357	0,95058	1	2,55085	2,05123	1,0939	1,41176	0,57988
D	0,55659	0,59217	0,371139	1	1,47018	0,64328	1,40072	0,61598
E	0,49702	0,61168	0,529351	0,65538	1	0,95863	1,56279	0,45275
F	0,99162	0,74878	1,033751	2,10385	1,41115	1	1,66977	0,57039
G	0,48075	0,52265	0,899348	1,07257	0,75089	0,6554	1	0,47076
H	1,54258	1,59991	1,599915	1,59088	2,14452	1,88078	2,0937	1
Total	7,78278	6,50111	8,675125	12,7921	12,765	9,22668	13,3788	5,02761

Rumus :

$$G = \sqrt[n]{X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \dots \dots \dots X_n}$$

Keterangan :

X₁ = Nilai untuk responden 1

X₂ = Nilai untuk responden 2

X₃ = Nilai untuk responden 3

X_n = Nilai untuk responden n

Contoh Perhitungan mencari nilai rata-rata geometris :

$$G_{AB} = \sqrt[30]{\frac{1}{3} * \frac{1}{3} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * 3 * 3 * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{3} * 1 * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * 1 * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{3} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * \frac{1}{2} * \frac{1}{3} * \frac{1}{2} * \frac{1}{2} * \frac{1}{3}} = 0,47534$$

Keterangan :

- A. Pengalaman
- B. Ketersediaan modal
- C. Kualitas produk
- D. Lokasi tempat strategis
- E. Belum ada pengemasan
- F. Produksi belum maksimal
- G. Tidak menggunakan jasa promosi/iklan
- H. Sdm belum menunjukkan hasil yang memuaskan



Lampiran 12. Normalisasi Faktor Internal (IFAS)

	A	B	C	D	E	F	G	H	Rata-rata
A	0,128488842	0,073116046	0,22934584	0,153712135	0,157046666	0,161788732	0,161788732	0,124712097	0,148749886
B	0,284042683	0,153819931	0,144322735	0,144800406	0,151375913	0,162781102	0,162781102	0,14139004	0,168164239
C	0,064702615	0,146218123	0,11527211	0,199407519	0,160692331	0,118558164	0,118558164	0,11533853	0,129843445
D	0,071515594	0,091087271	0,042781994	0,078173	0,115172783	0,069719053	0,069719053	0,122520314	0,082586133
E	0,063862042	0,094088776	0,061019408	0,051232861	0,078339392	0,103897147	0,103897147	0,090052815	0,080798698
F	0,127412391	0,115177503	0,119162677	0,164464105	0,110548314	0,108381321	0,108381321	0,113450661	0,120872287
G	0,061770993	0,080393579	0,103669692	0,083846149	0,05882457	0	0,071033451	0,093634023	0,078025738
H	0,19820484	0,246098771	0,184425544	0,124363825	0,168000031	0,203841029	0,203841029	0,19890152	0,190959574
Total	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Contoh perhitungan normalisasi :

$$\begin{aligned}
 AA &= \frac{1}{7,34} = 0,13 \\
 AB &= \frac{0,47}{6,18} = 0,07 \\
 AC &= \frac{1,7}{8,88} = 0,23 \\
 AD &= \frac{1,85}{12,89} = 0,15 \\
 AE &= \frac{2,03}{12,56} = 0,16 \\
 AF &= \frac{1,49}{9,78} = 0,16 \\
 AG &= \frac{2,08}{13,27} = 0,16 \\
 AH &= \frac{2,08}{13,27} = 0,12
 \end{aligned}$$

Contoh perhitungan mencari nilai rata-rata:

$$A = \frac{0,14 + 0,08 + 0,2 + 0,14 + 0,16 + 0,15 + 0,16 + 0,13}{8} = 0,15$$

Lampiran 13. Hasil Perhitungan Nilai Rata-Rata Geometris Faktor Eksternal(EFAS)

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	1	1,84505	1,895603	0,43124	0,47558	0,4579	0,36889	0,50531
B	0,54755	1	1,406227	0,4278	0,40825	0,42699	0,36889	0,43498
C	0,53465	0,82276	1	0,42637	0,41848	0,45264	0,37278	0,45566
D	2,29765	2,41661	2,320581	1	0,64073	0,57862	0,41672	0,4669
E	2,10645	2,44949	0,463463	1,60131	1	0,52636	0,39089	0,4318
F	2,15924	2,3896	2,338875	1,93569	1,88078	1	0,4142	0,44825
G	2,72919	2,69255	2,633422	2,40296	2,5166	2,44949	1	0,39978
H	2,01227	2,25477	2,156695	2,07914	2,2245	2,23206	2,5166	1
Total	13,387	15,8708	14,21487	10,3045	9,56492	8,12406	5,849	4,14268

Rumus :

$$G = \sqrt[n]{X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \dots \dots \dots X_n}$$

Keterangan :

- X₁ = Nilai untuk responden 1
- X₂ = Nilai untuk responden 2
- X₃ = Nilai untuk responden 3
- X_n = Nilai untuk responden n

Contoh Perhitungan mencari nilai rata-rata geometris :

$$G_{AB} = \sqrt[30]{1 * 2 * 2 * 2 * 1 * \frac{1}{2} * 2 * 3 * 3 * 2 * 2 * 1 * 2 * 3 * 2 * 2 * 2 * 2 * 1 * 2 * 2 * 3 * 2 * 2 * 2 * 1 * 3 * 2 * 3 * 2} = 1,84$$

Keterangan :

- A. Meningkatkan permintaan olahan ubi
- B. Pangsa pasar
- C. Harga produk
- D. Pembelian produk terus ada
- E. Tidak ada merek dagang
- F. Kenaikan harga bahan baku
- G. Persaingan produk sejenis
- H. Pengaruh perubahan cuaca



Lampiran 14. Normalisasi Faktor Eksternal (EFAS)

	A	B	C	D	E	F	G	H	Rata-rata
A	0,074699308	0,116254133	0,133353544	0,041849792	0,049721515	0,05636383	0,063069631	0,121977599	0,082161169
B	0,040901659	0,063008695	0,09892651	0,041515931	0,042681809	0,052558134	0,063069631	0,104999783	0,063457769
C	0,039938331	0,051841134	0,070348887	0,041377427	0,043751595	0,055716341	0,06373447	0,109990494	0,059587335
D	0,171633116	0,152267214	0,163250312	0,097044781	0,066987222	0,071222473	0,071247118	0,112705503	0,113294717
E	0,157350181	0,154339152	0,03260411	0,155398894	0,104548654	0,064789935	0,066830727	0,104232745	0,1050118
F	0,161294039	0,15056535	0,164537233	0,187848418	0,19663264	0,123091212	0,070816112	0,108202545	0,145373444
G	0,20386838	0,169653987	0,185258321	0,233194638	0,263107657	0,301510662	0,170969535	0,096501677	0,203008107
H	0,150314987	0,142070334	0,151721084	0,201770119	0,232568908	0,274747413	0,430262775	0,241389654	0,228105659
Total	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Contoh perhitungan normalisasi :

$$AA = \frac{1}{13,23} = 0,08$$

$$AB = \frac{1,84}{15,63} = 0,12$$

$$AC = \frac{1,76}{14,8} = 0,11$$

$$AD = \frac{0,40}{9,98} = 0,04$$

$$AE = \frac{0,46}{9,4} = 0,05$$

$$AF = \frac{0,37}{8,01} = 0,05$$

$$AG = \frac{0,36}{5,7} = 0,06$$

$$AH = \frac{0,49}{4,21} = 0,1$$

Contoh perhitungan mencari nilai rata-rata :

$$A = \frac{0,08+0,12+0,11+0,04+0,05+0,05+0,6+0,11}{8} = 0,08$$

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© 110 Cipta Di Lindungi Undang-Undang

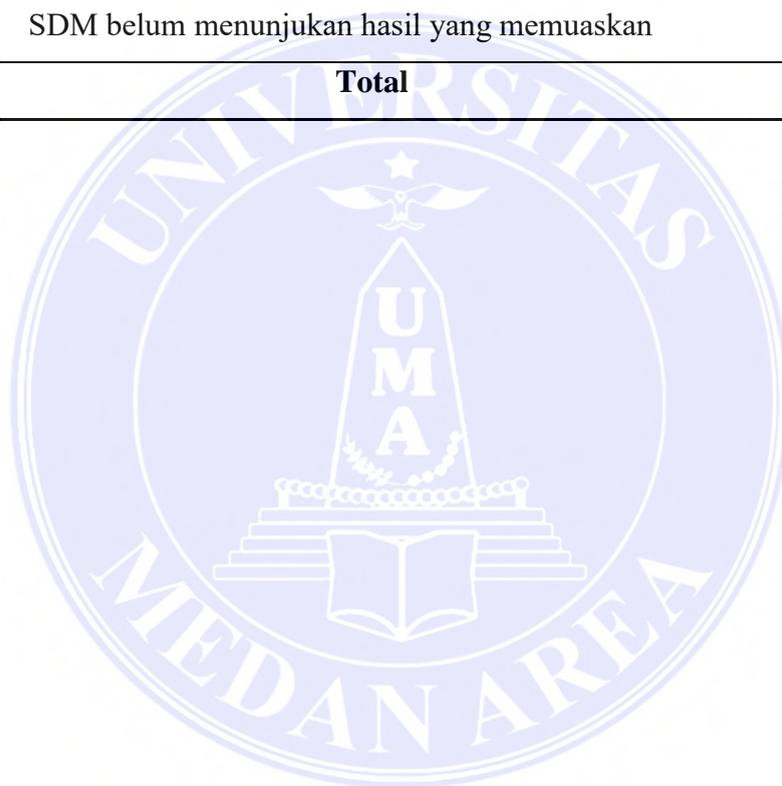
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

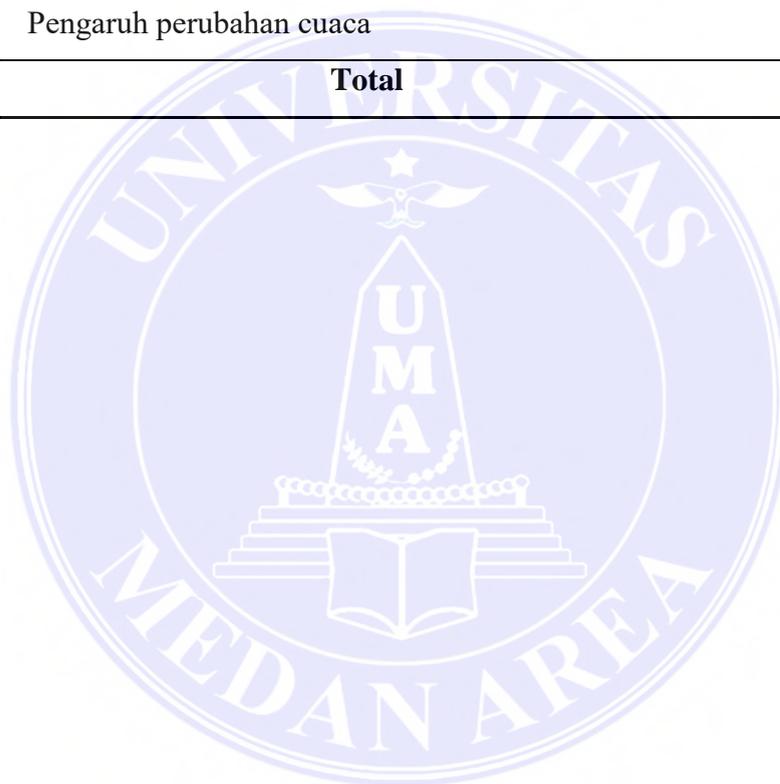
Lampiran 15. Pembobotan Faktor Internal (IFAS)

No	Uraian	Bobot
1	Pengalaman	0,15
2	Ketersediaan modal	0,17
3	Kualitas produk	0,13
4	Lokasi tempat strategis	0,08
5	Belum ada pengemasan	0,08
6	Produksi belum maksimal	0,12
7	Tidak menggunakan jasa promosi/iklan	0,08
8	SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan	0,19
Total		1



Lampiran 16. Pembobotan Faktor Eksternal (EFAS)

No	Uraian	Bobot
1	Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	0,08
2	Pangsa pasar	0,06
3	Pembelian produk terus ada	0,06
4	Harga produk	0,11
5	Tidak ada merek dagang	0,11
6	Kenaikan harga bahan baku	0,15
7	Persaingan produk sejenis	0,20
8	Pengaruh perubahan cuaca	0,23
Total		1



Lampiran 17. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal (IFAS)

Faktor-faktor Strategis Internal	Rating	Bobot	Bobot x Rating
Kekuatan			
1. Pengalaman	4	0,15	0,6
2. Ketersediaan modal	3,5	0,17	0,59
3. Kualitas produk	3,6	0,13	0,46
4. Tempat produksi strategis	3,2	0,08	0,26
Kelemahan			
1. Belum ada pengemasan	1,5	0,08	0,12
2. Produksi belum maksimal	1,6	0,12	0,19
3. Tidak menggunakan jasa promosi/iklan	1	0,08	0,08
4. SDM belum menunjukkan hasil yang memuaskan	1,1	0,19	0,21
Total	19,5	1,00	2,51

Lampiran 18. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Rating	Bobot	Bobot x Rating
Peluang			
1. Meningkatnya permintaan produk olahan ubi	3,4	0,08	0,27
2. Pangsa pasar	3,6	0,06	0,21
3. Pembelian produk terus ada	3,4	0,06	0,20
4. Harga produk	3,1	0,11	0,34
Ancaman			
1. Tidak ada merek dagang	1,6	0,11	0,19
2. Kenaikan harga bahan baku	2,2	0,15	0,30
3. Persaingan produk sejenis	2,1	0,20	0,42
4. Pengaruh perubahan cuaca	2,3	0,23	0,52
Total	21,7	1	2,45

Lampiran 19. Dokumentasi lapangan



Gambar 9. Produk Opak Mentega



Gambar 10. Produk Rengginang



Gambar 11. Produk Mie Yeye



Gambar 12. Wawancara dengan produsen Opak Mentega



Gambar 13. Wawancara dengan produsen Rengginang



Gambar 14.wawancara dengan produsen Mie Yeye



Gambar 15. Wawancara dengan salah satu pengepul



Gambar 16. Wawancara dengan petani/pengepul ubi kayu





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 3169/FP.1/01.10/XII/2022

Medan, 08 Desember 2022

Lamp. : -

Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada yth.
Kepala Desa Suka Sari
Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai
di
Tempat

Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Tonggi Afipuddin Pulungan
NIM : 188220065
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Desa Suka Sari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai untuk kepentingan skripsi berjudul **“Prospek Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu (Studi Kasus : Desa Suka Sari, Kecamatan Pegajahan, Kabupaten Serdang Bedagai)”**.

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.



Zulheri Noer, MP

Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip





**PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
KECAMATAN PEGAJAHAN
DESA SUKASARI**

Kode Pos : 20988

Sukasari, 20 Desember 2022

Nomor : 18.52.9/733/XII /SK/2022
Sifat : -
Hal : Balasan
Prihal : Memberi Izin Pengambilan Data/Riset

**Kepada YTH.
Universitas Medan Area Fakultas Pertanian
Di-
Tempat**

Dengan Hormat
Menanggapi surat dari Universitas Medan Area Fakultas Pertanian Perihal tentang pengambilan data/riset guna untuk penyelesaian study dan penyusun Skripsi Mahasiswa Program Studi S-1 Universitas Medan Area Fakultas Pertanian, untuk itu Kepala Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai memberi izin kepada :

Nama : Tonggi Afipuddin Pulungan
NPM/NIM : 188220065
Judul : Prospek Pengembangan Usaha olahan Ubi Kayu
Desa Sukasari Kabupaten Serdang Bedagai
Tempat : Desa Sukasari Kec Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai
Waktu : 20 Desember s/d 03 Januari 2023

Demikian Surat ini di sampaikan ,atas perhatiannya kami ucapkan terimah kasih .

Sukasari, 20 Desember 2022

Kepala Desa Sukasari

Kec. Pegajahan





PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
KECAMATAN PEGAJAHAN
DESA SUKASARI

Kode Pos: 20988

Sukasari 26 Mei 2023

Nomor : 18.52.9 /587 / V/SK / 2023
Lamp : 1 Lampiran
Hal : Balasan
Perihal : Selesai Pengambilan Data Riset

Kepada Yth.
Universitas Medan Area Fakultas Pertanian
Di.

Tempat.

Dengan Hormat

Menanggapi surat dari Universitas Medan Area Fakultas Pertanian perihal tentang berakhirnya Pengambilan Data/Riset di Desa Sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai guna untuk penyelesaian Study dan Penyusunan Skripsi Mahasiswa Program Studi S-1 Universitas Medan Area Fakultas Pertanian, atas nama sebagai berikut :

Nama : TONGGI AFIPUDDIN PULUNGAN
NPM : 188220065
Judul : "Prospek Pengembangan Usaha Olahan Ubi Kayu Desa Sukasari Kabupaten Serdang Bedagai"
Tempat : Desa Sukasari Kec.Pegajahan Kab. Serdang Bedagai
Waktu : 20 Desember 2022 s/d 03 Januari 2023

Demikian surat ini kami sampaikan, agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Sukasari, 26 Mei 2023

Kepala Desa Sukasari
Kec. Pegajahan

