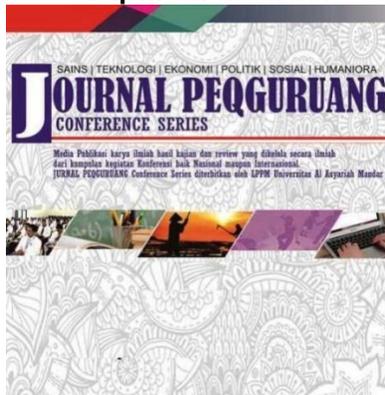


Graphical abstract



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI JALAR UNGU (*Ipomoea Batatas L*) PADA USAHA MAKMUR SUMARORONG DI DESA RANTE KAMASE

^{1*} Andi Baso, ¹Haeruddin, ¹Devi Lestari

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Ilmu Pertanian Universitas Al Asyariah Mandar

**Corresponding author*

Emailpenuliskorespondensi@gmail.com

Abstract

This research was conducted for 3 months, from February 2020 to May 2020 in Rante Kamase Village, Sumarorong District, Mamasa Regency. This study aims to determine the internal and external factors of the Purple Sweet Potato Chips Business Development Strategy with a case study on "Usaha Makmur Sumarorong" in Rante Kamase Village. The method used in this research is population with the assumption that Usaha Makmur Sumarorong meets the criteria of the research character. To analyze the development strategy shows that the business development strategy of purple sweet potato chips in the Makar Sumarorong Business is the strength factor with a total value of 1.91 is greater than the weakness factor with a total value of 0.96, this shows that strength can support the development of Sweet Potato Chips business Ungu At the Prosperous Business of Sumarorong. While external factors have an opportunity factor with a total value of 1.50 greater than the threat factor with a total value of 1.15, this indicates that the business of purple sweet potato chips in the Makmur Sumarorong business has a huge potential potential. Position The purple sweet potato chip business strategy at Makmur Sumarorong business in Rante Kamase Village uses the SO (Strength-Opportunity) strategy which uses all the strength to take advantage of opportunities.

Keywords: purple sweet potato, development, strategy, SWOT analysis.

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yakni pada bulan Februari 2020 sampai dengan Mei 2020 di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor Internal dan faktor Eksternal strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Jalar Ungu dengan studi kasus pada "Usaha Makmur Sumarorong" di Desa Rante Kamase. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu populasi dengan asumsi bahwa Usaha Makmur Sumarorong ini telah memenuhi kriteria karakter penelitian. Untuk menganalisis strategi pengembangan menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada Usaha Makmur Sumarorong yaitu faktor kekuatan dengan nilai total 1,91 lebih besar dibandingkan faktor kelemahan dengan nilai total yaitu 0,96 hal ini menunjukkan bahwa kekuatan dapat mendukung pengembangan usaha Keripik Ubi Jalar Ungu Pada Usaha Makmur Sumarorong. Sedangkan faktor eksternal memiliki faktor peluang dengan nilai total yaitu 1,50 lebih besar dari faktor ancaman dengan nilai total yaitu 1,15 hal ini menunjukkan bahwa usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong ini memiliki potensi peluang yang sangat besar. Posisi Strategi usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase menggunakan strategi SO (Strength-Opportunity) dimana menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Kata kunci : ubi jalar ungu, pengembangan, strategi, analisis SWOT.

Article history

DOI: <http://dx.doi.org/10.35329/jp.v4i1.1246>

Received : 23 Juli 2020 | Received in revised form : 14 Oktober 2022 | Accepted : 14 November 2022

1. PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan isu yang penting dalam peningkatan komoditas pertanian. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman (Undang-Undang Pangan No.18 tahun 2012). Komoditas tanaman pangan terdiri dari dua bagian besar, yaitu padi-padian (*cereals*) dan umbi-umbian (*tubers*). Beras, jagung, sorgum, kedelai, sagu, kacang hijau dan gandum termasuk ke dalam *cereals*. Sedangkan ubi kayu dan ubi jalar termasuk ke dalam *tubers*.

Ubi jalar memiliki prospek dan peluang yang sangat baik untuk menjamin ketersediaan pangan, terutama jika produksi padi dan jagung tidak dapat mengimbangi kebutuhan pangan masyarakat. Di Indonesia, penanaman ubi jalar belum menunjukkan perkembangan yang baik sehingga produksinya mengalami pasang surut. Pada tahun 1991, produksi ubi jalar 2.039.000 ton dengan luas panen 214.300 hektar. Pada tahun 1992, produksi ubi jalar mengalami kenaikan menjadi 2.171.000 ton dengan luas panen 229.800 hektar. Pada tahun 1993 dan 1994, produksi ubi jalar mengalami penurunan menjadi 2.088.200 ton dengan luas panen 224.200 hektar. Sedangkan pada tahun 1995, produksi ubi jalar mengalami kenaikan lagi, namun kenaikan ini kurang berarti dibandingkan dengan produksi pada tahun-tahun sebelumnya (Juanda, 2012)

Berdasarkan pengamatan di lapangan, awalnya ubi jalar yang banyak ditemui adalah ubi jalar warna daging putih, kuning dan oranye. Akan tetapi, sejak diperkenalkannya dua varietas ubi jalar ungu dari Jepang dengan warna daging umbinya sangat gelap yaitu Ayamurasaki dan Yamagawamurasaki dan telah diusahakan secara komersial, pemanfaatan ubi jalar ungu semakin memiliki prospek yang baik. Selain itu Balitkabi juga memiliki tiga klon ubi jalar ungu yaitu MSU 01022-12, MSU 01008-16 dan MSU 01016-19 (Yusuf dkk., 2013).

Warna ungu pada ubi jalar disebabkan oleh adanya zat warna alami yang disebut antosianin. Antosianin adalah kelompok pigmen yang menyebabkan warna kemerah-merahan, letaknya di dalam cairan sel yang bersifat larut dalam air. Komponen antosianin ubi jalar ungu adalah turunan mono atau diasetil 3-(2-glukosil)glukosil-5-glukosil peonidin dan sianidin. Senyawa antosianin berfungsi sebagai antioksidan dan penangkap radikal bebas, sehingga berperan untuk mencegah terjadi penuaan, kanker, dan penyakit degeneratif. Selain itu, antosianin juga memiliki kemampuan sebagai antimutagenik dan antikarsinogenik, mencegah gangguan fungsi hati, antihipertensi, dan menurunkan kadar gula darah (Jusuf dkk., 2016).

Kabupaten Mamasa khususnya di Kecamatan Sumarorong merupakan salah satu daerah yang cocok mengembangkan tanaman ubi jalar ungu karena syarat tumbuh ubi jalar ungu tumbuh di dataran rendah sampai ketinggian 1500 m dpl dengan suhu rata antara 25°-27°C, dimana dengan kondisi geografis dan iklim Kecamatan Sumarorong sangat memumpuni dalam membudidayakan komoditas ubi jalar ungu.

Potensi ubi jalar ungu sebagai bahan baku industri pangan sangat besar walaupun di Kecamatan Sumarorong masih sedikit petani yang membudidayakan ubi jalar ungu. Potensi lain dari ubi jalar ungu adalah daya terima masyarakat terhadap produk dari ubi jalar yang akan disukai masyarakat karena bahan dasar sudah cukup dikenal dimasyarakat hanya perlu inovatif. Diversifikasi ubi jalar yang dapat dikembangkan oleh industri pangan di antaranya ; aneka cookies, cake, chip, ice cream, kripik, dan bubur bayi.

Mengingat banyaknya manfaat yang terdapat pada ubi jalar ungu yang juga dapat dijadikan sebagai bahan baku pangan serta dapat mendorong meningkatnya industri pertanian pada kecamatan sumarorong, sehingga Kecamatan Sumarorong memiliki potensi untuk di kembangkannya agroindustri hasil olahan ubi jalar ungu. Selain karena letak geografis yang mendukung syarat tumbuh tanaman ubi jalar ungu, industri kecil yang ada di Kecamatan Sumarorong masih tergolong sangat sedikit, sehingga dapat menjadi peluang bagi masyarakat Sumarorong untuk mengembangkan usaha olahan ubi jalar ungu.

Usaha makmur Sumarorong satu-satunya yang mengembangkan usaha keripik hasil olahan ubi jalar ungu maka dari itu penulis ingin meneliti lebih dalam lagi bagaimana usaha tersebut dapat berkembang dan bersaing dengan produk-produk lokal sehingga penulis mengambil judul strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha makmur sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa

2. METODE PENELITIAN

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Faktor Internal dan Eksternal Usaha Keripik Ubi Jalar

SWOT adalah pengertian dari Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

1.1.1. Menentukan Faktor-Faktor Internal

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal diperoleh dari lapangan, faktor yang berupa kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) berpengaruh terhadap kelangsungan usaha Rumah Produksi. Adapun faktor strategi internal yang akan menjadi kekuatan dan

kelemahan pada usaha Makmur Sumarorong adalah sebagai berikut :

a. Kekuatan (Strenght)

1. Kualitas yang Baik

Pada usaha pembuatan keripik ubi jalar ungu yang akan diproduksi perlu memperhatikan kualitas bahan baku, agar hasil produksi keripik ubi jalar ungu mempunyai kualitas yang baik maka kualitas bahan bakupun harus baik. Adapun ciri-ciri ubi jalar yang baik digunakan yaitu :

- a. Memiliki taktur yang keras dan kulit yang mulus.
- b. Memperhatikan ukuran dan bobotnya
- c. Tidak ditumbuhi serabut-serabut
- d. Hindari yang masih bergetah.

Hal tersebut penting untuk diperhatikan, agar kualitas keripik yang dihasilkan baik dan mampu bersaing di pasaran.

2. Lokasi Strategis

Lokasi adalah faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap proses produksi dan pemasaran. Pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pengembanaan usaha Makmur Sumarorong, dimana dalam memasarkan produk tersebut sangat mudah karena berada di jalan poros kabupaten, sehingga orang yang melintas dapat dengan mudah melihat produk tersebut.

3. Harga Murah dan Kemasan Praktis

Produk keripik ubi jalar ungu menawarkan harga yang relatif murah berkisar antara Rp. 5.000 untuk kemasan kecil dan Rp. 10.000 untuk kemasan besar. Selain harga yang ditawarkan murah, kemasannya juga sangat praktis untuk dibawa kemana saja, sehingga masyarakat yang membeli produk ini tidak akan kerepotan untuk membawahnya.

4. Memiliki Pelanggan Tetap

Usaha Makmur Sumarorong memiliki pelanggan tetap yang berada di Kecamatan Sumarorong dan pelanggan yang dari luar Kecamatan sebagai tempat pemasaran produk keripik ubi jalar ungu.

b. Kelemahan

1. Sarana dan Prasarana

Sarana produksi yang sederhana masih digunakan dalam proses pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu sehingga produksi yang dihasilkan terbatas, baik dari segi alat yang digunakan maupun sarana yang mendukung budidaya ubi jalar ungu. selain dari sarana yang terbilang masih sederhana, penyediaan prasarana juga belum menunjang proses pemasaran dikarenakan masih sedikitnya produk yang bisa di antar ke pelanggan-pelanggan di luar daerah Sumarorong.

2. Kondisi Keuangan

Keuangan merupakan salah satu indikator kondisi dan kelangsungan suatu usaha. Modal merupakan komponen pokok dalam setiap usaha termasuk pada usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase. Ketersediaan modal yang digunakan dalam keberlanjutan usaha keripik ubi jalar ungu sedikit terhambat dengan adanya pedagang yang membeli

keripik ubi jalar ungu dengan sistem kredit. Pedagang membayar keripik ubi jalar ungu dengan dua kali pembayaran dalam jangka waktu 5-7 hari.

Selain itu usaha keripik ubi jalar ungu masih menerapkan manajemen keuangan yang belum tertata. Pengusaha hanya memperhitungkan aliran keuangan usaha tanpa membukukannya. Oleh karena itu, pengusaha tidak dapat mengakumulasikan keuangan usaha keripik ubi jalar ungu secara tepat.

3. Promosi Kurang Maksimal

Promosi yang digunakan dalam pemasaran keripik ubi jalar ungu selama ini mengandalkan media komunikasi dari mulut kemulut. Jarangnya promosi yang dilakukan sangat mempengaruhi perkembangan usaha keripik ubi jalar ungu Makmur Sumarorong.

4. Bahan Baku

Proses produksi keripik ubi jalar ungu menggunakan bahan baku ubi jalar ungu, tetapi keterbatasan bahan baku sangat mempengaruhi jumlah produksi karena bahan baku yang diperoleh dari lahan sendiri.

1.1.2. Menentukan Faktor-Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal diperoleh dari lapangan, faktor yang berupa peluang (Opportunities) dan ancaman (treahths) berpengaruh terhadap kelangsungan usaha Rumah Produksi. Adapun faktor strategi eksternal yang akan menjadi peluang dan ancaman pada usaha Makmur Sumarorong adalah sebagai berikut :

a. Peluang

1. Permintaan

Adanya permintaan dari berbagai konsumen baik konsumen yang ada disekitar rumah produksi usaha keripik ubi jalar ungu maupun konsumen dari daerah lain dalam jumlah besar dapat membantu dalam perkembangan usaha Makmur Sumarorong. Hal ini dapat menjadi batu loncatan bagi pengusaha untuk tetap bertahan dan mengembangkan usahanya. disumarorong terdapat beberapa obyek wisata unggulan yang menarik minat para wisatawan. hal ini merupakan peluang bagi usaha makmur sumarorong untuk memasarkan produknya. selain itu di sumarorong terdapat pula bandara yang dimana hal ini meupakan peluang besar bbagi usaha makmur sumarorong untuk mengembangkan usahanya.

2. Konsumen

Konsumen membeli suatu barang dan jasa bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen keripik ubi jalar ungu dari berbagai daerah membeli keripik ubi jalar ungu untuk memenuhi kebutuhan, yaitu sebagai oleh-oleh dan cemilan disaat santai. Konsumen tertarik membeli karena produknya menarik dan harganya terjangkau. Oleh karena itu, menjadikan keripik ubi jalar ungu masih diminati sampai saat ini.

3. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah merupakan salah satu elemen kelembagaan pendukung dalam kegiatan UMKM. Peran pemerintah cukup strategis dan berpengaruh terhadap

kebijakan-kebijakan yang yang berkaitan dengan perkembangan UMKM. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM dan Dinas Pertanian diharapkan dapat berperan besar terhadap kemajuan UMKM di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong termasuk pada usaha keripik ubi jalar ungu ini.

Usaha-usaha yang telah dilakukan pemerintah daerah untuk mendukung perkembangan UMKM di Kecamatan Sumarorong adalah melakukan bimbingan dan pelatihan terhadap proses produksi supaya produk terlihat lebih menarik, serta mengikutkan pada pameran sebagai sarana promosi ke daerah lain.

4. Pemasaran

Dalam proses pemasaran keripik ubi jalar ungu selain melibatkan konsumen langsung, pedagang juga merupakan faktor pendukung terhadap keberlangsungan pemasaran produk keripik ubi jalar ungu. Pedagang-pedagan disini juga berperang sebagai media/tempat penjualan keripik ubi jalar ungu, sehingga konsumen yang tidak dapat di jangkau langsung dapat menikmati keripik ubi jalar ungu dari pedangan yang ada di daerah-daerah tersebut.

b. Ancaman

1. Pesaing

Dalam hal pemasaran suatu produk, selalu ada Pesaing usaha baik dari produk yang sama maupun produk yang berbeda. Pesaing usaha grubu ubi jalar ungu berasal dari adanya produk olahan lain yaitu berbagai macam jenis makanan ringan seperti: penjual ubi kayu (keripik singkong), keripik kentang, dan pengusaha cemilan lainnya. Selain memiliki harga yang relatif sama dengan produk keripik ubi jalar ungu yang dipasarkan, produk pesaing juga menawarkan tampilan yang hampir sama dengan keripik ubi jalar ungu.

2. Kondisi Perekonomian

Kondisi ekonomi suatu daerah dapat mempengaruhi kondisi berbisnis suatu industri. Kondisi ekonomi membawa pengaruh yang berarti terhadap jalannya agroindustri keripik ubi jalar ungu terutama terhadap pendapatan yang akan diperoleh. Seperti kenaikan harga-harga berpengaruh terhadap harga bahan baku (ubi jalar ungu), dan bahan penunjang produksi lainnya seperti minyak goreng, gula, garam, dll. sedangkan harga jual produknya cenderung tetap sehingga pendapatannya menurun.

3. Sosial dan Budaya

Perubahan sosial dan budaya yang terjadi di masyarakat berdampak sangat besar terhadap produksi keripik ubi jalar ungu. Masyarakat tinggal di pedesaan, sehingga pengaruh sosial dan budaya masih sangat kental. Adanya hajatan mengharuskan pengusaha dan karyawan menghentikan proses produksi untuk menghadiri hajatan.

4. Beralihnya Konsumen ke Produk Lain

Sifat konsumen yang selalu berubah-ubah akan permintaan suatu produk dapat menjadi ancaman terhadap permintaan keripik ubi jalar ungu. Karena adanya produk-produk yang baru bermunculan yang juga menawarkan harga-harga yang murah sehingga

konsumen cenderung memilih produk-produk baru yang di tawarkan.

1.2. Nilai Rating Faktor Internal dan Eksternal

Untuk mendukung pernyataan tentang strategi pengembangan usaha keripik ubi Jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong, maka dilakukan pembobotan dan penetapan rating dan hasil matriks SWOT. Nilai bobot dan rating faktor strategi internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel 10 dan 11 yang telah disusun sebagai berikut :

Tabel 7. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
- Kualitas yang Baik	0,17	4	0,68
- Lokasi Strategis	0,17	4	0,68
- Harga Murah dan Praktis	0,11	3	0,33
- Memiliki Pelanggan Tetap	0,11	2	0,22
Sub Total	0,56		1,91
Kelemahan :			
- Sarana dan Prasarana	0,06	4	0,24
- Kondisi Keuangan	0,11	2	0,22
- Promosi Kurang Maksimal	0,11	3	0,33
- Bahan baku	0,16	1	0,16
Sub Total	0,44		0,96
Total	1,00		3,17

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Berdasar tabel 10 diatas diketahui bahwa nilai sub total dari faktor kekuatan (strength) adalah 1,91 sedangkan nilai sub total dari kelemahan (weakness) 0,96. Ini menunjukkan bahwa pada faktor kekuatan nilai yang ditunjukkan lebih besar dari pada faktor kelemahan. Sehingga faktor kekuatan dapat mendukung berkembangnya usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong. Adapun faktor kekuatan yang dapat mendukung berkembangnya usaha Makmur Sumarorong adalah kualitas produk yang baik serta lokasi usaha yang strategis.

Berdasar tabel 10 diatas diketahui bahwa nilai sub total dari faktor Peluang (opportunities) adalah 1,50 sedangkan nilai sub total dari Ancaman (threats) 1,15. Ini menunjukkan bahwa pada faktor peluang nilai yang ditunjukkan lebih besar dari pada faktor ancaman. Sehingga faktor peluang dapat mendukung berkembangnya usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong. Adapun faktor peluang yang dapat mendukung berkembangnya usaha Makmur Sumarorong adalah konsumen dan permintaan.

Tabel 8. EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
- Permintaan	0,15	4	0,60
- Konsumen	0,15	4	0,60
- Kebijakan Pemerintah	0,10	1	0,10
- Pemasaran	0,10	2	0,20
Sub Total	0,50		1,50
Ancaman :			
- Pesaing	0,10	3	0,30
- Kondisi Perekonomian	0,10	4	0,40
- Sosial dan Budaya	0,15	1	0,15
- Beralihnya Konsumen ke produk Lain	0,15	2	0,30
Sub Total	0,50		1,15
Total	1,00		2,65

Sumber : Data Primer diolah (2020)

1.3. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Jalar Ungu

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti di lapangan tentang faktor-faktor internal dan eksternal usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong maka dapat menggunakan matriks SWOT untuk menyusun alternatif strategi dengan menggunakan empat strategi yakni Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman).

Adapun strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada Usaha Makmur Sumarorong dapat dilihat pada tabel 12. Adalah sebagai berikut :

Berdasarkan table 12. menunjukkan 4 (empat) strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh usaha keripik ubi jalar ungu Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa yaitu strategi S-O (Strength-Opportunities), strategi W-O (Weakness-Opportunities), strategi S-T (Strength-Threats), dan strategi W-T (Weakness-Threats) sebagai :

1) Strategi SO (Strength-Opportunities)

Strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu:

1. Lokasi yang strategis sangat mendukung perkembangan usaha keripik ubi jalar ungu
2. Memanfaatkan kualitas yang baik dari segi produk untuk menarik minat pembeli
3. Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen
4. Memenuhi seluruh kebutuhan konsumen

2) Strategi WO (Weakness-Opportunities)

Strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa

dapat meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu :

1. Menyediakan bahan baku dalam jumlah banyak
2. Mengatur kondisi keuangan sebaik-baiknya agar tetap stabil dalam pengelolaan usaha
3. Menambah varian rasa baru untuk menarik minat konsumen

Tabel 9. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Jalar Ungu (*Ipomoea Batatas L*) Pada Usaha Makmur Sumarorong

Faktor Internal IFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
EFAS Faktor Eksternal	1. Kualitas yang Baik 2. Lokasi Strategis 3. Harga Murah dan Praktis 4. Memiliki Pelanggan Tetap	1. Sarana dan Prasarana 2. Kondisi Keuangan 3. Promosi Kurang Maksimal 4. Bahan baku
	Peluang (Opportunities) 1. Permintaan 2. Konsumen 3. Kebijakan Pemerintah 4. Pemasaran	Strategi (SO) 1. Lokasi yang strategis sangat mendukung perkembangan usaha keripik ubi jalar ungu 2. Memanfaatkan kualitas yang baik dari segi produk untuk menarik minat pembeli. 3. Menjaga hubungan baik dengan konsumen. 4. Memenuhi seluruh kebutuhan konsumen
Ancaman (Threats) 1. Pesaing 2. Kondisi Perekonomian 3. Sosial dan Budaya 4. Beralihnya Konsumen ke produk Lain	Strategi (ST) 1. Menjaga kualitas yang baik, agar konsumen tidak beralih dari produk yang ditawarkan 2. Melakukan produksi dalam jumlah banyak agar terhindar dari kekurangan stock 3. Menjaga harga produk tetap stabil	Strategi (WT) 1. Menjalin kerja sama dengan instansi terkait untuk mendukung jalannya usaha 2. Lebih meningkatkan lagi promosi-promosi di pasaran maupun di wilayah sekitar. 3. Memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan maupun konsumen baru

Sumber : Data Primer diolah (2020)

0

3) Strategi ST (Strength-Threats)

Strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa dapat mengatasi seluruh ancaman yang ada dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yaitu :

1. Menjaga kualitas produk yang baik agar konsumen dan pelanggan tidak beralih ke produk lain.
2. Melakukan produksi dalam jumlah besar agar terhindar dari kekurangan stock yang tersedia
3. Selalu menjaga harga produk tetap stabil walaupun mengalami fluktuasi khususnya pada bahan baku dan bahan pendukung lainnya.

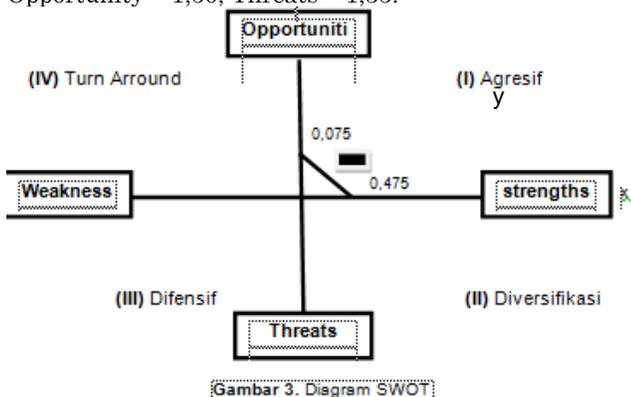
4) Strategi WT (Weakness-Threats)

Strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada usaha Makmur Sumarorong di Desa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa dalam meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dihadapi Usaha Makmur Sumarorong yaitu :

1. Menjalin kerja sama dengan instansi terkait untuk mendukung berkembangnya usaha keripik ubi jalar ungu pada Usaha Makmur Sumarorong.
2. Lebih meningkatkan lagi promosi-promosi dengan memanfaatkan media yang tersedia baik dipasar maupun di sekitar lokasi usaha
3. Memberikan pelayanan yang baik secara terus menerus pada pelanggan maupun pada konsumen yang lain.

1.4. Diagram SWOT

Selanjutnya nilai total skor masing-masing dari faktor internal dan eksternal dapat dirinci dengan melihat nilai Strength = 1,91, Weaknesses = 0,96, Opportunity = 1,50, Threats = 1,35.



$$\frac{s - w}{2} = \frac{1,91 - 0,96}{2} = 0,475$$

$$\frac{p - t}{2} = \frac{1,50 - 1,35}{2} = 0,075$$

Dari hasil Diagram SWOT diatas menunjukkan bahwa posisi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu pada Usaha Makmur Sumarorong berada pada Kuadran I mendukung strategi Agresif/positif-positif pada posisi strategi kekuatan-peluang (SO). Posisi ini sangat menguntungkan dan memberikan indikasi bahwa kekuatan yang ada dapat didukung oleh peluang yang dapat dilaksanakan untuk pengembangan usaha, serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang. Tindakan yang diambil adalah memenuhi seluruh permintaan serta menjaga hubungan dengan konsumen

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka ditarik kesimpulan berdasarkan penjelasan dan permasalahan yang ada di Diesa Rante Kamase Kecamatan Sumarorong Kabupaten Mamasa mengenai pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu yaitu sebagai berikut :

1. Dari factor internal dapat disimpulkan bahwa factor kekuatan dengan nilai subtotal yaitu 1,91 lebih besar dari factor kelemahan dengan nilai subtotal

0,96, Hal ini menunjukkan bahwa factor kekuatan dapat mendukung perkembangan usaha keripik ubi jalar ungu Makmur Sumarorong sedangkan untuk factor peluang memiliki nilai subtotal 1,50 lebih besar dari factor ancaman dengan nilai subtotal 1,15, hal ini menunjukkan bahwa usaha keripik ubi jalar ungu Makmur Sumarorong memiliki potensi peluang yang besar.

2. Posisi strategi pengembangan usaha keripik ubi jalar ungu Makmur Sumarorong berada pada kuadran 1 mendukung strategi agresif/positif-positif, menggunakan strategi S-O (Strength-Opportunitie) dimana menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka perlu memberikan saran-saran yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Usaha Makmur Sumarorong perlunya melihat-melihat peluang pasar agar dalam memasarkan produk keripik ubi jalar ungu dapat mengurangi resiko kerugian.
2. Perlunya kerja sama antara instansi-instansi terkait agar usaha-usaha kecil menengah pada Kecamatan Sumarorong dapat lebih berkembang dan bersaing dengan produk-produk modern

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2019. *Kecamatan Sumarorong Dalam Angka*. Sumarorong, Mamasa.
- Bappenas. 2015. *Produksi Ubi Jalar Menurut Provinsi (ton) 1993-2015*. <http://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/883>. Diakses pada tanggal 5 November 2018.
- Damardjati, D.S. dan Widowati, S. 1994. Pemanfaatan Ubi jalar dalam Program Diversifikasi Guna Mensukseskan Swasembada Pangan. *Edisi Khusus Balittan Malang*. 3:1-25.
- Ditjen Bina Produksi Tanaman Pangan. 2002. *Budidaya Aneka Kacang dan Umbi*. <http://www.tanamanpangan.deptan.go.id/akabi>. Diakses pada tanggal 13 November, 2017.
- Euis Amalia, Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 42.
- Farida Nugrahani. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), hal. 185-190.
- Francis Tantri, Pengantar Bisnis, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), h. 55
- Fred R. David, 2009, *Manajemen Strategis*. Salemba Empat Jakarta.
- Hardoko, S., A. Sazungallo., Y. Mustamu., dan F. Luhulima. 2010. *Pemanfaatan Ubi Jalar Ungu (Ipomea batatas L. poir) sebagai pengganti tepung terigu pada Roti Tawar*. Universitas Pelita Harapan. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*.

- Harnowo, D., Antarlina, S.S., dan Mahagyosuko, H. 1994. Pengolahan Ubi Jalar Guna Mendukung Diversifikasi Pangan dan Agroindustri. *Jurnal Teknologi Pangan*. 4:145–157.
- Hassanuddin, A. dan Wargiono, J. 2003. Research Priorities for Sweet Potato in Indonesia. *Proceeding of CIP-Indonesia Research Revised Workshop*. Hlm 15-19.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. (2008). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Husein Umar. (2001). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Jawi, I.M. dan Budiasa, K. 2011. Ekstrak Air Ubi Jalar Ungu Menurunkan Total Kolesterol serta Meningkatkan Total Antioksidan Darah Kelinci. *Jurnal Veteriner*. 12(2):120-125.
- Juanda, D dan B. Cahyono. 2012. *Ubi Jalar Budidaya dan Analisis Usaha Tani*. Yogyakarta : Kanisius. 82 hal
- Kano, M., Takayanagi, T., Harada, K., Makino, K., and Ishikawa, F. 2005. Antioxidative activity of Anthocyanins from Purple Sweet Potato (*Ipomea batatas* L.) Cultivar Ayamurasaki. *Journal of Bioscience, Biotechnology, and Biochemistry*. 69(5):979–988.
- Mulyadi Nitisusastro, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, (Jakarta: Alvabeta, 2010), h. 268.
- Nurdjanah, S, dan N. Yuliana. 2013. *Produksi Tepung Ubi Jalar Ungu Termodifikasi Secara Fisik menggunakan Rotary Drum Dryer*. Laporan Penelitian Hibah Bersaing Tahun Pertama. Dikti. Universitas Lampung. Lampung.
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sondang P. Siagian. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara. Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Suprpti, M.L. 2003. *Tepung Ubi Jalar Ungu: Pembuatan dan Pemanfaatannya*. Kanisius. Yogyakarta.
- Widjanarko, S. 2008. Efek Pengolahan terhadap Komposisi dan Fisik Ubi Jalar Ungu dan Kuning. <http://www.simonwidjanarko.wordpress.com/2008/06/19/efek-pengolahan-terhadap-komposisi-kimia-fisik-ubi-jalar-ungudan-kuning/>. Diakses pada tanggal 12 November 2017.
- Ariefianto, D.I. 2015. Karakterisasi Sifat Fisikokimia Pati Berbagai Varietas Ubi Jalar. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Yusuf, M., Rahayuningsih, St.A. dan Pambudi, S. (2013). *Pembentukan Varietas Unggul Ubi Jalar Produksi Tinggi yang Memiliki Nilai Gizi dan Komersial Tinggi*. Laporan Teknis. Balitkabi.
- Jusuf, M., Rahayuningsih, St. A. dan Ginting, E. (2016). Ubi jalar ungu. *Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian* 30: 13-14.