

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI KERIPIK TALAS
(Studi Kasus di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya)**

***TARO CHIPS AGROINDUSTRY DEVELOPMENT STRATEGY
(Case Study in Setiawaras Village, Cibalong District, Tasikmalaya Regency).***

KHOERUL AZIM¹, SUDRADJAT², TIKTIEK KURNIAWATI³

¹Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

²Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

³Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

E-mail : khoerulazhim@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri keripik talas, merumuskan rekomendasi strategi pengembangan yang sebaiknya dilakukan oleh agroindustri keripik talas di Desa Setiawaras. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini di ambil secaa *purposive sampling* pada agroindustri keripik talas di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya yang menjual olahan keripik talas. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 6 orang anggota keluarga yang di ambil secara sampel jenuh dan 6 orang konsumen agroindustri keripik talas. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pada agroindustri keripik talas mendapatkan 10 rekomendasi strategi yang dapat di jalankan oleh agroindustri keripik talas, hasilnya yaitu : Meningkatkan modal, mengoptimalkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat melalui penetapan harga jual produk yang stabil, memanfaatkan pangsa pasar dengan memanfaatkan ketersediaan sarana transportasi yang mudah, meningkatkan kualitas produk sesuai dengan selera masyarakat, memanfaatkan daya beli masyarakat melalui peningkatan promosi, menyediakan pelatihan untuk tenaga kerja, memperluas jaringan pemasaran, mempertahankan pelanggan, melakukan promosi ke perusahaan besar, serta meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, *SWOT*.

ABSTRACT

This study aims to discover the internal and external factors that influence the expansion of the taro chips agroindustry and suggest strategic development measures for the taro chips agroindustry situated in Setiawaras Village. The research utilized purposive sampling as the methodology to investigate the taro chips agroindustry in Setiawaras Village. Cibalong District, situated within Tasikmalaya Regency, is renowned for its retail of taro chips that have undergone processing. The research encompassed 6 family members who were chosen as a comprehensive sample, in addition to 6 consumers of the taro chips agro-industry. As a result of the study, the taro chips agro-industry has been provided with ten strategic recommendations for potential implementation, including raising capital and harnessing market share and the purchasing power of consumers while maintaining consistent product prices. Utilizing market share with easy transportation facilities, Increasing quality by taking advantage of people's tastes, Utilizing people's purchasing power by increasing promotions, Providing training for the workforce, Expanding marketing networks, Retaining customers, Conducting promotions to large companies, Increasing the amount of production and product quality.

Keywords : Strategy, Development, *SWOT*

PENDAHULUAN

Pembangunan agroindustri merupakan suatu industri yang berhubungan langsung dengan pertanian. Keripik Talas adalah salah satu produk agroindustri yang memiliki bahan baku dari talas, dimana proses produksinya, bentuk produksinya dan permintaanya diminati oleh banyak masyarakat. Keripik talas merupakan produk pertanian yang tidak cepat rusak dengan umur simpan yang lama. Salah satu komoditas yang nilai jualnya tinggi yaitu keripik talas (Ermayuli,2011).

Permasalahan yang dihadapi pada komoditas agroindustri keripik talas yang berada di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya yang bernama Bungsu Kamemet yaitu terkait dengan pengembangan produk yang tidak memasarkan produk keripiknya di daerah Tasikmalaya dikarenakan sudah ada konsumen di daerah Cibalong dan sekitarnya, dan juga disebabkan produk olahan yang masih baru dan terbatas hal itu mendorong agroindustri keripik talas tidak menjual produk di sekitar Tasikmalaya. Tetapi kedepannya ketika bahan baku sudah banyak dan jumlah produksinya meningkat agroindustri keripik talas yang diproduksi oleh “Bungsu Kamemet” juga berencana untuk mengembangkan produk ke sekitaran Tasikmalaya dan kecamatan lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri keripik talas di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya.
2. Mengetahui strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh pihak agroindustri keripik talas yang di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Nugrahani dan Farida (2014), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian sistematis yang digunakan untuk mempelajari suatu objek dalam konteks alami, tanpa manipulasi apa pun dan tanpa menguji hipotesis dengan menggunakan metode naturalistik ketika hasil penelitian yang diharapkan tidak dapat digeneralisasikan atas dasar pengukuran. Kuantitas. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus pertanian goreng talas di desa Setiawaras kecamatan Cibalong. Studi kasus adalah studi yang menempatkan hal atau objek yang diteliti sebagai “kasus”.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini mencakup dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan serta wawancara mendalam yang menggunakan pedoman wawancara, sementara data sekunder diperoleh dari beragam sumber atau lembaga khusus.

Teknik Penarikan Sampel

Agroindustri yang mengubah talas menjadi keripik, dikenal sebagai 'bungsu kamemet', dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) sebagai subjek penelitian. Alasan utama pemilihan ini adalah karena agroindustri tersebut merupakan satu-satunya yang memproduksi keripik talas di Desa Setiawaras, Kecamatan Cibalong, Kabupaten Tasikmalaya. Dalam penelitian ini, agroindustri 'bungsu kamemet' beroperasi sebagai usaha milik keluarga, yang melibatkan pemilik keluarga dan enam anggota keluarga lainnya sebagai karyawan. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang dipilih dengan mempertimbangkan kriteria yang dianggap dapat memberikan data secara optimal. Dalam pendekatan ini, pemilihan subjek dilakukan berdasarkan karakteristik atau atribut tertentu yang dianggap memiliki hubungan erat dengan

karakteristik populasi yang telah diketahui sebelumnya (Arikunto, 2006).

Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan melibatkan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks (IFE) *Internal Factor Evaluation*

Menurut Gitosudarmo (2008), faktor internal merupakan bagian penting yang berasal dari internal suatu entitas atau lembaga pemasaran dan melibatkan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Faktor-faktor yang akan dinilai melalui matriks IFE adalah unsur-unsur yang memengaruhi kinerja agroindustri sebagai kekuatan atau kelemahan. Hasil identifikasi faktor internal menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. Responden juga menilai faktor-faktor kekuatan tersebut. Total skor bobot (3,20) yang diberikan pada aspek internal menunjukkan bahwa agroindustri keripik talas memiliki posisi internal yang kuat, memiliki kemampuan untuk memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan. Tabel IFE juga menunjukkan bahwa kekuatan utama agroindustri keripik talas adalah produk tanpa bahan pengawet, mendapatkan skor 0,64, disusul oleh produk yang tahan lama dan pengalaman tenaga

kerja dengan skor 0,59. Faktor kelemahan utama yang dimiliki oleh agroindustri keripik talas terletak pada kurangnya atau belum mencapai tingkat maksimal dalam kegiatan promosi produk, dinilai dengan

skor 0,11. Disusul oleh kurangnya optimalnya dalam promosi dan iklan, yang memperoleh skor 0,09. Rincian lebih lanjut mengenai pembobotan dan penilaian dapat ditemukan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Matriks IFE Strategi Pengembangan Keripik Talas

| Variabel | Bobot | Rating | Skor |
|--|-------|--------|------|
| Kekuatan : | | | |
| Pengalaman tenaga kerja baik | 0,15 | 3 | 0,51 |
| Produksi baik (mudah dilakukan) | 0,14 | 3 | 0,49 |
| Produk tahan lama | 0,14 | 3 | 0,49 |
| Harga terjangkau | 0,15 | 3 | 0,59 |
| Produk tanpa bahan pengawet | 0,16 | 4 | 0,64 |
| | | | 2,81 |
| Kelemahan : | | | |
| Teknologi masih sederhana (belum modern) | 0,05 | 1 | 0,07 |
| Kurangnya promosi (belum maksimal) | 0,06 | 1 | 0,11 |
| Pemasaran masih sederhana | 0,06 | 1 | 0,11 |
| Pengemasan produk sederhana | 0,06 | 1 | 0,09 |
| | 1,00 | | 0,38 |
| Total skor | | | 3,20 |

Matriks (EFE) Eksternal Factor Evaluation

Faktor eksternal merujuk pada faktor-faktor yang berasal dari lingkungan di luar perusahaan dan berpotensi memengaruhi kelangsungan atau operasional suatu bisnis perusahaan (Rangkuti, 2015). Matriks EFE digunakan untuk menganalisis faktor-faktor strategis eksternal yang dapat berdampak pada agroindustri keripik talas. Analisis ini mencakup penilaian terhadap

peluang dan ancaman yang mungkin mempengaruhi kondisi agroindustri tersebut. Setelah dilakukan identifikasi, ditemukan empat peluang dan empat ancaman. Seperti pada penilaian faktor kekuatan dan kelemahan, faktor-faktor peluang dan ancaman juga dinilai dan diberikan bobot. Informasi lebih lanjut mengenai penilaian dan pembobotan dapat ditemukan pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks EFE Strategi Pemasaran Keripik Talas

| Variabel | Bobot | Rating | Skor |
|------------------------------------|-------|--------|------|
| Peluang : | | | |
| Pertumbuhan ekonomi | 0,16 | 3 | 0,55 |
| Tidak dipengaruhi cuaca | 0,14 | 3 | 0,44 |
| Ketersediaan bahan baku | 0,19 | 3 | 0,72 |
| Belum ada pesaing | 0,19 | 3 | 0,72 |
| | | | 2,45 |
| Ancaman : | | | |
| Kenaikan harga sarana produksi | 0,09 | 2 | 0,19 |
| Meningkatnya tariff transportasi | 0,07 | 1 | 0,11 |
| Harga bahan baku semakin meningkat | 0,05 | 1 | 0,06 |
| Jaringan belum luas | 0,07 | 1 | 0,11 |
| | 1,00 | | 0,48 |
| Total skor | | | 2,94 |

Dari hasil analisis pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa total skor untuk faktor eksternal mencapai 2,94, menunjukkan posisi yang kuat. Hal ini menandakan bahwa agroindustri keripik talas mampu dengan efektif merespons peluang dan mengantisipasi ancaman yang ada. Tabel 2 juga memperlihatkan bahwa faktor peluang

utama bagi agroindustri adalah ketersediaan bahan baku, dengan skor tertinggi mencapai 0,72, diikuti oleh belum adanya pesaing dengan skor 0,72. Sementara itu, faktor ancaman utama bagi agroindustri keripik talas adalah kenaikan harga sarana produksi, dengan skor 0,11.

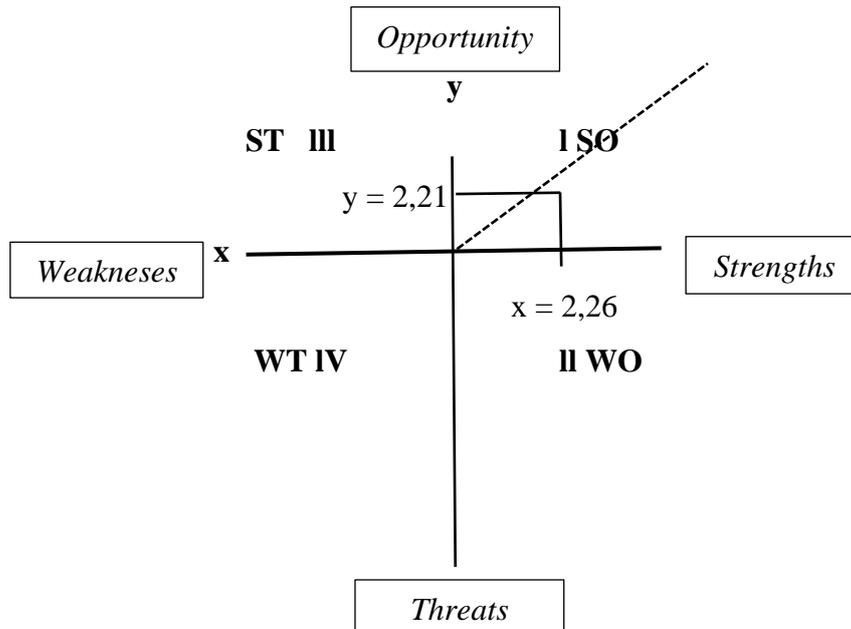
Diagram Analisis SWOT

Dengan mengacu pada output matriks IFE dan EFE, langkah-langkah pengambilan keputusan dapat dirumuskan untuk merancang berbagai strategi yang disajikan dalam bentuk diagram SWOT.

Oleh karena itu, strategi-strategi yang muncul dapat berfungsi sebagai pedoman dalam pengembangan keripik talas di Desa Setiawaras, Kecamatan Cibalong, Kabupaten Tasikmalaya.

Tabel 3. Nilai Hasil Matriks IFE dan Matriks EFE

| | |
|--------------------------------|------|
| Kekuatan (<i>Strength</i>) | 2,81 |
| Kelemahan (<i>Weakneses</i>) | 0,38 |
| Peluang (<i>Opportunity</i>) | 2,45 |
| Ancaman (<i>Threats</i>) | 0,48 |



Gambar 1. Diagram SWT

Berdasarkan analisis dari diagram SWOT, dapat dinyatakan bahwa Agroindustri Keripik Talas di Desa Setiawaras, Kecamatan Cibalong, Kabupaten Tasikmalaya berada pada kuadran I. Posisi ini menunjukkan bahwa agroindustri keripik talas memiliki kemampuan untuk mengotimalkan peluang. Strategi yang dapat diterapkan oleh agroindustri melibatkan pendekatan agresif, termasuk memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan produksi keripik talas, dan memperbaiki pola tanam guna menghindari kegagalan panen sehingga dapat memenuhi permintaan pasar.

Matriks SWOT strategi Pemasaran Keripik Talas

Dalam pengembangan strategi, dasarnya adalah dasar analisis menyeluruh terhadap

faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan atau agroindustri. Lingkungan eksternal dapat mengalami perubahan dengan cepat, membawa peluang dan ancaman, termasuk dari pesaing dan faktor lainnya. Perubahan pada faktor-faktor eksternal tersebut juga dapat berpengaruh terhadap perubahan internal perusahaan, termasuk modifikasi pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan atau agroindustri. Agroindustri keripik talas di Desa Setiawaras, Kecamatan Cibalong, Kabupaten Tasikmalaya, dapat menerapkan strategi yang cocok untuk pemasaran dan pengembangan produknya. Rekomendasi strategi melibatkan penerapan Strategi SO (*Strengths-Opportunity*), WO (*Weaknesses-Opportunity*), ST (*Strengths-Threats*), dan

WT (Weaknesses-Threats). Strategi yang paling sesuai untuk agroindustri keripik talas di wilayah tersebut dapat ditemukan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Keripik Talas

| | | |
|--------------------|--|---|
| IFE | STRENGTHS (S) a. Pengalaman tenaga kerja baik b. Produksi baik (mudah dilakukan) c. Produk tahan lama d. Harga terjangkau e. Produk tanpa bahan pengawet | WEAKNESSES (W) a. Teknologi masih sederhana (belum modern) b. Kurangnya promosi c. Pemasaran masih sederhana d. Pengemasan produk sederhana |
| EFE | OPORTUNITY (O) a. Pertumbuhan ekonomi b. Tidak dipengaruhi cuaca c. Ketersediaan bahan baku d. Belum ada pesaing | STRATEGI (SO) a. Meningkatkan modal supaya bisa semakin memperluas dan berkembang. b. Memanfaatkan sebagian besar pasar dan daya beli masyarakat dengan menetapkan harga produk yang stabil. c. Maksimalkan pemanfaatan pangsa pasar dengan memanfaatkan ketersediaan sarana transportasi yang mudah. |
| THREATS (T) | STRATEGI (ST) a. Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja. b. Memperluas jaringan pemasaran. | STRATEGI (WT) a. Mempertahankan pelanggan. b. Mengadakan kampanye promosi di perusahaan-perusahaan besar. c. Peningkatan produksi dan peningkatan kualitas produk dilakukan secara bersamaan. |

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam upaya pengembangan usaha keripik talas di

agroindustri Desa Setiawaras, Kecamatan Cibalong, Kabupaten Tasikmalaya, sejumlah rekomendasi strategi telah dihasilkan dan dijelaskan dalam matriks SWOT.

Tabel 4. Rekomendasi Strategi Pengembangan Kripik Talas

| Rekomendasi Strategi | |
|----------------------|--|
| 1. | Meningkatkan modal yang tersedia untuk usaha kripik talas. |
| 2. | Memanfaatkan sebaik mungkin pangsa pasar dan daya beli masyarakat melalui penetapan harga jual produk yang stabil. |
| 3. | Memanfaatkan sebagian besar pangsa pasar dengan mempergunakan ketersediaan sarana transportasi yang mudah. |
| 4. | Meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan selera masyarakat. |
| 5. | Memanfaatkan daya beli masyarakat dengan meningkatkan promosi. |
| 6. | Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja. |
| 7. | Memperluas jaringan pemasaran. |
| 8. | Mempertahankan pelanggan. |
| 9. | Melakukan promosi ke perusahaan besar. |
| 10. | Meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk. |

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor internal yang menjadi keunggulan dalam mengembangkan kripik talas mencakup pengalaman kerja yang baik, proses produksi yang efisien (mudah dilakukan), produk yang memiliki daya tahan yang baik, harga yang terjangkau, dan produk tanpa bahan pengawet. Kelemahannya yaitu Teknologi masih sederhana (belum modern), Kurangnya promosi, Pemasaran masih sederhana, Pengemasan produk sederhana. Faktor eksternal

dalam pengembangan kripik talas peluangnya yaitu Pertumbuhan ekonomi, Tidak dipengaruhi cuaca, Ketersediaan bahan baku, Belum ada pesaing. Ancamannya yaitu Kenaikan harga sarana produksi, Meningkatnya tarif transportasi, Harga bahan baku semakin meningkat, Jaringan belum luas.

2. Rekomendasi strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh agroindustri kripik talas di Desa Setiawaras Kecamatan Cibalong Kabupaten Tasikmalaya dalam memasarkan/mengembangkan kripik yalasnya ada 10 rekomendasi strategi yang dapat dijalankan apabila perusahaan membutuhkan ketika dalam situasi tertentu ke sepuluh rekomendasi tersebut adalah : Meningkatkan modal,

Mengoptimalkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan menjaga kestabilan harga jual produk, menggunakan sebagian besar pangsa pasar dengan memanfaatkan sarana transportasi yang mudah, meningkatkan kualitas produk sesuai dengan preferensi masyarakat, memanfaatkan daya beli masyarakat melalui

peningkatan promosi, memberikan pelatihan kepada tenaga kerja, memperluas jaringan pemasaran, mempertahankan pelanggan, melakukan promosi di perusahaan-perusahaan besar, dan meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk.

Saran

1. Untuk meningkatkan produksi keripik talas, dapat dilakukan peningkatan modal guna meningkatkan jumlah produksi. Diharapkan juga adanya upaya promosi dan perluasan jaringan pemasaran, baik di tingkat lokal maupun di luar daerah.
2. Diharapkan pemerintah dapat memberikan perhatian dan fasilitas yang lebih mendalam terhadap kegiatan yang mendukung produksi keripik talas. Selain itu, partisipasi aktif pemerintah dalam mendukung produksi keripik talas dan mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga sangat diharapkan.
3. Kepada peneliti selanjutnya bisa menjadi sarana referensi dalam menyusun penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchori. (2014). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Agus Dwi, Supriadi P. 2019. Pembuatan Keripik Kentang, Puslitbang Teknologi Tepat Guna, API Indonesia; Bandung. 4 Desember 2019.
- Amir, M. Taufiq. 2011. Manajemen Strategik. Jakarta: Rajawali Pers
- Arikunto, S. (2006). Prosedur penelitian tindakan kelas. *Bumi aksara*, 136(2), 2-3.
- Austin JE. 1992. *Agroindustrial Project Analysis Critical Design Factors: EDI Series in Economic Development*. Baltimore: John Hopkins Univ. Press
- Backer CA, Bakhuizen van den Brink, RC, Jr. 1968. *Flora of Java* 3. Groningen: NVP Nordhoff
- Budiyanto S. 2009. Dukungan iptek bahan pangan pada pengembangan tepung lokal. *Buletin Pangan* 54 (18), 55-67.
- Direct, Marcel A.F. and Jan H.M. Stroeken.1999. *Information Technology and Innovation in Small and Medium- Sized Enterprise*. North Holland, (60), pp: 149-166.
- Ermayuli, E. (2011). Analisis Teknis dan Finansial Agroindustri Skala kecil Pada Berbagai Proses Pembuatan Keripik Talas di Kabupaten Lampung Barat.
- Gonçalves RF, Silva AMS, Silva AM, Valentão P, Ferreres F, Izquierdo AG, Silva JB, Santos D, & Andrade PB. 2013. *Influence of taro*

- (Colocasia esculenta L. Shott)*
growth conditions on the phenolic
composition and biological
properties. Food Chemistry 14,
3480-3485.
- Helmayuni, Edi F, Nova Nadia F,. 2022.
Dukungan iptek bahan pangan pada
pengembangan tepung lokal.
Buletin Pangan 54, November 2022.
(18), 55-67.
- Lemmens, N., Bunyaphatsara, 2003.
“*Plant Resources Of South-East*
Asia”. Backhuys Publisher. Leiden.
Pages.189
- Lestari, N., Syarif, W., & Holinesti, R.
(2015). Substitusi Tepung Talas
Terhadap Kualitas Cookies. E-
Journal Home Economic and
Tourism, 8(1).