

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI KERIPIK TALAS
(Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah
Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)**

SKRIPSI

NEVA NADIA PUTRI
181000454201009



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN
SOLOK
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI KERIPIK TALAS
(Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah
Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)**

SKRIPSI

**NEVA NADIA PUTRI
181000454201009**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Pertanian Pada Program Studi Agribisnis*

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN
SOLOK
2022**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI KERIPIK TALAS
(Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah
Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)**

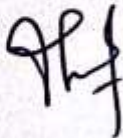
SKRIPSI

Oleh :

**NEVA NADIA PUTRI
181000454201009**

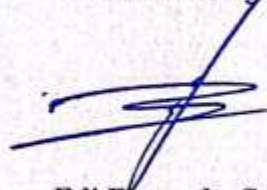
Menyetujui :

Pembimbing I



Ir. Helmayuni, M.Si

Pembimbing II



Edi Firnando, S.P., M.Si

Mengetahui :



Ir. Mahmud, M.Si



Mardianto, S.P., M.Si

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang Panitia Ujian
Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Mahaputra Muhammad Yamin
Solok, dan dinyatakan Lulus pada
Tanggal : 30 Agustus 2022

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Mardianto, S.P.,M.Si	Ketua	 (.....)
2.	Ir. Helmayuni, M.Si	Sekretaris	 (.....)
3.	Edi Firnando, S.P.,M.Si	Anggota	 (.....)
4.	Ir. Mahmud, M.Si	Anggota	 (.....)
5.	Delsi Afrini, S.P.,M.Si	Anggota	 (.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak”. (Profil Penulis/Ston)

“keseriusan dibutuhkan dari sebuah kesuksesan dengan disiplin dan tegas dengan apa yang direncanakan, serta fokus dengan apa yang bisa dilakukan hari ini tanpa memikirkan komentar orang yang iri”. (Ston)

PERSEMBAHAN :

Tiada Yang Maha Pengasih Yang Maha Penyayang Selain Engkau Ya Allah, Skripsi ini saya persembahkan terimakasih kepada :

1. Orang tua dan keluarga, saya mengucapkan terimakasih berkat usaha, semangat, dan doamu saya bisa menjadi lulusan sarjana yang begitu engkau harapkan. Semoga doa kita yang belum terkabulkan segera di Jabah Allah SWT sehingga saya dapat berguna di lingkungan keluarga, masyarakat, dan umat manusia lainnya.
2. Kedua dosen pembimbing saya yaitu Ibu Ir. Helmayuni, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Edi Firnando, SP, M.Si selaku pembimbing II, serta dosen-dosen lainnya saya mengucapkan terimakasih karena bimbingan, dorongan, semangat, serta nasihat yang tiada hentinya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini.
3. Sahabat dan teman almamater, semoga selalu menjaga nama baik almamater dengan membuat harum nama kampus. Serta Orang-orang yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih.

Success Greetings! Thanks You Everything.

RIWAYAT HIDUP



Neva Nadia Putri lahir pada tanggal 13 Desember 1998 di Batu Bajanjang, Kecamatan Lembang Jaya, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Yang merupakan anak ke delapan dari delapan bersaudara, dari pasangan orang tua Ayahanda Naswar dan Ibunda Darnetis. Penulis menamatkan TK Pertiwi Simpang Empat Batu Bajanjang pada tahun 2006, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar (SD) Negeri 13 Batu Bajanjang dan lulus pada tahun 2012, melanjutkan ke SMP Negeri 1 Lembang Jaya dan lulus pada tahun 2015, dan lulus SMA Negeri 2 Kota Solok pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 bulan November penulis di terima di Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok pada Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian melalui jalur mandiri. Pada 30 Agustus 2022 penulis melaksanakan Ujian Komprehensif dan dinyatakan Lulus.

Semasa perkuliahan, penulis juga aktif dalam kegiatan kemahasiswaan diantaranya terpilih sebagai Ketua Kemuslimahan Forum Studi Islam Darussalam (FSID) periode 2019-2020. Koordinator Komisi Advokasi dan Legislasi Dewan Legislatif Mahasiswa (DLM) Fakultas Pertanian periode 2021-2022. Dan sebagai koordinator Keputrian Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRI) Periode 2020-2021.

Solok, 24 Oktober 2022

Neva Nadia Putri

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Neva Nadia Putri
Tempat/Tanggal Lahir : Batu Bajanjang, 13 Desember 1998
NIM : 181000454201009
Program Studi : Agribisnis
Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN
PRODUKSI KERIPIK TALAS (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga
Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya
Kabupaten Solok)

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa : Skripsi ini saya tulis berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli karya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya dengan jelas. Dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang di peroleh serta sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Mahaputra Muhammad Yamin.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dalam keadaan sadar, tanpa paksaan dari pihak manapun.

Solok, 24 Oktober 2022
Yang Membuat Pernyataan



Neva Nadia Putri
181000454201009

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil disusun, guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok. Sehubungan dengan hal tersebut, maka skripsi ini berjudul **“Strategi Pengembangan Produksi Keripik Talas (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista Di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)”**.

Atas tersusunnya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Ir. Helmayuni, M.Si sebagai dosen pembimbing I dan begitu juga Bapak Edi Firnando, S.P.,M.Si sebagai dosen pembimbing II saya mengucapkan terimakasih banyak telah memberi petunjuk, saran, dan bimbingan serta dukungan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam penulisan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Solok, 24 Oktober 2022

Neva Nadia Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pembangunan Pertanian Industri	6
B. Industri Kecil / Industri Rumah Tangga	7
C. Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	8
D. Analisis Usaha Industri Rumah Tangga	9
1. Penerimaan dan Keuntungan	9
2. Biaya	10
3. B/C (Benefit Cost) Ratio.....	11
4. Pemasaran	12

E. Manajemen Strategi	13
1. Pengertian Manajemen Strategi	13
2. Analisis SWOT	14
III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	19
B. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel	19
C. Metode Pengumpulan Data	20
D. Variabel-Variabel Pengamatan.....	21
E. Analisa Data	21
1. Analisa Keuntungan	21
2. Analisa SWOT.....	22
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum daerah dan Lokasi Penelitian	30
B. Analisis Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista.....	41
C. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Talas Khalista.....	43
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	58
RINGKASAN	60
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian di Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2022.....	20
2. Penilaian Bobot dan Rating Faktor-faktor Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Industri Rumah Tangga	24
3. Matrik IFE dan Matrik EFE Industri Rumah Tangga.....	27
4. Matriks SWOT	28
5. Rincian Bahan Baku dan Bahan Penunjang Usaha Keripik Talas Khalista	34
6. Tenaga Kerja Pembuatan Keripik Talas pada Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista. Berdasarkan Umur, Jenis Kelamin, dan Pendidikan	40
7. Alat, Jumlah Alat, dan Harga Alat Pembuatan Keripik Talas	41
8. Rincian Biaya Tetap dan Biaya Variabel	42
9. Rata-Rata Penerimaan, Keuntungan, B/C Ratio Usaha Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok (RP/Bungkus) Tahun 2021	43
10. Penentuan Faktor Lingkungan Internal	44
11. Penentuan Faktor Lingkungan Eksternal	45
12. Matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi) Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok	46
13. Matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluasi) Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok	48
14. Matriks SWOT Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Analisis SWOT	17
2. Diagram Analisis SWOT Industri Rumah Tangga	29
3. Proses Produksi Pembuatan Keripik Talas Khalista	36
4. Posisi Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista kabupaten Solok	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	65
2. Data Produksi Atau Penjualan Keripik Talas sampai Februari 2021	68
3. Biaya Bahan dan Upah Tenaga Kerja	69
4. Biaya Penyusutan Alat	70
5. Biaya Tetap dan Biaya Variabel	71
6. Penerimaan, Biaya Total, Keuntungan, dan B/C Ratio	72
7. Kategori Pengukuran dan Persentase Faktor-Faktor Lingkungan Internal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2021	73
8. Kategori Pengukuran dan Persentase Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2021	75
9. Penghitungan Nilai Bobot dan Rating SWOT Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2021	77
10. Dokumentasi	78

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI KERIPIK TALAS (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Profil Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok, Untuk mengetahui Keuntungan Produksi Keripik Talas Khalista, Untuk Mengetahui Strategi yang di lakukan Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista dalam Pengembangan Usahanya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder diperoleh dari tempat penelitian yaitu di Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok dan dari instansi yang terkait serta beberapa buku yang terkait dengan penelitian. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dan sampel diambil sebanyak 31 orang atau 40% dari 78 orang (populasi). Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dan SWOT.

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok didapat penerimaan sebesar Rp. 479.500.000,- per tahun dan keuntungan sebesar Rp.289.274.900 ,- per tahun dengan angka indeks *B/C Ratio* sebesar Rp. 1,52,- per tahun.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok berada pada kuadran I dengan koordinat (0,84 ; 1,21), yaitu strategi S-O : Startegi yang menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yaitu dengan di kenalnya merek produk dapat di jadikan sebuah strategi untuk memperluas pasar. Pengalaman usaha yang cukup lama dapat di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berdaya saing.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Industri Rumah Tangga

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian masih diyakini sebagai salah satu akar perekonomian bangsa. Hampir seluruh sektor perekonomian di Indonesia tidak bisa lepas dari peran sektor pertanian. Potensi alam yang melimpah, tanah yang subur, serta iklim yang cukup mendukung merupakan modal yang sangat mendukung bagi keberhasilan pembangunan dibidang pertanian. Pembangunan pertanian harus diarahkan dalam rangka mengupayakan tetap tegaknya ketahanan pangan masyarakat sekaligus dapat mengembangkan usaha agribisnis di masyarakat baik di subsistem hulu, budidaya, hilir maupun jasa pendukungnya (Masyhuri, 2007 ; Sumarwoto, 2013).

Sektor pertanian mempunyai peran strategis yang dapat dilihat dari penyediaan bahan pangan dan bahan baku industri, penyumbang PDB, penghasil devisa negara, penyerap tenaga kerja, sumber utama pendapatan rumah tangga pedesaan, penyedia bahan pakan dan bioenergi, serta berupaya dalam penurunan emisi gas rumah kaca. Indonesia memiliki kawasan potensial untuk pertanian yang terdiri dari 70.59 juta hektar di lahan kering, 5.23 juta hektar di lahan basah non rawa, dan 19.99 juta hektar di lahan rawa, namun demikian potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal untuk pertanian, justru pemandangan yang terlihat adalah beralihnya fungsi lahan menjadi kawasan industri (Zamzany, dkk 2018).

Zenda dan Suparno (2017) menyatakan Sektor industri merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian mengingat sektor

ini memberikan kontribusi yang besar terhadap sumber pendapatan dan juga mempunyai peranan yang strategis dalam menggerakkan usaha dan terciptanya lapangan kerja.

Sektor industri pengolahan merupakan salah satu sektor yang sangat berpengaruh dalam memantapkan perekonomian di Indonesia. Keberadaan sektor industri pengolahan merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Rahmah, dkk (2019) Pengembangan industri pengolahan pangan didukung oleh sumberdaya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai produksi olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal. Saat ini Indonesia memiliki banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal dan diolah secara tradisional. Dengan berkembangnya produk lokal maka jumlah dan jenis produk pangan semakin meningkat, salah satunya industri pengolahan talas.

Rudyatmi dan Rahayu (2014) menyatakan masyarakat Indonesia memanfaatkan talas sebagai sumber pangan alternatif. Tanaman talas dapat tumbuh pada daerah dimana tanaman lain tidak tumbuh dengan baik. Kebanyakan talas dikonsumsi sebagai makanan tambahan dalam bentuk umbi bakar, rebus, goreng, dan makanan ringan lainnya. Pengembangan produk makanan ringan yang cenderung meningkat, mengakibatkan permintaan makanan ringan mulai diminati, dapat kita lihat dari banyaknya produk-produk makanan instan yang bervariasi dan beragam kandungan suplemennya banyak dibutuhkan konsumen.

Pengolahan umbi talas oleh masyarakat dibuat menjadi makanan-makanan tradisional dan memiliki masa penyimpanan yang relatif singkat, di Kabupaten Solok tepatnya di Tanah Sirih Koto Anau, tanaman talas mudah dijumpai hampir

semua petani di daerah tersebut membudidayakan tanaman talas, sehingga menghasilkan produksi yang berlimpah. Namun dalam pengolahan umbi talas belum dioptimalkan sehingga perlu adanya pengolahan lebih lanjut mengenai umbi talas.

Dengan adanya proses pengolahan, produksi umbi talas yang berlimpah disuatu daerah dapat meningkatkan pendapatan petani, karena harga jual yang lebih tinggi dari pada sebelum melalui proses pengolahan. Salah satu pengolahan hasil pertanian yang memiliki masa penyimpanan yang relatif lama adalah produk olahan keripik.

Saputra (2021) menyatakan keripik merupakan makanan ringan dan cemilan yang di konsumsi sehari-hari berupa irisan tipis yang sangat terkenal dikalangan masyarakat, hampir semua masyarakat menyukainya karena sifatnya renyah, gurih, tidak terlalu mengenyangkan, dan tersedia beraneka rasa yaitu asin, manis dan pedas. Keripik sangat praktis karena kering, sehingga lebih awet dan mudah di sajikan kapanpun.

Menurut survei lapangan, adapun industri pengolahan umbi talas di daerah penelitian yaitu di Tanah Sirah Koto Anau, Kecamatan Lembang Jaya, Kabupaten Solok, keripik talas yang di kelola oleh Usaha Rumah Tangga Khalista. Khalista merupakan industri keripik talas yang masih menggunakan cara tradisional dalam tahap prosesnya, walaupun demikian penjualannya sangat baik di pasaran bahkan pembeli atau konsumennya berasal dari berbagai daerah salah satunya konsumen dari luar daerah. Usaha ini telah dimulai sejak tahun 2015 dan terus berjalan sampai saat sekarang ini.

Usaha Rumah Tangga Khalista sangat membantu petani talas sekitar karena industri ini menampung seluruh produksi talas yang di hasilkan petani. Sebelum berdirinya Industri Rumah Tangga Khalista, setiap produksi talas yang di hasilkan petani hanya di jual langsung kepasar berupa bahan mentah dengan harga yang murah. Oleh sebab itu usaha Rumah Tangga khalista menampung umbi talas tersebut dan diolahnya menjadi keripik talas lalu di pasarkan kembali ke pasar lokal.

Melihat posisi Usaha Rumah Tangga Khalista yang sangat penting dalam hal pengembangan komoditi talas di Kabupaten Solok khususnya dalam produksi dan pemasaran keripik talas ke konsumen yang berujung pada peningkatan pendapatan petani talas. untuk itu perlu di lakukan kajian tentang **“Strategi Pengembangan Produksi Keripik Talas (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista Di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian sebagaii berikut :

1. Bagaimana Profil Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok ?
2. Bagaimana Keuntungan Produksi Keripik Talas pada usaha rumah tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok ?
3. Bagaimana strategi yang dapat di lakukan Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista dalam pengembangan usahanya ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui Profil Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.
2. Untuk mengetahui Keuntungan Produksi Keripik Talas pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.
3. Untuk mengetahui strategi yang di lakukan Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista dalam pengembangan usahanya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini :

1. Bagi penulis dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan serta mendapatkan ilmu barudari apa yang telah diteliti.
2. Bagi usaha Khalista sebagai bahan masukan dalam pengelolaan usaha khususnya dalam menjalankan strategi pengembangan, agar dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan.
3. Bagi pemerintah sebagai bahan masukan dan gambaran dalam menentukan kebijakan serta menentukan arah kedepannya untuk Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.
4. Bagi Petani sebagai tambahan pendapatan, dimana Usaha Rumah Tangga Khalista ini menampung produksi talas petani untuk diolah menjadi Keripik Talas dengan harga yang lumayan berbeda dengan harga di pasaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pembangunan Pertanian

Pembangunan pertanian dapat didefinisikan sebagai suatu proses perubahan sosial. Muhammad Iqbal dan Suharyanto dalam Andriansyah (2019) menyatakan pembanguana pertanian implementasinya tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan status dan kesejahteraan petani semata, tetapi sekaligus juga dimaksudkan untuk mengembangkan potensi sumberdaya manusia baik secara ekonomi, sosial, politik, budaya, lingkungan, maupun melalui perbaikan (*improvement*), pertumbuhan (*growth*), dan perubahan (*change*).

Strategi Pembangunan Pertanian merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi dalam meningkatkan produksi pertanian baik kuantitas maupun kualitas. Agar bisa meningkatkan kesejahteraan petani diperlukan suatu strategi yang tepat yaitu pembangunan yang berbasis pada sistem agribisnis. Soehardjo dalam Kemala dan Wulandari (2017) menyatakan pengembangan agribisnis harus mengembangkan semua subsistem didalamnya karena tidak ada satu subsistem yang lebih penting dari subsistem lainnya.

Sebagai permasalahan yang timbul di daerah penghasil produk pertanian misal ubi talas berhasil dalam meningkatkan produksinya dan mutu produknya, tetapi tidak berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat secara nyata karena tidak disertai dengan pengembangan subsistem pemasaran dan pengolahan hasil (agroindustri). Agroindustri adalah usaha yang mengolah bahan baku hasil pertanian menjadi berbagai produk yang dibutuhkan konsumen.

Sa'id dan Harizt dalam Wahyuaji (2016) dikenal istilah agroindustri hulu dan agroindustri hilir, agroindustri hulu mencakup industri penghasil input pertanian, seperti pupuk, pestisida, alat-alat dan mesin pertanian, dan bahkan yang lebih luas lagi mencakup perusahaan penghasil bibit. Sedang agroindustri hilir adalah industri pengolahan hasil-hasil pertanian primer bahkan mencakup industri sekunder dan tersier yang mengolah lebih lanjut dari produk olahan hasil pertanian primer seperti industri kue dari tepung.

Agroindustri atau pengolahan hasil merupakan penambahan nilai dari produk primer, dimana petani akan mendapatkan tambahan nilai dan keuntungan yang lebih besar dari usaha produk primernya. Kegiatan pengolahan hasil (agroindustri) di pedesaan merupakan pilihan yang tepat, karena pengembangan produk olahan yang bernilai tambah akan menciptakan peluang kesempatan kerja dan peningkatan keuntungan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. Industri Kecil / Industri Rumah Tangga

Menurut Arnold, Nainggola, dan Damik (2020) industri kecil merupakan suatu basis yang cukup besar dalam menunjang ekspor non migas, dan memperkuat struktur industri transformasi dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Industri kecil mempunyai peranan yang cukup kuat untuk mendorong perbaikan pedesaan kearah yang lebih berkembang, melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penyebaran industri dalam rangka mengantisipasi ketimpangan antara perekonomian di perkotaan dan pedesaan. Badan Pusat Statistik (2012), menetapkan empat kriteria industri di Indonesia, diantaranya adalah industri besar, industri sedang, industri

kecil dan industri rumah tangga. Berdasarkan prioritasnya industri kecil dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, diantaranya (BPS, 2012) :

1. Industri kecil yang menghasilkan barang-barang konsumsi;
2. Industri kecil tradisional yang menghasilkan barang kerajinan;
3. Industri kecil modern yang menghasilkan komponen/peralatan teknik untuk keperluan produksi dari sektor industri.

Industri kecil memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian nasional melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan nilai tambah, dan peningkatan kesempatan berusaha, sampai mendorong pertumbuhan ekonomi (Ridwan & Hatuwe, 2017). Industri kecil memiliki perbedaan dengan industri lainnya, baik dari karakteristik maupun rekayasa, karena sikapnya yang cenderung suka bergerak sendiri-sendiri dan tidak terorganisir, industri ini memiliki nilai tawar yang rendah dalam pasar bisnis (Tambunan, 2003; Mulyanto, 2006; Putra, 2018). Dengan demikian perlu adanya pengelolaan yang sistematis dan tepat dalam menjalankan industri ini.

C. Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Kholis (2014) dalam UU No.10/1995 yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal yaitu berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, dan usaha kecil tradisional yaitu usaha yang telah digunakan secara turun temurun, dan atau berkaitan dengan seni budaya.

Dalam perspektif perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

1. Livelihood Activities, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

D. Analisis finansial

1. Penerimaan dan Keuntungan

Menurut Suratiah (2015) menyatakan bahwa penerimaan (*revenue*) merupakan seluruh pendapatan yang diperoleh dari usaha tani selama satu periode diperhitungkan dari hasil penjualan atau hasil penaksiran kembali. Sedangkan menurut Naufal (2019) bahwa penerimaan merupakan segala pendapatan yang di peroleh oleh perusahaan hasil dari penjualan hasil produksinya.

Penerimaan Tunai (*farm receipt*) merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi yang dijual dengan harga satuannya. Penerimaan merupakan fungsi dari jumlah barang. Penerimaan juga merupakan hasil kali jumlah barang dengan harga barang per unit. Dalam menganalisa biaya umumnya tidak bisa terlepas dari analisa penerimaan atau revenue atau total revenue. Pengertian revenue atau

penerimaan yaitu seluruh pendapatan yang diterima dari hasil penjualan barang pada tingkat harga tertentu.

Menurut Haris dalam Rusdiana (2014) menyatakan ada tiga cara dalam memaksimalkan keuntungan usaha. Cara pertama, yaitu memaksimalkan keluaran (produksi) pada penggunaan masukan tertentu atau efisiensi teknis. Cara kedua, yaitu keuntungan maksimum dapat diperoleh melalui kombinasi masukan yang sesuai pada tingkat efisiensi tertentu. Cara ketiga, yakni dengan menghasilkan kombinasi yang tepat pada tingkat harga produksi tertentu.

Menurut Sukartawi dalam Widiyanti (2015), menyatakan keuntungan usaha adalah pendapatan yang di terima oleh seseorang dari penjualan produk maupun jasa yang di kurangi dengan biaya-biaya yang digunakan, dalam membiayai produk barang maupun jasa tersebut. Ukuran penerimaan dan keuntungan merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan suatu usaha. keuntungan dapat dianalisis menggunakan *B/C Ratio* untuk mengetahui usaha untung/tidak.

2. Biaya

Mursyidi dalam Wahyuningtias (2013) menyatakan biaya merupakan suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau hartalainnya untuk mencapai tujuan. Biaya terdiri dari dua macam yaitu Tetap dan Biaya Variabel. Wulansari (2019) menyatakan Biaya tetap adalah biaya yang relatif tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan volume produksi dalam batas tertentu.

Menurut Assegaf (2019) Biaya tetap juga diartikan sebagai biaya minimal yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan agar dapat melakukan proses produksi baik berupa barang ataupun jasa. Biaya ini akan tetapdikeluarkan

meskipun tidak melakukan aktivitas apapun atau bahkan ketika melakukan aktivitas yang sangat banyak sekalipun.

Biaya tetap ini dibagi lagi menjadi 3 kategori : biaya tetap persatuan (*unit cost*) yaitu semakin tinggi volume kegiatan, maka semakin rendah biaya satuannya, dan sebaliknya, biaya tetap *discretionary* yaitu biaya tetap yang besarnya ditentukan oleh kebijaksanaan manajemen puncak, dan biaya tetap *committed* yaitu biaya yang muncul dalam rangka mempertahankan kapasitas atau kemampuan perusahaan beroperasi baik dalam kegiatan produksi, pemasaran, maupun administrasi. Yang termasuk biaya tetap adalah sebagian biaya asuransi, pajak bumi, biaya bangunan, biaya penyusutan, tagihan listrik dan air (Assegaf, 2019).

Biaya variabel yaitu biaya yang akan selalu berubah sejalandengan perubahan volume produksi. Jika volume produksi bertambah, maka biaya ini juga akan bertambah secara proporsional. Jika produksi dihentikan, biayanya pun tidak akan ada lagi. Yang termasuk biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, sebagian biaya overhead pabrik, dan sebagian biaya pemasaran (Wulansari, 2019).

3. B/C (Benefit Cost) Ratio

Analisis B/C (*Benefit Cost*) Ratio lebih menekankan pada kriteria – kriteria investasi yang pengukurannya diarahkan pada usaha-usaha untuk membandingkan, mengukur, serta menghitung tingkat keuntungan suatu usaha (Anonim, 2006 dalam Fahri, 2019). Sedangkan Sajari (2017) menyatakan B/C Ratio (*Benefit Cost Ratio*) adalah ukuran perbandingan antara pendapatan ($Benefit=B$) dengan Total Biaya produksi ($Cost = C$). Dalam batasan besaran nilai

B/C dapat diketahui apakah suatu bisnis menguntungkan atau tidak menguntungkan.

Selain itu analisis B/C ratio dapat digunakan untuk membandingkan 2 (dua) atau lebih usaha pertanian, seperti usaha tanaman pangan, hortikultural, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Jika hasil B/C Ratio lebih besar dari satu maka usaha tersebut menguntungkan, sebaliknya jika hasil B/C Ratio kurang dari satu maka usaha tersebut mengalami kerugian, dan apabila hasil B/C ratio sama dengan satu, maka usaha tersebut impas.

4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pemasaran dimulai dari pemenuhan kebutuhan manusia sampai pada keinginan manusia. proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran, mulai dari penentuan produk, penetapan harga, pengirim barang, dan mempromosikan barang.

Proses penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen merupakan alur yang melibatkan lembaga-lembaga tataniaga seperti agen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, serta industri pengolah lainnya. Sistem tataniaga yang efisien dapat memperbaiki struktur pasar yaitu struktur pasar menuju pada pasar persaingan sempurna, dengan syarat penjual dan pembeli itu cukup banyak sehingga penjual atau pembeli tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pasar (Rahayu, 2018).

E. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategis merupakan serangkaian tindakan yang digunakan untuk merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan manajerial dalam mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditentukan perusahaan. Strategi memiliki kaitan erat dengan konsep perencanaan dan pengambilan keputusan, sehingga pada akhirnya strategi berkembang menjadi manajemen strategi. Proses manajemen strategi terdiri dari beberapa tahapan, yaitu pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi (Haryana, 2018).

Tahap pengamatan lingkungan dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai peristiwa, perkembangan dan perubahan lingkungan yang mempengaruhi kondisi organisasi. Tahap perumusan strategi adalah tahap pemilihan keputusan dalam pemilihan alternatif strategi yang akan digunakan oleh organisasi. Strategi yang dipilih merupakan hasil dari pengamatan terhadap lingkungan organisasi. Tahap selanjutnya adalah tahap implementasi strategi, yaitu tahap pelaksanaan strategi yang telah dirumuskan atau direncanakan. Implementasi strategi merupakan proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya melalui pembangunan program, anggaran dan prosedur. Tahap terakhir ialah evaluasi dan pengendalian yaitu melakukan perbandingan hasil yang diperoleh dengan hasil yang diinginkan untuk memberikan umpan balik yang diperlukan bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi dan mengambil tindakan perbaikan bila diperlukan (Hunger & Wheelen, 2007; Pratiwi, 2016).

2. Analisa SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2006 ; Noor, 2014).

Kuncoro dalam Sulaeni, dkk (2018) menyatakan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan agribisnis. Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi alternatif yang perlu atau harus dipertimbangkan pada usahatani itu sendiri. Dengan cara mengelompokkan masing-masing problem unsur SWOT ke dalam tabel.

Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu sebagai berikut:

- Strength (S), adalah karakteristik dari lingkungan internal yang dapat dieksploitasi organisasi untuk meraih sasaran kinerja strategis.
- Weaknesses (W), adalah karakteristik dari lingkungan internal yang dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi.
- Opportunities (O), adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strategisnya.
- Threats (T), adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang dapat mencengah organisasi meraih sasaran strategis yang di tetapkan. Dalam perencanaan analisis SWOT.

a. Tahap Input

Khairinnisa, dkk (2018) menyatakan tahap input (masukan) atau tahap pengumpulan data merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal. Alat-alat analisis yang dapat digunakan pada tahap ini diantaranya yaitu, matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Exernal Factor Evaluation (EFE).

Sedangkan menurut Nuraidah (2020), maktriks IFE ditujukan untuk menganalisa faktor-faktor internal, mengklasifikasikannya menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan Matriks EFE ditujukan untuk menganalisa faktor-faktor eksternal, diklasifikasikan atas peluang dan ancaman bagi perusahaan.

b. Identifikasi Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal Rumah Tangga

Khairinnisa, dkk (2018) menyatakan tahap input (masukan) atau tahap pengumpulan data merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal. Ditambahkan oleh Silalahi (2013) bahwa faktor lingkungan internal Industri Rumah Tangga dapat dianalisis dengan mengidentifikasi dan karakteristik suatu usaha yang menjadi subyek dalam penelitian yaitu berupa faktor kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor lingkungan eksternal Industri Rumah Tangga merupakan proses mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi-informasi yang datang dari luar usaha, yaitu berupa faktor peluang dan ancaman sehingga dapat mengantisipasi hal-hal yang

tidak diinginkan untuk memajukan usaha ke arah yang lebih baik diuraikan sebagai berikut :

- **Faktor Lingkungan Internal Industri Rumah Tangga**

Faktor lingkungan internal usaha merupakan sumber daya usaha yang dapat menjadi kekuatan jika dikelola secara efektif dan efisien, dan sebaliknya menjadi kelemahan yang terdiri dari faktor pengalaman berusaha, umur Industri, tenaga kerja, saranaproduksi, pengetahuan, dan keterampilan.

- **Faktor Lingkungan Eksternal Industri Rumah Tangga**

Faktor lingkungan eksternal usaha merupakan aspek ekonomi dan aspek sosial yang terdiri dari adanya pesaing, transportasi, pemasaran (harga dan sistem penjualan), perbankan, lembaga pendukung pertanian, dan kebijakan pemerintah.

c. Penetapan Strategi Alternatif Usaha

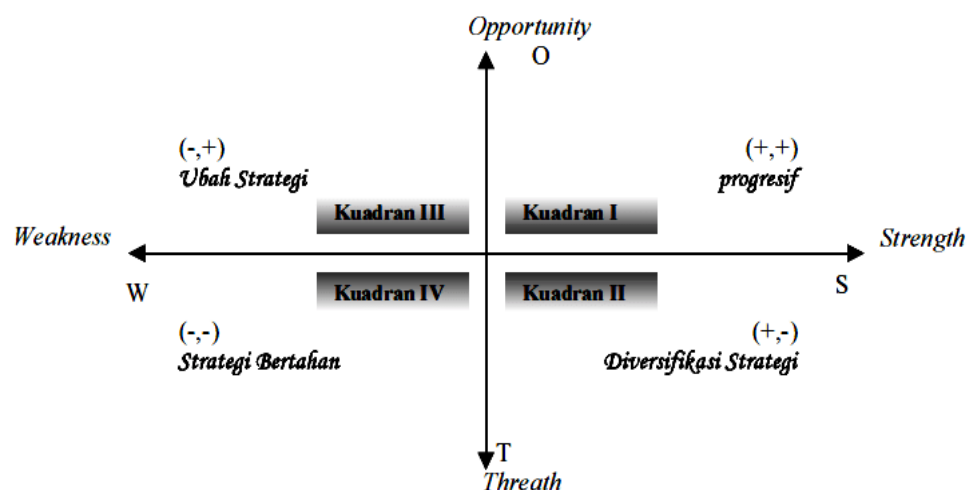
Nisak (2013) menyatakan faktor – faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentukan matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi sebagai berikut :

- a. Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- b. Strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal.
- c. Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal.
- d. Strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman lingkungan.

Sedangkan menurut Rangkuti dalam Afridhal, (2017) bahwa Matriks SWOT akan mempermudah perumusan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu kegiatan usaha. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman. Sehingga matriks SWOT tersebut akan diperoleh empat kelompok alternatif yang disebut dengan strategi SO, Strategi WO, strategi ST dan strategi WT (Afridhal, 2017).

d. Penetapan Posisi dan Strategi Utama Usaha

Penetapan posisi usaha sangat penting dilakukan dalam pengambilan strategi utama yang dialami usaha itu sendiri yang di peroleh dari skor pembobotan faktor kekuatan dan faktor kelemahan (matriks IFE), dan skor pembobotan faktor peluang dan faktor ancaman (matriks EFE). Untuk mengetahui posisi usaha padap menggunakan digram analisis SWOT. Adapun diagram analisis SWOT yang terdiri dari empat kuadran dapat dilihat pada gambar 1 berikut :



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT (Rangkuti,2005)

Berdasarkan gambar di atas, dapat disampaikan penjelasan tentang masing masingkuadran sebagai berikut:

- Kuadran I

Kuadran I (satu) merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada pada usaha itu sendiri. Strategi yang harus diterapkan yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), yaitu bersifat menyerang penuh dengan inisiatif dan terencana.

- Kuadran II

Kuadran II (dua) menandakan usaha sedang menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan dari segi lingkungan internal. Strategi yang diterapkan yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi atau penganekaragaman (produk/pasar).

- Kuadran III

Kuadran III (tiga) menandakan usaha memiliki peluang pasar yang sangat besar, dilain sisi ada berbagai kelemahan internal. Strategi usaha pada tahap ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga merebut peluang lebih baik. Strategi yang diterapkan yaitu *turn-around* atau perbaikan, mengubah cara pandang menghilangkan penyebab masalah agar ancaman dapat hindari.

- Kuadran IV

Kuadran IV(empat) merupakan posisi usaha yang sangat tidak menguntungkan, karena banyak ancaman dan kelemahan dari segi lingkungan internal. Strategi yang digunakan adalah strategi bertahan atau *defensive*, seperti perampingan, pengurangan atau efisiensi dalam semua bidang kegiatan usaha.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Usaha Industri Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Sumatera Barat. Tempat ini sengaja di pilih karena merupakan sentra pembuatan keripik talas di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok, selain banyak di kenal oleh masyarakat Usaha Rumah Tangga Khalista ini menghasilkan produk yang lebih besar dari pada Usaha Rumah Tangga yang lainnya. Penelitian dan pengolahan data dilakukan selama 2 (dua) bulan, terhitung mulai tanggal 24 Februari sampai dengan tanggal 24 April 2022.

B. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus di Usaha Industri Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Lembang Jaya Kabupaten Solok. Metode studi kasus merupakan suatu proses penyelidikan atau pemeriksaan secara mendalam, terperinci, pada suatu kasus yang terjadi.

Dalam penelitian ini karena kita fokus pada Industri Rumah Tangga Khalista saja, maka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan karyawan Usaha Industri Rumah Tangga Khalista yang berjumlah lima orang dua orang pemilik usaha dan tiga orang karyawan, serta petani talas yang berada di sekitar tempat usaha tersebut.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini data dan informasi pengelolaan usaha Keripik Talas Khalista ditetapkan key informannya yaitu Pemilik Usaha dan Karyawan

yang bekerja di Usaha Rumah Tangga Khalista. Sedangkan untuk pengambilan sampel petani menggunakan *Simple Random Sampling* (acak sederhana), dimana dari total populasi berjumlah 78 orang dan jumlah sampel dalam penelitian diambil 40% dari keseluruhan jumlah populasi. Sehingga didapat total sampel untuk penelitian ini berjumlah 31 orang. Seperti terlihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian di Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2022

Nama Jorong	Populasi	Sampel Penelitian
1. Kurai	16 orang	6
2. Timbulun	8 orang	3
3. Tanah Sirah	15 orang	6
4. Kayu Kalek	8 orang	3
5. Karak Batu	13 orang	5
6. Aie Angek	4 orang	2
7. Panta	10 orang	4
8. Kandang Jambu	4 orang	2
Total	78 orang	31

Sumber : Diolah dari Hasil Survei di Kantor Wali Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok (2022)

C. Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, pengamatan secara langsung, dan pengisian kuesioner, serta dokumentasi yang diperoleh dari Usaha Industri Rumah Tangga Khalista. Sedangkan data sekunder dibutuhkan untuk mendukung data pokok yang diperoleh dari beberapa buku yang terkait dengan penelitian, studi kasus, literatur dari instansi yang terkait seperti Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pertanian Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok, Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok, Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal, artikel, dan laporan tahunan.

D. Variabel – Variabel Pengamatan

Adapun variabel yang akan diamati dalam penelitian ini yaitu :

1. Profil usaha rumah tangga Khalista meliputi Sejarah Usaha, Struktur Organisasi, Penyediaan Input, Proses Poduksi, Pemasaran, Biaya Produksi dan lain- lainnya.
2. Keuntungan usaha keripik talas Khalista yang didapat dari penerimaan dikurangi biaya- biaya yang dikeluarkan.
3. Strategi pengembangan usaha dengan melihat Faktor Internal dan Faktor Eksternal Produksi Rumah Tangga Khalista.

E. Analisis Data

1. Analisa Keuntungan

Untuk mengetahui keuntungan hasil produksi Keripik Talas pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Penghitungan keuntungan produksi Keripik Talas dihitung dengan menilai Total Penerimaan (TP) dikurangi dengan Total Biaya (TB), dinilai dalam rupiah. Total penerimaan sama dengan total produksi dari hasil produksi Keripik Talas dikali dengan harga yang berlaku. Biaya Tetap adalah biaya asuransi, pajak bumi, biaya bangunan, biaya penyusustan, tagihan listrik dan air. Sedangkan Biaya Variabel adalah Tenaga Kerja luar keluarga, tenaga dalam keluarga, bahan baku, bunga modal, dan biaya pemasaran. Keuntungan usaha dapat dihitung secara matematis dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Ki = TP-TB}$$

Dimana :

Ki : Keuntungan produksi keripik talas (Rp/Periode produksi)

TP : Total Penerimaan produksi keripik talas (Rp/Periode produksi)

TB : Total Biaya (Biaya Tetap + Biaya Variabel / Rp)

Sementara itu, untuk mengetahui apakah industri keripik talas layak diusahakan dan tidak layak diusahakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{B/C\ Ratio = Ki/BT}$$

Dimana :

B/C Ratio : *Benefit Cost Ratio*

Ki : Keuntungan produksi keripik talas (Rp/Periode produksi)

BT : Biaya Total produksi keripik talas (Rp)

Kriteria : Jika *B/C Ratio* > 1, Layak diusahakan

Jika *B/C Ratio* < 1, Tidak layak diusahakan

Untuk mengetahui strategi pengembangan produksi keripik talas pada usaha rumah tangga Khalista di Tanah Sirah Lembang Jaya Kabupaten Solok dilakukan analisa SWOT dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat dalam berusahatani.

2. Analisis SWOT

Dalam Rangkuti (2006:18), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (treaths). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model

yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), untuk menghasilkan analisis yang tepat. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor Industri Keripik Talas di Tanah Sirah Lembang Jaya Kabupaten Solok adalah dengan Matrik Internal Eksternal.

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha industri kecil keripik talas di Tanah Sirah Lembang Jaya Kabupaten Solok, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut ke dalam rumusan strategi. Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu dijalankan dengan cara mengelompokkan masing-masing problem.

Variabel yang digunakan dalam analisis strategi pengembangan adalah analisis SWOT. Memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Model yang digunakan adalah matriks SWOT (*Strength, weakness, opportunity, threats*). Matriks ini menggambarkan dengan jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat sel alternatif strategis, yaitu:

- Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi yang berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- Strategi ST (*Strength-Treaths*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

- Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

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

- Strategi WT (*Weakness-Treaths*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive (bertahan) dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

a. Tahap Input

Tahap-tahap yang dilakukan untuk mengidentifikasi faktor lingkungan internal dalam matriks IFE (*Internal Faktor Evaluasi*), dan faktor lingkungan eksternal dalam matriks EFE (*Eksternal Faktor Evaluasi*) Industri Rumah Tangga dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Identifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan (faktor lingkungan internal), dan faktor-faktor peluang serta ancaman (faktor lingkungan eksternal) dalam kolom 1 (k1). Untuk lebih jelasnya rancangan bentuk penilaian bobot dan rating dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 2. Penilaian Bobot dan Rating Faktor-faktor Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Industri Rumah Tangga

IFE/EFE (k1)	Penilaian Responden Ke-i (k2)				Nilai Xi (k3)	Bobot (k4)	Rating (k5)
	1	2	3	...			
A							
B							
C							
D							
...							
Jumlah						1,00	

- Membuat kategori pengukuran, yaitu untuk mengetahui penilaian responden terhadap faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Industri Rumah Tangga pada kolom 2 (k2). Pemberian nilai responden masing-masing faktor berdasarkan pengaruh faktor lingkungan internal dan eksternal terhadap kondisi Industri Rumah Tangga yang bersangkutan. Pemberian nilai (k2) dengan skala yang digunakan yaitu: 1 = kurang baik, 2 = agak baik, 3 = baik, dan 4 = sangat baik (untuk kategori faktor-faktor kekuatan dan peluang). Sedangkan untuk faktor kelemahan dan faktor ancaman dengan skala yaitu: 1 = sangat buruk, 2 = buruk, 3 = agak buruk, dan 4 = kurang buruk.
- Jumlahkan nilai keseluruhan setiap variabel X_i (k2) berdasarkan masing-masing faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Industri Rumah Tangga dalam kolom 1 (k1). Hasilnya berupa nilai X_i pada kolom 3 (k3).
- Beri bobot pada kolom 4 (k4), untuk bobot dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel pada kolom 3 (k3) terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel pada (k3) dalam faktor-faktor kekuatan dan kelemahan (faktor-faktor peluang dan ancaman), lalu dihitung bobot relatif dengan total 1 atau 100% dengan menggunakan rumus bobot (Kinnear dan Taylor, 1991) sebagai berikut:

$$B = \frac{X_i}{\sum_{i=1} X_i}$$

Dimana:

B : Bobot variabel Ke-i.

X_i : Nilai variabel X_i.

∑ X_i: Jumlah variabel X_i.

i : 1,2,3,...

- Beri rating pada kolom 5 (k5). Rating setiap variabel diperoleh dari nilai setiap variabel pada (k3) terhadap jumlah variabel (responden) pada (k2) dalam faktor kekuatan dan faktor kelemahan (faktor peluang dan faktor ancaman) digunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{X_i}{n}$$

Dimana:

R : Rating variabel Ke-i

X_i : Nilai variabel X_i.

N : Jumlah variabel Ke-i

b. Penyusunan Matriks IFE dan Matriks EFE Industri Rumah Tangga

Penyusunan matriks Internal Faktor Evaluasi (IFE) dan matriks Eksternal Faktor Evaluasi (EFE) Industri Rumah Tanggadapat dilihat pada table 2 sebagai berikut :

Tabel 3. Matriks IFE dan Matriks EFE Industri Rumah Tangga :

Kekuatan / Kelemahan (IFE)	Bobot	Rating	Bobot X Rating(skor)
Kekuatan : 1. Merek produk cukup dikenal 2. Umur usaha sudah cukup lama 3. Produksi secara terus-menerus 4. Tersedia angkutan kendaraan pribadi 5. Laba/ keuntungan Kelemahan : 1. Lokasi kurang strategis 2. Manajemen sederhana 3. Tidak menggunakan promosi 4. Peralatan masih tradisional			
Peluang / Ancaman (EFE)			
Peluang : 1. Permintaan produk 2. Pemasaran produk yang cukup luas 3. Kebijakan pemerintah dan perbankan 4. Lapangan pekerjaan 5. Ketersediaan bahan baku Ancaman : 1. Kecenderungan masyarakat di pasar yang lengkap 2. Adanya pesaing			
Total	1,00		

Keterangan :

Total skor matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi) berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2,50. Bila total skor matriks IFE (3,0-4,0) berarti kondisi EFE dikelompokkan dalam kuat (3,0-4,0), berarti pesaing merespon kuat terhadap peluang dan ancaman yang mempengaruhi usahanya, rata-rata (2,0-2,99) berarti pesaing merespon sedang terhadap peluang dan ancaman yang ada rata-rata (1,0-1,99) berarti pesaing tidak dapat merespon peluang dan ancaman yang ada dalam Industri Rumah Tangga.

c. Penetapan Strategi Alternatif Usaha Rumah Tangga

Berdasarkan semua informasi yang berpengaruh terhadap usaha, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi alternatif. Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis dalam berusaha keripik talas adalah matriks SWOT seperti tabel 7 berikut :

Tabel 4. Matriks SWOT

Internal	Strength (S) Pilih faktor - faktor kekuatan yang dimiliki dalam industri kecil Keripik Talas	Weaknesses (W) Pilih faktor - faktor kelemahan yang dimiliki dalam industri Kerpik
Eksternal	Strategi SO : Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO : Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Opportunities (O) Pilih faktor - faktor peluang dihadapi dalam industri kecil Keripik	Strategi ST : menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT : Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
Threats (T) Pilih faktor – faktor ancaman yang dihadapi dalam industri kecil Keripik Talas		

Sumber : Rangkuti,2005

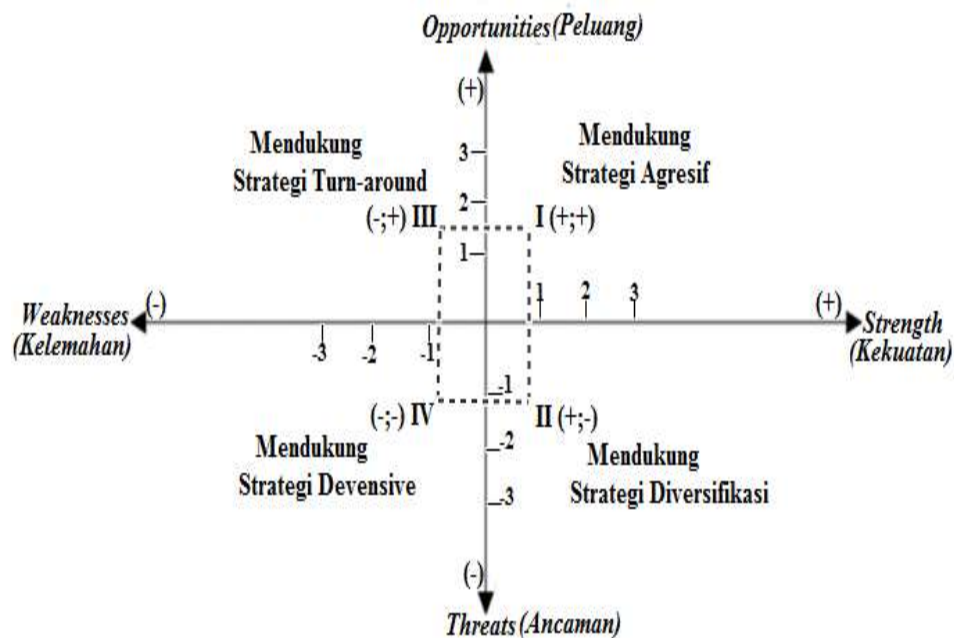
d. Penetapan Posisi dan Strategi Utama Usaha Rumah Tangga

Penetapan posisi industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista untuk pemilihan strategi yang ditetapkan dalam mengembangkan Usaha Industri Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Lembang Jaya Kabupaten Solok dilakukan menggunakan diagram analisis SWOT. Diagram analisis SWOT diperoleh dari nilai skor pembobotan dalam matriks Internal Faktor Evaluasi (IFE) dan matriks Eksternal Faktor Evaluasi (EFE).

Untuk mengetahui koordinat dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, faktor kelemahan, faktor peluang, dan faktor ancaman dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\frac{\text{Skorkekuatan} - \text{Skorkelemahan}}{2} ; \frac{\text{Skorpeluang} - \text{Skorancaman}}{2}$$

Dengan demikian, posisi Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok diplotkan pada gambar diagram analisis SWOT berikut :



Gambar 2.Diagram Analisis SWOT Industri Rumah Tangga

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Dan Lokasi Penelitian

1. Letak dan Luas Daerah

Koto Anau merupakan salah satu nagari yang berada di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Sumatera Barat. Dari tata letak Koto Anau berada di daerah dataran tinggi, dikaki Gunung Talang dengan ketinggian 1.500 meter dari permukaan laut. Topografi daerah berbukit-bukit dan lurah terjal yang dalam. Sehingga pada umumnya berhawa sejuk yang beriklim basah dengan curah hujan 202 mm/tahun, serta suhu udara berkisar 16 °C sampai 33 °C. Dari lokasi Nagari Koto Anau sangat strategis, karena di tengah-tengah nagari terdapat jalan raya yang menghubungkan beberapa Nagari dan Kota Solok. Jarak tempuh dari Kota Solok menuju Nagari Koto Anau 12 km dan 54 km dari Kota Padang.

2. Letak Geografis

Nagari Koto Anau terletak pada posisi 0°54' LS - 0°58'59" LS, 100°40'36" BT - 100°46'09" BT dengan luas 48 Km². Berdasarkan letak geografisnya, Nagari Koto Anau sebelah utara berbatasan dengan Nagari Muara Panas (Kecamatan Bukit Sundi), sebelah selatan dengan Nagari Batu Banyak dan Limau Lunggo, sebelah barat dengan Nagari Cupak (Kec. Gunung Talang) dan Sungai Janiah (Kec. Gunung Talang), sebelah timur berbatasan dengan Nagari Parambahan (Kec. Bukit Sundi). Topografi Nagari Koto Anau berbukit-bukit dan lurah terjal yang dalam. Di tengah-tengah Nagari Koto Anau mengalir Sungai Batang Lembang yang berhulu di Danau Dibawah dan bermuara di Danau Singkarak. Suhu udara berkisar dari 16 °C sampai 33 °C. Dilihat dari jenis tanah 1.300 Ha

tanah di Koto Anau merupakan tanah sawah, 1.550 Ha tegalan/ladang, 800 Ha perumahan, dan 1.550 Ha lain-lainnya.

Batas wilayah

Utara Nagari Muara Panas (Kecamatan Bukit Sundi)

Selatan Nagari Batu Banyak dan Limau Lunggo

Barat Nagari Cupak dan Sungai Janiah (Kec. Gunung Talang)

Timur Nagari Parambahan (Kec. Bukit Sundi) Kabupaten Solok

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok, 2021

3. Demografi

Koto Anau merupakan salah satu Nagari yang terdapat di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Jumlah penduduk di Nagari Koto Anau adalah sebanyak 8.053 penduduk, dengan Luas Nagari : 48,00 Km². Nagari Koto Anau dikepalai oleh seorang Wali Nagari. Koto Anau secara administrasi terdiri dari 12 jorong yaitu Jorong Aie Angek, Jorong Pakan Kamih, Jorong Balai Tinggi, Jorong Panta, Jorong Kandang Jambu, Jorong Jorong Pasar, Jorong Kayu Kalek, Jorong Tabek Lacu, Jorong Kurai, Jorong Tanah Sirah, Jorong Lembang, dan Jorong Timbulun.

4. Profil Usaha Industri Rumah Tangga

Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista telah berlangsung pada tahun 2015 sampai sekarang. Hal ini menunjukkan bahwa produsen telah cukup lama dalam menjalankan usahanya, sehingga mereka memiliki cukup pengalaman dalam memproduksi Keripik Talas. Kriteria produsen menjadikan Usaha Keripik Talas sebagai usaha utama adalah dilihat dari curahan waktu kerja. Selain itu,

penghasilan yang diterima oleh produsen dari usaha Keripik Talas menjadi sumber utama penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Profil usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista dilihat dari sejarah berdirinya, struktur organisasi industri rumah tangga Keripik Talas Khalista, keadaan tenaga kerja, sebagai berikut:

a. Sejarah Usaha

Usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista sudah lama didirikan dan awal usahanya dilakukan pada tahun 2015 sampai sekarang industri rumah tangga Keripik Talas Khalista di kelola oleh Ibu Yasri Madona. Usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista yang didirikan merupakan milik sendiri. Usaha Industri rumah tangga Keripik Talas yang didirikan awalnya hanya bertujuan untuk membantu perekonomian keluarga, tetapi dengan seiring berjalannya waktu usaha industri rumah tangga Keripik Talas dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Usaha industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista telah mendapatkan izin produksi dari pihak Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PPIRT) Sertifikat Penyuluh Keamanan Pangan (PKP), Tanda Daftar Industri, Tanda Daftar Perusahaan Perorangan, Pemberian Izin Gangguan Membuat Makanan Kering dan memiliki rasa yang gurih dan renyah.

Modal yang digunakan oleh pengusaha Keripik talas Khalista adalah modal sendiri. Modal awal yang dikeluarkan oleh Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista sebesar Rp. 5.000.000,- dan berkembang sampai sekarang.

b. Struktur Organisasi Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista

Struktur Organisasi merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang kelancaran kegiatan produksi. Karena tanpa adanya struktur organisasi maka tugas dan tanggung jawab dari masing-masing tenaga kerja dan juga pimpinan tidak mungkin mampu sendiri melaksanakan seluruh kegiatan usaha, ia harus mempercayakan sebagai bebannya kepada orang lain. Suksesnya suatu usaha juga sangat dipengaruhi oleh struktur organisasi yang baik, karena pimpinan dapat melaksanakan fungsinya sebagai pimpinan yang baik, mengawasi secara keseluruhan dari suatu usaha dengan adanya pengorganisasian.

Struktur organisasi pada Industri Keripik Talas Khalista tidak ditetapkan dalam bentuk yang baku atau tertulis, akan tetapi berdasarkan informasi dari hasil penelitian yang dilakukan maka terlihat adanya pembagian pekerjaan berdasarkan tugas dan tanggung jawabnya. Adapun bentuk dari struktur Organisasinya yaitu perolehan bahan baku, pemasaran, dan manajemen keuangan dilakukan oleh pemilik usaha itu sendiri yaitu ibu Yasri Madona dan Bapak Rudi Hartono, bagian pengolahan seperti pengirisan dan penggorengan dilakukan oleh karyawan industri rumah tangga bernama ibu Syamsinur dan ibu Enilina, dan bagian pengemasan dilakukan oleh karyawan bernama ibu Rosmiati.

c. Bahan Baku dan Bahan Penolong Industri Rumah Tangga Keripik Talas

Bahan baku yang digunakan pada Industri Rumah Tangga Keripik Talas adalah Ubi Talas. Pengusaha Keripik Talas Khalista dalam memperoleh bahan baku ubi talas tidak membudidayakan ubi talas langsung. Tetapi membeli ubi talas dari petani sekitar. Pengusaha lebih memilih membeli kepada petani sekitar dengan alasan kualitas talas yang di peroleh lebih bagus ketimbang di pasar,

serta dapat membantu petani. Standar ubi talas yang digunakan untuk Keripik Talas sebaiknya dipilih ubi yang sudah berumur 8 bulan sampai 1 tahun. Untuk pembelian bumbu-bumbu yang terdiri dari cabe kering, udang kering, garam dan penyedap rasa, pengusaha Keripik Talas Khalista mempunyai grosir langganan sehingga tidak sulit dalam mendapatkannya, bahkan terkadang diantarkan langsung ke rumah.

Bahan baku dan penunjang pembuatan keripik talas sendiri terdiri dari bahan baku seperti umbi talas, dan bahan penunjang seperti cabe kering, udang kering, garam dan penyedap, plastik, gas, kertas merek BBM, dan air. Untuk bahan baku talas yang digunakan oleh Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista sebesar 28.400 kg pada tahun 2021. Adapun uraian bahan baku dan bahan penunjang pembuatan Keripik Talas Khalista sebagai berikut :

Tabel 5 : Rincian Bahan Baku dan Bahan Penunjang Usaha Keripik Talas

NO	Bulan	Bahan Baku Talas (Kg)	Harga Talas (RP)	Harga Bahan Penunjang (Rp)
1.	Februari	1.400	4.200.000	3.997.000
2.	Maret	2.300	6.900.000	4.923.000
3.	April	3.000	9.000.000	5.760.000
4.	Mai	1.600	4.800.000	4202000
5.	Juni	1.800	5.400.000	4.407.000
6.	Juli	2.900	8.700.000	5.605.000
7.	Agus	2.200	6.600.000	4.768.000
8.	September	2.700	8.100.000	5.245.000
9.	Oktober	2.500	7.500.000	5.090.000
10.	November	2.100	6.300.000	4.563.000
11.	Desember	2.800	8.400.000	5.450.000
12.	Januari	3.100	9.300.000	5.915.000
Total		28.400	85.200.000	59.925.000
Rata-Rata		2.367	7.100.000	4.993.750

Sumber : Diolah dari hasil penelitian (2022)

Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada lampiran 3.

d. Peralatan Industri Rumah Tangga Keripik Talas

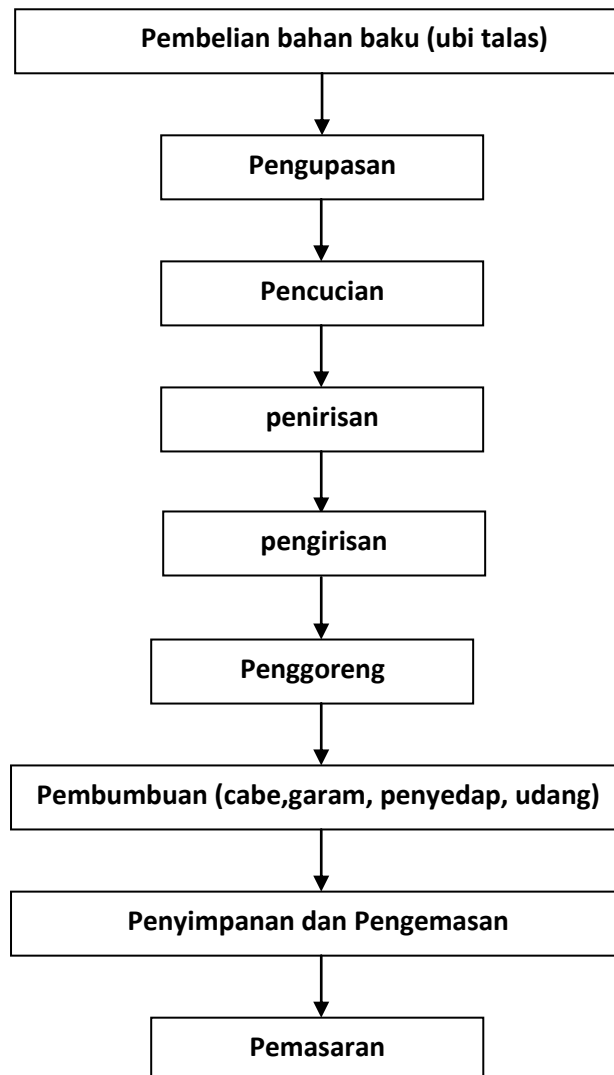
Peralatan yang digunakan dalam memproduksi Keripik Talas merupakan alat-alat Tradisional. Peralatan yang di gunakan tersebut adalah milik pengusaha Keripik Talas Khalista sendiri, sehingga pengusaha Keripik Talas Khalista tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menyewa peralatan. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi Keripik Talas Khalista sebagai berikut:

- Lampu Uplik, untuk mengepres keripik talas yang sudah dimasukkan kedalam plastik agar tidak mudah angin masuk.
- Saringan Minyak, berfungsi untuk menyaring keripik yang sudah di goreng.
- Keranjang Saringan, untuk menyaring talas yang sudah di kupas lalu cuci.
- Pengupas Ubi, alat ini berfungsi untuk mengupas kulit ubi talas.
- Pamarut Ubi, alat ini berfungsi untuk memarut ubi talas.
- Timbangan Kecil, alat ini berfungsi untuk menimbang keripik talas.
- Kualii Besar, alat ini berfungsi untuk menggoreng keripik talas.
- Kompor Gas, alat ini berfungsi untuk menggoreng keripik talas.
- Baskom, alat ini berfungsi untuk tempat memcuci talas yang sudah di kupas.
- Ember Plastik Besar, untuk meletakkan keripik talas yang sudah di goreng.
- Pisau, alat ini befungsi untuk keperluan keripik talas lainnya.
- Jepitan, untuk menjempit keripik yang akan di masukkan kedalam plastik.
- sendok goreng, untuk mengaduk keripik talas yang sedang di goreng.

e. Proses Produksi Pembuatan Keripik Talas Khalista

Proses Produksi merupakan teknik untuk menghasilkan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan sumber-sumber yang tersedia seperti;

material, tenaga kerja, modal dan teknologi. Proses pembuatan Keripik Talas Khalista memerlukan beberapa alat dan bahan seperti:



Gambar 3 : Proses Produksi Pembuatan Keripik Talas Khalista

- Pembelian bahan baku

Untuk memperoleh bahan baku Ubi Talas pemilik industri akan mengeluarkan uang untuk membayar. Bahan baku yang digunakan industri ini merupakan hasil pertanian petani sekitar. Bahan baku yang dihasilkan petani tersebut akan di antar ketempat lokasi industri itu sendiri, petani

hanya memisahkan sesuai ukuran dan semuanya di terima oleh industri tersebut.

- Pengupasan

Setelah bahan baku sampai di tempat industri, selanjutnya dilakukan pengupasan. Biasanya pengupasan ini di lakukan oleh dua orang karyawan dengan menggunakan alat pengupasan yang berukuran sedang. Pengupasan ini bertujuan untuk memisahkan kulit Ubi Talas dengan isi yang bersih untuk diolah menjadi Keripik Talas. Tanpa adanya proses pengupasan maka talas yang ada tidak dapat di proses.

- Pencucian

Pencucian merupakan proses ketiga menuju keripik talas. pencucian dilakukan oleh satu orang karyawan dengan menggunakan air bersih yang mengalir. Sebelum di cuci tentu ubi talas sudah di pisahkan dari kulitnya dan dimasukkan kedalam keranjang tirsan yang berukuran besar, menggunakan keranjang itulah kita mencuci. Pencucian ini berfungsi untuk membersihkan talas yang tekah di kupas agar talas tersebut bersih dari getah dan kotoran lainnya sehingga dapat menghasilkan keripk talas yang bersih.

- Penirisan

Penirisan merupakan tahap ke empat setelah proses pencucian. Penirisan dilakukan dengan menggunakan tirsan plastik yang berukuran besar. Setelah talas di bersihkan menggunakan air maka selanjutnya di tiriskan, tujuan dari proses penirisan ini agar air sisa pencucian yang

tertinggal bisa turun kebawah, sehingga talas bersih dan kering dan mudah untuk diolah ke tahap selanjutnya.

- Pengirisan

pengirisan merupakan tahap selanjutnya setelah penirisan. pengirisan ubi talas sendiri di lakukan oleh dua orang karyawan menggunakan alat tradisonal yang terbuat dari kayu berukuran sedang yang bermata pisau tajam. pengirisan ini bertujuan untuk mendapatkan ubi talas yang tipis sebagai bahan baku pembuatan keripik talas, sehingga nantinya keripik yang dihasilkan krispi dan renyah.

- Penggorengan

Setelah pamarutan selesai selanjutnya dilakukan penggorengan. Proses penggorengan dilakukan oleh 1 orang karyawan, penggorengan sendiri menggunakan kuali yang besar dan minyak goreng yang banyak, untuk bahan bakar pengusaha menggunakan gas LPG 3kg. Setelah minyak goreng panas barulah dimasukkan talas yang sudah diiris sambil diaduk-aduk agar irisan talas yang satu dengan yang lain tidak menempel. Proses penggorengan ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang renyah dan tahan lama.

- Pembumbuan

Proses pembumbuan merupakan tahap selanjutnya setelah penggorengan. Pembumbuan dilakukan oleh satu orang karyawan menggunakan ember besar yang telah di isi bumbu-bumbu lengkap seperti (udang kering, cabe kering, garam, penyedap) yang akan memberi rasa pada keripik. Pembumbuan ini dilakukan dengan cara memasukkan

keripik yang sudah digoreng kedalam ember yang berisi bumbu sambil di aduk menggunakan sendok, agar bumbu tersebut meresap atau menempel pada keripik sehingga menghasilkan keripik yang gurih dan renyah untuk dimakan.

- Penyimpanan dan pengemasan

Setelah pembumbuan selesai selanjutnya dilakukan proses penyimpanan dan pengemasan. Tahap ini memakan waktu yang cukup lama karena harus melalui beberapa langkah seperti memasukkan kedalam ember kecil terlebih dahulu untuk mudah dalam proses pengemasannya, setelah itu kita perlu menyiapkan beberapa plastik dengan beragam ukuran, setelah tersedia maka kita mulai memasukkannya ke dalam plastik lalu di timbang dan di lem bagian atasnya agar tidak masuk angin menggunakan lampu uplik. Tahap ini bertujuan untuk pengamanan hasil produksi sehingga keripik tahan lama dan aman untuk dipasarkan.

f. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik dan ekonomi dan manajerial. Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, setiap lembaga, instansi, maupun industri telah melaksanakan fungsi pemasaran yang sesuai dengan fungsinya masing-masing. Pemasaran usaha keripik talas dilakukan di daerah sekitar solok dan daerah luar Solok dengan menggunakan kendaraan pribadi, untuk luar daerah menggunakan jasa kurir J&E, daerah-daerah yang menjadi tujuan pemasaran seperti Solok (simpang Pulai, halaban, terminal, KTK), Kabupaten Solok (Guguak Buluah), Padang Panjang, Damasraya.

Solok terdapat di Simpang Pulai Toko Habil, Halaban terdapat di Toko Anisa, Terminal di Toko Aqilla dan Toko Kevin, KTK terdapat di Toko Iswandi. Kabupaten Solok (Guguak Buluah) terdapat di Toko Vredico. Padang panjang terdapat di Grosiran ibu Ita dan Damasraya terdapat di Warung Dara. Bagi yang ingin membawa oleh-oleh ketika mengunjungi kabupaten solok dan kota solok, Keripik Talas bisa menjadi salah satu buah tangan yang praktis untuk nikmati dengan kualitas dan rasa yang terjamin dan harga yang cukup ekonomis. Serta Keripik Talas juga bisa di jadikan oleh-oleh khas ranah minang yang bisa dikirim ke daerah rantau untuk sanak famili yang sedang berada di daerah rantau.

g. Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja sejak tahun 2015 yaitu menggunakan tenaga kerja yang ada disekitar Jorong Tanah Sirah berjumlah 5 orang karyawan tetap. Uraian tenaga kerja yang dipergunakan dapat dilihat pada Tabel 4. Sebagai berikut:

Tabel 6. Tenaga Kerja pembuatan Keripik Talas pada Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista. Berdasarkan Umur, Jenis Kelamin, dan Pendidikan.

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan
1	Yasri Madona	39	Perempuan	SMA
2	Enilina	40	Perempuan	SMA
3	Rudi Hartono	46	Laki-Laki	SMA
4	Syamsinur	60	Perempuan	SD
5	Rosmiati	61	Perempuan	SD

Sumber : Diolah dari hasil penelitian (2022)

Dari data Tabel diatas menunjukkan bahwa tenaga kerja Industri Keripik Talas Khalista umumnya berada pada pendidikan hampir semuanya berstatus berpendidikan sehingga mampu menyesuaikan dengan pekerjaan yang diberikan oleh pemilik industri selaku pimpinan Keripik Talas Khalista.

B. Analisis Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista

1. Penerimaan

Total penerimaan usaha keripik talas dianalisis dengan perhitungan produksi Keripik Talas di kali dengan harga usaha rumah tangga Keripik Talas. Produksi Keripik Talas tahun 2021 sebesar 9.590 kg dan harga keripik talas senilai 50.000 Rp/kg. Dengan demikian, perhitungan total penerimaan Usaha Keripik Talas yang didapat sebesar Rp. 479.500.000,- pada tahun 2021 (lampiran 2).

2. Biaya

a. Biaya Tetap

- Penyusutan Alat

Tabel 7 : Alat, Jumlah Alat dan Harga Alat

No	Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Lampu Uplik	4	15.000	60.000
2	Saringan Minyak	2	50.000	100.000
3	Keranjang Saringan	5	20.000	100.000
4	Pengupas Ubi	4	15.000	60.000
5	Pemarus Ubi	4	150.000	600.000
6	Timbangan Kecil	1	60.000	60.000
7	Kuali Besar	1	350.000	350.000
8	Kompur Gas	1	700.000	700.000
9	Baskom	2	25.000	50.000
10	Ember Plastik Besar	5	75.000	375.000
11	Pisau	2	5.000	10.000
12	Jepitan	1	20.000	20.000
13	Sendok Goreng	1	50.000	50.000
Jumlah				2.535.000

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Biaya penyusutan alat dalam berusaha Keripik Talas Khalista meliputi : lampu uplik, saringan minyak, keranjang saringan, pengupas ubi, pengiris ubi, timbangan kecil, kuali besar, kompor gas, baskom, ember plastik besar, pisau, jepitan, dan sendok goreng dengan total sebesar Rp 190.100,-. (Lampiran 4).

b. Biaya Variabel

- Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja terdiri dari laki-laki dan wanita. Tenaga kerja yang merupakan biaya variabel dalam berusaha Keripik Talas Khalista. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja sebesar Rp. 44.880.000,-. Pada tahun 2021 (Lampiran 3).

- Bahan

Bahan-bahan yang di gunakan dalam pembuatan Keripik Talas Khalista yaitu: ubi talas, minyak goreng, udang kering, garam, penyedap, cabe kering, plastik, gas, bbm kendaraan, stiker, dan air. Biaya yang dikeluarkan dalam pembelian bahan Keripik Talas Khalista sebesar Rp.145.125.000,- Pada tahun 2021 (Lampiran 3).

Berdasarkan uraian tersebut maka diketahui biaya tetap dan biaya variabel dengan nilai Rp. 190.225.100,-. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8 : Rincian Biaya Tetap dan Biaya Variabel

No	Uraian	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total
1	Tenaga Kerja		44.880.000	
2	Penyusutan Alat	190.100		
3	Bahan Produksi		145.125.000	
4	Pajak		30.000	
Jumlah		190.100	190.035.000	190.225.100

Sumber: Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

3. B/C Ratio

Kelayakan Usaha Keripik talas Khalista dianalisis dengan menggunakan B/C Ratio yang merupakan membandingkan antara jumlah penerimaan dengan biaya total yang ada dalam produksi Keripik Talas pada tahun yang lalu diperoleh B/C Ratio rata-rata sebesar 1,52. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa

dalam berusaha keripik talas beruntung, karena lebih besar dari angka indeks senilai 1. Artinya dimana setiap penambahan modal dalam Usaha Keripik Talas Rp.1,00- akan menghasilkan tambahan pendapatan sebesar Rp. 1,52. Untuk lebih jelasnya rata-rata analisis Usaha Keripik Talas dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut :

Tabel 9. Rata-Rata Penerimaan, Keuntungan, B/C Ratio Usaha Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok (Rp/Kg) Tahun 2021.

No	Uraian	Jumlah
1	Penerimaan (A)	479.500.000
2	Biaya Variabel (B)	190.035.000
3	Biaya Tetap (C)	190.100
4	Biaya Total (D)	190.225.100
5	Keuntungan (E=A-D)	289.274.900
6	B/C Ratio (E/D)	1,52

Sumber: Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

C. Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Khalista Dalam Memperoleh Keripik Talas.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun dengan cara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti,2006 ;Noor, 2014).

Untuk melihat Strategi Pengembangan Produksi Keripik Talas (Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok) digunakan analisis SWOT berikut :

Tabel 10. Penentuan Faktor Lingkungan Internal

No	Uraian dan Informasi Data	Kondisi	S	W
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Merek produk yang sudah dikenal	Merek produk sudah mulai dikenal oleh beberapa kalangan di Kab/Kota Solok (baik).	√	
2	Umur usaha sudah cukup lama	Berkisar pada usia 7 tahun (baik).	√	
3	Produksi secara terus menerus	Proses produksi dilakukan setiap hari (sangat baik).	√	
4	Tersedianya angkutan kendaraan pribadi.	Kendaraan angkutan pribadi yang memadai (baik).	√	
5	Laba (Keuntungan)	Laba dan keuntungan tinggi B/C = 1,52	√	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Lokasi kurang strategis	Lokasi usaha rumah tangga keripik talas jauh dari pusat kota (buruk)		√
7	Manajemen sederhana	Manajemen pada usaha ini yaitu manajemen sederhana atau kekeluargaan (buruk).		√
8	Tidak menggunakan promosi	Tidak adanya promosi menyebabkan usaha ini hanya di kenal daerah lokal (sangat buruk)		√
9.	Peralatan sederhana atau tradisional	Alat-alat yang digunakan dalam proses produksi keripik talas masih dengan cara sederhana atau tradisional (buruk).		√

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian 2022

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 6

Tabel 11. Penentuan Faktor Lingkungan Eksternal

No	Uraian dan Informasi Data	Kondisi	O	T
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Permintaan produk	Permintaan produk berkisar \pm 50 – 100 (baik)	√	
2	Pemasaran produk yang cukup luas	Pemasaran produk cukup luas di sekitar Kabupaten / Kota Solok dan di beberapa daerah yang ada di Sumatera Barat (baik)	√	
3	Kebijakan pemerintah atau perbankan	Perhatian pemerintah terhadap usaha, sehingga adanya bantuan modal, pelatihan, dan penyuluhan terhadap usaha tersebut (sangat baik).	√	
4	Lapangan pekerjaan	Usaha ini memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar Tanah Sirah (baik).	√	
5	Ketersediaan bahan baku	Mudah memperoleh bahan baku dari nagari Koto Anau sekitar (sangat baik).	√	
6	Kecendrungan masyarakat berbelanja dipasar yang lengkap	Kebiasaan masyarakat berbelanja di pasar moderen, sehingga sulit untuk menemukan produk usaha usaha tersebut (buruk).		√
7	Adanya pesaing	Adanya saingan produk dari daerah yang sama dan di luar solok yang memiliki promosi produk yang lebih baik (buruk).		√

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian 2022

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 7

2. Analisa Strategi

Setelah mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas yang terdiri dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T). Berdasarkan informasi tersebut, tahap selanjutnya adalah memasukkan ke dalam kategori pengukuran faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam berusaha Rumah

Tangga Keripik Talas, serta menyusun tabel matrik IFE (Internal Faktor Evaluasi) dan matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluasi) Usaha Rumah Tangga Keripik Talas di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.

Pembobotan dilakukan dengan menggunakan tabel perhitungan untuk mendapatkan bobot dari masing-masing faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas. Bobot yang digunakan merupakan hasil total pembobotan rata-rata dari Usaha Rumah Tangga Keripik Talas, sedangkan rating diperoleh dari nilai yang sama. Sehingga diperoleh nilai tertimbang dari faktor-faktor strategi lingkungan internal dan lingkungan eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok (lampiran 8). Diperoleh hasil skor pembobotan matriks IFE Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.

Tabel 12: Matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi) Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok 2021

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
I. Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
a. Merek produk cukup dikenal	0,13	3	0,39
b. Umur usaha sudah cukup lama	0,13	3	0,39
c. Produksi secara terus-menerus	0,17	4	0,70
d. Tersedianya angkutan kendaraan pribadi	0,13	3	0,39
e. Laba (Keuntungan)	0,13	3	0,39
Jumlah Kekuatan	0,69	16	2,26
II. Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
e. Lokasi kurang strategis	0,09	2	0,18
f. Manajemen sederhana	0,09	2	0,18
g. Tidak menggunakan promosi	0,04	1	0,04
h. Peralatan yang digunakan masih sederhana atau tradisional	0,09	2	0,18
Jumlah Kelemahan	0,31	7	0,58
Total	1,00	23	2,84

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian 2022

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE pada tabel faktor strategi internal yang merupakan kekuatan terbesar dan paling berpengaruh terhadap

pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya, yaitu Produksi secara terus menerus dengan nilai tertimbang 0,70. Kemudian kekuatan sedang terhadap pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas dengan nilai sebesar 0,39, adalah merek produk yang sudah dikenal. Sedangkan nilai terkecil dengan nilai tertimbang 0,39 merupakan tersedianya kendaraan angkutan pribadi. Hal ini mengidentifikasikan bahwa dalam Usaha Rumah Tangga Keripik Talas yang melakukan produksi secara terus menerus. Usaha Rumah Tangga Keripik Talas sudah berdiri cukup lama, sehingga dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik.

Faktor strategi internal yang merupakan kelemahan terbesar dan paling berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya adalah manajemen sederhana dengan nilai 0,18. Hal ini tentunya akan berdampak pada pengelolaan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista. Untuk meningkatkan kualitas usaha, perlu adanya perubahan sistem manajemen pengelolaan usaha misalnya dengan menggunakan manajemen moderen. Selain itu, tidak menggunakan promosi dengan nilai tertimbang 0,04 menunjukkan bahwa kurangnya informasi terhadap usaha, hal ini menyebabkan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas ini tidak diketahui secara menyeluruh oleh masyarakat di daerah-daerah yang ada di masyarakat.

Hasil analisis matriks IFE untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai tertimbang berada pada posisi internal rata-rata yaitu sebesar 2,84, dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi kelemahan dalam mengusahakan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha Rumah

Tangga telah mampu mengatasi kelemahannya dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki karena berada pada kisaran posisi di atas rata-rata 2,50. Untuk lebih jelasnya lihat pada lampiran 8. Adapun hasil perkalian antara rata-rata bobot dan rating dari 1 usaha rumah tangga digabungkan dalam matriks EFE ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 13 : Matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluasi) Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok 2021

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
a. Permintaan produk	0,14	3	0,43
b. Pemasaran produk yang cukup luas	0,14	3	0,43
c. Kebijakan pemerintah dan perbankan	0,19	4	0,76
d. Lapangan pekerjaan	0,14	3	0,43
e. Ketersediaan bahan baku	0,19	4	0,76
Jumlah Peluang	0,80	17	2,81
<i>Ancaman (Threats)</i>			
f. Kecenderungan masyarakat belanja dipasar yang lengkap	0,10	2	0,20
g. Adanya pesaing	0,10	2	0,20
Jumlah Ancaman	0,20	4	0,40
Total	1,00	21	3,21

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE pada tabel 13, faktor strategi eksternal yang merupakan peluang terbesar dan paling berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok adalah kebijakan pemerintah/perbankan dengan nilai tertimbang sebesar 0,76, kemudian diikuti permintaan produk sebesar 0,43. Sebagian besar Usaha Rumah Tangga Keripik Talas yang tersedia secara lokal untuk dapat meningkatkan produksinya. Sedangkan lapangan pekerjaan yang memberikan nilai terkecil sebesar 0,43, menunjukkan bahwa tenaga kerja yang ada pada usaha tersebut tidak memiliki kualifikasi pendidikan yang di tentukan

oleh usaha tersebut. Dengan demikian tenaga kerja yang ada pada usaha tersebut akan bekerja secara profesional untuk meningkatkan kualitas produksi, mengingat tenaga kerja yang ada di usaha itu adalah masyarakat sekitar.

Faktor strategi eksternal yang merupakan ancaman terbesar dan paling berpengaruh terhadap pengembangan usaha Rumah Tangga Karak Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Adanya pesaing dengan nilai 0,20. Artinya ada saingan usaha yang berasal dari luar daerah, namun tetap dalam lingkup Sumatera Barat. Pesaing tersebut lebih diuntungkan oleh adanya promosi yang mereka lakukan. Hal inilah yang menjadi kekuatan oleh pesaing tersebut, dibanding dengan Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok yang tidak melakukan promosi apapun. Dengan adanya pesaing produksi merupakan suatu ancaman untuk dapat masuk menembus pangsa pasar, namun disisi lain merupakan kesempatan untuk menjadi yang lebih baik. Dengan mengetahui adanya pesaing yang bergerak dalam usaha yang sama tentunya dapat memacu dan menjadikan motivasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas.

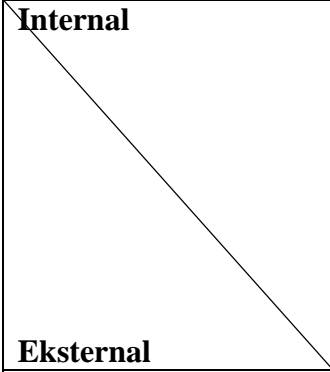
Hasil analisis matriks EFE untuk peluang dan ancaman diperoleh total nilai tertimbang sebesar 3,21 dalam memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman dalam Usaha Rumah Tangga Keripik Talas. Hal ini berarti di Usaha Rumah Tangga keripik Talas Khalista di Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok dalam merespon peluang untuk mengatasi ancaman tergolong tinggi karena berada pada di atas rata-rata 2,50. Untuk lebih jelasnya lihat pada lampiran 8.

3. Penetapan Strategi Alternatif Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista.

Tujuan dari tahap analisis terhadap faktor-faktor strategi (matriks SWOT) adalah untuk menghasilkan strategi alternatif yang layak, bukan untuk memilih strategi mana yang terbaik. Tidak semua strategi yang dikembangkan dalam matriks SWOT akan dipilih untuk implementasi melainkan pedoman untuk dipertimbangkan dalam pengembangan usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista. Analisis ini didasarkan pada logika yang memanfaatkan faktor-faktor kekuatan dan peluang secara bersamaan untuk mengantisipasi faktor-faktor kelemahan dan ancaman dalam Usaha Industri Keripik Talas di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.

Berdasarkan matriks SWOT yang memiliki 4 (empat) strategi alternatif, yaitu strategi S-O (Strength-Opportunities), strategi S-T (Strength-Threats), strategi W-O (weaknesses-Opportunities), dan strategi W-T (Weaknesses-Threats). Hasil analisis matriks SWOT Usaha Industri Keripik Talas terhadap 4 (empat) tipe strategi alternatif SWOT yang dapat direkomendasikan kepada konsumen.

Tabel 14: Matrik SWOT Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.

Internal 	Strenght (S) <u>Kekuatan</u> a. Merek produk yang sudah dikenal b. Umur usaha c. Produksi secara terus-menerus d. Tersedia angkutan kendaraan pribadi e. Laba (keuntungan)	Weakness (W) <u>Kelemahan</u> a. Lokasi kurang strategis b. Manajemen sederhana c. Kurangnya kegiatan promosi d. Peralatan Tradisional
Eksternal Opportunities (O) <u>Peluang</u> a. Semakin tinggi permintaan produk b. Pemasaran produk yang cukup luas c. Kebijakan pemerintah/perbankan d. Lapangan pekerjaan e. Ketersediaan bahan baku	Strategi (SO) 1. Dengan di kenalnya merek produk dapat di jadikan sebuah strategi untuk memperluas pasar. 2. Pengalaman usaha yang cukup lama dapat di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berdaya saing.	Strategi (WO) 1. Promosi dapat di gunakan sebagai upaya untuk menyebar luaskan produk/ memperluas pasar. 2. Bantuan pemerintah berupa peralatan, kebijakan yang dapat di jadikan sebagai peningkatan kualitas dari produksi keripik talas.
Threasths (T) <u>Ancaman</u> a. Kecenderungan masyarakat berbelanja di pasar yang lengkap b. Adanya pesaing	Strategi (ST) 1. Perlu upaya untuk memperbaiki kualitas produk sehingga bisa masuk ke pasar modern. 2. Memanfaatkan ketersediaan sarana transportasi untuk dimanfaatkan dalam memperluas pasar.	Strategi (WT) 1. Menjadikan pasar modern sebagai lokasi pemasaran keripik talas. 2. Perlu menjalin kerja sama pihak akademis/instansi terkait, guna mendapatkan teknologi yang tepat untuk mengolah talas.

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 14 : merupakan berbagai strategi pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok dijabarkan sebagai berikut:

Strategi (S-O)

Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut:

- a. Dengan di kenalnya merek produk dapat di jadikan sebuah strategi untuk memperluas pasar. Strategi ini bertujuan agar produsen dapat meningkatkan penjualannya atau memperluas pasar dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen.
- b. Pengalaman usaha yang cukup lama dapat di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berdaya saing. Strategi ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang berdaya saing dengan cara meningkatkan kualitas produk dengan memanfaatkan pengalaman berusaha, sehingga produk yang dihasilkan berkualitas dan dapat bersaing dengan produk lain.

Strategi (W-O)

Strategi W-O merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut :

- a. Promosi dapat di gunakan sebagai upaya untuk menyebar luaskan produk/ memperluas pasar. Strategi ini bertujuan agar usaha yang dilakukan dapat dikenal oleh kelayak ramai bukan hanya masyarakat lokal. Melalui promosi tentu akan berdampak pada peningkatan pendapatan sehingga dapat

meningkatkan modal untuk pengembangan usaha keripik talas kearah yang lebih baik.

- b. Bantuan pemerintah / kebijakan pemerintah dapat di jadikan sebagai meningkatkan kualitas manajemen produk. Strategi ini bertujuan membantu industri rumah tangga keripik talas dalam menggapai tujuan yang diinginkan, melalui bantuan berupa uang, peralatan, pelatihan, dan penyuluhan yang di adakan oleh pemerintah untuk menunjang keberhasilan industri rumah tangga.

Strategi (ST)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk mengatasi ancaman eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut

- a. Perlu upaya untuk memperbaiki kualitas produk sehingga bisa masuk ke pasar modern. Strategi ini bertujuan untuk mengajak para industri agar dapat memperbaiki kualitas produk seperti bentuk yang seragam atau sesuai dengan permintaan konsumen sehingga mampu bersaing dengan produk lain. Diharapkan agar pasar yang telah diisi tetap di pertahankan dan meraih pasar yang baru dalam peningkatan penjualan yang kualitasnya lebih baik.
- b. Memanfaatkan ketersediaan sarana transportasi untuk di manfaatkan dalam memperluas pasar. Strategi ini bertujuan agar mempermudah dalam pemasaran produk keripik talas kepada konsumen tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk transportasi.

Strategi (WT)

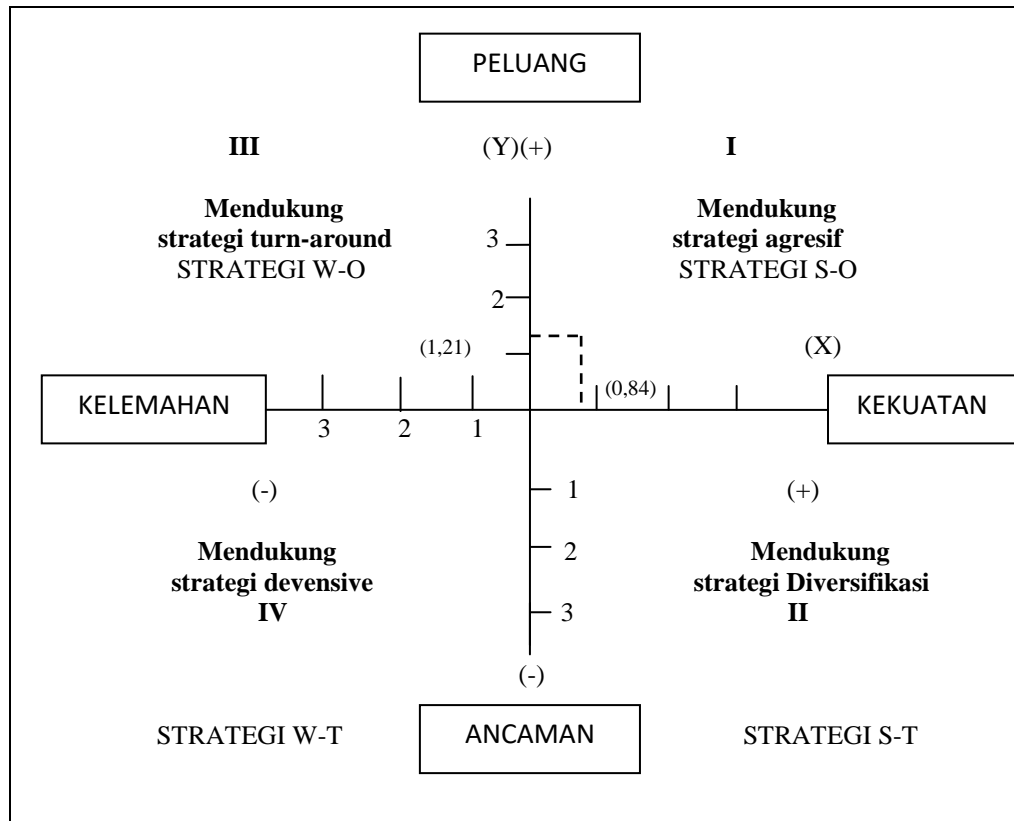
Strategi W-T merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman eksternal Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok sebagai berikut :

- a. Menjadikan pasar modern sebagai lokasi pemasaran produk Keripik Talas. Strategi ini bertujuan untuk mempermudah produsen mendistribusikan produknya kepada konsumen secara langsung tanpa perantara. Melalui pasar modern produsen dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen yang lebih luas, sehingga meningkatkan permintaan terhadap produk yang dapat meningkatkan keuntungan bagi produsen.
- b. Perlu upaya menjalin kerja sama pihak akademis/instansi terkait, guna mendapatkan teknologi yang tepat untuk mengolah talas. strategi ini bertujuan untuk mengarahkan para industri pada teknologi yang tepat guna dalam hal produksi keripik talas sehingga menghasilkan produk yang berkualitas sesuai permintaan pelanggan.

4. Penetapan Posisi dan Strategi Utama Pada Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista.

Analisis SWOT ditujukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam Usaha Rumah Tangga Keripik Talas untuk merumuskan strategi utama. Berdasarkan data faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas didapatkan skor pembobotan sebagai berikut: faktor kekuatan = 2,26 faktor kelemahan = 0,58 , faktor peluang = 2,81 dan faktor ancaman = 0,40. Dari skor pembobotan diplotkan diagram analisis SWOT dengan perhitungan faktor

kekuatan dikurangi dengan faktor kelemahan dibagi 2 (dua); faktor peluang dikurangi dengan faktor ancaman dibagi 2 (dua). Diperoleh dari perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan koordinat (0,84 ; 1,21) dapat dilihat pada gambar di bawah sebagai berikut :



Gambar 4. Posisi Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas “Khalista” Kabupaten Solok.

Berdasarkan diagram SWOT Tersebut menunjukkan bahwa posisi strategi pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas “Khalista” Kabupaten Solok berada pada kuadran I. Kuadran ini menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan untuk mengembangkan Usaha Industri Rumh Tangga “Khalista” karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dalam kondisi ini maka strategi yang diterapkan dalam pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga “Khalista” adalah

mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*), sehingga diharapkan Industri Khalista tersebut dapat berkembang. Strategi ini dapat ditempuh melalui 3 (tiga) strategi pula yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk.

1. Strategi Penetrasi Pasar : usaha untuk meningkatkan penjualan hasil produk melalui pemasaran yang lebih agresif yaitu sebagai berikut :
 - a. Mendorong langganannya untuk memperbesar tingkat pembeliannya dengan meningkatkan frekuensi produk keripik talas.
 - b. Memperbesar usaha untuk menarik para pembeli produk pesaing. Serta menawarkan harga keripik talas yang lebih menarik, promosi yang lebih kuat, dan jaringan distribusi yang lebih luas keluar provinsi sumatera.
2. Strategi Pengembangan Pasar : usaha untuk meningkatkan hasil penjualan dengan menempatkan hasil produknya kedalam pasar yang baru, sebagai berikut :
 - a. Memperluas pasar yang sifatnya regional, dan nasional maupun internasional.
 - b. Menarik segmen pasar yang baru, melalui pengembangan hasil produksi keripik talas dengan versi yang berdaya saing.
3. Strategi Pengembangan Produk : usaha untuk meningkatkan penjualan dengan mengembangkan produk baru atau yang diperbaiki untuk pasar saat ini, sebagai berikut :
 - a. Pengembangan penampilan atau isi produk keripik talas dengan menyesuaikan, mengubah seperlunya, mengganti, merancang kembali.

- b. Menciptakan produk keripik talas dengan cita rasa yang khas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produsen Khalista perlu memperbaiki Produk Keripik Talas yang dihasilkan sesuai kriteria yang diminta oleh pelanggan lama maupun baru, serta memperbesar dan memperluas Usaha Keripik Talas untuk menarik segmen pasar yang baru dengan pengembangan hasil produk melalui penggunaan bahan baku talas yang berkualitas sehingga mampu menghasilkan Keripik Talas yang berdaya saing. Sehubungan dengan itu, produsen Khalista perlu memperluas pasar dan jaringan distribusi yang lebih luas dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait, seperti pemerintah, petani talas, Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD), balai Penyuluhan Pertanian (BPP), dan pelanggan keripik talas.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista telah berlangsung pada tahun 2015 sampai sekarang. Hal ini menunjukkan bahwa produsen telah cukup lama dalam menjalankan usahanya, sehingga mereka memiliki cukup pengalaman dalam memproduksi keripik talas.
2. Berdasarkan hasil analisis usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok didapat penerimaan sebesar Rp. 479.500.000, dan keuntungan sebesar Rp. 289.274.900,- per tahun dengan angka indeks *B/C Ratio* sebesar 1,52 pada tahun 2021.
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi usaha industri rumah tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok berada pada kuadran I dengan koordinat (0,84 ; 1,21), yaitu strategi S-O (Strategi Agresif) : Strategi yang menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yaitu, dengan di kenalnya merek produk dapat di jadikan sebuah strategi untuk memperluas pasar. Pengalaman usaha yang cukup lama dapat di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berdaya saing.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan hasil penelitian ini, maka peneliti menyarankan antara lain: (1) Untuk usaha industri rumah tangga, mengingat usaha industri rumah tangga cukup menguntungkan, maka

disarankan untuk dapat mengembangkan usaha industri rumah tangganya dengan skala yang lebih besar dengan sistem pengelolaan yang lebih baik, serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak guna meningkatkan peluang pasar, (2) Bagi siswa dan mahasiswa, yaitu diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan tentang usaha industri rumah tangga, (3) Bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai referensi untuk penelitian dibidang usaha industri rumah tangga, disarankan untuk mengkaji tentang usaha industri rumah tangga lebih dalam lagi.

RINGKASAN

Sektor industri merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian mengingat sektor ini memberikan kontribusi yang besar terhadap sumber pendapatan dan juga mempunyai peranan yang strategis dalam menggerakkan usaha dan terciptanya lapangan kerja (Zenda dan Suparno, 2017). Sektor industri pengolahan merupakan salah satu sektor yang sangat berpengaruh dalam memantapkan perekonomian di Indonesia. Keberadaan sektor industri pengolahan merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Pengolahan umbi talas oleh masyarakat dibuat menjadi makanan-makanan tradisional dan memiliki masa penyimpanan yang relatif singkat, di Kabupaten Solok tepatnya di Tanah Sirah Koto Anau, tanaman talas mudah dijumpai hampir karena dibudidayakan petani, sehingga menghasilkan produksi yang berlimpah. Namun dalam pengolahan umbi talas belum dioptimalkan sehingga perlu adanya pengolahan lebih lanjut mengenai umbi talas. Salah satu pengolahan hasil pertanian dari umbi talas yang memiliki masa penyimpanan yang relatif lama adalah produk olahan keripik, yang renyah, dan gurih.

Menurut survei lapangan, adapun industri pengolahan umbi talas di daerah penelitian yaitu di Tanah Sirah Koto Anau, Kecamatan Lembang Jaya, Kabupaten Solok, keripik talas yang di kelola oleh Usaha Rumah Tangga Khalista. Khalista merupakan industri keripik talas yang masih menggunakan cara tradisional dalam tahap prosesnya, walaupun demikian penjualannya sangat baik di pasaran bahkan pembeli atau konsumennya berasal dari berbagai daerah salah satunya konsumen

dari luar daerah. Usaha ini telah dimulai sejak tahun 2015 dan terus berjalan sampai saat sekarang ini.

Berdasarkan dengan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Produksi Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok” dengan rumusan masalah yaitu : Pertama bagaimana Profil Usaha Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten solok, bagaimana keuntungan produksi Keripik Talas pada usaha rumah tangga Khalista, bagaimana strategi yang di lakukan industri rumah tangga Keripik Talas dalam pengembangan usahanya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus , yaitu pada Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Penelitian dan pengolahan data dilakukan selama 2 bulan, terhitung mulai tanggal 22 february sampai 22 April 2022.

Tujuan pertama, untuk mengetahui Profil Usaha Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten solok. Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista telah berlangsung dari tahun 2015 sampai sekarang. Hal ini menunjukkan bahwa produsen telah cukup lama dalam menjalankan usahanya, sehingga mereka memiliki cukup pengalaman dalam memproduksi Keripik Talas. Modal awal yang dikeluarkan oleh Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista sebesar Rp. 5.000.000,- dan berkembang sampai sekarang.

Tujuan kedua, untuk mengetahui keuntungan produksi keripik talas pada Usaha Rumah Tangga Khalista. Berdasarkan hasil analisis Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Tanah Sirah Nagari Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok mendapatkan keuntungan Keripik Talas sebesar Rp 289.274.900,-. Sementara itu, jika dilihat dari kelayakan usaha yang lebih besar dari angka indeks B/C Ratio yaitu senilai 1,52 per tahun. Dengan demikian Usaha Industri Rumah Tangga Keripik Talas Khalista layak untuk dikembangkan dalam skala besar di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok.

Tujuan ketiga untuk mengetahui strategi yang dilakukan Industri Rumah tangga Keripik Talas dalam pengembangan usahanya dilakukan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi-strategi pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Khalista adalah : Strategi Agresif S-O ; Dengan di kenalnya merek produk dapat di jadikan sebuah strategi untuk memperluas pasar, Pengalaman usaha yang cukup lama dapat di jadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berdaya saing. Strategi W-O ; Promosi dapat di gunakan sebagai upaya untuk menyebar luaskan produk atau memperluas pasar, bantuan pemerintah /kebijakan pemerintah dapat di jadikan sebagai meningkatkan kualitas manajemen produk. Strategi S-T ; Perlu upaya untuk memperbaiki kualitas produk sehingga bisa masuk ke pasar modern, memanfaatkan ketersediaan sarana transportasi untuk di manfaatkan dalam memperluas pasar dan mencari bahan baku. Strategi W-T; Menjadikan pasar modern sebagai lokasi pemasaran produk Keripik Talas, perlu upaya menjalin kerja sama dengan pihak Akademis/Instansi terkait guna mendapatkan teknologi yang tepat untuk mengolah umbi talas.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 1(3), 210812.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29-39.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok, 2021. Kecamatan Lembang Jaya dalam Angka. BPS Kab. Solok.
- Ferdian, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Usaha Tani Padi Ladang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Padi Ladang Di Kecamatan Ketapang Kabupaten Lampung Selatan) (*UIN Raden Intan Lampung, Doctoral dissertation*).
- Kemala, N., & Wulandari, S. A. (2017). Dampak Kemasan terhadap Kuantitas Penjualan Produk USAha Agroindustri CV. Tuli Mario di Tangkit Baru Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(1), 1-7.
- Khairinnisa, K., Dirlanudin, D., & Budiati, A. (2018). Strategi Dinas Tenaga Kerja Kota Cilegon Dalam Pengawasan Tenaga Kerja Asing Di Kota Cilegon Provinsi Banten (*Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Doctoral Dissertation*).
- Mustika, Y. N. (2014). Analisis Permintaan Kredit Modal Kerja Usaha Kecil Di Koperasi Serba Usaha Gandok Sragen (*Universitas Muhammadiyah Surakarta, Doctoral dissertation*).
- Naufal, A. (2019). Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Tani Rumput Laut Di Desa Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat (*University of Muhammadiyah Malang, Doctoral dissertation*).
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Nuraidah M, A. I. D. A. (2020). Usulan Strategi Pemasaran Perumahan Menggunakan Analisis Sswot Dan Matriks Qspm (Studi Kasus: Perumahan Green Hill, Pasir Putih) (*Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, Doctoral dissertation*).
- Putra, I. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Air Mata Ebhu Di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan (*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Doctoral dissertation*).

- Prastiwi, S. (2016). Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Dalm Mengembangkan Potensi Objek Wisata Edukasi Little Teksas Wonocolo. *Publika*, 4(11).
- Putra, A. (2018). Perancangan Kemasan Canggoreng Sa'ma Polewali Mandar (*Universitas Negeri Makassar, Doctoral dissertation*).
- Ridwan, M., & Hatuwe, M. (2017). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform*, 2(2), 187-199.
- Rusdiana, S. (2014). Analisis Pendapatan USAha Pertanian dan Peternakan Kerbau di Lombok, Nusa Tenggara Barat. *Journal of Agriculture, Resource and Environmental Economics*, 1(2), 56-67.
- Sajari, I. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Pada UD. Mawar di Gampong Batee Ie Liek Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 1(1), 210819.
- Silalahi, S. P. (2013). Pengaruh etika, kompetensi, pengalaman audit dan situasi audit terhadap skeptisme profesional auditor. *Jurnal Ekonomi*, 21(03).
- Sulaeni, S., & Wibowo, A. S. (2018). Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah Dikawasan Agropolitan Kabupaten Serang. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(2), 141-151.
- Zamzany, F. R., Setiawan, E., & Azizah, E. N. (2018). Reaksi sinyal keuangan terhadap harga saham sektor pertanian di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 133-140.
- Zenda, R. H. (2017). Peranan Sektor Industri Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Surabaya. *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(01).

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

A. Identitas Key Informan

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Jumlah Tanggungan :

B. Keadaan usaha Keripik Ubi Talas Khalista

KEKUATAN (*STRENGTH*)

- Pengalaman dalam berusaha
- 1. Sejak tahun berapa bapak/ibu/saudara/i memulai usaha keripik talas ini ?
- 2. Apakah usaha keripik talas ini sebagai pekerjaan utama ?
- Produksi secara kontinu
- 4. Apakah saudara/i memproduksi keripik talas secara terus menerus ?
- 5. Apa alasan saudara/i memproduksi keripik talas secara terus-menerus?
- Ketersedian angkutan kendaraan pribadi
- 6. Apakah saudara/i memiliki kendaraan pribadi untuk memasarkan produk? Ya/Tidak
- 7. Apakah kendaran pribadi saudara/i memudahkan untu memasarkan produk ? Ya/Tidak

KELEMAHAN (*WEAKNESS*)

- Keterbatasan dalam pembukuan
- 8. Apakah dalam menjalankan usaha keripik talas saudara/i menggunakan pembukuan ? Ya/Tidak
- 9. Menurut bapak/ibu/saudara/i apakah pembukuan dalam suatu usaha itu merupakan hal yang penting ? Ya/Tidak
- Penggunaan alat produksi yang masih sederhana
- 10. Apakah dalam melakukan produksi keripik talas masih menggunakan cara yang tradisional ? Ya/Tidak

- Lokasi kurang strategis
- 11. Apa alasan bapak/ibu/saudara/i memilih lokasi disini ?.....
- 12. Apakah menurut saudara lokasi usaha keripik talas ini strategis ?
- Kegiatan promosi produk tidak ada
- 13. Apakah dalam penjualan produk keripik talas ini melakukan promosi ?
- 14. Menurut saudara/i apakah kegiatan promosi penting untuk dilakukan ?

PELUANG (*OPPORTUNITIES*)

- Dukungan kebijakan pemerintah dan Perbankan
- 15. Apakah ada bantuan dari lembaga/pihak pemerintah untuk mengembangkan/memperluas usaha yang saudara/i lakukan sekarang?
- 16. Menurut saudara/i apakah bantuan dari lembaga ataupun pihak pemerintah mempengaruhi peningkatan usaha yang sedang dijalankan ?
- Semakin tinggi permintaan produk
- 17. Apakah permintaan produk keripik talas di dalam usaha bapak/ibu/saudara/i mengalami peningkatan ? Ya/Tidak
- 18. Apakah saudara/i mampu mencukupi permintaan konsumen ?.....
- Peluang pasar yang cukup tinggi
- 19. Kemana saja produk keripik talas ini dipasarkan/dijual ?
- 20. Bagaimana peluang pasar yang saudara/i hadapi dalam usaha ini ?
- Ketersediaan bahan baku
- 21. Darimanakah bahan baku dalam pembuatan keripik Talas bapak/ibu/saudara/i peroleh/didapatkan ?
- 22. Apakah bahan baku yang digunakan mudah didapatkan ? Ya/Tidak
- 23. Apakah perolehan bahan baku saudara/i memiliki sistem kerja sama ?

ANCAMAN (*THREATS*)

- Adanya pesaing
- 24. Berapakah jumlah pengusaha/pesaing yang terdapat di Tanah Sirah Koto Anau Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok ?
- 25. Menurut saudara/i apakah ada kemungkinan munculnya pesaing baru ?
- 26. Apakah datangnya pesaing baru merupakan ancaman usaha?.....
- Perubahan iklim dan cuaca
- 27. Apa saja halangan dalam menjalankan pembuatan keripik talas ini?

QUISIONER PETANI

Identitas Petani Sampel

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Jumlah Tanggungan :

1. Berapakah luas lahan talas bapak/ibu/saudara/i usahakan ? Jawab : Ha
2. Bagaimana status kepemilikan lahan yang bapak/ibu/saudara/i usahakan ?.....
3. Bagaimana bapak/ibu/saudara/i melakukan persiapan bibit ?.....
4. Apasaja yang bapak/ibu/saudara/i lakukan selama proses pertumbuhan talas ?
5. Apakah bapak/ibu/saudara/i tahu ciri-ciri tanaman talas yang sudah siap untuk dipanen?
6. Berapa kali bapak/ibu/saudara/i panen talas dalam 1 tahun ?
7. Berapa jumlah produksi talas yang bapak/ibu/saudara/i lakukan dalam satu kali panen ?.....
8. Kemana saja hasil produksi talas bapak/ibu/saudara/i pasarkan ?.....
9. Berapa banyak produksi talas yang bapak/ibu/saudara/i jual ke Khalista ?.....
10. Berapa harga yang ditawarkan kepada bapak/ibu/saudara/i jika produksi talas jika dijual ke Khalista?
11. Khulitas talas seperti apa yang jual ke khalista ?.....
12. Berapakah harga talas yang bapak usakan setiap kilogram nya?.....
13. Apakah semua talas yang di panen selalu habis di pasarkan ? Ya/Tidak

Lampiran 2. Data Produksi atau Penjualan Keripik Talas (Februari 2021)

No	Bulan	Produksi/Kg	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	Februari	490	50.000	24.500.000
2	Maret	805	50.000	40.250.000
3	April	1050	50.000	52.500.000
4	Mai	560	50.000	28.000.000
5	Juni	630	50.000	31.500.000
6	Juli	1015	50.000	50.750.000
7	Agus	420	50.000	21.000.000
8	September	945	50.000	47.250.000
9	Oktober	875	50.000	43.750.000
10	November	735	50.000	36.750.000
11	Desember	980	50.000	49.000.000
12	Januari	1085	50.000	54.250.000
Jumlah		9.590	600.000	479.500.000
Rata-Rata		799	50.000	39.958.333

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 3. Biaya Bahan dan Upah Tenaga Kerja

NO	Bulan	Bahan Baku (Kg/Rp)	Upah tenaga kerja (Rp)
1	Februari	8.197.000	3.400.000
2	Maret	11.823.000	3.400.000
3	April	14.760.000	4.080.000
4	Mai	9.002.000	3.400.000
5	Juni	9.807.000	3.400.000
6	Juli	14.305.000	4.080.000
7	Agus	11.368.000	3.400.000
8	September	13.345.000	4.080.000
9	Oktober	12.590.000	4.080.000
10	November	10.863.000	3.400.000
11	Desember	13.850.000	4.080.000
12	Januari	15.215.000	4.080.000
Total		145.125.000	44.880.000
Rata-Rata		12.093.750	3.740.000

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 4. Biaya Penyusutan Alat

No	Nama Alat	Harga Baru (Rp)	Harga Sisa (Rp)	Jumlah alat	Lama Pemakaian	Satuan	Total
1	Lampu Uplik	15.000	2.000	4	10	1.300	5.200
2	Saringan Minyak	50.000	10.000	2	10	4.000	8.000
3	Keranjang Saringan	20.000	10.000	5	10	1.000	5.000
4	Pengupas Ubi	15.000	5.000	4	5	2.000	8.000
5	Pengiris Ubi	150.000	50.000	4	10	10.000	40.000
6	Timbangan Kecil	60.000	20.000	1	10	4.000	4.000
7	Kuali Besar	350.000	100.000	1	10	25.000	25.000
8	Kompor Gas	700.000	150.000	1	10	55.000	55.000
9	Baskom	25.000	5.000	2	8	2.500	5.000
10	Ember Plastik Besar	75.000	20.000	5	10	5.500	27.500
11	Pisau	15.000	3.000	2	10	1.200	3.500
12	Jepitan	20.000	5.000	1	10	1.500	2.400
13	Sendok goreng	50.000		1	10	3.500	1.500
						116.500	190.100

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 5. Biaya Tetap dan Biaya Variabel

No	Uraian	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Total
1	Tenaga Kerja	-	44.880.000	-
2	Penyusutan Alat	190.100	-	-
3	Bahan Produksi	-	145.125.000	-
4	Pajak	-	30.000	-
Jumlah		190.100	190.035.000	190.225.100

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 6. Penerimaan, Biaya Total, Keuntungan, dan B/C Ratio

No	Uraian	Jumlah
1	Penerimaan (A)	479.500.000
2	Biaya Variabel (B)	190.035.000
3	Biaya Tetap (C)	190.100
4	Biaya Total (D=B+C)	190.225.100
5	Keuntungan (E=A-D)	289.274.900
6	B/C Ratio (E/D)	1,52

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 7: Kategori Pengukuran dan Persentase Faktor-faktor Lingkungan Internal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2021

Merek Produk Yang Sudah Dikenal					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Secara Lokal	Kurang Baik	1		
2.	Dalam Kota	Agak Baik	2		
3.	Dalam Provinsi	Baik	3	3	
4.	Secara Nasional	Sangat Baik	4		
Jumlah				3	100

Umur Usaha					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	≤ 1 tahun	Kurang baik	1		
2.	1-5 tahun	Agak baik	2		
3.	5-10 tahun	Baik	3	3	
4.	≥ 10 tahun	Sangat baik	4		
Jumlah				3	100

Produksi Secara Terus-Menerus					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	1-2 kali dalam 1 minggu	Kurang baik	1		
2.	3-4 kali dalam 1 minggu	Agak baik	2		
3.	5-6 kali dalam 1 minggu	Baik	3		
4.	7 kali dalam 1 minggu	Sangat baik	4	4	
Jumlah				4	100

Tersedianya Angkutan Kendaraan Pribadi					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Becak	Kurang baik	1		
2.	Sepeda	Agak baik	2		
3.	Motor	Baik	3	3	
4.	Mobil	Sangat baik	4		
Jumlah				3	100

Laba (Keuntungan)					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Tidak Menguntungkan	Kurang baik	1		
2.	Kurang Menguntungkan	Agak baik	2		
3.	Cukup Menguntungkan	Baik	3	3	
4.	Sangat Menguntungkan	Sangat baik	4		
Jumlah				3	100

Lokasi Kurang Strategis					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	≥ 10 km	Sangat buruk	1		
2.	6 km-9	Buruk	2	2	
3.	2-5 km	Agak buruk	3		
4.	≤ 1km	Kurang buruk	4		
Jumlah				2	100

Manajemen Sederhana					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Tanpa adanya manajemen	Sangat buruk	1		
2.	Manajemen keluarga	Buruk	2	2	
3.	Manajemen sederhana	Agak buruk	3		
4.	Modern	Kurang buruk	4		
Jumlah				2	100

Tidak Menggunakan Promosi					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Tidak ada promosi	Sangat buruk	1	1	
2.	Promosi melalui media cetak	Buruk	2		
3.	Promosi melalui elektronik	Agak buruk	3		
4.	Menggunakan alat media cetak dan elektronik	Kurang buruk	4		
Jumlah				1	100

Peralatan Sederhana					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Tanpa adanya peralatan	Sangat buruk	1		
2.	Peralatan tradisional	Buruk	2	2	
3.	Peralatan semi modern	Agak buruk	3		
4.	Modern	Kurang buruk	4		
Jumlah				2	100

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 8 : Kategori Pengukuran dan Persentase Faktor-faktor Lingkungan Eksternal Usaha Rumah Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok Tahun 2021

Permintaan produk					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	≤ 25	Kurang baik	1		
2.	25-50	Agak baik	2		
3.	50-100	Baik	3	3	
4.	≥ 100	Sangat baik	4		
Jumlah				3	100

Pemasaran Produk Yang Cukup Luas					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Lokal	Kurang baik	1		
2.	Kota	Agak baik	2		
3.	Provinsi	Baik	3	3	
4.	Secara nasional	Sangat baik	4		
Jumlah				3	100

Kebijakan pemerintah/Perbankan					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Hanya penyuluhan	Kurang baik	1		
2.	Adanya pelatihan	Agak baik	2		
3.	Adanya pembinaan	Baik	3		
4.	Adanya bantuan permodalan	Sangat baik	4	4	
Jumlah				4	100

Lapangan Pekerjaan					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Hanya untuk anggota keluarga	Kurang baik	1		
2.	Hanya untuk masyarakat sekitar	Agak baik	2		
3.	Setingkat kota (masyarakat kota solok)	Baik	3	3	
4.	Memberikan kesempatan kerja secara nasional	Sangat baik	4		
Jumlah				3	100

Ketersediaan Bahan Baku					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Provinsi	Sangat buruk	1		
2.	Kota	Buruk	2		
3.	Kabupaten tetangga sekitar	Agak buruk	3		
4.	Lokal	Kurang buruk	4	4	
Jumlah				4	100

Berbelanja di Pasar Yang Lengkap					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Pasar modern tersedia	Sangat buruk	1		
2.	Adanya di pusat kota	Buruk	2	2	
3.	Adanya minimarket	Agak buruk	3		
4.	Adanya toserba	Kurang buruk	4		
Jumlah				2	100

Adanya Pesaing					
NO	Kategori (tahun)	Kriteria	Skala	Nilai	%
1.	Pesaing lokal	Sangat buruk	1		
2.	Dalam kota	Buruk	2	2	
3.	Dalam provinsi	Agak buruk	3		
4.	Tidak adanya pesaing local	Kurang buruk	4		
Jumlah				2	100

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

**Lampiran 9 : Perhitungan Nilai Bobot dan Rating SWOT Usaha Rumah
Tangga Keripik Talas Khalista di Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten
Solok Tahun 2021**

Aspek (S/W)	Total XI	Bobot	Rating	Skor
S1	3	0,13	3	0,39
S2	3	0,13	3	0,39
S3	4	0,17	4	0,70
S4	3	0,13	3	0,39
S5	3	0,13	3	0,39
W1	2	0,09	2	0,18
W2	2	0,09	2	0,18
W3	1	0,04	1	0,04
W4	2	0,09	2	0,18
Jumlah	23	1,00	23	2,84

Aspek (O/T)	Total XI	Bobot	Ranting	Skor
O1	3	0,14	3	0,43
O2	3	0,14	3	0,43
O3	4	0,19	4	0,76
O4	3	0,14	3	0,43
O5	4	0,19	4	0,76
T1	2	0,10	2	0,20
T2	2	0,10	2	0,20
Jumlah	21	1,00	21	3,21

Sumber : Diolah Dari Hasil Penelitian 2022

Lampiran 10 : Dokumentasi**Bahan Baku Talas****Bahan Dikupas****Pengirisan****Penggorengan****Pembumbuan****Alat Pengiris**



Timbangan Kecil



Penggorengan



Alat Pengupas



Alat Perekat



Pekingan Keripik



Keripik kiloan

