

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERIPIK TEMPE DI DESA  
KARANGTENGAH PRANDON KECAMATAN NGAWI KABUPATEN  
NGAWI**

**Nadhia Hayyu Hemasdika, Nuning Setyowati, Setyowati**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta  
Jl. Ir. Sutami No. 36 A, Ketingan, Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457  
E-mail: *nadh.dhea@gmail.com*. Telp. 085749065018

**Abstract:** This research aims to identify internal and external factors, formulate alternative development strategies, and formulate strategies priority that can be applied to development of Industry Tempeh Chips in Karangtengah Prandon Village Ngawi Subdistrict Ngawi Regency. The method of this research is descriptive. The results of the research show that the alternative strategies that can be applied in developing tempeh chips industry in Karangtengah Prandon Village, Ngawi are: (1) improve financial management (2) improve packaging to enhance consumer appeal (3) increase product variation in terms of taste, and (4) expand marketing network by utilizing information and communication technology online. The result of QSPM matrix shows that the priority of strategy that can be applied in developing tempeh chips industry in Karangtengah Prandon Village, Ngawi is expand marketing network by utilizing information and communication technology online with total value of attractiveness score (TAS) amounted to 6,186.

**Keywords:** Industry Tempeh Chips, Ngawi, Development Strategy, SWOT, QSPM

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, merumuskan alternatif strategi pengembangan, dan merumuskan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Metode penelitian ini adalah deskriptif. Hasil penelitian diketahui bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon, Ngawi yaitu: (1) memperbaiki manajemen keuangan (2) memperbaiki kemasan untuk meningkatkan daya tarik konsumen (3) meningkatkan variasi produk dari segi rasa, dan (4) memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi *online*. Hasil matriks QSPM menunjukkan bahwa prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon, Ngawi yaitu memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi *online* dengan total nilai daya tarik strategi (TAS) sebesar 6,186.

**Kata kunci:** Industri Keripik Tempe, Ngawi, Strategi Pengembangan, SWOT, QSPM

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 57.895.721 juta unit di tahun 2013 (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2016). Menurut Supriyanto (2006) usaha kecil dan informal (usaha yang tidak berbadan hukum atau belum memiliki izin usaha) tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Keunggulan sektor ini antara lain kemampuan menyerap tenaga kerja dan usahanya relatif bersifat fleksibel

Menurut Soleh (2003) pengembangan industri pengolahan pangan didukung oleh sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal maupun impor. Pengolahan kedelai yang awalnya berupa tempe sayur berkembang menjadi keripik tempe. Keripik tempe adalah salah satu jenis olahan makanan dari bahan baku tempe kedelai yang digoreng tipis dan dicampur dengan bumbu rempah serta adonan tepung. Salah satu kota penghasil keripik tempe di Indonesia adalah Ngawi.

Industri ini menjadi salah satu jenis industri pengolahan pangan yang dapat memberikan nilai tambah suatu produk karena produk yang berupa tempe sayur masa kadaluarsanya tidak lama, maka muncullah keripik tempe yang masa kadaluarsanya lebih lama. Industri keripik tempe ini

juga besar peranannya bagi Kabupaten Ngawi terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan yaitu menyerap tenaga kerja dengan jumlah 3621 orang dari 1171 pengusaha (BPS Kabupaten Ngawi, 2016).

Industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon masih dihadapkan pada permasalahan keterbatasan dalam hal pemasaran, kurangnya modal ataupun bantuan, dan kurangnya promosi. Kendala dalam hal pemasaran dikarenakan rata-rata pengusaha keripik tempe memasarkan produknya melalui perantara atau dijual ke pengepul guna mendapatkan kepastian produksi dan modal yang dikeluarkan bisa cepat kembali. Lokasi industri keripik tempe yang mengelompok di satu desa dapat menyebabkan ketidakmerataan bantuan ataupun modal karena keterbatasan dana. Kurangnya promosi terlihat dari mayoritas pengusaha keripik tempe menjual produk di lingkup lokal. Mempertahankan dan mengembangkan produk unggulan Kabupaten Ngawi yaitu keripik tempe itulah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi

Tujuan penelitian ini adalah: mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, merumuskan alternatif strategi, merumuskan prioritas strategi apa yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Dasar Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung oleh analisis data kuantitatif yaitu dengan mengkuantitatifkan data kualitatif melalui pemberian skor (Irianto dan Mardikanto, 2010). Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif (Nazir, 2003).

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) berdasarkan kesesuaian karakteristik yang dimiliki calon sampel atau responden dengan kriteria tertentu yang ditetapkan atau dikehendaki oleh peneliti, sesuai dengan penelitiannya (Irianto dan Mardikanto, 2010). Penelitian ini dilaksanakan di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi dengan pertimbangan bahwa di desa tersebut merupakan sentra industri keripik tempe terbesar di Ngawi.

### **Metode Penentuan Sampel**

#### **1) Penentuan Faktor-Faktor Kunci Strategis**

Informan kunci dipilih menggunakan metode *purposive* dengan wawancara secara mendalam (*indepth interview*). Memilih informan kunci dengan pertimbangan yang paling mengetahui tentang industri keripik tempe, berpengalaman, dan mengetahui kondisi sekitar, sehingga memudahkan peneliti menjelajahi dan menggali informasi yang dibutuhkan. Informan kunci yang dipilih

dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Ibu Endang pemilik keripik tempe “TRIAD 99” sebagai pengusaha keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.
  - b) Ibu Sri Wiyanti, A.P., M.Si sebagai Kepala Bidang Perindustrian Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Tenaga Kerja Ngawi.
  - c) Bapak Prabowo pemilik keripik tempe “Prabowo” sebagai pengusaha keripik tempe pesaing di Ngawi.
  - d) Konsumen keripik tempe Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.
  - e) Bapak Rustamaji sebagai *supplier* kacang kedelai (bahan baku keripik tempe) di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.
- 2) Penentuan Bobot dalam QSPM
- a) Ibu Endang pemilik keripik tempe “TRIAD 99” sebagai pengusaha keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.
  - b) Ibu Sri Wiyanti, A.P., M.Si sebagai Kepala Bidang Perindustrian Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Tenaga Kerja Ngawi.
- 3) Penentuan Nilai Daya Tarik (AS) dalam QSPM
- a) Ibu Endang pemilik keripik tempe “TRIAD 99” sebagai pengusaha keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon

- b) Kecamatan Ngawi  
Kabupaten Ngawi.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh dari wawancara langsung dengan responden pengusaha keripik tempe dan pihak-pihak yang terkait. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara mencatat laporan dari instansi-instansi ataupun lembaga-lembaga yang berhubungan dengan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan pencatatan. Observasi adalah teknik pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti. Wawancara adalah teknik pengambilan data dengan cara bertanya langsung kepada responden untuk memperoleh informasi dari sumber yang diwawancarai menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pencatatan adalah mencatat hasil wawancara dengan responden dan data yang ada pada instansi pemerintah atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

### **Metode Analisis Data**

- 1) Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam

mengembangkan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan industri. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (David, 2011).

- 2) Alternatif Strategi

Analisis Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Analisis SWOT digambarkan ke dalam Matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan-peluang (*S-O strategies*), strategi kelemahan-peluang (*W-O strategies*), strategi kekuatan-ancaman (*S-T strategies*), dan strategi kelemahan-ancaman (*W-T strategies*) (Rangkuti, 2001).

- 3) Prioritas Strategi

Analisis Matriks QSP digunakan untuk menentukan prioritas strategi dalam pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Matriks QSP digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan lingkungan eksternal dan internal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSP

merupakan strategi yang paling baik (David, 2011).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kondisi Umum Lokasi Penelitian**

Desa Karangtengah Prandon merupakan salah satu desa di Kecamatan Ngawi yang memiliki wilayah seluas 6,44 km<sup>2</sup>. Desa Karangtengah Prandon terdiri dari 8 dusun, 12 RW (Rukun Warga), dan 36 RT (Rukun Tetangga). Jarak desa ke ibukota kecamatan yaitu 5,2 km dan jarak desa ke ibukota kabupaten yaitu 6,7 km. Batas wilayah Desa Karangtengah Prandon adalah sebelah utara yaitu Desa Kerek dan Desa Banyu Urip, sebelah timur yaitu Kecamatan Kasreman, sebelah selatan yaitu Desa Kartoharjo, sebelah barat yaitu Desa Ngawi dan Desa Karangasri.

Di Desa Karangtengah Prandon terdapat industri keripik tempe. Lokasi industri keripik tempe ini

terbentuk karena faktor usaha turun-temurun. Selain karena faktor keturunan, industri ini juga didasarkan atas pertimbangan faktor geografis seperti tersedianya air tanah yang kualitasnya baik di Desa Karangtengah Prandon. Kualitas air akan mempengaruhi hasil keripik tempe yang diproduksi, apabila airnya bersih maka tempennya tidak asam dan tidak cepat busuk. Adapun faktor geografis lain yang mempengaruhi berdirinya industri ini seperti bahan baku, tenaga kerja, dan sarana transportasi (kondisi jalan desa).

### **Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal**

Adapun hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon sebagai berikut:

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal dalam Pengembangan Industri Keripik Tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Kondisi Keuangan	-	-Lemahnya permodalan
Sumber Daya Manusia	-Tenaga kerja mencukupi	-
Pemasaran	-Sarana transportasi pemasaran yang dimiliki pengusaha keripik tempe mendukung	-Kuranginya promosi
Produksi	-Kontinuitas produksi yang berjalan sesuai dengan permintaan konsumen -Kualitas produk yang baik -Teknologi produksi yang cukup baik	-Desain dan kualitas kemasan produk yang kurang baik -Kuranginya variasi produk -Harga jual antar pengusaha bervariasi
Manajemen	-Tenaga kerja terpercaya	-Belum mampu mengelola keuangan dengan baik

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal dalam Pengembangan Industri Keripik Tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
Kondisi	-	-Kenaikan harga bahan baku
Perekonomian	-	-
Sosial Budaya	-Diversifikasi produk olahan berbahan dasar tempe -Keripik tempe sebagai makanan khas daerah (oleh-oleh) dari Ngawi -Limbah yang bermanfaat untuk usaha ternak	-
Politik dan Hukum	-Perhatian Pemerintah Daerah terhadap industri keripik tempe -Adanya hubungan kerjasama dengan pihak swasta dan Perguruan Tinggi	-Belum meratanya bimbingan teknis dan pengawasan dari pemerintah
Teknologi	-Masih terbukanya peluang pasar <i>online</i> dan <i>offline</i>	-Banyaknya pesaing yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi <i>online</i>
Persaingan	-Terbentuknya asosiasi pengusaha keripik tempe	-Adanya produk sejenis dari daerah lain
<i>Supplier</i>	-Ketersediaan bahan baku yang mencukupi -Hubungan kerjasama yang baik dengan <i>supplier</i>	-

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

### **Identifikasi Faktor Kekuatan**

Identifikasi faktor kekuatan meliputi: (1) Tenaga kerja mencukupi. Tenaga kerja yang dimiliki oleh pengusaha keripik tempe telah memadai dan sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. (2) Sarana transportasi pemasaran yang dimiliki pengusaha keripik tempe mendukung. Sarana transportasi tersebut berupa sepeda motor. Pengusaha memiliki sarana transportasi yang mendukung keberlangsungan usaha dalam memasarkan produknya baik dalam lingkup lokal maupun regional. (3) Kontinuitas produksi yang berjalan sesuai dengan permintaan konsumen.

Keberlangsungan kegiatan produksi didukung oleh ketersediaan bahan baku yang selalu ada sehingga pengusaha selalu mempunyai stok untuk hari-hari berikutnya. (4) Kualitas produk yang baik. Rasanya yang enak dan gurih terbukti dari pendapat para konsumen yang telah mengkonsumsi keripik tempe tersebut. Bahan baku berkualitas seperti penggunaan kacang kedelai impor dari Amerika, tepung beras yang konsisten, minyak goreng kemasan bermerk. Resep dan racikan bumbu rahasia yang dimiliki setiap pengusaha menjadi ciri khas dan kekuatan tersendiri. (5) Teknologi produksi yang cukup baik.

Ketersediaan alat produksi yang sudah cukup baik meskipun masih sederhana dan tradisional. (6) Tenaga kerja terpercaya. Tenaga kerja yang sudah terampil, profesional, dan handal serta bekerja sama dalam kurun waktu yang lama menyebabkan timbulnya kepercayaan. Tenaga kerja yang telah dipercaya sesuai dengan penempatan bagian kerja.

#### **Identifikasi Faktor Kelemahan**

Identifikasi faktor kelemahan meliputi: (1) Lemahnya permodalan. Pengusaha keripik tempe menggunakan modal sendiri pada awalnya. Modal tersebut berasal dari usaha yang turun-temurun yang artinya tidak meminjam modal dari pihak lain. Akan tetapi, modal yang terbatas menyebabkan beberapa pengusaha keripik tempe melakukan pinjaman modal. (2) Kurangnya promosi. Kurangnya promosi yang dilakukan pengusaha yaitu tidak memanfaatkan dengan baik adanya media baik *online* (elektronik) atau cetak. Ada beberapa pengusaha yang memiliki media promosi *online*, akan tetapi tidak dikelola dengan baik hanya sebagai formalitas saja. Pengusaha merasa sudah cukup memiliki pelanggan dan tidak perlu promosi lebih jauh, hanya lingkup lokal dan regional saja. Hal ini terlihat dari mayoritas pengusaha keripik tempe menjual di daerah Ngawi. (3) Desain dan kualitas kemasan produk yang kurang baik. Konsumen akan merasa bangga apabila kemasan menarik untuk dijadikan oleh-oleh. Kemasan produk yang menarik dan praktis perlu dikembangkan seperti contohnya kemasan kardus untuk pembelian

jumlah 10 bungkus keripik tempe. Kualitas kemasan juga perlu ditingkatkan agar produk lebih tahan lama seperti kualitas ketebalan plastik (kemasan). Ketebalan yang masih digunakan yaitu 0,8 mm sebaiknya diganti dengan ketebalan plastik 1 mm. (4) Kurangnya variasi produk. Ciri khas keripik tempe yang menjadi oleh-oleh Ngawi yaitu bentuknya kotak persegi panjang dengan rasa *original* (asin gurih). Akan tetapi, perlunya variasi produk seperti menghadirkan berbagai varian rasa dan bentuk lain agar memunculkan ketertarikan akan varian baru pada konsumen. (5) Harga jual produk antar pengusaha bervariasi. Perbedaan harga akan mempengaruhi persaingan usaha dalam mendapatkan konsumen. Seperti contoh, kualitas produk keripik tempe yang sama dengan harga yang berbeda maka konsumen akan membeli harga yang lebih murah dan rasa lebih enak. (6) Belum mampu mengelola keuangan dengan baik. Pengusaha keripik tempe tersebut belum bisa mengendalikan keuangan mereka untuk usaha keripik tempe sehingga kadang tercampur dengan kebutuhan yang lain. Hal ini disebabkan tidak adanya pembukuan hanya menghafal di luar kepala dan berupa catatan jumlah pemesanan.

#### **Identifikasi Faktor Peluang**

Identifikasi faktor peluang meliputi: (1) Diversifikasi produk olahan berbahan dasar tempe. Di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi belum terdapat diversifikasi produk olahan berbahan dasar tempe selain keripik tempe. Diversifikasi produk

seperti steak tempe, nugget tempe, atau makanan olahan lain berbahan dasar tempe. (2) Keripik Tempe sebagai makanan khas daerah (oleh-oleh) dari Ngawi. Makanan khas daerah atau oleh-oleh selalu memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dari daerah lain. (3) Limbah yang bermanfaat untuk usaha ternak. Limbah padat atau ampas digunakan sebagai pakan ternak sedangkan limbah cair untuk minum ternak. (4) Perhatian pemerintah daerah terhadap industri keripik tempe. Usaha pemerintah seperti pembinaan, pelatihan, dan akses permodalan yang semuanya bertujuan untuk kesejahteraan pengusaha keripik tempe. Pembinaan berupa pemberian contoh desain dan kualitas kemasan yang baik, pelatihan penggunaan media sosial, dan bimbingan teknis untuk akses permodalan. (5) Adanya hubungan kerjasama dengan pihak swasta dan Perguruan Tinggi. Hubungan kerjasama tersebut berupa akses permodalan dan *CSR (Corporate Social Responsibility)* dari pihak swasta. Penyuluhan, KKN, dan akses permodalan dari perguruan tinggi yang berupa penyuluhan melakukan pembuatan proposal untuk akses permodalan, penggunaan media sosial, mengikuti program atau proyek yang diadakan perguruan tinggi berhubungan dengan pengembangan industri keripik tempe. (6) Masih terbukanya Peluang pasar *online* dan *offline*. Masih terbukanya peluang pasar terlihat dari mayoritas pengusaha keripik tempe melakukan penjualan lingkup lokal dan adapula lingkup regional seperti daerah Madiun, Cepu, Bojonegoro, Magetan, Solo, dan

Surabaya. Pemasaran dilakukan di sekitar daerah Ngawi dan kota di sekitarnya. Peluang pasar terbuka untuk di daerah-daerah lain terutama di Pulau Jawa agar produk keripik tempe dari Ngawi lebih dikenal luas. (7) Terbentuknya asosiasi pengusaha keripik tempe. Hal tersebut untuk mempermudah pemerintah melakukan pembinaan atau pelatihan dan mengkoordinasi perihal yang berhubungan dengan pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Selain itu, bagi pengusaha keripik tempe adanya asosiasi sebagai ajang tukar informasi, sumber inspirasi, dan menjalin hubungan (bersosialisasi dengan baik) antar pengusaha. (8) Ketersediaan bahan baku yang mencukupi. Bahan baku pembuatan keripik tempe ini adalah kedelai impor dari Amerika. Kedelai impor dari Amerika dipilih karena mempunyai keunggulan sesuai kriteria untuk pembuatan keripik tempe. Kriteria tersebut seperti kedelainya besar, padat, sehingga ketika diiris tidak mudah rapuh. Pasokan kedelai dari Amerika terjamin, karena tidak bergantung musim selalu tersedia setiap saat. Lokasi industri yang mengelompok ini mendorong munculnya 3 jasa pemasok kedelai. Adanya beberapa pemasok kedelai sehingga ketersediaan bahan baku tercukupi. (9) Hubungan kerjasama yang baik dengan *supplier*. Hubungan kerjasama yang baik dengan *supplier* bahan baku menjaga ketersediaan bahan baku.



### **Identifikasi Faktor Ancaman**

Identifikasi faktor ancaman meliputi: (1) Kenaikan harga bahan baku. Kenaikan harga bahan baku ini berpengaruh apabila keberlangsungan kenaikan dalam jangka waktu yang panjang dan lama. (2) Belum meratanya bimbingan teknis dan pengawasan dari pemerintah. Seperti halnya dalam pembinaan hanya diambil beberapa pengusaha untuk dijadikan contoh. Akan tetapi, menimbulkan kecemburuan sosial bagi pengusaha yang tidak mampu menerima kondisi ini. Pengambilan contoh pengusaha dari pemerintah diharapkan dapat memberikan motivasi dan contoh yang lebih baik untuk yang lain. (3) Banyaknya pesaing yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi *online*. Di era zaman modern serba digital, apabila tidak memanfaatkan teknologi pemasaran dengan baik cukup disayangkan. Mengingat konsumen makin banyak eksis di dunia maya (*online*) sosial media untuk berinteraksi dengan dunia luar. Memanfaatkan teknologi pemasaran ini dapat meningkatkan daya jual. (4) Adanya produk sejenis dari daerah lain. Persaingan untuk dari daerah Ngawi sendiri yang berada di luar Desa Karangtengah Prandon tidak begitu berpengaruh, dikarenakan pengambilan bahan baku berasal dari Desa Karangtengah Prandon. Sebab di Ngawi sendiri, sentra keripik tempe terbesar dan dikenal secara luas yaitu Desa Karangtengah Prandon. Selain itu, dari segi harga dan rasa masih unggul dari Desa Karangtengah Prandon dibandingkan daerah lain di Ngawi.

### **Alternatif Strategi**

Analisis Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Analisis SWOT digambarkan ke dalam Matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Berikut ini adalah hasil dari matriks SWOT:

#### **Strategi SO**

(1) Meningkatkan kuantitas produksi dalam rangka memenuhi permintaan konsumen. Mampu memenuhi permintaan konsumen karena sebagai makanan khas daerah Ngawi yang ketersediaannya harus selalu terjaga dengan didukung ketersediaan bahan baku. (2) Melakukan penguatan *branding* melalui dukungan pemerintah. Penguatan *branding* melalui dukungan pemerintah berupa promosi yang tercantum dalam website kota Ngawi, membawa produk keripik tempe ke dalam pameran produk UMKM tingkat provinsi maupun nasional, mengembangkan destinasi wisata sehingga produk keripik tempe dapat dijual di daerah wisata agar mudah dikenal dan menimbulkan daya tarik sendiri bagi calon konsumen. (3) Melakukan pemanfaatan limbah cair dan padat untuk usaha ternak. Limbah yang berupa cair atau air bekas rendaman kacang kedelai dapat digunakan sebagai minum ternak. Limbah padat atau ampas kulit kacang kedelai dapat digunakan sebagai pakan ternak.

### **Strategi WO**

(1) Memperbaiki manajemen keuangan. Perbaikan tersebut berupa pencatatan keuangan baik harian, mingguan, maupun bulanan untuk mempermudah akses permodalan di lembaga keuangan (perbankan). (2) Memperkuat hubungan kerjasama yang baik dengan *supplier*. Komunikasi yang baik akan menimbulkan kenyamanan dan keberlangsungan kerja sama dalam jangka waktu lama bahkan selamanya.

### **Strategi ST**

(1) Meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing. Penggunaan bahan baku yang baik seperti kedelai berkualitas dan minyak goreng *frytol* (minyak padat), minyak padat ini berfungsi agar keripik tempe lebih renyah dan tidak berminyak, meskipun belum semua pengusaha menggunakan minyak goreng ini. (2) Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi *online*. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang pemasaran melalui media elektronik terutama media sosial seperti Instagram, Facebook, Website. Jadi, diperlukan pembuatan akun produk keripik tempe di media sosial.

### **Strategi WT**

(1) Memperbaiki kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Penggunaan kemasan plastik yang memiliki tebal 1 mm agar produk lebih awet, sedangkan untuk kemasan kardus pemilihan warna dan desain yang menarik mata (warna terang). (2)

Meningkatkan variasi produk dari segi rasa. Penambahan rasa seperti rasa pedas, barbeque, pizza, atau yang lain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Diharapkan variasi produk dapat menambah ketertarikan konsumen dan menjangkau semua kalangan konsumen.

### **Prioritas Strategi**

Penentuan prioritas strategi, dilakukan dengan analisis matriks QSP. Berdasarkan hasil QSPM, diketahui bahwa strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi adalah memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi *online* dengan nilai TAS (*Total Atractive Score*) sebesar 6,186. Strategi memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dalam bidang pemasaran merupakan upaya untuk mengembangkan usaha melalui perluasan pasar dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang pemasaran secara *online*. Pemanfaatan teknologi pemasaran yang baik melalui media elektronik terutama media sosial seperti Instagram, Facebook, Website. Jadi, diperlukan pembuatan akun media sosial untuk masing-masing usaha keripik tempe.

### **SIMPULAN**

Faktor internal yang menjadi kekuatan utama yaitu tenaga kerja yang mencukupi, sarana transportasi pemasaran yang dimiliki pengusaha keripik tempe mendukung, kontinuitas produksi yang berjalan

sesuai dengan permintaan konsumen, kualitas produk yang baik, teknologi produksi yang cukup baik, tenaga kerja terpercaya. Faktor internal yang menjadi kelemahan utama yaitu lemahnya permodalan, kurangnya promosi, desain dan kualitas kemasan produk yang kurang baik, kurangnya variasi produk, harga jual antar pengusaha yang bervariasi, dan belum mampu mengelola keuangan dengan baik.

Faktor eksternal yang menjadi peluang utama yaitu diversifikasi produk olahan berbahan dasar tempe, keripik tempe sebagai makanan khas daerah Ngawi, limbah yang bermanfaat untuk usaha ternak, perhatian Pemerintah Daerah terhadap industri keripik tempe, adanya hubungan kerjasama dengan pihak swasta dan Perguruan Tinggi, masih terbukanya peluang pasar *online* dan *offline*, terbentuknya asosiasi pengusaha keripik tempe, ketersediaan bahan baku yang mencukupi, dan hubungan kerjasama yang baik dengan *supplier*. Faktor eksternal yang menjadi ancaman utama yaitu kenaikan harga bahan baku, belum meratanya bimbingan teknis dan pengawasan dari pemerintah, banyaknya pesaing yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi *online*, dan adanya produk sejenis dari daerah lain.

Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi adalah sebagai berikut: (1) Memperbaiki manajemen keuangan, (2) Memperbaiki kemasan untuk meningkatkan daya tarik konsumen,

(3) Meningkatkan variasi produk dari segi rasa, (4) Memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi *online*.

Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri keripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi berdasarkan analisis matriks QSP adalah memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi *online* dengan total nilai daya tarik strategi (TAS) sebesar 6,186.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang diberikan yaitu: (1) Memperbaiki manajemen keuangan dengan melakukan pembukuan keuangan sebagai salah satu syarat peminjaman modal di lembaga keuangan (perbankan), (2) Memperbaiki kemasan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dengan melakukan penggunaan kemasan plastik yang memiliki tebal 1 mm agar produk lebih awet, sedangkan untuk kemasan kardus pemilihan warna dan desain yang menarik mata (warna terang), (3) Meningkatkan variasi produk dari segi rasa seperti contohnya pedas, barbeque, rumput laut atau sesuai dengan permintaan konsumen, (4) Memperluas jaringan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi *online* melalui pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, Website.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik Kabupaten Ngawi. 2016. *Kabupaten*

*Ngawi dalam Angka Tahun 2016.* Ngawi.

*Jurnal Ekonomi dan Pendidikan.* 3 (1):1-16.

David, F. R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep.* Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Irianto, H dan Mardikanto, T. 2010. *Metoda Penelitian dan Evaluasi Agribisnis.* Surakarta: UNS.

Kementerian Koperasi dan UMKM. 2016. *Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan Usaha Besar tahun 2013.* <http://www.depkop.go.id/berita-informasidata-informasidata-umkm>. Diakses pada tanggal 3 November 2016.

Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Rangkuti, F. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Soleh, M. 2003. Perbaikan Mutu dan Keamanan Pangan Produk Olahan Hasil Industri Kecil Melalui Analisa Bahaya dan Penentuan Titik Kendali. *Buletin Teknologi dan Informasi Pertanian, Januari 2003, 6:11-15.* Departemen Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (BPTP). Jawa Timur.

Supriyanto. 2006. *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan.*