

**Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong
(Studi Kasus Di PT Keripiks Singkong Juntel Desa Bener Kecamatan Bener
Kabupaten Purworejo)**

Hestinata Pawestri^{1*}, Istiko Agus Wicaksono², Isna Windani³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: hestinatapawestri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik singkong di PT Keripik Singkong Juntel, 2) mengidentifikasi alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha keripik singkong di PT Keripik Singkong Juntel, 3) menyusun strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha keripik singkong di PT Keripik Singkong Juntel.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode studi kasus. Pengambilan sampel penelitian ditentukan dengan berdasarkan purposive sampling. Sampel yang diambil terdiri dari 1 orang informan kunci dan 6 orang informan biasa.

Hasil penelitian menunjukkan faktor internal meliputi: memiliki izin legalitas P-IRT dan Halal/LPPOM MUI, memiliki varian rasa (balado dan jagung manis), harga terjangkau, terbuat dari singkong pilihan, tidak menggunakan bahan pengawet, lokasi usaha kurang strategis, pemberian varian rasa masih manual, produk mudah rusak, pemasaran belum cukup luas, kurangnya promosi secara *online*. Faktor eksternal meliputi: potensi pasar yang cukup luas, banyaknya *reseller* dalam pemasaran keripik singkong, tersedia pemasaran secara *online*, bahan baku mudah didapat, adanya peralatan yang lebih modern, harga bahan penunjang fluktuatif (minyak goreng dan bawang putih), permintaan menurun, persaingan usaha sejenis, berubahnya selera konsumen, daerah pemasaran pesaing lebih luas. Hasil perumusan prioritas strategi yang dapat diterapkan yaitu 1) mempertahankan harga dan kualitas produk, 2) menjaga dan mempertahankan kualitas produk, 3) memperluas cakupan pemasaran.

Kata Kunci: *keripik singkong juntel, SWOT, QSPM*

ABSTRACT

This study aims to 1) identify internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors that affect the development of cassava chips business at PT Keripik Singkong Juntel, 2) identify alternative strategies that can be applied in the development of cassava chips business at PT Keripik Singkong

Juntel, 3) develop strategies that can be applied in the development of cassava chips business at PT Keripik Singkong Juntel.

The basic method used in this study is descriptive qualitative research. Descriptive qualitative research is in the form of research with a case study method. Sampling of the study was determined based on purposive sampling. The sample taken consisted of 1 key informant and 6 ordinary informants.

The results of the study show that internal factors include: having a P-IRT and Halal/LPPOM MUI legality permit, having flavor variants (balado and sweet corn), affordable prices, made from selected cassava, not using preservatives, less strategic business locations, providing flavor variants that are still manual, perishable products, marketing is not widespread enough, lack of online promotion. External factors include: a fairly wide market potential, a large number of resellers in cassava chip marketing, the availability of online marketing, easy availability of raw materials, the existence of more modern equipment, fluctuating prices of supporting materials (cooking oil and garlic), declining demand, competition from similar businesses, changes in consumer tastes, and wider marketing areas of competitors. The results of the formulation of strategy priorities that can be applied are 1) maintaining product price and quality, 2) maintaining and maintaining product quality, 3) expanding marketing scope.

Keywords: juntel cassava chips, SWOT, QSPM

I. PENDAHULUAN

Pembangunan sektor industri secara nasional bertujuan untuk mendorong terciptanya struktur perekonomian yang seimbang dan kokoh mencakup aspek perubahan ekonomi. Keberadaan industri kecil menunjukkan eksistensinya dalam meningkatkan perekonomian, industri kecil mempunyai kemampuan memanfaatkan bahan baku dan menghasilkan barang dan jasa. Bukti keberadaan industri kecil yaitu dengan dibukanya suatu lapangan kerja baru sehingga dapat mengurangi pengangguran. Begitu juga dengan industri kecil keripik singkong. Seiring dengan semakin globalnya era modernisasi dimana industri kecil mulai berkembang, baik melalui peningkatan teknologi maupun peningkatan produktivitas sehingga semakin memperketat persaingan diantara pemilik usaha kecil (Soekartawi, 1991).

Singkong (*Manihot esculenta*) merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang berpotensi sebagai penghasil sumber bahan pangan dan bahan baku makanan. Di Indonesia Singkong menjadi sumber karbohidrat ketiga setelah padi dan jagung. Singkong adalah anggota famili *Euphorbiaceae* yang biasa Singkong

(*Manihot esculenta*) merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang berpotensi sebagai penghasil sumber bahan pangan dan bahan baku makanan. Di Indonesia Singkong menjadi sumber karbohidrat ketiga setelah padi dan jagung. Singkong adalah anggota famili *Euphorbiaceae* yang biasa dimanfaatkan sebagai bahan makanan pokok setelah nasi. Bagian singkong yang umumnya dimanfaatkan oleh masyarakat adalah bagian umbi sementara bagian daunnya masih terbatas untuk sayuran (Sekali et al., 2020).

Apabila dilihat dari kandungan gizinya, keripik singkong mempunyai kandungan gizi yang cukup lengkap yang dibutuhkan oleh tubuh. Tabel 1 berikut memberikan informasi tentang komposisi kandungan gizi pada keripik singkong (Muntoha et al., 2015).

Tabel. Kandungan Nutrisi Keripik Singkong per 100 Gram

Zat Gizi	Jumlah	Zat Gizi	Jumlah
Energi	485 kkal	Vit C	0 mg
Protein	2,1 gr	Besi	1,9 mg
Lemak	22,24 gr	Kalsium	189 mg
Karbohidrat	71,42 gr	Serat	1 gr

Sumber : (Kementrian Kesehatan RI, 2024)

Berdasarkan segala manfaat yang dikandungnya, keripik singkong diolah menjadi cemilan yang sangat diminati masyarakat sehingga dapat dipasarkan dan memiliki nilai ekonomis tinggi. Keripik singkong merupakan salah satu jenis makanan yang terbuat dari irisan singkong yang melalui proses penggorengan. Pengolahan keripik singkong membutuhkan bahan penolong, seperti mencampur bumbu dan rempah-rempah untuk menciptakan rasa gurih dan renyah. Secara umum, cara mengolah keripik singkong yaitu melalui penggorengan untuk mendapatkan tekstur kering dan krispi, namun ada beberapa orang yang mengolah keripik singkong dengan hanya dijemur dan dikeringkan saja (Mardhiyah & Feby Aulia Safrin, 2020).

Salah satu usaha yang memproduksi keripik singkong di kabupaten Purworejo adalah PT keripik singkong merk “Juntel” yang terletak di desa Bener kecamatan Bener kabupaten Purworejo. Bahan utama dari keripik singkong yaitu singkong mentah yang diolah dengan bumbu dan melalui proses penggorengan

sehingga menjadi keripik singkong. Berikut merupakan produksi keripik singkong yang ada di kabupaten Purworejo.

Tabel 2. Produk Keripik Singkong di Kabupaten Purworejo Tahun 2023

Produk	Alamat	Produksi (Kg)/Tahun
Berkah	Tambakrejo, Purworejo	91.250
Juntel	Benerkrajan, Bener Purworejo	146.000

Sumber : (Dinas KUKMP, 2024)

Berdasarkan Tabel 2 terdapat dua merk produk keripik singkong yang terdaftar di Dinas KUKMP Kabupaten Purworejo yaitu keripik singkong merk Berkah dan keripik singkong merk Juntel. Data tersebut menunjukkan bahwa keripik singkong merk Juntel memproduksi lebih banyak keripik singkong dibandingkan dengan keripik singkong Berkah. PT Keripik Singkong Juntel memproduksi 146.000 kg per tahunnya.

Produsen keripik singkong tidak hanya di kabupaten Purworejo saja, melainkan di daerah lain juga banyak dijumpai. Menghadapi persaingan yang semakin ketat PT Keripik Singkong Juntel sangat membutuhkan manajemen yang handal dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Manajemen yang tepat diperlukan sehingga perusahaan dapat menjalankan usaha secara efektif dan efisien. Efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional juga memegang peranan penting sebagai upaya merumuskan strategi usaha yang tepat. Perumusan strategi yang tepat dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki PT Keripik Singkong Juntel dalam mengembangkan usaha keripik singkong.

II. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah sebuah metode yang diterapkan untuk memahami individu lebih mendalam dengan dipraktekkan secara integratif dan komprehensif. Membantu menentukan solusi atas permasalahan yang dihadapi baik pada sekelompok orang, lembaga guna mendapatkan pengetahuan mendalam, bertujuan untuk mempelajari dan menyelidiki suatu kejadian atau fenomena (R. Raharja, 2017).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual maupun kelompok (Nana, 2011). Salah satu jenis penelitian kualitatif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*). (Nawawi, 2023) mengemukakan bahwa data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber.

Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil PT Keripik Singkong Juntel dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk pengembangan usaha PT Keripik Singkong Juntel di desa Bener kecamatan Bener Kabupaten Purworejo.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Tabel 3. Matriks IFAS (*Analysis Factor Analysis Strategy*)

Faktor Strategi Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Memiliki izin legalitas P-IRT dan Halal LPPOM MUI	0,12	3,71	0,44
Memiliki varian rasa (balado, dan jagung manis)	0,08	2,85	0,22
Harga terjangkau	0,10	3,71	0,37
Terbuat dari singkong pilihan	0,10	3,42	0,34
Tidak menggunakan bahan pengawet	0,08	3,00	0,24
Kelemahan			
Lokasi usaha kurang strategis	0,09	3,57	0,32
Pemberian varian rasa masih manual	0,07	3,00	0,21
Produk mudah rusak	0,07	2,85	0,19
Pemasaran belum cukup luas	0,11	3,71	0,40
Kurangnya promosi secara <i>online</i>	0,11	3,71	0,40
TOTAL	1,00		3,13

Hasil dari perhitungan matriks IFAS dijelaskan pada tabel diatas. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama adalah memiliki izin legalitas SPP-IRT dan Halal/LPPOM MUI dengan skor bobot sebesar 0,12 dengan rating sebesar 3,71 dan skor sebesar 0,44. Faktor internal yang menjadi kekuatan kecil adalah produk mudah rusak dengan skor sebesar 0,19 dengan bobot 0,07 dan rating 2,85.

Faktor internal yang menjadi kelemahan utama pada PT Keripik Singkong Juntel yaitu pemasaran yang belum cukup luas dengan skor 0,40, rating 3,71 dan bobot 0,11. Faktor internal yang menjadi kelemahan terkecil adalah pemberian varian rasa masih manual dengan skor 0,24, rating 3,57 dan bobot 0,07.

B. Analisis Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Hasil analisis perhitungan faktor eksternal strategi pengembangan usaha PT Keripik Singkong Juntel adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Potensi pasar yang cukup luas	0,12	3,85	0,46
Banyaknya <i>reseller</i> dalam pemasaran	0,10	3,28	0,32
Tersedianya pemasaran secara online	0,11	3,71	0,40
Bahan baku mudah didapat	0,08	3,00	0,24
Adanya peralatan yang lebih modern	0,08	3,14	0,25
Ancaman			
Harga bahan penunjang fluktuatif (minyak goreng dan bawang putih)	0,11	4,00	0,44
Permintaan menurun	0,10	2,85	0,28
Persaingan usaha sejenis	0,07	2,57	0,17
Berubahnya selera konsumen	0,09	2,85	0,25
Daerah pemasaran pesaing lebih luas	0,08	2,71	0,21
Total	1,00		3,02

Sumber : Analisis Data Primer, 2024

Tabel diatas menjelaskan hasil perhitungan dari matriks EFAS. Faktor eksternal yang dapat dijadikan peluang sangat baik oleh PT Keripik Singkong Juntel adalah potensi pasar yang cukup luas dengan skor 0,46, rating 3,85 dan

bobot 0,12. Faktor eksternal yang menjadi peluang terkecil adalah bahan baku mudah didapat dengan skor 0,24, rating 3,00 dan bobot 0,08.

Faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar adalah harga bahan penunjang fluktuatif (minyak goreng dan bawang putih) dengan skor 0,44, rating 4,00 dan bobot 0,11. Faktor eksternal yang mejadi ancaman kecil adalah persaingan usaha sejenis dengan skor 0,17, rating 2,57 dan bobot 0,07. Persaingan usaha sejenis dapat menjadi tantangan bagi perusahaan karena perusahaan harus lebih inovatif dan agar tetap kompetitif di pasar.

C. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Total Skor IFAS 3,13

		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
Total Skor EFAS 3,02	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III	
	Menengah 2,0-2,99	IV	V	IV	
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	XI	
		1,0			

Gambar 13. Matriks IE PT Keripik Singkong Juntel
Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan Gambar 13. Matriks IE dengan hasil skor IFAS sebesar 3,13 dan EFAS sebesar 3,02 sehingga pada matriks IE berada pada sel I yaitu tumbuh dan bangun (*growth and build*). Strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan dan menjaga kualitas keripik singkong dengan memilih bahan baku yang berkualitas pada saat proses produksi keripik singkong,

mengoptimalkan kegiatan promosi di media sosial, *e-commerce* dan *website*, mengadopsi peralatan modern untuk mempermudah proses produksi keripik singkong, mengembangkan pasar dengan memperluas saluran distribusi dengan menambah *reseller*.

D. Matriks SWOT

Berdasarkan tabel matriks SWOT diatas, diperoleh strategi yang dapat dijadikan sebagai alternatif strategi pengembangan pada PT Keripik Singkong Juntel. Berikut alternatif yang dapat digunakan sebagai strategi pertimbangan:

1. Strategi S-O
Menjaga dan mempertahankan kualitas produk (S3, S4, S5, O1, O2)
2. Strategi S-T
Mempertahankan harga dan kualitas produk(S2, S4, T3)
3. Strategi W-O
 - a. Mengoptimalkan kegiatan promosi secara online (W5, O1, O3)
 - b. Menggunakan peralatan yang lebih modern untuk mempercepat proses pemberian varian rasa (W2, O5)
4. Strategi W-T
Memperluas cakupan pemasaran (W4, T5)

E. Analisis QSPM

Berdasarkan hasil dari matriks SWOT menunjukkan bahwa PT Keripik Singkong Juntel memiliki beberapa rumusan strategi alternatif. Berdasarkan hasil tersebut didapatkan 5 alternatif strategi yaitu:

1. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk
2. Mempertahankan harga dan kualitas produk
3. Mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial
4. Menggunakan peralatan yang lebih modern untuk mempercepat proses pemberian varian rasa
5. Memperluas cakupan pemasaran

Berdasarkan 5 alternatif strategi yang ada, terdapat 3 strategi prioritas untuk dilakukan oleh PT Keripik Singkong Juntel dalam mengembangkan usahanya. Strategi II, Mempertahankan harga dan kualitas produk, dengan skor

TAS sebesar 6,24. Cara yang dilakukan adalah dengan tetap menjaga loyalitas dari mitra usaha (pemasok, dan *reseller*) yang ada di PT Keripik Singkong Juntel, sehingga dapat mempertahankan usaha tersebut untuk tetap berkembang dan menjadi usaha yang lebih baik lagi kedepannya.

Strategi I, Menjaga dan mempertahankan kualitas produk dengan skor TAS sebesar 6,04. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memilih pemasok bahan baku yang terpercaya yang memiliki bahan baku yang berkualitas dan terjamin, sehingga dapat mempertahankan usaha tersebut untuk tetap berkembang dan menjadi usaha yang lebih baik lagi.

Strategi V, Memperluas cakupan pemasaran dengan skor TAS sebesar 5,98. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan menambah *reseller* agar perusahaan dapat menguasai pasar.

Terdapat 2 strategi yang memiliki skor terendah dan tidak menjadi prioritas strategi yang harus dilakukan dalam usaha di PT Keripik Singkong Juntel. Strategi yang memiliki skor rendah dapat dijadikan sebagai strategi jangka menengah atau panjang yang dapat dilakukan dimasa mendatang, adalah sebagai berikut:

Strategi III, Mengoptimalkan kegiatan promosi secara *online* dengan skor TAS tertinggi sebesar 5,81. Cara yang dapat dilakukan dalam memperluas pemasaran secara *online* supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas serta meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk dari PT Keripik Singkong Juntel. Kegiatan promosi dapat diperluas melalui sosial media seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, *e-commerce* seperti *Tokopedia*, *Shopee* dan *website* dengan mengunggah postingan dan konten yang menarik calon konsumen.

Strategi IV, Menggunakan peralatan yang lebih modern (mesin pencampur bumbu) untuk mempercepat proses pemberian varian rasa, dengan skor TAS sebesar 5,55. Karena untuk saat ini proses pemberian varian rasa keripik singkong menggunakan wadah besar untuk proses pencampuran dan untuk varian rasa (balado dan jagung manis) permintaannya tidak sebanyak varian rasa original.

IV. PENUTUP

Faktor internal yang dapat mendukung dan menghambat tumbuh kembangnya usaha di PT Keripik Singkong Juntel yaitu faktor kekuatan yang meliputi memiliki izin legalitas P-IRT dan Halal/LPPOM MUI, memiliki varian rasa (balado dan jagung manis), harga terjangkau, terbuat dari singkong pilihan, tidak menggunakan bahan pengawet. Faktor internal kelemahan yang dimiliki PT Keripik Singkong Juntel meliputi lokasi usaha kurang strategis, pemberian varian rasa masih manual, produk mudah rusak, pemasaran belum cukup luas, kurangnya promosi secara *online*. Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha di PT Keripik Singkong Juntel yaitu faktor peluang meliputi potensi pasar yang cukup luas, banyaknya *reseller* dalam pemasaran keripik singkong, tersedia pemasaran secara *online*, bahan baku mudah didapat, adanya peralatan yang lebih modern. Faktor eksternal ancaman yang dimiliki PT Keripik Singkong Juntel meliputi harga bahan penunjang fluktuatif, permintaan menurun, persaingan usaha sejenis, berubahnya selera konsumen, daerah pemasaran pesain lebih luas.

Hasil perumusan alternatif strategi pada matriks SWOT terdapat 5 alternatif strategi yang dapat diterapkan di PT Keripik Singkong Juntel yaitu mempertahankan harga dan kualitas produk, menjaga dan mempertahankan kualitas produk, memperluas cakupan pemasaran, mengoptimalkan kegiatan promosi secara *online* melalui media sosial (*WhatsApp, Instagram, Tiktok, Facebook*), dan *e-commerce* (*Tokopedia, Shopee, Lazada*), menggunakan peralatan yang lebih modern untuk mempercepat proses pemberian varian rasa.

Hasil perumusan prioritas strategi pada matriks QSPM terdapat 3 prioritas strategi yang dapat diterapkan di PT Keripik Singkong Juntel yaitu Strategi II mempertahankan harga dan kualitas produk dengan skor TAS sebesar 6,24, 2) Strategi I menjaga dan mempertahankan kualitas produk dengan skor TAS sebesar 6,04 3) Strategi V memperluas cakupan pemasaran dengan skor TAS sebesar 5,98.

Mempertahankan harga dan kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas agar keripik singkong yang dihasilkan gurih, lezat, renyah, tidak berminyak, dan tidak gosong, menjaga kebersihan tempat produksi, dan mencari pemasok bahan baku berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau.

Menggunakan peralatan yang lebih modern seperti mesin pencampur bumbu untuk mempercepat proses pemberian varian rasa dan dapat menjamin kehygienisannya. Memperluas cakupan pemasaran agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dengan menguasai pasar lebih luas, dengan cara menambah *reseller* dan mengoptimalkan kegiatan promosi secara *online* melalui *media social* seperti (*WhatsApp, Instagram, Tiktok, Facebook*), dan *e-commerce* (*Tokopedia, Shopee, Lazada*) serta pembuatan *website* agar produk dari PT Keripik Singkong Juntel dapat dikenal secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas KUKMP. (2024). *Produk Kripik Singkong di kabupaten Purworejo*.
- Kementrian Kesehatan RI. (2024). Kandungan Nutrisi Kripik Singkong. *OPAC*, 1(3), 3–7.
- Mardhiyah, A., & Feby Aulia Safrin. (2020). Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong. *Sketsa Bisnis*, 7(1), 37–44. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i1.2183>
- Muntoha, Jamroni, & Ummayah, R. U. (2015). Pelatihan Pemanfaatan Dan Pengolahan Singkong Menjadi Makanan Ringan Tela Rasa. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(3), 188–193.
- Nana, S. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia. (Untuk Bisnis Yang Kompetitif). In *Gajah Mada University Press*.
- R. Raharja. (2017). Pengelolaan Alat Bahan dan Laboratorium Kimia. *Jurnal Kimia Sains Dan Aplikasi*, 20(02), 99–104.
- Sekali, E. E. K., Wartini, N. M., & Suhendra, L. (2020). Karakteristik Ekstrak Aseton Pewarna Alami Daun Singkong (*Manihot Esculenta C.*) pada Perlakuan Ukuran Partikel Bahan dan Lama Maserasi. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian Agrotechno*, 5(2), 49. <https://doi.org/10.24843/jitpa.2020.v05.i02.p02>
- Soekartawi. (1991). Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. *Jurnal Pengabdian, Inovasi, Dan Keberlanjutan*.