

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum

Usaha industri rumah tangga tempe adalah sebuah usaha yang berskala kecil. Usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini dikelola oleh bapak Warsono dan usaha ini diberi nama “Yunita Tempe”. Nama “Yunita” diambil dari nama anak pemilik usaha tersebut. Usaha industri tempe ini sudah berdiri kurang lebih 20 tahun, usaha ini didirikan sendiri dan tidak dari warisan orang tua.

Letak yang strategis membuat tempet usaha industri rumah tangga tempe ini mudah di akses oleh pembeli. Tidak hanya padat pemukiman, tetapi juga dekat dengan pasar. Tempe yang diproduksi bukan hanya dijual untuk warga setempat namun juga di perjualbelikan ke pasar, dan adapun suplayer yang membeli lalu mengambil langsung ke tempat usaha industri rumah tangga tempe.

Pada masa kenaikan harga bahan baku, usaha industri rumah tangga tempe tetap melakukan aktivitas seperti biasa, namun ada perbedaan kebiasaan terjadi sebelum dan setelah kenaikan harga bahan baku. Sebelum kenaikan harga bahan baku ukuran tempe masih normal seperti biasa, lalu setelah kenaikan harga bahan baku maka ukuran tempe cenderung lebih kecil dari biasanya.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas narasumber ke-1:

Nama : Warsono

Status : Pemilik

Umur : 56 Tahun

Bapak Warsono beliau merupakan pemilik usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar. Dari hasil wawancara dengan beliau bahwa usaha industri rumah tangga tempe ini sudah berdiri selama kurang lebih 20 tahun. Usaha ini beliau dirikan dan dikelola sendiri, bukan dari warisan keluarga. Alasan beliau menjalankan usaha ini karena beliau memiliki skill dibidang ini dan tidak banyak usaha serupa disekitar wilayah sini. Tempat industri rumah tangga tempe ini bernama “Yunita Tempe” yang diambil dari nama anak beliau.

Hasil wawancara dengan beliau bahwa usaha industri rumah tangga tempe tersebut mempunyai 4(empat) tenaga kerja yang terdiri dari dua laki-laki dan dua perempuan yang berasal dari anggota keluarga dan tetangga sekitar. Sistem upah yang diberikan kepada pekerja ada yang perhari, perminggu dan perbulan.

Bahan baku utama yang digunakan adalah kedelai. Kedelai yang digunakan yaitu kedelai impor dan pembelian bahan baku tersebut diantar langsung oleh penjual. Sekali kirim bisa mencapai 6 karung untuk dua hari produksi tempe. Satu karung kedelai berisi 50 Kg. Setiap perdagangan pasti akan ada perubahan harga atau fluktuasi harga bahan baku. Untuk

harga kedelainya sendiri sekarang cenderung sedang meningkat. Harga normal kedelai biasanya dari Rp 7.000- Rp 8.500, sekarang meningkat menjadi Rp 11.000- Rp 11.600. Hal itu yang menjadi kendala penjualan. Meningkatnya harga bahan baku ini, beliau mengurangi pembelian bahan baku, yang biasanya 6 karung per dua hari maka pembelian bahan baku di saat harga naik hanya 4 sampai 5 karung saja. Yang biasanya modal hanya Rp 2.550.000, pada harga bahan baku meningkat modal menjadi Rp 3.480.000. maka dari itu beliau mengurangi pembelian bahan baku menjadi Rp 2.900.000.

Menurut wawancara dengan beliau, dengan meningkatnya harga bahan baku pemilik usaha tidak bisa menaikkan harga jual tempe terlalu tinggi, karena akan mengurangi minat beli pelanggan. Dengan itu, walaupun harga bahan baku meningkat beliau tetap menjual dengan harga normal yaitu Rp 4.500 – Rp 5.000. Solusi yang beliau gunakan agar tetap mendapat untung yaitu dengan mengecilkan sedikit ukuran tempe. Jenis tempe yang diproduksi ada dua jenis yaitu tempe biasa dan tempe gembus, untuk kemasan tempe ada yang menggunakan daun pisang dan ada yang menggunakan plastik.

2. Identitas narasumber ke-2

Nama: Rizza

Status: Pekerja

Umur: 35 Tahun

Rizza adalah salah satu dari 4 pekerja yang ada di usaha industri rumah tangga tempe. Hasil wawancara dengan beliau bahwa proses yang dilakukan sama pada umumnya, yaitu menggunakan bahan baku kedelai yang dicampur ragi dan di bungkus menggunakan daun pisang dan plastik.

Dalam proses pembuatan tempe ini ada beberapa peralatan yang digunakan yaitu bak perendaman, bakul, kompor, dandang perebusan, rak fermentasi. Bahan yang digunakan yaitu kedelai dan ragi. Dan adapula perlengkapan pembuatan tempe yaitu daun pisang dan plastik. Menurut wawancara dengan beliau bahwa pembuatan tempe yang di buat setiap 2 hari sekali. Setiap pembuatan bisa mencapai enam karung yang mana setiap karung berisi 50 kg kedelai.

Ukuran tempe yang menggunakan daun pisang dan tempe menggunakan plastik bentuknya ada yang panjang dan ada yang sedang. Harga jual tempe ukuran yang sedang yaitu Rp. 4.500 dan untuk tempe yang ukuran panjang yaitu Rp 5.000.

Penjualan dilakukan di pasar hanyar/pasar antasari. Selain menjualnya dipasar, ada juga pembeli yang datang langsung ke tempat usaha untuk membeli tempe. Minat beli tempe sekarang begitu tinggi, dikarenakan adanya tren vegan dan vegetarian. Biasanya pembeli tempe kebanyakan adalah orang tua, tetapi sekarang pembeli tempe sama rata yaitu orang tua dan anak muda.

3. Identitas narasumber ke-3

Nama: Bejo

Status: Konsumen/pembeli

Umur: 47 Tahun

Bejo adalah salah satu konsumen yang membeli tempe di tempat Warsono. Menurut wawancara dengan Bejo kualitas tempe di “Yunita Tempe” sangat bagus. Kepadatan tempe begitu pas, rasa yang enak, dan juga bersih. Untuk harga sama dengan pedagang tempe yang lain dan terbilang terjangkau. Pemilik usaha juga akan memberikan diskon harga kepada pembeli yang membeli banyak dan yang sudah lama berlangganan. Beliau mengetahui tempe yunita ini dari pasar langsung dan setelah itu meminta kontak, lalu berlangganan sampai sekarang.

Pada kenaikan harga bahan baku beberapa usaha tempe memang menaikkan harga jual tempe dengan ukuran yang tetap seperti biasa, tetapi di “Yunita Tempe” tetap menjual diharga normal walaupun ukuran sedikit lebih kecil dari biasanya. Untuk ukuran yang diperkecil sedikit tidak begitu mempengaruhi pembeli seperti Bejo, karena dengan itu akan membantu beliau yang ingin menjual tempe itu lagi.

C. Analisis SWOT

Dalam pengembangan usaha yang lebih baik, maka usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini memerlukan strategi usaha untuk mengembangkan usaha dimasa mendatang. Menurut Hamel dalam buku Z. Hefflin Frinces, strategi adalah sesuatu yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari

apa yang terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen melakukan kompetisi inti (*core competencies*). Dan menurut Suwarsono Perusahaan didirikan untuk mencapai beberapa tujuan diantaranya memperoleh laba, peningkatan harga saham, penguasaan pangsa pasar, dan tumbuh sehat berusia panjang. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tersebut, manajemen perusahaan mendesain, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi bersaing yang telah dipilih. Dengan keunggulan bersaing yang berhasil dibangun dan berdasar komitmen visi yang telah dimiliki, perusahaan berusaha mengeksploitasi peluang usaha yang tersedia dan di saat yang sama menghindar dari ancaman bisnis yang berasal dari lingkungan bisnis.

Adapun kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman pada usaha ini menurut wawancara, yaitu:

a. Kekuatan:

- 1) Bahan baku tempe mudah didapat.
- 2) Kualitas produk yang baik dan terjamin.
- 3) Modal yang relatif terjangkau.
- 4) Harga jual kompetitif.
- 5) Tempat strategis

b. Peluang:

- 1) Peningkatan kesadaran konsumen terhadap makanan sehat dan produk lokal.
- 2) Permintaan pasar yang terus meningkat.

- 3) Dukungan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.
- 4) Adanya trend vegetarian dan vegan yang semakin meningkat di masyarakat.
- 5) Kesempatan kerjasama dengan restoran dan hotel.

c. Kelemahan:

- 1) Keterbatasan dana untuk pengembangan usaha dan pemasaran.
- 2) Kurangnya pengetahuan dan keahlian dalam manajemen pemasaran.
- 3) Kapasitas produksi yang terbatas.
- 4) Kurangnya perhatian terhadap inovasi baru.
- 5) Kurangnya promosi dan pemasaran online.

d. Ancaman:

- 1) Persaingan bisnis yang semakin ketat.
- 2) Fluktuasi harga bahan baku kedelai.
- 3) Keterbatasan pasokan bahan baku.
- 4) Perubahan tren konsumsi yang dapat mengurangi minat terhadap produk tempe.
- 5) Ketidakpastian ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari narasumber mengenai strategi pengembangan usaha industri rumah tangga tempe di

kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Analisis Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Tempe di Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar

Setelah dilakukannya wawancara antara pemilik usaha dengan peneliti, pemilik usaha mengakui bahwa dengan berjualan di satu tempat saja tidak dapat mengembangkan usahanya. Maka dari itu peneliti menggagaskan beberapa strategi yang bisa membantu pemilik usaha untuk mengembangkan usaha ini, diantaranya, yaitu:

a. Strategi Manajemen

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisis, pengembangan pasar dan sebagainya.

Harga merupakan suatu cara untuk memberikan nilai terhadap suatu produk sesuai dengan kegunaan dan kualitas produk itu sendiri. Harga yang ditetapkan pemilik usaha mengikuti harga pasaran. Fluktiasi harga bahan baku sangat mempengaruhi usaha, jika harga bahan baku meningkat maka harga jual juga akan meningkat. Dengan meningkatnya harga jual peminatnya pun akan berkurang, maka dari itu strategi harga sangat penting bagi usaha.

Produk merupakan suatu karya yang mempunyai nilai tersendiri bagi produsen maupun konsumen. Konsumen tidak

hanya membeli produk dalam bentuk fisik saja namun membeli nilai rasa produk, contohnya pada usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar yang mana produk di tawarkan berupa tempe yang dapat dijadikan berbagai macam olahan makanan.

Usaha harus berkembang seiring berjalannya waktu. Semakin berkembangnya zaman maka trend makanan semakin beinovasi, contohnya seperti trend vegan dan vegetarian yang mana sangat menguntungkan bagi usaha tempe.

Terkait dengan strategi pengembangan usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar, maka di perlukan pengembangan produk dalam usahanya dan ada 3 strategi manajemen dalam pengembangan produk, yaitu;

- 1) Strategi peningkatan kualitas. Strategi ini merujuk pada peningkatan kecepatan dan ketepatan pelayanan terhadap konsumen. Peningkatan kualitas pada tempe yaitu memastikan bahwa bahan baku yang digunakan benar-benar bersih dan menghasilkan tempe yang baik.
- 2) Strategi peningkatan keistimewaan produk. Keistimewaan produk terdiri atas empat unsur, yaitu kualitas bahan baku yang dipakai, keaneka ragaman, kenyamanan pemakaian bagi penggunanya, serta adanya aksesoris tambahan. Keistimewaan tempe di usaha industri rumah tangga ini yaitu menggunakan

bahan baku impor, berbagai jenis tempe yang diolah, rasanya juga enak dan memiliki kemasan yang higienis. Pemilik usaha juga bisa menambahkan tulisan pada kemasan agar dapat dikenali oleh konsumen kalau tempe tersebut produksi dari “Yunita Tempe”.

- 3) Strategi peningkatan gaya produk. Strategi ini merujuk pada peningkatan nilai terampilan dari suatu produk, seperti pemilihan warna yang tepat, serta bentuk kemasan yang menarik. Untuk kemasan pada tempe ini ada 2 yaitu menggunakan daun pisang dan plastik. Kalau ingin meningkatkan lebih baik dan berbeda dari usaha tempe yang lain, saran dari penulis pemilik usaha bisa juga menggunakan daun jati sebagai kemasan atau dengan menggunakan daun yang lainnya yang bisa dijadikan kemasan.

b. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya perusahaan ini melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan Kembali divisi baru dan sebagainya.

Pada usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini memiliki strategi untuk

bertahan disaat disaat fluktuasi harga bahan baku dengan cara memperkecil ukuran tempe dan menjual dengan harga normal.

c. Strategi bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran. Produksi atau operasional, distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Strategi pemasaran adalah cara untuk mengembangkan usaha dagang industri kecil maupun besar. Strategi pemasaran juga merupakan sumber dari penghasilan suatu usaha. Dengan strategi pemasaran, pengembangan usaha dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, melakukan penjualan melalui media sosial, memastikan kepuasan konsumen.

Menurut wawancara dengan konsumen, awal mula konsumen mengetahui tempat usaha “Yunita Tempe” dengan membeli tempe di pasar. Lalu berlanjut meminta kontak secara langsung dan konsumen mempromosikan ke teman-tamannya yang lain dengan mulut ke mulut.

Dari penulis menyarankan kepada pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya dengan mencari relasi baru untuk ditawarkan produknya, contohnya seperti rumah makan,

restoran café dan hotel. Dengan itu usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini akan berkembang secara cepat.

Adapun macam-macam strategi pengembangan usaha industri rumah tangga, yaitu:

a. Memperbaiki produk yang ada

Dalam hal ini perusahaan menggunakan teknologi dan fasilitas yang ada untuk membuat variasi dan memperbaiki produk yang ada. Dalam menggunakan cara ini perusahaan tidak memiliki resiko besar, karena hanya akan melakukan perubahan yang menyeluruh. Pada usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini sudah memperbaiki produk, yang sebelumnya hanya memakai daun, sekarang sudah memakai plastik. Sebelumnya sudah ada keluhan dari konsumen karena rasa tempe yang kurang enak dan kurang padat. Sekarang pemilik usaha sudah memperbaiki produknya dengan memperhatikan kebersihan bahan baku dan kebersihan kemasan. Dengan itu kualitas tempennya pun sekarang sudah lebih bagus dan lebih padat.

b. Memanfaatkan media sosial

Media sosial memberikan kemampuan untuk menjangkau pelanggan di mana saja, kapan saja, membangun brand awareness, dan membangun koneksi dengan pelanggan.

Jadi, jika kamu ingin membangun bisnis yang sukses, maka memanfaatkan media sosial sebaik mungkin. Usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar masih belum memanfaatkan media sosial. Maka dari itu penulis menyarankan kepada pemilik usaha untuk memanfaatkan sosial media. Di zaman sekarang yang serba online akan mempengaruhi penjualan apabila pemilik usaha juga menggunakan media sosial. Dengan membuat akun sosial media facebook, intagram ataupun tiktok untuk mempromosikan jualan maka hal itu akan bisa menarik konsumen untuk membeli, dan bahkan bisa menambah relasi usaha.

c. Menambah produk yang ada

Perusahaan dalam hal ini menambah atau memberikan variasi pada produk yang telah ada dan juga memperluas segmen pasar dengan melayani berbagai macam konsumen atau pembeli yang memiliki selera yang berbeda-beda. Untuk tempe memang tidak banyak jenis, akan tetapi usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini sudah menambah produk, yaitu tempe gembus.

d. Meniru strategi pesaing

Pada cara ini perusahaan meniru kebijakan pesaing yang dianggap menguntungkan, seperti halnya penetapan harga. Selain meniru pada harga, tempe umumnya akan sama saja

dengan pesaing cara pembuatan ataupun bentuknya. Untuk harga, pada saat harga bahan baku normal semua pemilik usaha tempe akan menetapkan harga yang sama, tetapi apabila harga pada bahan baku meningkat masing-masing pemilik usaha akan menyesuaikan harga dengan strategi masing-masing. Pemilik usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar ini hanya menirukan pemasaran tempe saja.

2. Analisis Pendekatan Matrik SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang membuat perencanaan strategis guna mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat diaplikasikan dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Wijayanti, 2021, hal. 5).

Pada tahap ini, analisis dan pengambilan keputusan lebih lanjut dilakukan dengan memperkenalkan pendekatan matriks SWOT yang memberikan solusi strategi untuk setiap permasalahan yang ada.

Setelah mengelompokkan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dari strategi pengembangan usaha industri rumah tangga tempe di Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar, maka akan dianalisa dengan menggunakan SWOT yang dapat menghasilkan kemungkinan alternatif strategi bersaing. Selain memperhatikan faktor-faktor diatas, dari kekuatan dan kelemahan (faktor internal) dan peluang serta ancaman (faktor eksternal) dalam upaya strategi pengembangan usaha industri rumah tangga tempe di Kecamatan

Sungai Tabuk Kabupaten Banjar disusun Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) untuk menentukan strategi bersaing yang akan digunakan IFAS tersebut dengan cara:

- a. Menentukan faktor strategi yang menjadi kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman.
- b. Beri masing-masing bobot dengan skala mulai dari 1,00 (sangat penting) sampai dengan 0,00 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 10 (outstanding atau paling tinggi) sampai dengan 1 (poor atau paling rendah). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberikan rating +10, tetapi jika peluangnya kecil diberikan rating +1). Pemberian nilai ancaman kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika nilai ancaman sedikit ratingnya 10.
- d. Menentukan nilai skor dengan mengalikan bobot dan rating.
- e. Menjumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan terhadap IFAS. (Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, 2001, hal. 22)

Lebih jelasnya dapat dilihat pada table di bawah ini:

1.1 TABEL IFAS

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	BOBOT	RATING	SKOR	KETERA NGAN
KEKUATAN:				
1) Bahan baku tempe mudah didapat.	0,05	5	0,25	Baik untuk stok pembuatan
2) Kualitas produk yang baik dan terjamin.	0,10	6	0,60	
3) Modal yang relatif terjangkau.	0,10	6	0,60	
4) Harga jual kompetitif.	0,15	8	1,20	
5) Tempat strategis	0,15	8	1,20	
JUMLAH	0,55		3,85	
KELEMAHAN:				
1) Keterbatasan dana untuk pengembangan usaha dan pemasaran.	0,10	6	0,60	
2) Kurangnya pengetahuan dan keahlian dalam manajemen pemasaran.	0,10	6	0,60	
3) Kapasitas produksi yang terbatas.	0,05	5	0,25	
4) Kurangnya perhatian terhadap inovasi baru.	0,05	5	0,25	

5) Kurangnya promosi dan pemasaran online.	0,15	8	1,20	
JUMLAH	0,55		2,90	
TOTAL	1,00			

1.2 TABEL EFAS

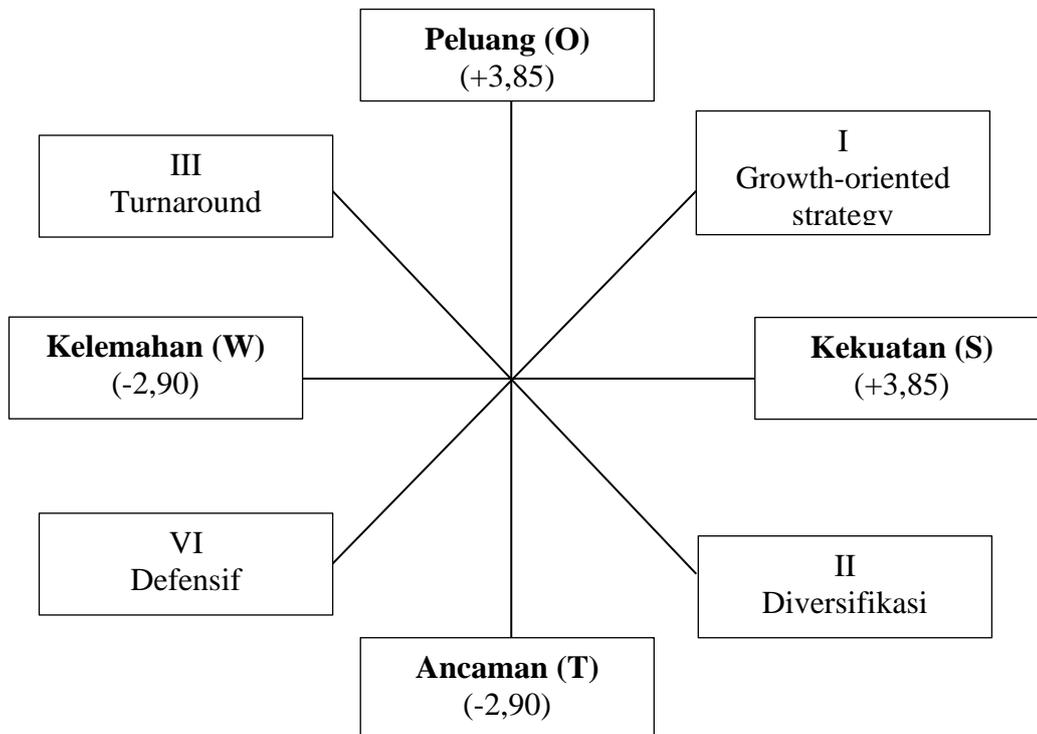
Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
PELUANG:				
1) Peningkatan kesadaran konsumen terhadap makanan sehat dan produk lokal.	0,15	8	1,20	
2) Permintaan pasar yang terus meningkat.	0,10	6	0,60	
3) Dukungan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.	0,05	5	0,25	
4) Adanya trend vegetarian dan vegan yang semakin meningkat di masyarakat.	0,15	8	1,20	
5) Kesempatan kerjasama	0,10	6	0,60	

dengan restoran dan hotel.				
JUMLAH	0,55		3,85	
ANCAMAN:				
1) Persaingan bisnis yang semakin ketat.	0,10	6	0,60	
2) Fluktuasi harga bahan baku kedelai.	0,15	8	1,20	
3) Keterbatasan pasokan bahan baku.	0,05	5	0,25	
4) Perubahan tren konsumsi yang dapat mengurangi minat terhadap produk tempe.	0,10	6	0,60	
5) Ketidakpastian ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat.	0,05	5	0,25	
JUMLAH	0,45		2,90	
TOTAL	1,00			

Pada tabel EFAS dan IFAS diatas faktor-faktor kekuatan (strengths) mempunyai nilai bobot 0,55. Sedangkan faktor-faktor kelemahan (weaknesses) mempunyai nilai bobot 0,45 usaha tempe di

kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dalam menentukan strategi bersaingnya. Selanjutnya pada tabel 5 diatas faktor-faktor peluang (Opportunities) mempunyai nilai bobot 0,55 dan fakor-faktor ancaman (threats) mempunyai nilai bobot 0,45 ini berarti dalam upaya menentukan strategi pengembangan usaha tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang timbul. Dari hasil susunan faktor-faktor internal dan eksternal diatas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut: Kekuatan (Strengths/S) = 3,85 Kelemahan (Weaknesses/W) = 2,90 Peluang (Opportunities/O) = 3,85 dan Ancaman (Threats/T) = 2,90.

Gambar Diagram Matrik SWOT



Keterangan:

1. Kuadran I situasi yang menguntungkan bagi usaha, karena usaha memiliki peluang serta kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth).
2. Kuadran II meskipun menghadapi berbagai ancaman, tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal.
3. Kuadran III menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala yaitu kelemahan internal.
4. Kuadran IV merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Dari gambar diagram diatas yang berdasarkan perhitungan SWOT, usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar $S \geq O$ yakni kekuatan dan peluang sama besar, dimana arah kebijakan usaha industri rumah tangga tempe di kecamatan sungai tabuk kabupaten banjar dalam kondisi Growth dan Diversifikasi yang artinya usaha industri rumah tangga tempe memiliki peluang serta kekuatan untuk dapat memandatkan peluang pasar yang ada dan harus tetap memanfaatkan kekuatan internal agar dapat memanfaatkan peluang jangka Panjang.

Berikut adalah analisis pendekatan matrik SWOT:

1.3 TABEL MATRIK SWOT

	Kekuatan (<i>Strenght-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknees-W</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bahan baku tempe mudah didapat. 2) Kualitas produk yang baik dan terjamin. 3) Modal yang relatif terjangkau. 4) Harga jual kompotitif. 5) Tempat strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keterbatasan dana untuk pengembangan usaha dan pemasaran. 2) Kurangnya pengetahuan dan keahlian dalam manajemen pemasaran. 3) Kapasitas produksi yang terbatas. 4) Kurangnya perhatian terhadap inovasi baru. 5) Kurangnya promosi dan pemasaran online.

Peluang (<i>Oppotrunities-O</i>)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1) Peningkatan kesadaran konsumen terhadap makanan sehat dan produk lokal.</p> <p>2) Permintaan pasar yang terus meningkat.</p> <p>3) Dukungan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.</p> <p>4) Adanya trend vegetarian dan vegan yang semakin meningkat di masyarakat.</p> <p>5) Kesempatan kerjasama dengan restoran dan hotel.</p>	<p>1. Memanfaatkan kualitas produk untuk meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk lokal memiliki banyak gizi.</p> <p>2. Dengan harga jual yang relatif standar, maka hal itu dapat meningkatkan permintaan pasar dan akan mampu bekerjasama dengan hotel ataupun restoran.</p>	<p>1) Memanfaatkan peningkatan permintaan pasar untuk menambah kapasitas produksi.</p> <p>2) Memanfaatkan trend vegetarian dan vegan sebagai promosi produk secara langsung maupun online.</p>

Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1) Persaingan bisnis yang semakin ketat.</p> <p>2) Fluktuasi harga bahan baku kedelai.</p> <p>3) Keterbatasan pasokan bahan baku.</p> <p>4) Perubahan tren konsumsi yang dapat mengurangi minat terhadap produk tempe.</p> <p>5) Ketidakpastian ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat.</p>	<p>1. Fluktuasi bahan baku dapat diatasi dengan mengurangi pembelian bahan baku dan tetap menjual dengan harga normal.</p> <p>2. Keterbatasan pasokan bahan baku tidak akan jadi masalah besar karena bahan baku yang mudah didapat dan modal yang relatif terjangkau.</p> <p>3. Ketidakpastian ekonomi tidak berpengaruh besar karena ketika ekonomi</p>	<p>1) Dengan berkembangnya zaman pengetahuan manajemen bisa di pelajari melalui internet dan melalui internet pula pemilik usaha dapat mencari tahu tren yang sedang ada di tahun ini.</p> <p>2) Menambah target pasar dengan menggunakan media sosial dapat mengurangi persaingan bisnis.</p>

	<p>masyarakat sedang menurun, masyarakat cenderung memilih membeli tempe untuk memenuhi makanan pokok sehari hari karena harga jual tempe yang cenderung lebih murah dari bahan pokok makanan lainnya.</p>	
--	--	--

Matriks SWOT pada Tabel 1.3 tersebut dihasilkan empat sel alternative strategi yang dapat diambil kesimpulan oleh pemilik usaha dalam mengembangkan usaha.

1. IFAS (Internal Factors Analysis Strategy) yaitu suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor internal usaha.
2. EFAS (External Factors Analysis Strategy) yaitu suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor eksternal usaha.
3. Strategi SO, yaitu strategi yang berdasarkan pemikiran perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang. Dengan

memanfaatkan kualitas produk untuk meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk lokal memiliki banyak gizi. Hal itu dapat menarik konsumen vegan dan vegetarian untuk membeli tempe sebagai bahan makanan sehatnya.

4. Strategi ST, merupakan strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman. Fluktuasi bahan baku dapat diatasi dengan mengurangi pembelian bahan baku dan tetap menjual dengan harga normal. Penentuan harga harus disesuaikan dengan ukuran barangnya, karena kualitas barang tetap sama dengan sebelum meningkatnya harga bahan baku maka dengan mengurangi pembelian bahan baku akan menstabilkan penjualan.
5. Strategi WO, merupakan strategi yang memanfaatkan peluang yang ada di perusahaan dengan cara memperkecil kelemahan yang ada. Memanfaatkan trend vegetarian dan vegan sebagai promosi produk secara langsung maupun online. Teknologi yang maju dapat mengembangkan berbagai hal, dan Tren vegan dan vegetarian sekarang sangat menguntungkan bagi usaha. Banyaknya restoran dan café yang menjual makanan sehat maka akan membuka peluang untuk menambah relasi usaha.
6. Strategi WT, merupakan strategi yang mengecilkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada di perusahaan. Menambah target pasar dengan menggunakan media sosial dapat mengurangi persaingan bisnis. Kemajuan teknologi sekarang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan

usaha melalui sosial media, karena jejaring sosial sangat luas cakupannya
maka hal itu akan dengan mudah berkembangnya pemasaran usaha ini.