

**KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA KERIPIK UBI KAYU(*ManihotesculantaCrantz*)SKALA
RUMAH TANGGA
(STUDI KASUS :DESA PERLANAAN KECAMATAN BANDAR
KABUPATEN SIMALUNGUN, PROVINSI SUMATERA UTARA)**

SKRIPSI

Oleh :

**RIZKI MAULANA
NPM :1304300102
Program studi :AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2017**

KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA KERIPIK UBI KAYU(*Manihot Esculanta Crantz*) SKALA
RUMAH TANGGA

(STUDI KASUS :DESA PERLANAAN KECAMATAN BANDAR
KABUPATEN SIMALUNGUN, PROVINSI SUMATERA UTARA)

SKRIPSI

Oleh:

RIZKI MAULANA

1304300102

AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1)
Pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

Mailina Harahap, S.P.,M.Si

Ketua Pembimbing

Akbar Habib, S.P.,M.P

Anggota Pembimbing

Disahkan Oleh :

Dekan

Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal sidang: 24 Oktober 2017

RINGKASAN

Rizki Maulana (1304300102), dengan judul KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU (*Manihot esculanta Crantz*) SKALA RUMAH TANGGA (STUDI KASUS : DESA PERLANAAN KECAMATAN BANDAR KABUPATEN SIMALUNGUN, PROVINSI SUMATERA UTARA). Dibimbing oleh Ibu Mailina Harahap, S.P.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Akbar Habib, S.P.,MP selaku pembimbing II.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni 2017 sampai bulan Agustus 2017 di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. Peumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kelayakan usaha dan strategi pengembangan usaha terhadap usaha keripik ubi kayu, faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada daerah penelitian dan serta strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu pada daerah penelitian. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif, dengan mengambil 15 pelaku usaha sebagai sampel. Penentuan sampel menggunakan metode sensus dan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman digunakan metode swot.

RIWAYAT HIDUP

RIZKI MAULANA dilahirkan di Perlanaan, 22 September 1995, anak kedua dari tiga bersudara dari pasangan orang tua **SUWARMIN** dan **SUSANTI**

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh hingga saat ini adalah sebagai berikut :

1. Pada tahun 2001 – 2007, menjalani pendidikan Sekolah Dasar Negeri 096753 Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.
2. Pada tahun 2007 – 2010, menjalani pendidikan sekolah Menengah Pertama Swata Taman Ilmu Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.
3. Pada tahun 2010 – 2013, Menjalani pendidikan Sekolah Menengah Atas SMA Negeri 1 Bandar, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun
4. Pada tahun 2013 sampai sekarang, menjalani pendidikan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis.
5. Pada bulan Januari 2016 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Unit Kebun Laras, Simalungun.
6. Tahun 2017 melakukan penelitian skripsi di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari skripsi ini adalah “ **KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU (*Manihot esculanta Crantz*) SKALA RUMAH TANGGA**”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di fakultas pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayahanda Suwarmin dan Ibu Susanti atas kasih sayang yang tiada terhingga dan tiada batasnya, sehingga dukungan baik secara moril dan materi, maupun doa yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Ir. Alridiwirsa, M.M selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Mailina Harahap, S.P.,M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dan saran kepada penulis serta memberikan banyak motivasi yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Akbar Habib, S.P.,M.P selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam membantu saya dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Bapak Thamrin, S.P.,M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Seluruh staf pengajar, biro administrasi dan pegawai di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Saya ucapkan terima kasih saya kepada Nenek Nurhayati, Bude Ani, Abang Ridho, Adik Putri Syawalina dan seluruh keluarga yang selalu menjadi motivasi buat penulis untuk terus maju dan memberikan semangat selama mengerjakan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan Agribisnis 4 yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan harapan penulis semoga kita sukses di kemudian hari.
9. Sahabat terbaik penulis Ririn Fitriani Dalimunthe, Endang Sriwahyuni, Yuli Afriani, Eko Ramadhansyah, Embriana Fitri Risandi, Misnan, Ardan Ariansyah, Ismail Manik, Tri Retsudarti, Lakshmitha Debby, Hanum Siregar, Muhammad Yunus. Yang selalu memberikan hal-hal indah dalam kehidupan penulis serta memberikan banyak dukungan dan semangat serta canda tawa kalian yang membuat penulis menjadi semangat.

Medan, Agustus 2017
Penulis

Rizki Maulana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesehatan dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW. Adapun judul penelitian ini adalah “**KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU (*Manihot esculanta Crantz*) SKALA RUMAH TANGGA**”.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis mengucapkan terimakasih kepada ibu Mailina Harahap, S.P.,M.Si sebagai dosen pembimbing 1 dan bapak Akbar Habib, S.P.,M.P sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, petunjuk dan motivasi sampai selesainya proposal penelitian ini.

Tidak lupa pula buat seluruh rekan-rekan yang telah banyak membantu penulis di dalam penyelesaian usulan penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Tidak ada yang pantas diberikan, selain dari Allah SWT untuk kemajuan kita semua dalam menghadapi masa depan nanti.

Akhirnya penulis sangat mengharapkan agar proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua dan dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian.

Medan, Agustus 2017

Rizki Maulana

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	5
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Landasan Teori.....	6
Analisis SWOT	8
Matriks SWOT.....	9
Analisis Biaya	9
Analisis Kelayakan Usaha	10
Penelitian Terdahulu	11
Kerangka Pemikiran.....	12
Hipotesis Penelitian	14
METODE PENELITIAN	15
Metode Penelitian	15
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	15
Metode Penarikan Sampel	15
Metode Pengumpulan Data.....	15
Metode Analisis Data.....	16
Definisi dan Batasan Operasional	26

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	28
Letak dan Luas Daerah.....	28
Distribusi Penduduk.....	28
Sarana dan Prasarana Umum	29
Karakteristik Sampel.....	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
Pendapatan Pengusaha Keripik Ubi Kayu	32
Analisis Pendapatan Usaha	36
Analisis Kelayakan Usaha.....	37
Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	38
Analisis Matriks IFAS dan EFAS	43
Matriks Penggabungan IFAS dan EFAS.....	45
Matriks SWOT	50
KESIMPULAN DAN SARAN	58
Kesimpulan	58
Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

1. Produk Berbahan Ubi Kayu di Kabupaten Simalungun	2
2. Matriks SWOT	21
3. Matriks Faktor Strategi Intrnal/ Eksternal	23
4. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
5. Distribusi Jumlah penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	29
6. Jumlah Sarana dan Prasarana	30
7. Karakteristik Responden	30
8. Produksi, Harga Jual,Biaya Produksi,Penerimaan & pendapat ..	32
9. Jenis dan Besar Biaya Penyusutan	33
10. Jenis dan Besar Biaya Variabel.....	34
11. Rincian Biaya	35
12. Matriks IFAS.....	43
13. Matriks EFAS	44
14. Analisis SWOT (IFAS+EFAS)	45

DAFTAR GAMBAR

1. Skema Kerangka Pemikiran.....	14
2. Diagram Analisis SWOT	20
3. Kuadran Analisis SWOT.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

1. Karakteristik Responden	61
2. Biaya Bahan Baku Usaha Keripik Ubi Kayu	62
3. Biaya Penggunaan Bahan Penunjang Usaha Keripik Ubi Kayu	63
4. Penerimaan Usaha Keripik Ubi Kayu	64
5. Rincian Biaya Penyusutan Peralatan.....	66
6. Biaya Tenaga Kerja	70
7. Total Biaya Pembuatan Keripik Ubi Kayu	71
8. Total Pendapatan Usaha Keripik Ubi Kayu	72
9. Penentuan Pembobotan Jumlah Responden.....	102
10. Penentuan Rating Jumlah Responden	104

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ubi kayu atau singkong merupakan bahan pangan potensial masa depan dalam tatanan pengembangan agribisnis dan agroindustri. Sejak awal sampai sekarang, makanan pokok penghasil karbohidrat di Indonesia ini setelah padi dan jagung, mempunyai peranan yang cukup besar dalam mencukupi bahan pangan nasional dan dibutuhkan sebagai bahan pakanternak serta bahan baku berbagai industri makanan

produksi dan produktivitas ubi kayu pada petani masih rendah karena penggunaan varietas unggul belum memasyarakat dan teknik budi dayanya masih tradisional. Namun langkah yang dapat di tempuh untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan menumbuhkan pola agribisnis di daerah-daerah sentra produksi. Disamping itu, untuk memacu penganekaragaman produk dan stabilitas harga (pasar) perlu dikembangkan industri-industri pengolahan hasil yang berwawasan agroindustri berbahan baku ubi kayu (Rukmana, 2002)

Provinsi Sumatera Utara sebagai salah satu sektor pertanian yang bersinergi dengan sektor industri didominasi oleh agroindustri yang mengelolah hasil-hasil pertanian, perkebunan, pengolahan hasil laut, serta industri kecil dan rumah tangga. Agroindustri ini baik formal maupun non formal tersebar di berbagai kabupaten/kota di Sumatera Utara, salah satu diantaranya adalah kabupaten Simalungun. Semenjak terjadi pemekaran dari kota induk yaitu Pematang Siantar tahun 2008, Simalungun telah banyak menorehkan prestasi dari potensi daerahnya tersebut, dari mulai tempat-tempat wisata yang terus di kembangkan, serta agroindustri rumah tangga yang semakin digalakan oleh pemerintah Simalungun.

Berdasarkan data hasil olahan ubi kayu andalan Kabupaten Simalungun yang telah mampu menopang dan memberikan kontribusi produk dari industri pengolahan berskala kecil dan menengah terhadap perekonomian di seputar kawasan kabupaten Simalungun. Dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Produk berbahan Ubi Kayu di Kabupaten Simalungun

No	Jenis Komoditi	Unit usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Nilai Investasi (Rp.000)	Kapasitas Produk	Nilai Produksi (Rp.000)
1	Tepung(Tapioka)	36	490	9.144.000	648 Ton	18.000.000
2	Keripik	28	56	4.000.000	222 Ton	8.000.000
3	Rengginang	24	70	4.032.000	216 Ton	8.400.000
4	Mie Kuning	20	48	3.600.000	180 Ton	7.000.000
5	Lainnya	9	27	1.200.000	80 Ton	3.500.000

Sumber: Dinas Perindustriaan dan Perdagangan Kab. Simalungun, 2013

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa keripik merupakan hasil olahan ubi kayu yang langsung dapat dikonsumsi oleh konsumen. Dimana kapasitas produksi 222 ton selama tahun 2013. Terpilihnya keripik ubi diantara produk unggulan berbahan ubi kayu di kabupaten Simalungun karena keripik ubi tersebut memiliki keunggulan-keunggulan seperti cita rasa yang spesifik dan unik dibandingkan produk sejenis. Selain itu harga keripik ubi kayu yang relatif murah dan kompetitif membuat jaringan pemasaran produk ini telah menembus pasar domestik dan internasional. (Wahyudin, 2007)

Perkembangan industri kecil di Indonesia merupakan bagian internal dari pembangunan ekonomi nasional. Industri rumah tangga perlu dibina menjadi usaha yang makin efisien dan mampu berkembang mandiri, meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan dan mampu meningkatkan peranannya dalam penyediaan barang dan jasa serta berbagai komponen baik untuk keperluan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.

Home industry sebenarnya telah banyak dikenal masyarakat dari semua kalangan. *Home industry* adalah salah satu unit usaha yang didirikan seseorang untuk mencari penghasilan dan keuntungan yang lebih besar dalam perusahaan skala rumah tangga. Biasanya berfungsi sebagai pekerjaan sampingan. Umumnya mereka adalah orang-orang yang telah memiliki pekerjaan tetap pada suatu pengusaha yang ingin selalu mengembangkan sayapnya (Muliawan, 2008)

Peluang pengembangan industri kecil dan rumah tangga di bidang pangan di Indonesia terbuka sangat luas, hal ini dimungkinkan karena adanya dukungan faktor internal yang kuat. Faktor internal yang memperkuat pengembangan industri pangan adalah :

- a. Besarnya jumlah penduduk yang menjadi pasar produk industri pangan.
- b. Tingkat pendapatan masyarakat yang semakin meningkat yang mendorong permintaan akan produk olahan.
- c. Cukup tersedianya bahan baku produksi di dalam negeri.
- d. Cukup tersedianya tenaga kerja yang relatif rendah.
- e. Kapasitas produksi beberapa usaha industri pangan yang masih dapat ditingkatkan (Asri, 2010).

Usaha industri rumah tangga keripik ubi kayu yang ada di desa Perlanaan Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun umumnya masih tergolong usaha kecil. Usaha industri rumah tangga di desa tersebut sudah ada sejak lama sehingga usaha yang dilakukan sampai sekarang ini merupakan usaha turun-temurun. Usaha keripik ubi merupakan usaha yang memberikan prospek ke depan apabila dikelola dengan lebih baik. Sejauh ini masyarakat yang mengusahakan keripik ubi sebagai sumber mata pencaharian di desa Perlanaan masih secara tradisional. Kapasitas

produksi juga masih kecil yaitu 50 kg - 100 kg/ hari dengan menggunakan tenaga kerja dalam keluarga.

Usaha keripik ubi kayu menjadi mata pencaharian selain melakukan usahatani dan berternak, sehingga dengan usaha keripik ubi kayu masyarakat mampu memiliki pendapatan harian. Memperhatikan bahwa bahan baku utama keripik ubi yaitu ubi kayu yang masih cukup tersedia di Kabupaten Simalungun, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul :

“KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU(*ManihotesculantaCrantz*)SKALA RUMAH TANGGA di DESA PERLANAAN, KECAMATAN BANDAR, KABUPATEN SIMALUNGUN”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapaMasalah sebagai berikut :

1. Berapa besar pendapatan usaha keripik ubi kayu di daerah penelitian?
2. Bagaimana kelayakan dari usaha keripik ubi kayu di daerah penelitian ?
3. Bagaimana strategi pengembangan dari usaha keripik ubi kayu di daerah penelitian ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi besar pendapatan usaha keripik ubi kayu di daerah penelitian.
2. Untuk mengidentifikasi kelayakan usaha keripik ubi kayu di daerah penelitian.
3. Untuk mengidentifikasi strategi pengembangan usaha kripik ubi kayu di daerah penelitian

Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi pengusaha untuk meningkatkan strategi dan kelayakan usaha keripik ubi kayu.
2. Untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis dalam hal menyangkut tentang strategi dan kelayakan usaha.
3. Sebagai bahan informasi serta referensi bagi pembaca dan penelitian berikutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Ubi kayu (*manihot esculanta crantz.*) termasuk tumbuhan berbatang pohon lunak atau tegas (mudah patah). Ubi kayu berbatang bulat dan bergerigi yang terjadi dari bekas pangkal tangkai daun, bagian tengahnya bergabus dan termasuk tumbuhan yang tinggi. Ubi kayu bisa mencapai ketinggian 1-4 meter. Pemeliharaannya mudah dan produktif. Ubi kayu dapat tumbuh subur di daerah yang berketinggian 1200 meter di atas permukaan air laut. Daun ubi kayu memiliki tangkai panjang dan helaian daunnya menyerupai telapak tangan, dan tiap tangkai mempunyai daun sekitar 3-8 lembar. Tangkai daun tersebut berwarna kuning, hijau atau merah (Widianta dan Widi, 2008).

Ubi kayu mempunyai komposisi kandungan kimia (per 100 gram) antara lain : kalori 146 kal, protein 1,2 gram, lemak 0,3 gram, hidrat arang 34,7 gram, kalsium 33 mg, fosfor 40 mg, dan zat besi 0,7 mg. Buah ubi kayu mengandung (per 100 gram) : vitamin B1 0,06 mg, vitamin C 30 mg, dan 75 % bagian buah dapat dimakan. daun ubi kayu mengandung (per 100 gram) : vitamin A 11000 SI, vitamin C 275 mg, Vitamin B1 0,12 mg, kalsium 165 mg, kalori 73 kal, fosfor 54 mg, protein 6,8 gram, lemak 1,2 gram, hidrat arang 13 gram, zat besi 2 mg, dan 87 % bagian daun dapat dimakan. kulit batangnya mengandung tanin, enzim peroksidase, glikosida dan kalsium oksalat (Widianta dan Widi, 2008).

Secara sistematika (taksonomi) tanaman yang berasal dari negara brazil (amerika selatan) ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Kingdom : Plantae (tumbuh-tumbuhan)
- Divisi : Spermatophyta (tumbuhan berbiji)
- Subdivisi : Angiospermae (berbiji tertutup)
- Kelas : Dycotiledoneae (biji berkeping dua)
- Ordo : Euphorbiales
- Famili : Euphorbiaceae (suku jarak-jarakan)
- Genus : Manihot
- Spesies : Manihot esculenta Crantz. (Rukmana, 2002).

Ada banyak jenis makanan turunan dari ubi kayu di kab. Simalungun, diantaranya keripik ubi, opak koin, opak lidah, kerupuk mie, dan lainnya.

Keripik ubi (blengkuo atau manggaleng, sebutan keripik ubi oleh masyarakat perlawanan) merupakan salah satu makanan ringan hasil olahan ubi kayu, yang dapat dikatakan sebagai salah satu produk unggulan UKM (Usaha Kecil Menengah) kabupaten. Setidaknya ada lagi turunan dari keripik ubi ini sendiri, yang dapat di variasikan bentuk dan rasanya tergantung selera konsumen. Diantaranya keripik balado, keripik manis, keripik bawang, serta keripik aneka bumbu.

Dalam pembuatan keripik ubi ini, umumnya dipergunakan jenis ubi kayu kuning dengan varietas adira 1. Hal ini dikarenakan ubi kayu kuning mempunyai pati yang cukup banyak dan kadar air yang lebih kecil dari pada ubi kayu putih sehingga dapat menghasilkan produksi yang lebih besar. Pernyataan ini ternyata sesuai dengan data pada direktorat gizi Departemen Kesehatan Republik Indonesia pada tahun 1981 yang menyatakan bahwa kandungan pati pada ubi

kayu kuning setiap satu kilogram adalah sebesar 37,90 gram dengan kandungan airnya sebesar 60 gram sedangkan pada setiap kilogram ubi kayu putih mengandung 34,70 gram pati dan 62,50 gram air. Selain itu warna keripik ubi yang di hasilkan oleh ubi kuning juga lebih bagus dari pada ubi kayu putih.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Faktor Lingkungan Internal, Analisis faktor internal pada strategi pengembangan keripik ubi kayu di Desa perlanaan diarahkan untuk mengidentifikasih faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) sedangkan Faktor Lingkungan Eksternal, di arahkan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*Oportunities*) dan Ancaman (*Treaths*).

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman

(*threats*) yang ada, dan yang terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki.

Menganalisis bagaimana strategi pemasaran digunakan metode analisis SWOT yaitu penilaian tentang prospek pengembangan usaha keripik ubi kayu secara kualitatif, dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Dan matriks SWOT sebagai alat menyusun faktor-faktor strategis perusahaan.

Analisis Biaya

Analisis biaya memainkan peran sentral dalam ekonomi manajerial karena pada dasarnya setiap keputusan manajerial memerlukan perbandingan antara biaya dan manfaat, keputusan untuk memperluas keluaran mengharuskan perbandingan antara peningkatan pendapatan yang diturunkan dari peningkatan penjualan dengan biaya produk yang lebih tinggi yang dikeluarkan. Demikian pula, sebuah keputusan untuk memperluas aktiva modal memerlukan perbandingan antara pendapatan yang diharapkan dari investasi tersebut dan biaya dana yang diperlukan untuknya (Selim, 2015).

Biaya yang tidak bervariasi dalam kaitannya dengan keluaran tersebut biaya tetap termasuk didalamnya adalah bunga atas modal yang dipinjam, biaya sewa atas pabrik dan peralatan yang disewa, sedangkan biaya variabel bervariasi dengan perubahan dan keluaran, biaya ini adalah fungsi dari tingkat keluaran

termasuk didalamnya adalah biaya-biaya seperti bahan baku, penyusutan yang dikaitkan dengan penggunaan peralatan, bagian variabel dari sarana umum, biaya tenaga kerja. Dalam jangka panjang semua biaya adalah variabel (Selim, 2015).

Analisis Kelayakan Usaha

Studi kelayakan adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut untuk dijalankan. Dengan melalui proses pengumpulan, pengolahan, penyajian serta data dengan menggunakan menggunakan metode ilmiah, studi kelayakan berusaha menguji dan menemukan suatu usulan atau gagasan usaha. Oleh karena itu, studi kelayakan usaha senantiasa perlu dilakukan selama usaha tersebut berjalan. Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Tentu saja studi kelayakan ini akan memakan biaya, tetapi biaya tersebut relatif kecil apabila dibandingkan dengan resiko kegagalan usaha.

Analisis R/C rasio merupakan salah satu analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu unit usaha dalam melakukan proses produksi mengalami kerugian, impas, untung.

Analisis R/C rasio merupakan analisis yang membagi antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Apabila hasil yang diperoleh lebih besar dari satu maka usaha yang dilakukan menguntungkan dan kelayakan dan layak. Serta hasil yang diperoleh lebih kecil dari satu maka usaha yang dilakukan tidak menguntungkan dan tidak layak, apabila hasil yang diperoleh sama dengan satu maka usaha impas (tidak untung dan tidak rugi). (soekartawi, 1995).

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Teguh Abdillah (2014) dengan judul skripsi Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu pada Industri Pundi Mas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu pada industri Pundi Mas. Ada sebanyak 6 responden telah diwawancarai yang diambil secara *purposive*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil analisis dari matriks SWOT IFAS dan EFAS adalah beberapa strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan pada industri Pundi Mas yaitu strategi promosi industri keripik ubi kayu Pundi Mas dirasa kurang melaksanakan dan memanfaatkan kegiatan promosi baik melalui media cetak, brosur-brosur, periklanan maupun internet, Ketersediaan tenaga kerja Pundi mas kurang bertahan dalam industri ini hanya ada beberapa tenaga kerja yang bertahan sehingga pemimpin perlu meningkatkan motivasi dan produktivitas tenaga kerjanya, Perkembangan teknologi ini harus difikirkan dan dilaksanakan industri Pundi Mas karena industri sendiri saat ini belum memikirkan untuk mengganti alat yang lebih modern atau menambah teknologi yang sudah ada dan kondisi usaha keripik ubi kayu pada industri Pundi Mas saat ini berada pada Kuadran I, yaitu stategi S-O dimana usaha tersebut dapat menciptakan strategi internal seperti rasa produk beragam, harga terjangkau, ketersediaan bahan baku dengan memanfaatkan berbagai peluang eksternal seperti berkembangnya media promosi, perkembangan ternologi, dan dukungan Stasiun Televisi Swasta.

Hasil penelitian Muhammad Ikhsan (2013) dengan judul skripsi Analisis Usahatani Ubi Kayu, Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh faktor-faktor

produksi (*luas lahan, bibit, tenaga kerja, dan pupuk*) terhadap pendapatan usahatani ubi kayu, mengetahui kelayakan usahatani ubi kayu. Metode penarikan sampel menggunakan metode sensus, mengambil semua populasi untuk dijadikan sampel dengan metode analisis *Cobb-Douglass, Deskriptif dan R/C Ratio*. Hasil penelitian variabel luas lahan, bibit, tenaga kerja dan pupuk berpengaruh nyata secara simultan (serempak) terhadap pendapatan petani ubi kayu. Secara persial variabel luhan lahan berpengaruh nyata, sementara variabel bibit, tenaga kerja dan pupuk tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan usahatani ubi kayu. Berdasarkan analisis R/C Ratio dengan nilai $7,5 > 1$. Usahatani ubi kayu di daerah penelitian layak untuk di kembangkan.

Kerangka Pemikiran

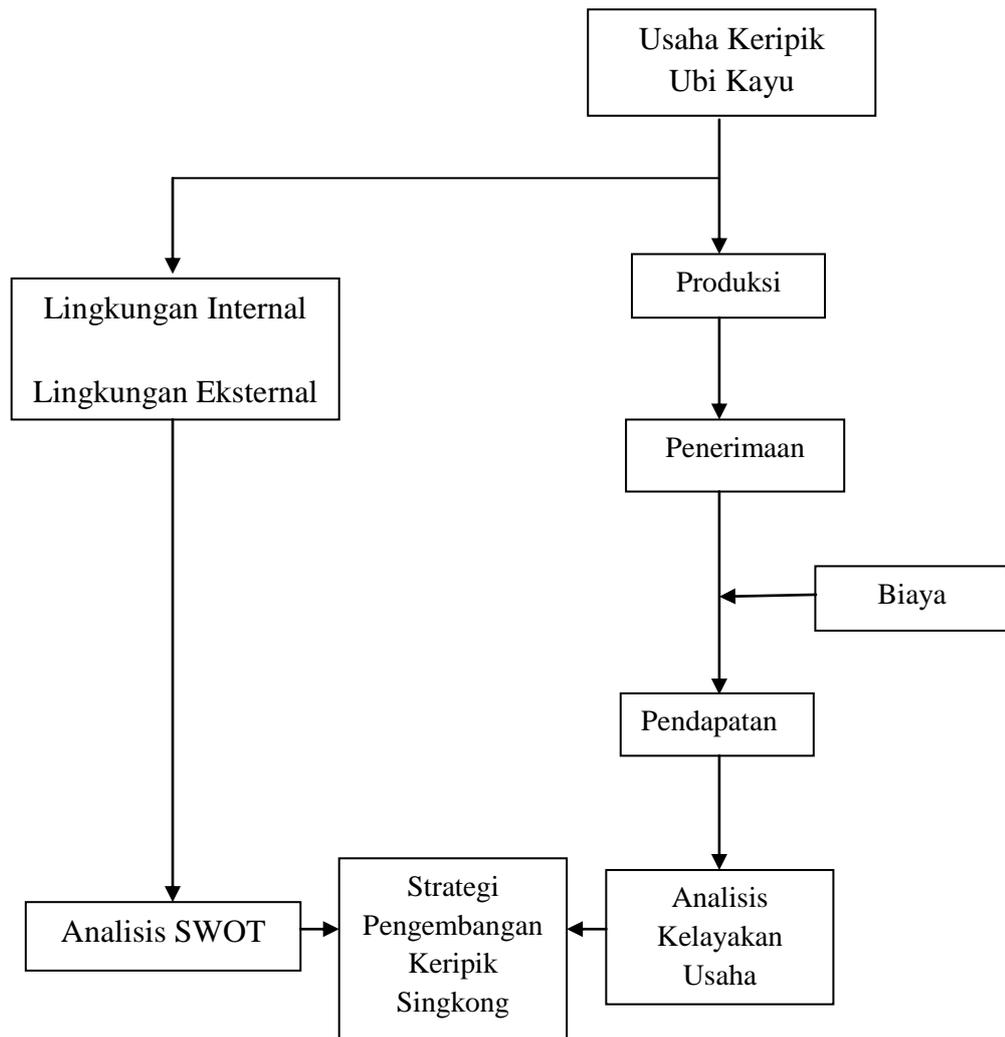
Usaha pembuatan keripik ubi merupakan salah satu jenis usaha dengan memanfaatkan ubi kayu sebagai bahan baku utamanya, dimana ubi kayu tersebut akan diolah sesuai dengan kebutuhan untuk dijual secara komersial. Dalam hal ini ubi kayu tersebut diolah menjadi keripik ubi. Usaha pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi yang dilakukan pengusaha di daerah penelitian masih tergolong pengolahan yang bersifat sederhana dengan bahan baku yang diperoleh dari daerah sekitar usaha pembuatan keripik ubi dan sentra-sentra penghasil ubi kayu di provinsi sumatera utara.

Komoditi ubi kayu adalah komoditi penelitian yang dapat dinikmati dalam bentuk segar, oleh karena itu perlu dilakukan proses pengolahan lebih lanjut agar dapat dikonsumsi. Selain itu, melalui proses pengolahan akan dapat diperoleh nilai tambah sehingga produk olahan ubi kayu ini mampu menerobos pasar baik pasar domestik maupun pasar luar negeri. Dengan adanya proses pengolahan ubi

kayu menjadi keripik ubi ini tentu juga dapat menciptakan kesempatan kerja bagi tenaga kerja yang di daerah penelitian, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di daerah penelitian.

Dalam proses produksi usaha pembuatan keripik ubi tidak lepas dari biaya produksi. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha antara lain biaya bahan baku, bahan penunjang, biaya tenaga kerja, dan biaya penyusutan dari peralatan yang digunakan. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar produksi dan penerimaan yang diterima oleh responden, dalam hal ini adalah pengusaha keripik ubi, maka keripik ubi tersebut harus dijual dengan harga yang sesuai agar penerimaan dan pendapatan yang diperoleh dapat menutupi biaya produksi yang telah dikeluarkan dan agar keripik ubi tersebut dapat bersaing di pasaran.

Untuk menilai kelayakan suatu usaha dapat digunakan analisis proyek, dalam hal ini digunakan analisis finansial. Dengan analisis finansial ini, responden dapat membuat perhitungan dan menentukan tindakan untuk memperbaiki dan meningkatkan keuntungan usahanya. Dengan mengetahui keuntungan yang diperoleh maka dapat diketahui usaha pembuatan keripik ubi ini layak atau tidak untuk diusahakan secara finansial. Berikut gambaran skema kerangka pemikiran :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan

: Ada hubungan

Hipotesis Penelitian

1. Usaha pembuatan keripik ubi di daerah penelitian layak diusahakan secara finansial.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode ini menggunakan metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung kelapangan. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian yang mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Usaha Kecil Menengah (UKM), desa Perlanaan Dusun III Lormes, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Desa Perlanaan memiliki Usaha Kecil Menengah yang menarik untuk dijadikan bahan penelitian.

Metode Penarikan Sampel

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode Sensus. Metode sensus yaitu seluruh usaha pembuatan keripik ubi yang terdapat di daerah penelitian dijadikan sebagai sampel dan pemiliknya dijadikan sebagai responden, metode penarikan sampel secara sensus atau jenuh dengan jumlah keseluruhan sampel di daerah penelitian sebanyak 15 orang pengusaha keripik ubi.

Metode Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang bersumberkan dari lapangan atau objek penelitian yang diperoleh dengan wawancara langsung menggunakan kuisisioner kepada pemilik usahai. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari

berbagai instansi yang terkait dengan penelitian ini, seperti badan pusat statistik (BPS) Sumatera Utara, Kantor Kepala Desa.

Metode Analisis Data

Metode analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Data yang diperoleh berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Data yang telah terkumpul dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel dan perhitungan matematika. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, analisis usaha, dan analisis kelayakan.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah penilaian atau assesment terhadap hasil identifikasi Situasi, untuk menentukan suatu kondisi yang bisa di kategorikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Matrik SWOT merupakan alat percocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi: strategi SO (strenghts-Opportunitis), strategi WO (Weaknesses-Opportunitis), Strategi ST (Strenght-Threats), dan strategi WT (Weaknesses-Threats).

Terdapat 8 langkah dalam menyusun matrik SWOT,yaitu:

1. Tuliskan kekuatan internal perusahaan yang menentukan.
2. Tuliskan kelemahan internal perusahaan yang menentukan.
3. Tuliskan peluang eksternal perusahaan yang menentukan.
4. Tuliskan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.

6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.

Sebelum melakukan analisis, maka diperlukan tahap pengumpulan data yang terdiri atas tiga model yaitu:

- **Matrik Faktor Strategi Internal**

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel IFAS.

- Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan)
- Beri rating masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi internal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik), dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan nilai “rating” terhadap kelemahan bersifat negatif, kebalikannya
- Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 1 pada kolom bobot (kolom 3), bobot di tentukan secara subyektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- Kalikan rating kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh skoring pada kolom 4 (Rangkuti,2015).

- Jumlah skoring (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Hasil identifikasi faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan,

pembobotan dan rating dipindahkan ke tabel Matriks faktor strategi internal (IFAS) untuk menjumlahkan dan kemudian di perbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

- **Matriks Faktor Strategi Eksternal**

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel EFAS.

- Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor eksternalnya (peluang dan ancaman)
- Beri rating dalam masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada faktor strategi eksternal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik), nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan nilai “rating” terhadap kelemahan bersifat negatif, kebalikannya.
- Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 1 pada kolom bobot (kolom 3), bobot ditentukan secara obyektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- Kalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh skoring pada kolom 4.

- Jumlah skoring (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan rating dipindahkan ke tabel Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) untuk menjumlahkan dan kemudian di perbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

- **Matriks Posisi**

Hasil analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal dipetakan pada matriks posisi dengan cara sebagai berikut :

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertical (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut :
 - Kalau peluang lebih besar dari pada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar dari pada peluang maka nilainya $y < 0$
 - Kalau kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya $x < 0$ (rangkuti,2015)



Gambar 2. Diagram analisis SWOT.

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif(*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produksi/pasar).

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnispada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada

BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Appel menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri *microcomputer*.

Kuadran 4 : ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal	STRENGTH(S) (Tentukan 5 – 10 faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (W) (Tentukan 5 – 10 faktor kelemahan internal)
IFAS Eksternal EFAS		
OPPORTUNITIES (O) (Tentukan 5 – 10 faktor peluang eksternal)	STRATEGI SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
THREATS (T) (Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2015

Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensi dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*) (Rangkuti,2015)

Sebelum dilakukan analisis data seperti di atas maka terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode matriks faktor strategi internal dan matriks faktor strategi eksternal seperti pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal/Eksternal

Faktor Strategi Internal/ Eksternal	Bobot	Rating	Skoring (Bobot x Rating)
Kekuatan/Peluang :			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total skor kekuatan/peluang	1.00		
Kelemahan/ancaman :			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total skor kelemahan/ancaman	1.00		
Selisih Kekuatan-Kelemahan/Peluang-Ancaman			

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan untuk IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 faktor IFAS dan EFAS).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor 1,00)
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) samapai dengan 1

(*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif (sangat besar diberi rating +4, tetapi jika kecil diberi rating +1) pemberian nilai rating faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah -1, sebaliknya, jika nilai kecil ratingnya adalah -4

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2. Analisis usaha.

Analisis Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya produksi (Soekartawi, 1995). Rumus ini di formulasikan sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

Dimana :

I = Pendapatan Usaha

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya

Kriteria : $TR > TC$, maka usaha menguntungkan

$TR = TC$, maka usaha impas

$TR < TC$, maka usaha rugi (Soekartawi,1995)

3. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis R/C Rasio merupakan salah satu analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu unit usaha dalam melakukan proses produksi mengalami kerugian, impas, untung.

Analisis R/C rasio merupakan analisis yang membagi antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan, apabila hasil yang diperoleh lebih besar dari satu maka usaha yang dilakukan menguntungkan dan layak. Serta hasil yang diperoleh lebih kecil dari satu maka usaha yang dilakukan tidak menguntungkan dan tidak layak. Apabila hasil yang di peroleh sama dengan satu maka usaha impas (tidak untung atau rugi). Rumus di formulasikan sebagai berikut :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Dengan kriteria :

Nilai $R/C = 1$, maka impas

Nilai $R/C > 1$, maka layak

Nilai $R/C < 1$, maka tidak layak (Soekartawi,1995).

Defenisi dan Batasan Operasional

1. Penelitian ini membahas tentang usaha keripik ubi kayu. Ubi kayu atau singkong merupakan bahan pangan potensial masa depan dalam tatanan pengembangan agribisnis dan agroindustri.
2. Tempat penelitian dilakukan di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.
3. Sampel dalam penelitian seluruh masyarakat yang melakukan usaha keripik ubi kayu yang berjumlah 15 orang.
4. Pendapatan pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun dihitung secara perbulan.
5. Pengusaha keripik ubi kayu memperoleh bahan baku melalui agen yang diantar 2 kali dalam 1 minggu.
6. Hari kerja untuk pengolahan keripik ubi kayu dilakukan sebanyak 3 hari dalam 1 minggu.
7. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam satu proyek atau spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaksnesses, opportunities, dan threats).
8. Matriks SWOT alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan.
9. Studi kelayakan adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

10. Analisis pendapatan usaha adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya produksi.
11. Analisis R/C Rasio merupakan analisis yang membagi antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Penelitian ini dilakukan di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun. Desa ini merupakan salah satu penghasil keripik ubi kayu skala rumah tangga. Secara geografis, letak dan batas - batas wilayah dapat dilihat sebagai berikut ini.

- Sebelah utara berbatasan dengan Perdagangan II dan Sidotani
- Sebelah selatan berbatasan dengan PTPN IV Gunung Bayu
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sumber Makmur Kabupaten Batu bara
- Sebelah Barat Berbatasan dengan PTPN IV Gunung Bayu sei Bah Bolon

Luas Desa Perlanaan secara keseluruhan adalah \pm 600 Ha dengan terbagi atas 6 dusun yang sebagian besar sebagai Pemukiman masyarakat.

Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk desa Perlanaan terdiri dari 5481 jiwa (1503 KK) dengan jumlah penduduk pria dan wanita. Untuk mempermudah melihat kondisi keadaan penduduk Desa Perlanaan berikut adalah Tabel Distribusi penduduk.

Tabel 3. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.

Nomor	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
1	Pria	2749
2	Wanita	2732
Jumlah		5481

Sumber : Kantor Kepala Desa Perlanaan, 2017

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk berjenis kelamin Pria sebanyak 2749 jiwa, jumlah ini lebih besar dari pada jumlah penduduk Wanita sebanyak 2732 jiwa.

Tabel 4. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.

No	Mata Pencaharian	Orang
1	Pelajar	1182
2	Pensiunan	127
3	PNS	36
4	BUMN	158
5	Polisi	2
6	TNI	4
7	Petani	188
8	K. Swasta	202
9	Guru Swasta	35
10	Honorar	37
11	Lain-Lain	104
12	Wiraswasta	320
13	Buruh	271
Total		2.666

Sumber : Kantor Kepala Desa Perlanaan, 2017

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana umum merupakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah untuk kepentingan masyarakat. Hal tersebut untuk mendukung setiap kegiatan masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal fasilitas umum. Di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun ada beberapa fasilitas yang disediakan oleh pemerintah Kecamatan setempat. Untuk dapat melihat lebih jelas, maka dibuatlah tabel berikut :

Tabel 5. Jumlah Sarana dan Prasarana di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Kantor Kecamatan	0
2	Kantor Kepala Desa	1
3	Balai Desa	1
4	Mesjid	7
5	Gereja	0
6	Sekolah Dasar Negeri/Swasta	4
7	SLTP	2
8	SLTA	1
9	Puskesmas	1
10	Posyandu	1
Total		18

Sumber : Kantor Kepala Desa perlanaan.2017

Data tersebut diatas merupakan fasilitas yang disediakan pemerintah setempat yang digunakan oleh penduduk di Desa Perlanaan, Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun.

Karakteristik Sampel

Sampel berjumlah 15 orang yaitu seluruh pelaku usaha keripik ubi kayu yang ada di Desa Perlanaan. Untuk lebih jelasnya karakteristik pelaku usaha keripik ubi kayu dapat di lihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Rata-rata
1	Umur (Tahun)	41
2	Tingkat Pendidikan (Tahun)	10
3	Pengalaman Usaha (Tahun)	16
4	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	3

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 6, Umur pelaku usaha rata-rata berusia 41 tahun, yang artinya rata-rata pelaku usaha berada pada usia produktif. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha keripik ubi kayu masih memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya.

Jenjang pendidikan rata-rata pelaku usaha adalah 10 tahun, dimana pelaku usaha tidak tamat pada pendidikan SMA dan hanya sampai pada kelas satu SMA. Tingkat pendidikan formal merupakan faktor penting untuk mengetahui tingkat sumberdaya manusia. Semakin tinggi tingkat pendidikan formal maka akan semakin rasional pola berfikirnya, dan daya nalarnya. Pendidikan merupakan sarana belajar untuk meningkatkan pengetahuan yang selanjutnya akan menanamkan pengertian bersikap dan mempengaruhi kemampuan untuk dapat bertindak yang lebih rasional sehingga semakin tinggi penerimaan suatu motivasi.

Untuk Karakteristik Pengalaman rata-ratanya adalah 16 tahun. Hal itu menunjukkan bahwa pelaku usaha didaerah penelitian sudah mempunyai pengalaman, pengetahuan, dan keahlian dalam memproduksi keripik ubi kayu yang sudah menjadi usahanya selama bertahun-tahun. Karena menjadi hal penting dalam mengelolah usaha keripik ubi kayu, semakin lama pengalaman usaha keripik ubi kayu maka semakin tinggi dan banyak pengetahuan dan wawasannya untuk mengembangkan usaha keripik ubi kayu.

Jumlah tanggungan pelaku usaha keripik ubi kayu rata-rata 3 jiwa, dalam satu rumah tangga pelaku usaha memiliki tanggungan 3 orang, dimana jumlah tanggungan tersebut tidak terlalu banyak. Dari hasil usaha keripik ubi kayu pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan biaya-biaya lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Variabel

Biaya variabel terdiri dari biaya pembelian bahan baku utama. Biaya pembelian bahan tambahan penolong dan biaya pembelian input lain. Jenis dan besarnya biaya variabel yang dikeluarkan dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 7. Keterangan Biaya Usaha Keripik Ubi Kayu Selama Satu Bulan Produksi.

No	Jenis Biaya Bahan Baku	Rata-rata Jumlah /Satuan	Harga /Satuan (Rp)	Total Rata-rata Biaya/Bulan
1	Bahan Utama			
	- Ubi Kayu	275 Kg	1.500	412.500
	- Garam	15 bgks	1.000	15.000
	- Minyak Makan	75 kg	10.000	750.000
2	Bahan Penunjang			
	- Plastik	2 bgks	18.000	42.000
	- Lilin	46 btg	1.000	46.667
3	Biaya Tenaga Kerja	106.000 Hok	12	1.272.000
4	Biaya Listrik	1 bln		81.333
	Jumlah			2.618.833

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 7. Keteangan Biaya pada usaha keripik ubi Kayu selama satu bulan adalah sebesar Rp.4.997.833. bahan baku berupa ubi kayu sebesar Rp.2.618.833. dengan ubi kayu sebanyak 275 kg. Biaya garam Rp 15.000. biaya minyak makan Rp. 750.000 dengan minyak makan 75 kg. Dalam biaya penunjang digunakan juga plastik bungkus Rp 42.000 dengan menggunakan plastik bungkus sebanyak 2.3 kg. Biaya lilin sebesar Rp. 46.667 dengan menggunakan bahan lilin sebanyak 46 batang.

Analisis Usaha

Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang harus dikeluarkan berapa pun jumlah yang dihasilkan. Berikut ini adalah yang termasuk dalam komponen biaya tetap sebagai berikut :

Biaya Penyusutan

Besarnya biaya penyusutan pada usaha keripik ubi kayu dapat dilihat pada tabel 8 berikut :

Tabel 8. Jenis dan Besar Biaya Penyusutan Usaha Keripik Ubi Kayu Selama Satu Bulan Proses Produksi

No	Uraian	Jumlah Alat	Nilai Awal (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp/Produksi)
1	Pisau	4	113.333	36	3.053
2	Ember	5	230.667	12	18.645
3	Keranjang	4	173.333	24	7.005
4	Parutan Ubi	3	247.333	36	6.664
5	Wajan	2	1.089.333	48	22.013
6	Sutil	3	97.000	24	3.920
7	Serok	2	123.333	12	9.969
8	Irek Bambu	3	98.000	12	7.922
			2.192.332		79.191

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Biaya tetap merupakan biaya yang harus dikeluarkan berapa pun jumlah yang dihasilkan. Dari tabel 8 diperoleh hasil perhitungan rata-rata total biaya tetap usaha keripik ubi kayu selama satu bulan produksi adalah Rp.79.191. peralatan untuk usaha keripik ubi kayu ini dibeli sejak awal usaha dan sebagian alat tersebut telah mengalami pergantian dengan alat yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa peralatan yang digunakan mengalami penyusutan.

Pendapatan Pengusaha Keripik Ubi Kayu

Pada dasarnya pendapatan usaha keripik ubi kayu sangat tergantung dengan peranan pelaku usaha itu sendiri dalam mengelolah kegiatannya. Pendapatan adalah selisih antara hasil penjualan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan pelaku usaha itu sendiri.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh pelaku usaha keripik ubi kayu setiap bulannya berbeda satu dengan lainnya. Hal ini disebabkan karena produksi, harga jual, biaya produksi, penerimaan, dan pendapatan yang diterima berbeda.

Berikut ini adalah hasil rata-rata produksi, harga jual, biaya produksi, penerimaan, dan pendapatan pelaku usaha keripik ubi kayu yang berada di daerah penelitian.

Tabel 10. Produksi, Harga Jual, Biaya Produksi, Penerimaan, dan Pendapatan Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu.

NO	Uraian	Rata-Rata(Rp)
1	Produksi Keripik Ubi Kayu (Bgks)	3.680
2	Harga Jual (Rp)	2.000
3	Penerimaan (Rp/Bulan)	7.360.000
4	Biaya Produksi (Rp/Bulan)	4.374.144
5	Pendapatan (Rp/Bulan)	2.985.857

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata produksi keripik ubi kayu dalam satu bulan diperoleh rata-rata sebesar 3.680 bungkus, dengan harga jual Rp 2.000 per bungkusnya, total rata-rata penerimaan dalam satu bulan Rp.7.360.000. biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi diperoleh rata-rata adalah sebesar Rp.4.374.144, dan pendapatan rata-rata perbulan Rp.2.985.857.

Analisis Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha. Artinya penerimaan usaha keripik ubi kayu dikurangi dengan total biaya dalam usaha keripik ubi kayu. Maka itu digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Keuntungan } (\pi) = \text{Penerimaan Total (TR)} - \text{Biaya Total (TC)}$$

Kriteria :

TR > TC, Maka usaha menguntungkan

TR = TC, Maka usaha impas

TR < TC, Maka usaha rugi

$$\begin{aligned}\pi &= \text{Rp. 7.360.000} - \text{Rp. 4.374.143} \\ &= \text{Rp. 2.985.857}\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penerimaan satu bulan rata-rata sebesar Rp.7.360.000 dan total biaya yang dikeluarkan dalam satu bulan sebesar Rp.4.374.143 dan hasil yang didapat yaitu rata-rata sebesar Rp. 2.985.857. hal ini berarti TR > TC yang artinya bahwa usaha menguntungkan.

Analisis Kelayakan Usaha

Untuk mengetahui kelayakan usaha keripik ubi kayu di daerah penelitian dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Kriteria :

Nilai R/C > 1, maka layak diusahakan

Nilai R/C < 1, maka tidak layak diusahakan

Nilai R/C = 1 maka usaha impas

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Rp. 7.360.000}}{\text{Rp. 4.374.143}} \\ &= 1,6 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diartikan bahwa setiap pengeluaran biaya Rp.1,00 maka akan diperoleh hasil penjualan sebesar Rp 1,6. Dan dapat dilihat nilai R/C $1,6 > 1$ maka dapat disimpulkan usaha keripik ubi kayu yang ada di daerah penelitian dikatakan layak untuk diusahakan.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu berdasarkan hasil analisis dan pembahasan masalah yang dihadapi usaha keripik ubi kayu bahwa dapat diambil kesimpulan bahwa usaha ini memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan. Namun untuk memperoleh keadaan demikian diperlukan prospek pengembangan dengan membandingkan faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor internal dan faktor eksternal dari usaha keripik ubi kayu. Untuk lebih rinci adalah sebagai berikut :

Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

a. Faktor Kekuatan

- 1) Ketersediaan bahan baku ubi kayu yang mudah di dapat, bahan utama pada makanan ini yaitu seperti ubi kayu, garam dan minyak makan, mereka tidak terlalu khawatir untuk mendapatkan bahan-bahan itu semua karena bahan-bahan itu semua tersedia di pasar tradisional setempat, oleh karena karena salah satu faktor kelangsungan suatu usaha adalah tersedianya bahan baku yang mudah didapatkan.

- 2) Proses produksi pada kegiatan usaha keripik ubi kayu yang sangat mudah, proses kegiatan usaha ubi kayu ini lebih mudah yaitu dari mulai pengupasan ubi kayu,perendaman,pencucian, pemotongan (pemarutan), proses penggorengan,hingga sampai tahap akhir yaitu pengemasan.
- 3) Harga Bahan Baku yang stabil,dari mudah di dapatnya bahan baku pada usaha ini sampai harga bahan baku ubi kayu yang stabil membuat para pelaku usaha lebih mengembangkan usaha keripik ubi kayu ini untuk menjadi usahanya.
- 4) Proses pemasaran produk keripik ubi kayu yang lebih mudah, dalam proses pemasaran keripik ubi kayu pengusaha keripik ubi kayu memasarkan keripik ubi kayu didaerah sekitar tempat usaha dan memasarkan di luar daerah tempat pengusaha tersebut.
- 5) Jenis ubi kayu yang digunakan pada pengolahan keripik ubi kayu cocok ditanam di daerah penelitian, banyaknya ubi kayu di daerah penelitian karena ubi kayu cocok ditanam di daerah tersebut.

b. Faktor Kelemahan

- 1) Permintaan konsumen pada produk tersebut masih kurang,kurangnya minat masyarakat pada produk keripik ubi kayu ini dikarenakan gaya hidup masyarakat kini dan juga banyaknya makanan jenis lainya yang berada di daerah tersebut sehingga masyarakat sekitar sudah berkurang untuk mengkonsumsi keripik ubi kayu ini.

- 2) Alat yang digunakan masih sederhana / manual, proses produksi pada usaha keripik ubi kayu yang masih menggunakan alat yang sangat sederhana dari mulai proses pengupasan, perendaman, pemotongan (parut), penggorengan hingga sampai proses pembungkusan alat yang digunakan masih sangat sederhana / manual.
- 3) Cita Rasa Yang Masih Kurang Pada Produk Tersebut, cita rasa keripik ubi kayu di daerah penelitian masih sangat kurang, hanya keripik ubi kayu original saja. Sehingga membuat masyarakat kurang berminat.
- 4) Kemasan Produk Yang Kurang Menarik, bentuk kemasan pada keripik ubi kayu ini memang sangat sederhana hanya menggunakan plastik pembungkus biasa dan hanya direkatkan dengan cara diklip dengan menggunakan lilin, sehingga tampilan kemasan pada produk keripik ubi kayu ini kurang menarik peminat.

Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

a. Faktor Peluang

- 1) Pengusaha mengembangkan produk lokal sebagai buah tangan / oleh-oleh dari daerah tersebut, produk keripik ubi kayu ini sudah lama menjadi khas buah tangan di daerah ini, karena usaha yang sudah lama berdiri secara turun temurun membuat usaha keripik ubi kayu ini sudah sangat dikenal di masyarakat sekitar maupun masyarakat pendatang.

- 2) Adanya Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, untuk memasarkan usaha keripik ubi kayu agar keripik ubi kayu dapat di kenal oleh banyak konsumen pelaku usaha dapat menawarkan hasil produksinya lewat dari media sosial, sebagai alat pemasaran yang lagi banyak di gunakan pengusaha-pengusaha lainnya.
- 3) Adanya Kelompok usaha sebagai wadah untuk berkomunikasi dan sebagai tempat menemukan peluang-peluang kedepannya, peranan kelompok usaha dan wadah lainnya sangat menguntungkan bagi pelaku usaha untuk bisa berkomunikasi secara langsung untuk memikirkan peluang-peluang apa saja yang ada di masyarakat sehingga pelaku usaha tidak kesulitan dalam mencari solusi tersebut.
- 4) Adanya Fasilitas perbankan dalam pemberian modal untuk pengembangan usaha, dalam melakukan usaha hal yang terpenting pelaku usaha harus memiliki modal, dalam hal ini fasilitas perbankan dalam pemberian modal kepada pelaku usaha adalah hal positif yang diberikan agar pelaku usaha dapat lebih mengembangkan usahanya dan bisa lebih maju dengan fasilitas dan modal yang diberikan dari perbankan tersebut.

b. Faktor Ancaman

- 1) Adanya pesaing produk makanan-makanan ringan dan produk jenis lainnya, banyaknya makanan cepat saji membuat makanan kerupik ubi kayu ini dilupakan, dengan adanya makan-makanan

jenis lainya makan keripik ubi kayu seperti ini terancam, oleh karena itu kualitas usaha keripik ubi kayu ini harus lebih ditingkatkan agar mampu bersaing dan tidak kalah dengan makan-makan ringan dan makanan-makanan jenis lainya.

- 2) Produk tidak bertahan lama, olahan keripik ubi kayu ini sangat rentan dengan pada kualitas keripik ubi kayunya dari mulai keripik yang mudah hancur sampai keripik ubi kayu mengalami kerusakan pada kemasan sehingga masyarakat tidak terlalu tertarik dengan keripik ubi kayu.
- 3) Gaya hidup masyarakat yang sudah mulai tidak tertarik pada olahan produk ini, gaya hidup masyarakat kini sudah tidak lagi meminati makan-makanan jenis ini, masyarakat lebih senang dengan buah dan makan jenis lainnya dari pada keripik ubi kayu.
- 4) Kurang Ketersediaan Tenaga Kerja, ketersediaan tenaga kerja pada usaha keripik ubi kayu ini masih mengandalkan tenaga kerja kerluarga dan hanya beberapa usaha yang menggunakan tenaga kerja dari luar keluarga.
- 5) Tingkat Upah Yang Tinggi yang harus dibayar kepada pekerja, biaya upah tenaga kerja yang sangat tinggi membuat pelaku usaha hanya mengandalkan tenaga kerja keluarga agar mengurangi pengeluaran pada usaha keripik ubi kayu ini.

Analisis Matrik IFAS dan EFAS Usaha keripik Ubi kayu di Desa Perlanaan

Matrik IFAS

Faktor yang dianalisis dengan matrik IFAS ini adalah faktor-faktor strategi internal perusahaan. Faktor-faktor strategi ini merupakan faktor-faktor yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan unit usaha. Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan dimasukkan sebagai faktor-faktor strategi internal, sehingga diberi bobot dan rating, sehingga diperoleh hasil identifikasi seperti pada tabel 11. Sedangkan matrik EFAS merupakan hasil identifikasi peluang dan ancaman dimasukkan sebagai faktor-faktor strategi eksternal, kemudian diberi bobot dan rating, sehingga di peroleh hasil identifikasi seperti tabel 12.

Tabel 11. Matriks IFAS Usaha keripik Ubi Kayu

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
1. Ketersediaan bahan baku ubi kayu yang mudah di dapat	0,147	4	0,588
2. Proses produksi pada kegiatan usaha produksi keripik ubi kayu yang sangat mudah	0,137	3	0,411
3. Harga bahan baku yang stabil	0,140	4	0,560
4. Proses pemasaran produk keripik ubi kayu yang lebih mudah	0,143	4	0,578
5. Jenis ubi kayu yang digunakan pada pengolahan keripik ubi kayu cocok ditanam di daerah penelitian	0,140	4	0,560
Jumlah	0,707		2,697
Kelemahan			
1. Permintaan konsumen pada produk tersebut masih kurang	0,083	1	0,083
2. Alat yang digunakan masih sederhana/manual	0,070	2	0,140
3. Cita rasa yang masih kurang pada produk tersebut	0,070	1	0,070

4. Kemasan produk yang kurang menarik	0,070	1	0,070
Jumlah	0,293		0,363
Total	1,00		3,060

Sumber : Data Primer Diolah 2017

Dari tabel 11 dapat diketahui hasil perhitungan matriks IFAS (internal analysis Summary) menunjukkan bahwa total nilai faktor internal sebesar 3,060. Hal ini menunjukkan bahwa posisi internal usaha keripik ubi kayu berada diatas rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internalnya.

Tabel 12. Matriks EFAS Usaha Keripik Ubi Kayu

Faktor-Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1. Pengusaha mengembangkan produk lokal sebagai buah tangan/oleh-oleh dari daerah tersebut	0,145	4	0,580
2. Adanya Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran	0,135	4	0,540
3. AdanyaKelompok usaha sebagai wadah untuk berkomunikasi dan sebagai tempat menemukan peluang-peluang kedepannya	0,139	4	0,556
4. Adanya Fasilitas perbankan dalam pemberian modal untuk pengembangan usaha	0,140	4	0,560
Jumlah	0,559		2,236
Ancaman			
1. Adanya pesaing produk makanan-makanan ringan dan produk jenis lainnya	0,135	1	0,135
2. Produk tidak tahan lama	0,085	1	0,085
3. Gaya hidup masyarakat yang sudah mulai tidak tertarik pada olahan produk ini	0,078	1	0,078
4 KurangnyaKetersediaan tenaga kerja	0,076	1	0,076

5. Tingkat upah yang tinggi yang harus dibayarkan kepada pekerja	0,074	2	0,148
Jumlah	0,448		0,522
Total	1,00		2,758

Sumber : Data Primer Diolah,2017

Dari tabel 12 dapat diketahui hasil perhitungan matriks EFAS (Eksternal Analysis Summary) menunjukkan bahwa total nilai faktor eksternal sebesar 2,758. Hal ini menunjukkan bahwa posisi eksternal usaha keripik ubi kayu berada diatas rata-rata dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman eksternal.

Matriks Penggabungan IFAS + EFAS

Hasil yang diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS diatas dimasukkan ke dalam matriks penggabungan IFAS + EFAS sebagai berikut :

Tabel 13. Analisis SWOT (IFAS + EFAS) Usaha Keripik Ubi Kayu

No Variabel	Strenght Kekuatan	Bobot	Weakness Kelemahan	Bobot
1	Ketersediaan Bahan Baku ubi kayu yang mudah di dapat	0,588	Permintaan Konsumen Pada Produk Tersebut Masih Kurang	0,083
2	Proses Produksi Pada Kegiatan Usaha Produksi Keripik Ubi Kayuyang sangat mudah	0,411	Alat Yang Digunakan Masih Sederhana / Manual	0,140
3	Harga Bahan Baku yang stabil	0,560	Cita Rasa Yang Masih Kurang Pada Produk Tersebut	0,070
4	Proses Pemasaran Produk Keripik Ubi Kayu yang lebih mudah	0,578	Kemasan Produk Yang Kurang Menarik	0,070
5	Jenis Ubi Kayu Yang Digunakan Pada Pengolahan Keripik Ubi Kayu cocok ditanam di daerah penelitian	0,560		
	Sub Total (A)	2,697	Sub Total (B)	0,363

No Variabel	Opportunity Peluang	Bobot	Threats Ancaman	Bobot
1	Pengusaha Mengembangkan Produk Lokal Sebagai Buah Tangan / Oleh-Oleh Dari Daerah Tersebut	0,580	Adanya Pesaing Produk Makanan- Makanan Ringan Dan Produk Jenis Lainnya	0,135
2	Adanya Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran	0,540	Produk tidak Bertahan Lama	0,085
3	Adanya Kelompok Usaha Sebagai Wadah Untuk Berkomunikasi Dan Sebagai Tempat Menemukan Peluang- Peluang Kedepannya	0,556	Gaya Hidup Masyarakat Yang Sudah Mulai tidak Tertarik Pada Olahan Produk Ini	0,078
4	Adanya Fasilitas Perbankan Dalam Pemberian Modal Untuk Pengembangan Usaha	0,560	Kurangnya Ketersediaan Tenaga Kerja	0,076
			Tingkat Upah Yang Tinggi yang harus dibayarkan kepada pekerja	0,148
	Sub Total (C)	2,236	Sub Total (D)	0,522
	Total S + O Atau (A) + (C)	4,933	Total W + T Atau (W) + (T)	0,885

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Pada tabel matriks penggabungan IFAS + EFAS diatas dapat diketahui Perbandingan bahwa :

$$Strength + Opportunity (4,933) > Weakness + Threats (0,885)$$

Maka faktor Strategis kekuatan dan peluang mendukung untuk tercapainya jalan keluar dari permasalahan yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun dapat bertahan dan berkembang lebih besar lagi.

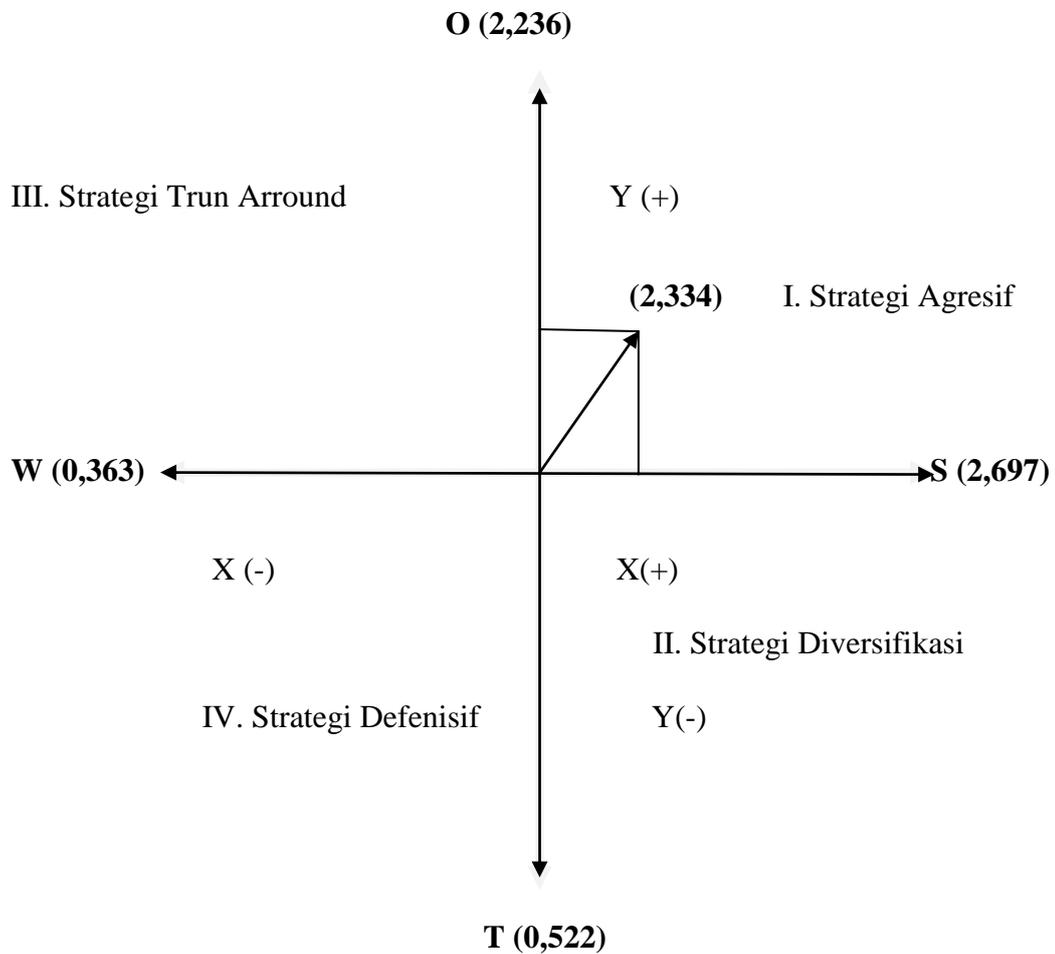
Kuadran SWOT

Menurut David (2006), matriks IFAS dan EFAS dapat dipetakan dengan cara lain yaitu dengan kuadran SWOT. Hasilnya sebagai berikut :

- a. Sumbu horizontal (X) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu (Y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut :
 1. Jika peluang lebih besar dari ancaman nilai $y > 0$ dan sebaliknya
Jika ancaman lebih besar daripada peluang maka nilai $y < 0$
 2. Jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya jika kelemahan lebih besar dari kekuatan maka $x < 0$.

Hasil dari tabel 11 matriks IFAS dan tabel 12 matriks EFAS di dapat sekor masing masing faktor yaitu :

- a. Nilai skor kekuatan sebesar 2,697
- b. Nilai skor kelemahan sebesar 0,367
- c. Nilai skor peluang sebesar 2,236
- d. Nilai sekor ancaman sebesar 0,522



Gambar 3. Kuadran Analisis SWOT Usaha Keripik Ubi Kayu

Perhitungan :

$$\text{Sumbu X} = \text{Strenght} - \text{Weakness} = 2,697 - 0,363 = 2,334$$

$$\text{Sumbu Y} = \text{Opportunity} - \text{Threats} = 2,236 - 0,522 = 1,714$$

Berdasarkan Gambar 3 kuadran analisis SWOT yang diatas bahwa strategi yang dapat diterapkan di usaha keripik ubi kayu adalah strategi Agresif yang terbentuk dalam kuadran I.

Strategi Agresif atau strategi SO pada matrik SWOT merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

<p>Faktor Internal</p>	<p>STRENGHT (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku ubi kayu yang mudah di dapat 2. Proses Produksi Pada Kegiatan Usaha Produksi Keripik Ubi Kayu yang sangat mudah 3. Harga Bahan Baku stabil 4. Proses Pemasaran Produk Keripik Ubi Kayu yang lebih mudah 5. Jenis Ubi Kayu Yang Digunakan Pada Pengolahan Keripik Ubi Kayu cocok ditanam di daerah penelitian 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan Konsumen Pada Produk Tersebut Masih Kurang 2. Alat Yang Digunakan Masih Sederhana / Manual 3. Cita Rasa Yang Masih Kurang Pada Produk Tersebut 4. Kemasan Produk Yang Kurang Menarik
<p>Faktor Eksternal</p> <p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengusaha Mengembangkan Produk Lokal Sebagai Buah Tangan / Oleh-Oleh Dari Daerah Tersebut 2. Adanya Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 3. Adanya Kelompok Usaha Sebagai Wadah Untuk 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan Bahan Baku Ubi Kayu Menjadi Faktor Penting Pada Usaha Keripik Ubi Kayu 2. Pemasaran keripik Ubi Kayu Harus Lebih Di Kembangkan 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan Usaha Keripik Ubi Kayu Dengan Strategi Yang Baik Membuat Usaha Tersebut dapat Berkembang .

<p>Berkomunikasi Dan Sebagai Tempat Menemukan Peluang-Peluang Kedepannya</p> <p>4. Adanya Fasilitas Perbankan Dalam Pemberian Modal Untuk Pengembangan Usaha</p>		
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Pesaing Produk Makanan-Makanan Ringan Dan Produk Jenis Lainnya 2. Produk tidak Bertahan Lama 3. Gaya Hidup Masyarakat Yang Sudah Mulai tidak Tertarik Pada Olahan Produk Ini 4. Kurang Ketersediaan Tenaga Kerja 5. Tingkat Upah Yang Tinggi yang harus dibayarkan kepada pekerja 	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan terus mengembangkan usaha keripik ubi kayu sebagai oleh-oleh atau buah tangan dari daerah tersebut 2. Banyaknya peluang untuk memasarkan keripik ubi kayu dengan menggunakan media sosial sebagai media pemasarannya. 	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku usaha harus memiliki motivasi untuk melakukan inovasi, baik dalam rasa, kemasan dan proses pengolahan.

1. Strategi SO

Strategi ini dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berusaha untuk mampu mengatasi dan mengubah menjadi sebuah peluang.

- a. Ketersediaan bahan baku ubi kayu menjadi faktor penting pada usaha keripik ubi kayu ,Dalam melakukan suatu usaha keripik ubi kayu yang menjadi faktor terpenting dalam usaha ini yaitu ketersediaan bahan baku utamanya ubi kayu, dan apabila ubi kayu dapat tersedia dalam usaha keripik ubi kayu tersebut maka usaha tersebut dapat berjalan dengan baik.
- b. Pemasaran keripik ubi kayu harus lebih di kembangkan, untuk memajukan suatu usaha kita harus memiliki pasar atau tempat untuk menjual hasil usaha kita seperti keripik ubi kayu ini, untuk memasarkan hasil keripik ubi kayu ini banyak cara salah satunya dengan adanya media sosial kita dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk kita memasarkan usaha kita dengan lebih luas.

2. Strategi WO

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

- a. Mengembangkan usaha keripik ubi kayu dengan strategi yang baik membuat usaha tersebut dapat berkembang, dalam dunia usaha kita sebagai pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi dan pemikiran luas untuk mengembangkan usaha kita sendiri dan usaha kita ini dapat bersaing dengan produk-produk lainnya dan dapat diterima oleh masyarakat, untuk itu kita sebagai pelaku usaha di tuntun untuk memiliki pemikiran luas dan strategi yang baik untuk berkembangnya usaha tersebut.

3. Strategi ST

Strategi ini dalam rangka menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan.

- a. Mempertahankan dan terus mengembangkan usaha keripik ubi kayu sebagai oleh-oleh atau buah tangan dari daerah tersebut, mempertahankan usaha yang sudah lama dibangun dan menjaga konsistensi pada cita rasa keripik ubi kayu menjadikannya sebagai oleh-oleh khas dari daerah tersebut, hal tersebut membuat usaha terus berkembang dan menjadi kepuasan tersendiri bagi pelaku usaha apabila konsumen menyukai hasil olahnya tersebut.
- b. Banyaknya peluang untuk memasakan keripik ubi kayu dengan menggunakan media sosial sebagai media pemasarannya, untuk memasakan hasil olahan rumah tangga pada era sekarang itu tidak sulit, agar usaha kita berjalan dengan lancar di era yang sekarang ini banyak pelaku usaha banyak menggunakan media sosial untuk memasakan dagangannya, begitu juga dengan usaha keripik ubi kayu kenapa tidak kita pasarkan hasil olahan ini menggunakan media sosial.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

- a. Pelaku usaha harus memiliki motivasi untuk melakukan inovasi baik dalam citarasa, kemasan, dan proses pengolahan.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan. Usaha keripik ubi kayu ini merupakan salah satu usaha rumah tangga yang ada di Desa Perlanaan, keripik ubi kayu ini dijadikan sebagai oleh-oleh atau buah tangan Desa Perlanaan.

1. Kondisi lingkungan internal dan eksternal usaha keripik ubi kayu :

Pada kondisi faktor lingkungan internalnya menurut Jatmiko (2004),

Yaitu :

- a. Aspek produksi/operasi, pada usaha keripik ubi kayu ini sangat mudah diproduksi dari cara membuatnya itu sendiri maupun dalam penyediaan bahan baku yang mudah didapatkan sehingga aspek produksi berjalan dengan baik.
- b. Aspek pemasaran, pada usaha keripik ubi kayu sudah memiliki sistem pemasaran, karena pengusaha keripik ubi kayu langsung memasarkan ditempat usaha itu juga dengan target konsumennya masyarakat disekitar tempat usaha namun tidak menutup kemungkinan bagi konsumen yang berasal dari luar daerah juga.
- c. Aspek sumber daya manusia, pada usaha keripik ubi kayu didesa perlanaan memiliki sumber daya manusia yaitu 1 orang.
- d. Aspek keuangan/akuntansi, pada usaha keripik ubi kayu di desa perlanaan hanya sebagian saja yang memiliki sistem keuangan yang sistematis.

- e. Aspek sistem informasi, pada usaha keripik ubi kayu belum memiliki sistem informasi yang canggih, namun sebagian pengusaha memamkai teknologi tertentu untuk memasarkan makanannya.

Dan menurut Jatmiko (2004), lingkungan eksternal terdiri dari dua yaitu lingkungan eksternal makro dan lingkungan eksternal mikro. Lingkungan eksternal makro terdiri dari faktor fisik, ekonomi, sosial, politik, hukum, teknologi dan demografis. Sedangkan lingkungan eksternal mikro terdiri dari ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli/pelanggan, ancaman produk pengganti dan pesaing dalam industri.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap faktor lingkungan perusahaan yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal bahwa pada tabel 11 matriks IFAS (Internal Factor Summary) hasil faktor kekuatan yaitu 2,697 dan faktor kelemahan 0,363. Sedangkan pada tabel 12 matriks EFAS (Eksternal Factor Summary) hasil faktor peluang yaitu 2,236 dan faktor ancaman yaitu 0,522. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha keripik ubi kayu pada diagram analisis SWOT terletak di kuadran I dengan strategi agresif atau strategi pertumbuhan.

2. Strategi yang tepat dalam upaya pengembangan usaha keripik ubi kayu yaitu :

Menurut Rangkuti (2009), strategi agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan. perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Menurut Jatmiko (2004), strategi agresif atau strategi pertumbuhan merupakan saatnya perusahaan untuk melakukan pertumbuhan dengan sasaran perusahaan

yang beragam. Pertumbuhan perusahaan merupakan hasil variabel internal dengan dukungan keterampilan yang dimiliki untuk membaca kondisi lingkungan eksternal perusahaan. Terdapat beberapa strategi perusahaan yang masuk kedalam strategi pertumbuhan yaitu :

1. Pertumbuhan Konsentrasi

Pertumbuhan konsentrasi merupakan strategi perusahaan yang memfokuskan pada bisnis produk atau jasa tunggal atau sejumlah kecil produk yang berkaitan.

2. Strategi Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal terjadi apabila suatu bisnis bergerak kewilayah yang melayani pasokan bahan baku atau mendekatkan produk ke pelanggan.

3. Strategi Diversifikasi merupakan perusahaan menghasilkan produk yang berbeda dari semula.

Dari ketiga strategi yang digolongkan oleh Jatmiko, strategi agresif yang tepat untuk diterapkan di usaha keripik ubi kayu yaitu.

1. Pertumbuhan konsentrasi.

Pertumbuhan konsentrasi atau strategi penetrasi pasar merupakan strategi perusahaan yang memfokuskan pada bisnis produk atau jasa tunggal atau sejumlah kecil produk yang berkaitan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Diperoleh hasil analisis kelayakan usaha dengan menggunakan metode R/C Ratio sebesar 1,6, artinya kegiatan usaha keripik ubi kayu layak untuk dijalankan karena pendapatan pelaku usaha di desa perlanaan cukup baik dari hasil penggunaan biaya faktor produksi yang dilakukan secara baik. Jika pelaku usaha ingin memperoleh keuntungan dari usaha keripik ubi kayu yang dijalankan, maka pelaku usaha harus mampu menghasilkan produksi yang lebih besar lagi.
2. Hasil analisis faktor-faktor internal yang dapat di pertimbangkan dalam pengembangan usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan adalah :
 - b. Kekuatan yang dimiliki usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan yaitu Ketersedian bahan baku ubi kayu yang sangat mudah untuk didapatkan, serta proses produksi pada kegiatan usaha keripik ubi kayu ini sangat mudah.
 - c. Kelemahan yang dimiliki usaha keripik ubi kayu di desa perlanaan yaitu permintaan konsumen masih kurang, cita rasa yang masih kurang dan kemasan pada produk ini kurang menarik.
3. Hasil analisis faktor eksternal yang dapat di pertimbangkan dalam pengembangan usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan adalah :

- a. Peluang pada usaha keripik ubi kayu ini pelaku usaha dapat mengembangkan usaha sebagai buah tangan/ oleh-oleh dari desa perlanaan
 - b. Ancaman pada usaha keripik ubi kayu ini yaitu adanya pesaing produk makan ringan dan makanan cepat saji lainnya sehingga keripik ubi kayu ini dilupakan.
4. Strategi yang digunakan pada usaha keripik ubi kayu di Desa Perlanaan sesuai hasil analisis adalah Strategi Agresif. Dengan Strategi Alternatif yaitu :
- Pertumbuhan konsentrasi atau strategi penetrasi pasar merupakan strategi perusahaan yang memfokuskan pada bisnis produk atau jasa tunggal atau sejumlah kecil produk yang saling berkaitan.

Saran

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha keripik ubi kayu di desa perlanaan. Maka penelitian memberikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi pengusaha keripik ubi kayu yang harus dilakukan yaitu membenahi semua kelemahan yang dimiliki pelaku usaha keripik ubi kayu agar memanfaatkan peluang-peluang yang ada.
2. Bagi pemerintah daerah setempat diharapkan agar dapat membantu pengusaha keripik ubi kayu dalam mempromosikan keripik ubi kayu menjadi oleh-oleh atau buah tangan bagi masyarakat yang datang di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, 2010. Analisis Usaha Industri Emping Melinjo Skala Rumah Tangga (Studi Kasus : Kabupaten Magetan). Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Simalungun,2013.
- Ikhsan,Muhammad,2013. *Usahatani Ubi Kayu*.
- Jatmiko, RD. 2004. Manajemen stratejik. Malang : UMM Press
- Muliawan, 2008. Usaha Home Industri Keripik Ubi Kayu.
- Rangkuti, 2015. *Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Umum: Jakarta
- Rukmana, R., 2002. *Ubi Kayu : Budi Daya dan Pasca Panen*. Kanisius, yogyakarta
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. UI-press. Universitas Indonesia: Jakarta
- Selim, A. 2015. *Analisis Biaya dan manfaat*.<http://apriyaniselin.blogspot.com/2015/03/analisis-biaya-dan-manfaat.html>.
- Abdillah,Teguh.2014.*Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu*. Industri Pundi Mas
- Wahyudin, 2007. Kompetisi Daerah Kabupaten Simalungun Materi, Workshop Diseminasi.
- Widianta,A. dan widi PD.,2008. ubi kayu (manihot esculenta) sebagai bahan alternatif pengganti bisnis (bioetanol) yang ramah lingkungan. Bengkulu. <http://isnanimurti.wordpress.com/2008/06/17/ubi-kayu-mannihot-esculenta-sebagai-bahan-alternatif-pengganti-bensin-bioetanol>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No	Nama	Umur (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)
1	Wahyuni	38	3	6	3
2	Wana	56	10	9	4
3	Sundari	46	5	12	2
4	Wati	38	6	12	2
5	Mariani	36	8	12	3
6	Atik	40	9	12	3
7	Minah	38	7	9	2
8	Tia	37	8	12	3
9	Aini	35	7	9	3
10	Jum	41	12	9	2
11	Lastri	44	14	12	4
12	Tuti	45	13	9	3
13	Painah	47	12	9	3
14	Idah	39	9	9	2
15	Nani	40	10	9	2
Jumlah		620	133	150	41
Rata-rata		41	16	10	3

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 2. Biaya Bahan Baku Usaha Keripik Kayu Dalam Sebulan

No	Ubi Kayu (Kg/Bulan)	Harga Ubi Kayu (Rp/Kg)	Harga Total (Rp)	Garam (Bungkus/Bulan)	Harga Garam (Rp/Bungkus)	Total (Rp)	Minyak Makan (Kg)	Harga (Kg)	Total (Rp)	Total Keseluruhan Biaya Bahan Baku
1	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
2	375	1.500	562.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.327.500
3	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
4	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
5	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
6	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
7	375	1.500	562.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.327.500
8	375	1.500	562.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.327.500
9	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
10	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
11	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
12	375	1.500	562.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.327.500
13	375	1.500	562.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.327.500
14	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
15	225	1.500	337.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.102.500
Total	4.125	22.500	6.187.500	225	15.000	225.000	1.125	150.000	11.250.000	17.662.500
Rata-rata	275	1.500	412.500	15	1.000	15.000	75	10.000	750.000	1.177.500

Lampiran 3. Biaya Penggunaan Bahan Penunjang dalam Pembuatan Keripik Ubi Kayu Dalam Satu Bulan

No	Plastik (Kg/ Perbungkus)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Lilin (Btg/bulan)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Total Biaya Penunjang (Rp)
1	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
2	3	18.000	54.000	50	1.000	50.000	104.000
3	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
4	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
5	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
6	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
7	3	18.000	54.000	50	1.000	50.000	104.000
8	3	18.000	54.000	50	1.000	50.000	104.000
9	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
10	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
11	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
12	3	18.000	54.000	50	1.000	50.000	104.000
13	3	18.000	54.000	50	1.000	50.000	104.000
14	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
15	2	18.000	36.000	45	1.000	45.000	81.000
Total	35	270.000	630.000	700	15.000	700.000	1.330.000
Rata-rata	2	18.000	42.000	46	1.000	46.667	88.667

Lampiran 4. Penerimaan Usaha Keripik Ubi Kayu

No.	Minggu				Total Produksi (Bgks)	Harga Rp/Bgks	Total (Rp)
	I	II	III	IV			
1	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
2	960	960	960	960	3840	2.000	7.680.000
3	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
4	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
5	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
6	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
7	960	960	960	960	3840	2.000	7.680.000
8	960	960	960	960	3840	2.000	7.680.000
9	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
10	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
11	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
12	960	960	960	960	3840	2.000	7.680.000
13	960	960	960	960	3840	2.000	7.680.000
14	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
15	900	900	900	900	3600	2.000	7.200.000
Total	13.800	13.800	13.800	13.800	55.200	30.000	110.400.000
Rata-rata	920	920	920	920	3.680	2.000	7.360.000

Lampiran 5. Rincian Biaya Penyusutan Peralatan

No	Pisau					Ember				
	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)
1	4	25.000	100.000	36	2.694	6	45.000	270.000	12	21.825
2	5	30.000	150.000	36	4.041	6	50.000	300.000	12	24.250
3	4	25.000	100.000	36	2.694	6	45.000	270.000	12	21.825
4	4	25.000	100.000	36	2.694	5	45.000	225.000	12	18.187
5	4	25.000	100.000	36	2.694	4	45.000	180.000	12	14.550
6	4	25.000	100.000	36	2.694	5	45.000	225.000	12	18.187
7	5	30.000	150.000	36	4.041	5	50.000	250.000	12	20.208
8	5	30.000	150.000	36	4.041	5	50.000	250.000	12	20.208
9	4	25.000	100.000	36	2.694	4	45.000	180.000	12	14.550
10	4	25.000	100.000	36	2.694	4	45.000	180.000	12	14.550
11	4	25.000	100.000	36	2.694	4	45.000	180.000	12	14.550
12	5	30.000	150.000	36	4.041	5	50.000	250.000	12	20.208
13	5	25.000	100.000	36	2.694	5	50.000	250.000	12	20.208
14	4	25.000	100.000	36	2.694	5	45.000	225.000	12	18.187
15	4	25.000	100.000	36	2.694	5	45.000	225.000	12	18.187
Total	65	395.000	1.700.000	540	45.798	74	700.000	3.460.000	180	279.680
Rata-rata	4	26.333	113.333	36	3.053	5	46.667	230.667	12	18.645

Keranjang						Parutan Ubi				
No	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)
1	4	40.000	160.000	24	6.466	3	70.000	210.000	36	5.658
2	5	40.000	200.000	24	8.083	4	70.000	280.000	36	7.544
3	4	40.000	160.000	24	6.466	3	70.000	210.000	36	5.658
4	4	40.000	160.000	24	6.466	3	70.000	210.000	36	5.658
5	5	40.000	200.000	24	8.083	4	70.000	280.000	36	7.544
6	4	40.000	160.000	24	6.466	4	70.000	280.000	36	7.544
7	4	40.000	160.000	24	6.466	4	70.000	280.000	36	7.544
8	4	40.000	160.000	24	6.466	4	70.000	280.000	36	7.544
9	5	40.000	200.000	24	8.083	4	70.000	280.000	36	7.544
10	5	40.000	200.000	24	8.083	3	70.000	210.000	36	5.658
11	4	40.000	160.000	24	6.466	3	70.000	210.000	36	5.658
12	4	40.000	160.000	24	6.466	4	70.000	280.000	36	7.544
13	5	40.000	200.000	24	8.083	4	70.000	280.000	36	7.544
14	4	40.000	160.000	24	6.466	3	70.000	210.000	36	5.658
15	4	40.000	160.000	24	6.466	3	70.000	210.000	36	5.658
Total	65	600.000	2.600.000	360	105.075	53	1.050.000	3.710.000	540	99.958
Rata-rata	4	40.000	173.333	24	7.005	3	70.000	247.333	36	6.664

No	Wajan					Sutil				
	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2	430.000	860.000	48	17.379	2	35.000	70.000	24	2.829
2	3	430.000	1.290.000	48	26.068	2	40.000	80.000	24	3.233
3	2	430.000	860.000	48	17.379	2	35.000	70.000	24	2.829
4	2	430.000	860.000	48	17.379	3	35.000	105.000	24	4.243
5	2	430.000	860.000	48	17.379	2	35.000	70.000	24	2.829
6	3	430.000	1.290.000	48	26.068	3	35.000	105.000	24	4.243
7	3	430.000	1.290.000	48	26.068	3	40.000	120.000	24	4.850
8	3	430.000	1.290.000	48	26.068	3	40.000	120.000	24	4.850
9	2	430.000	860.000	48	17.379	2	35.000	70.000	24	2.829
10	2	430.000	860.000	48	17.379	2	35.000	70.000	24	2.829
11	2	430.000	860.000	48	17.379	3	35.000	105.000	24	4.243
12	3	430.000	1.290.000	48	26.068	3	40.000	120.000	24	4.850
13	3	430.000	1.290.000	48	26.068	4	35.000	140.000	24	5.658
14	3	430.000	1.290.000	48	26.068	3	35.000	105.000	24	4.243
15	3	430.000	1.290.000	48	26.068	3	35.000	105.000	24	4.243
Total	38	6.450.000	16.340.000	720	330.197	40	545.000	1.455.000	360	58.801
Rata-rata	2	430.000	1.089.333	48	22.013	3	36.333	97.000	24	3.920

No	Serok					Irik Bambu				
	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan (Rp)
1	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
2	3	50.000	150.000	12	12.125	4	30.000	120.000	12	9.700
3	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
4	3	50.000	150.000	12	12.125	2	30.000	60.000	12	4.850
5	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
6	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
7	3	50.000	150.000	12	12.125	4	30.000	120.000	12	9.700
8	3	50.000	150.000	12	12.125	4	30.000	120.000	12	9.700
9	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
10	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
11	3	50.000	150.000	12	12.125	3	30.000	90.000	12	7.275
12	3	50.000	150.000	12	12.125	4	30.000	120.000	12	9.700
13	3	50.000	150.000	12	12.125	4	30.000	120.000	12	9.700
14	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
15	2	50.000	100.000	12	8.083	3	30.000	90.000	12	7.275
Total	37	750.000	1.850.000	180	149.539	49	450.000	1.470.000	180	118.825
Rata-rata	2	50.000	123.333	12	9.969	3	30.000	98.000	12	7.922

Lampiran 6. Biaya Tenaga Kerja Dalam Sebulan

No	Jumlah Tenaga Kerja	Biaya Tenaga kerja (Hok)	Total Biaya Tenaga Kerja /Hok	Jumlah Produksi /Bulan	Total Biaya Tenaga Kerja/Bulan
1	3	30.000	90.000	12	1.080.000
2	4	30.000	120.000	12	1.440.000
3	4	30.000	120.000	12	1.440.000
4	4	30.000	120.000	12	1.440.000
5	3	30.000	90.000	12	1.080.000
6	3	30.000	90.000	12	1.080.000
7	4	30.000	120.000	12	1.440.000
8	4	30.000	120.000	12	1.440.000
9	4	30.000	120.000	12	1.440.000
10	3	30.000	90.000	12	1.080.000
11	3	30.000	90.000	12	1.080.000
12	4	30.000	120.000	12	1.440.000
13	4	30.000	120.000	12	1.440.000
14	3	30.000	90.000	12	1.080.000
15	3	30.000	90.000	12	1.080.000
Total	53	450.000	1.590.000	180	19.080.000
Rata-rata	3	30.000	106.000	12	1.272.000

Lampiran 7. Total Biaya Pembuatan Keripik Ubi Kayu Dalam Satu Bulan

No	Biaya Variabel			Biaya Tetap	
	Total Bahan Baku (Rp)	Total Biaya Penunjang (Rp)	Total Biaya Listrik (Rp)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Total Keseluruhan Biaya (Rp)
1	1.102.500	81.000	80.000	1.080.000	2.343.500
2	1.327.500	104.000	90.000	1.440.000	2.961.500
3	1.102.500	81.000	80.000	1.440.000	2.703.500
4	1.102.500	81.000	70.000	1.440.000	2.693.500
5	1.102.500	81.000	80.000	1.080.000	2.343.500
6	1.102.500	81.000	80.000	1.080.000	2.343.500
7	1.327.500	104.000	90.000	1.440.000	2.961.500
8	1.327.500	104.000	70.000	1.440.000	2.941.500
9	1.102.500	81.000	70.000	1.440.000	2.693.500
10	1.102.500	81.000	90.000	1.080.000	2.353.500
11	1.102.500	81.000	80.000	1.080.000	2.343.500
12	1.327.500	104.000	80.000	1.440.000	2.951.500
13	1.327.500	104.000	80.000	1.440.000	2.951.500
14	1.102.500	81.000	90.000	1.080.000	2.353.500
15	1.102.500	81.000	90.000	1.080.000	2.353.500
Total	17.662.500	1.330.000	1.220.000	19.080.000	39.292.500
Rata-rata	1.177.500	88.667	81.333	1.272.000	2.619.500

Lampiran 8. Total Pendapatan Usaha Keripik Ubi Kayu Dalam Satu Bulan

No	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	7.200.000	3.631.667	3.568.333
2	7.680.000	5.622.986	2.057.014
3	7.200.000	3.994.444	3.205.556
4	7.200.000	3.995.486	3.204.514
5	7.200.000	3.633.889	3.566.111
6	7.200.000	3.644.722	3.555.278
7	7.680.000	5.620.486	2.059.514
8	7.680.000	5.620.486	2.059.514
9	7.200.000	3.993.889	3.206.111
10	7.200.000	3.631.944	3.568.056
11	7.200.000	3.635.903	3.564.097
12	7.680.000	5.620.486	2.059.514
13	7.680.000	5.620.208	2.059.792
14	7.200.000	3.672.778	3.527.222
15	7.200.000	3.672.778	3.527.222
Total	110.400.000	65.612.152	44.787.848
Rata-rata	7.360.000	4.374.143	2.985.857

Lampiran 9. Kuisisioner Penelitian

KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU SKALA RUMAH TANGGA (STUDI KASUS : DESA PERLANAAN KECAMATAN BANDAR KABUPATEN SIMALUNGUN)

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu/ Saudara /i

Di_

Tempat.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIZKI MAULANA

NPM : 1304300102

Jurusan : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara.

Berdasarkan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dan kuesioner tersebut akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasama dari bapak / ibu / saudara /i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Kuesioner Penelitian

A. Karakteristik Responden

Nama :

Usia : Thn

Jenis Kelamin : P/L

Pendidikan : SD/SMP/SMA

Jumlah Tanggungan : Orang

Pengalaman : Thn

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan/ Pernyataan berikut, kami memohon kesediaan bapak/ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian ini.
2. Pilih salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda *ceklist* ($\sqrt{\quad}$) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan pilihan :
 - SS : Sangat Setuju (4)
 - S : Setuju (3)
 - TS : Tidak Setuju (2)
 - STS : Sangat Tidak Setuju (1)
4. Terima kasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu berikan semoga informasi yang bapak/ibu berikan berguna dalam penelitian saya ini.

1. Apakah usaha keripik ubi kayu sebagai pekerjaan utama bapak/ibu ?

Jawab :

2. Kenapa bapak/ibu memilih usaha keripik ubi kayu ?

Jawab :

3. Apakah dalam melakukan usaha keripik ubi kayu ini bapak/ibu menggunakan modal sendiri ?

Jawab :

4. Berapa bungkus keripik ubi kayu yang terjual dalam setiap harinya dan berapa harga jual dalam perbungkusnya ?

Jawab :

5. Berapa kg ubi kayu dalam sekali produksi keripik ubi kayu ?

Jawab :

6. Apakah ubi kayu diperoleh langsung dari petani ?

Jawab :

7. Alat-alat apa saja yang bapak/ibu gunakan dalam usaha keripik ubi kayu ?

Jawab :

8. Berapa harga alat-alat yang bapak/ibu gunakan dalam usaha keripik ubi kayu ?

Jawab :

9. Berapa jumlah tenaga kerja yang bapak/ibu gunakan ?

Jawab :

10. Berapakah upah yang harus bapak bayar untuk tenaga kerja ?

Jawab :

Biaya Tenaga Kerja

No	Tenaga Kerja	Jumlah (Hko)	Biaya (Rp/Hko)
1	Tenaga Kerja Luar Keluarga		
2	Tenaga Kerja Dalam Keluarga		

Biaya Peralatan

No	Jenis Peralatan	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Umur Ekonomis (Tahun)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				

17				
18				

Biaya Sewa Rumah

No	Biaya Sewa Rumah	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)
1	Milik Sendiri		
2	Tidak Milik Sendiri		

Biaya Listrik

No	Biaya Listrik	Perbulan	Harga (Rp)
1			

Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
KEKUATAN (STRENGHT)					
1					
2					
3					
4					
5					
KELEMAHAN (WEAKNESS)					
1					
2					
3					
4					
5					

Analisis Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
PELUANG (OPPORTUNITIES)					
1					
2					
3					
4					
5					
ANCAMAN (THREATS)					
1					
2					
3					
4					
5					

Lampiran 10. Tujuan Kuisioner Penelitian Bobot

Untuk mendapatkan penilaian para responden mengenal faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal pengembangan yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan pengembangan usaha keripik ubi kayu sebagai salah satu makanan dari desa Perlanaan.

Petunjuk pengisian kuisioner pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan. Pemberian nilai dari setiap variabel dilakukan berdasarkan atas perbandingan secara berpasangan antara dua faktor yang mempengaruhi usaha keripik ubi kyu. Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu (strategi) internal dan eksternal.

Cara membaca perbandingan dimulai dari variabel pada baris 1 ((huruf cetak miring) terhadap kolom 1 (huruf cetak tegak), lalu variabel pada baris 2 terhadap kolom 1, dan seterusnya secara konsisten.

Untuk menentukan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan usaha keripik ubi kayu.

1. Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan dengan indikator vertical.
2. Jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertical.
3. Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan dengan indikator vertikal.

- Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan usaha keripik ubi kayu

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)											
(B)											
(C)											
(D)											
(E)											
(F)											
(G)											
(H)											
(I)											
Total											

Keterangan

Kekuatan

- A. Ketersediaan Bahan Baku ubi kayu yang mudah di dapat
- B. Proses Produksi Pada Kegiatan Usaha Keripik Ubi Kayu yang sangat mudah
- C. Harga Bahan Baku stabil
- D. Proses Pemasaran Produk Keripik Ubi Kayu yang lebih mudah
- E. Jenis Ubi Kayu Yang Digunakan Pada Pengolahan Keripik Ubi Kayu cocok ditanam di daerah penelitian

Kelemahan

- F. Permintaan Konsumen Pada Produk Tersebut Masih Kurang
- G. Alat Yang Digunakan Masih Sederhana / Manual
- H. Cita Rasa Yang Masih Kurang Pada Produk Tersebut
- I. Kemasan Produk Yang Kurang Menarik

- Pembobotan terhadap peluang dan ancaman usaha Keripik Ubi Kayu.

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)											
(B)											
(C)											
(D)											
(E)											
(F)											
(G)											
(H)											
(I)											
Total											

Keterangan

Peluang

- A. Pengusaha Mengembangkan Produk Lokal Sebagai Buah Tangan / Oleh-Oleh Dari Daerah Tersebut
- B. Adanya Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran
- C. Adanya Kelompok Usaha Sebagai Wadah Untuk Berkomunikasi Dan Sebagai Tempat Menemukan Peluang-Peluang Kedepannya
- D. Adanya Fasilitas Perbankan Dalam Pemberian Modal Untuk Pengembangan Usaha

Ancaman

- E. Adanya Pesaing Produk Makanan-Makanan Ringan Dan Produk Jenis Lainnya
- F. Produk tidak Bertahan Lama
- G. Gaya Hidup Masyarakat Yang Sudah Mulai tidak Tertarik Pada Olahan Produk Ini
- H. Kurangnya Ketersediaan Tenaga Kerja
- I. Tingkat Upah Yang Tinggi yang harus dibayar kepekerja

Petunjuk Pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas kekuatan usaha keripik ubi kayu.

Pemberian nilai adalah sebagai berikut :

Nilai 4 = Jika faktor kekuatan tersebut merupakan kekuatan utama usaha (mayor)

Nilai 3 = Jika faktor kekuatan tersebut merupakan kekuatan utama usaha (minor)

Menurut ibu bagaimana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi usaha keripik ubi kayu

Kekuatan	4	3
A. Ketersediaan Bahan Baku ubi kayu yang mudah di dapat		
B. Proses Produksi Pada Kegiatan Usaha Keripik Ubi Kayu yang sangat mudah		
C. Harga Bahan Baku stabil		
D. Proses Pemasaran Produk Keripik Ubi Kayu yang lebih mudah		
E. Jenis Ubi Kayu Yang Digunakan Pada Pengolahan Keripik Ubi Kayu cocok ditanam di daerah penelitian		

➤ Pemberian nilai rating terhadap kelemahan usaha holat

Petunjuk Pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas kelemahan usaha keripik ubi kayu.

Pemberian nilai adalah sebagai berikut :

Nilai 2 = Jika faktor kekuatan tersebut merupakan kelemahan utama usaha (mayor)

Nilai 1 = Jika faktor kekuatan tersebut merupakan kelemahan utama usaha
(minor)

Menurut ibu bagaimana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi usaha
keripik ubi kayu

Kelemahan	2	1
F. Permintaan Konsumen Pada Produk Tersebut Masih Kurang		
G. Alat Yang Digunakan Masih Sederhana / Manual		
H. Cita Rasa Yang Masih Kurang Pada Produk Tersebut		
I. Kemasan Produk Yang Kurang Menarik		

➤ Pemberian nilai rating terhadap peluang usaha keripik ubi kayu

Petunjuk Pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas peluang usaha keripik ubi kayu.

Pemberian nilai adalah sebagai berikut :

Nilai 4 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang tersebut
sangat tinggi

Nilai 3 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang tersebut
tinggi

Nilai 2 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang tersebut
sedang

Nilai 1 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang tersebut
rendah

Menurut ibu bagaimana kemampuan usaha dalam merespon peluang tersebut.

Peluang	1	2	3	4
A. Pengusaha Mengembangkan Produk Lokal Sebagai Buah Tangan / Oleh-Oleh Dari Daerah Tersebut				
B. Adanya Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran				
C. Adanya Kelompok Usaha Sebagai Wadah Untuk Berkomunikasi Dan Sebagai Tempat Menemukan Peluang-Peluang Kedepannya				
D. Adanya Fasilitas Perbankan Dalam Pemberian Modal Untuk Pengembangan Usaha				

➤ Pemberian nilai rating terhadap ancaman usaha keripik ubi kayu

Petunjuk Pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas ancaman usaha keripik ubi kayu.

Pemberian nilai adalah sebagai berikut :

Nilai 4 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman tersebut sangat tinggi

Nilai 3 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman tersebut tinggi

Nilai 2 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman tersebut sedang

Nilai 1 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman tersebut rendah

Menurut ibu bagaimana pengaruh faktor ancaman terhadap usaha :

Ancaman	1	2	3	4
E. Adanya Pesaing Produk Makanan- Makanan Ringan Dan Produk Jenis Lainnya				
F. Produk tidak Bertahan Lama				
G. Gaya Hidup Masyarakat Yang Sudah Mulai tidak Tertarik Pada Olahan Produk Ini				
H. Kurangnya Ketersediaan Tenaga Kerja				
I. Tingkat Upah Yang Tinggi yang harus dibayar kepekerja				

**Lampiran 12. Matriks Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal
Perhitungan Pembobotan Eksternal**

Internal

Sampel 1

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 2

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	2	3	23	0,15
(B)	3		3	3	2	3	3	2	3	22	0,14
(C)	3	3		3	2	3	2	3	3	22	0,14
(D)	3	2	3		3	3	3	3	3	23	0,15
(E)	2	3	3	3		3	3	3	3	23	0,15
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	1	1		2	1	11	0,07
(H)	2	1	1	2	1	2	1		1	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	2	1		12	0,08
Total										159	1

Sampel 3

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 4

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 5

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	2	3	23	0,15
(B)	3		3	3	2	3	3	2	3	22	0,14
(C)	3	3		3	2	3	2	3	3	22	0,14
(D)	3	2	3		3	3	3	3	3	23	0,15
(E)	2	3	3	3		3	3	3	3	23	0,15
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	1	1		2	1	11	0,07
(H)	2	1	1	2	1	2	1		1	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	2	1		12	0,08
Total										159	1

Sampel 6

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 7

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 8

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	2	3	23	0,15
(B)	3		3	3	2	3	3	2	3	22	0,14
(C)	3	3		3	2	3	2	3	3	22	0,14
(D)	3	2	3		3	3	3	3	3	23	0,15
(E)	2	3	3	3		3	3	3	3	23	0,15
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	1	1		2	1	11	0,07
(H)	2	1	1	2	1	2	1		1	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	2	1		12	0,08
Total										159	1

Sampel 9

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 10

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	2	3	23	0,15
(B)	3		3	3	2	3	3	2	3	22	0,14
(C)	3	3		3	2	3	2	3	3	22	0,14
(D)	3	2	3		3	3	3	3	3	23	0,15
(E)	2	3	3	3		3	3	3	3	23	0,15
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	1	1		2	1	11	0,07
(H)	2	1	1	2	1	2	1		1	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	2	1		12	0,08
Total										159	1

Sampel 11

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 12

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 13

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 14

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	2	3	23	0,15
(B)	3		3	3	2	3	3	2	3	22	0,14
(C)	3	3		3	2	3	2	3	3	22	0,14
(D)	3	2	3		3	3	3	3	3	23	0,15
(E)	2	3	3	3		3	3	3	3	23	0,15
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	1	1		2	1	11	0,07
(H)	2	1	1	2	1	2	1		1	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	2	1		12	0,08
Total										159	1

Sampel 15

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Eksternal

Sampel 1

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 2

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 3

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 4

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 5

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 6

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 7

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 8

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 9

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 10

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 11

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 12

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		3	3	3	3	3	3	3	2	23	0,15
(B)	2		3	2	3	3	3	3	3	22	0,14
(C)	3	3		3	3	2	3	3	3	23	0,15
(D)	2	2	3		3	3	3	3	3	22	0,14
(E)	3	2	2	2		3	3	3	2	20	0,13
(F)	1	2	1	2	2		2	2	2	14	0,09
(G)	1	2	1	2	1	1		1	1	10	0,06
(H)	2	2	1	2	1	1	2		1	12	0,07
(I)	1	2	1	1	2	1	1	1		10	0,06
Total										156	0,99

Sampel 13

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 14

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Sampel 15

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total	Bobot
(A)		2	3	2	2	3	2	3	3	20	0,14
(B)	2		3	2	2	2	3	2	3	19	0,13
(C)	2	2		3	2	2	3	2	3	19	0,13
(D)	2	2	3		3	2	2	3	3	20	0,14
(E)	3	2	3	2		3	3	2	2	20	0,14
(F)	1	2	1	2	1		2	2	1	12	0,08
(G)	2	1	1	2	2	1		2	1	12	0,08
(H)	1	1	1	2	1	2	1		2	11	0,07
(I)	1	2	1	2	1	2	1	1		11	0,07
Total										144	0,98

Lampiran 13. Penentuan Pembobotan Jumlah Responden

Faktor Strategi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total	Rata-rata
Kekuatan																	
1. Ketersediaan bahan baku ubi kayu yang mudah didapat	0,14	0,15	0,15	0,14	0,15	0,15	0,14	0,15	0,14	0,15	0,15	0,14	0,15	0,15	0,15	2,2	0,147
2. proses produksi pada kegiatan usaha keripik ubi kayu yang sangat mudah	0,13	0,14	0,14	0,13	0,14	0,14	0,13	0,14	0,13	0,14	0,14	0,13	0,14	0,14	0,14	2,05	0,137
3. Harga bahan baku stabil	0,13	0,14	0,15	0,13	0,14	0,15	0,13	0,14	0,13	0,14	0,15	0,13	0,15	0,14	0,15	2,1	0,14
4. Proses pemasaran produk keripik ubi kayu yang lebih mudah	0,14	0,15	0,14	0,14	0,15	0,14	0,14	0,15	0,14	0,15	0,14	0,14	0,14	0,15	0,14	2,15	0,143
5. jenis ubi kayu yang digunakan pada pengolahan ubi kayu cocok ditanam di daerah penelitian	0,14	0,15	0,13	0,14	0,15	0,13	0,14	0,15	0,14	0,15	0,13	0,14	0,13	0,15	0,13	2,1	0,14
Kelemahan																	
1. Permintaan konsumen pada produk tersebut masih kurang	0,08	0,08	0,09	0,08	0,08	0,09	0,08	0,08	0,08	0,08	0,09	0,08	0,09	0,08	0,09	1,25	0,083
2. Alat yang digunakan masih sederhana/manual	0,08	0,07	0,06	0,08	0,07	0,06	0,08	0,07	0,08	0,07	0,06	0,08	0,06	0,07	0,06	1,05	0,07
3. Cita rasa yang masih kurang pada produk tersebut	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	1,05	0,07

4. Proses pemasaran produk keripik ubi kayu yang lebih muda	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4
5. Jenis ubi kayu yang digunakan pada pengolahan keripik ubi kayu cocok ditanam di daerah penelitian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4
Kelemahan																		
1. Permintaan konsumen pada produk tersebut masih kurang	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	23	1
2. Alat yang digunakan masih sederhana/manual	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	25	2

3. Adanya kelompok usaha sebagai wadah untuk berkomunikasi dan sebagai tempat untuk menemukan peluang-peluang kedepannya	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4
4. adanya Fasilitas perbankan dalam pemberian modal untuk pengembangan usaha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4
Ancaman																		
1. Adanya pesaing produk makanan-makanan ringan dan produk jenis lainnya	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	22	1	

2. Produk tidak tahan lama	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	20	1
3. Gaya hidup masyarakat yang sudah mulai tidak tertarik pada olahan produk ini	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1
4. kurang ketersediaan tenaga kerja	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	22	1
5. tingkat upah yang tinggi yang harus dibayar kepada kepekerja	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	25	2