

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI EMPING
MELINJO UD. ATAKA BARU DI DESA MESJID YAMAN
KECAMATAN MUTIARA KABUPATEN PIDIE**

SKRIPSI

Oleh:

PUTRI RANTIKA

1804300119

AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI EMPING
MELINJO UD. ATAKA BARU DI DESA MESJID YAMAN
KECAMATAN MUTIARA KABUPATEN PIDIE**

SKRIPSI

Oleh:

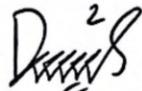
PUTRI RANTIKA

1804300119

AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi Strata (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing :



Desi Novita, S.P., M.Si.

Ketua



Khairunnisa Rangkuti S.P., M.Si.

Anggota

Disahkan Oleh :



Assoc. Prof. Dr. Dwi Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus : 22-09-2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Putri Rantika

NPM : 1804300119

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata adanya penjiplak (plagiarisme), maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, September 2023
Yang Menyatakan



Putri Rantika

RINGKASAN

Putri Rantika, penelitian ini berjudul “**Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo UD. Ataka Baru di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie**” Dibimbing oleh : Desi Novita, S.P., M.Si., selaku ketua komisi pembimbing skripsi dan Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku anggota komisi pembimbing skripsi. Penelitian dilaksanakan di Provinsi Aceh. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie dan untuk mengetahui strategi pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey yang dimana metode ini bertujuan untuk mengumpulkan sejumlah data dan mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuisioner. Sampel penelitian ini adalah pemilik usaha emping melinjo, karyawan-karyawan, dan konsumen yang akan diwawancarai seputar yang dibutuhkan penulis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal dalam mengembangkan Agroindustri emping melinjo UD. Ataka Baru yaitu kualitas emping baik, rasa emping enak, mutu produk tergantung cuaca dan strategi promosi masih sederhana. Sedangkan faktor eksternal meliputi memiliki pelanggan setia, tingginya permintaan pasar, bahan baku yang tidak selalu tersedia dan persaingan ketat. Alternatif strategi yang cocok diterapkan dalam pengembangan agroindustri emping melinjo berada pada kuadran I, pada matriks posisi *SWOT*. Oleh karena itu, maka strategi yang cocok untuk digunakan adalah *SO (Strength-Opportunities)*. Mempertahankan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh agroindustri emping melinjo seperti memiliki kualitas emping yang baik dapat, mempertahankan cita rasa yang enak dan tetap mempertahankan bahan baku yang berkualitas meskipun harga bahan baku tidak stabil.

Kata kunci : Emping melinjo, strategi, pengembangan, agroindustri

SUMMARY

Putri Rantika, this study entitled “**Development Strategy for Emping Melinjo Agroindustry UD. Ataka Baru in Mesjid Yaman Village, Mutiara District, Pidie Regency**” Supervised by: Desi Novita, S.P., M.Si., as chairman of the thesis supervisory commission and Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., as member of the thesis supervisory commission. The research was carried out in Aceh Province. This research was carried out in May 2023. The aim of this research was to determine the internal and external factors in the development of the emping melinjo agro industry at UD. Ataka Baru in Mutiara District, Pidie Regency and to find out the strategy for developing the emping melinjo agroindustry in UD. New Ataka in Mutiara District.

This research was conducted using a survey method in which this method aims to collect some data and collect information from respondents using a questionnaire. The sample for this research is the owner of the emping melinjo business, employees, and consumers who will be interviewed about what the author needs. The results showed that the internal factors in developing the emping mlinjo Agroindustry UD. Ataka Baru, namely the quality of the chips is good, the taste is good, the product quality depends on the weather and the promotion strategy is still simple. While external factors include having loyal customers, high market demand, raw materials that are not always available and tough competition. Alternative strategies that are suitable for the development of emping melinjo agro-industry are in quadrant I, in the SWOT position matrix. Therefore, the suitable strategy to use is SO (Strength-Oppurtunities). Maintaining the advantages possessed by the emping melinjo agribusiness industry such as having good quality chips can maintain good taste and still maintain quality raw materials even though raw material prices are unstable.

Keywords: Emping melinjo, strategy, development, agro-industry

RIWAYAT HIDUP

Putri Rantika lahir di Medan pada tanggal 29 April 2000. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Dasril Tanjung dan Ibu Erlina, penulis merupakan anak ke 2 dari 4 bersaudara.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis :

1. Tahun 2006 menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-kanak (TK) di TK Tut Wuri Handayani
2. Tahun 2012 menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Kota Meureudu
3. Tahun 2015 menyelesaikan Pendidikan Sekolah Mengengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Meurudu
4. Tahun 2018 menyelesaikan Pendidikan Sekolah Mengengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Meureudu
5. Tahun 2018 diterima sebagai mahasiswa pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain:

1. Mengikuti Pengenalan Kehidupan Kampus Sebagai Mahasiswa Baru (PKKMB) Badan Eksekutif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada Tahun 2018.
2. Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada Tahun 2018.
3. Mengikuti Kajian Intensif Al – Islam Kemuhammadiyah (KIAM) pada Tahun 2018

4. Melaksanakan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kelompok Tani Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang pada Tahun 2021
5. Melaksanakan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang pada Tahun 2021
6. Melaksanakan Penelitian Skripsi di Desa Mesjid Yaman, Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie pada Tahun 2023

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo UD Ataka Baru Di Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie.”** Adapun skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata 1 pada program Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Ibu Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P., Selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P., Selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Desi Novita, S.P., M.Si., Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.

7. Ibu Khairunnisa , S.P., M.Si., Selaku anggota Komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
8. Kepada orang tua serta keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun materi kepada penulis.
9. Ibu dan Bapak Dosen di Fakultas Pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
10. Seluruh jajaran Staff Biro Fakultas Pertanian yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi dan akademis.
11. Sahabat – sahabat saya yang bernama Mega dan Hasanah yang telah memberi saran dan dukungan kepada penulis.
12. Rekan – rekan Agribisnis stambuk 2018 yang telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna hal ini disadari karena keterbatasan serta pengetahuan yang dimiliki. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pihak lain pada umumnya.

Medan, Agustus 2023

Putri Rantika

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Konsep Agribisnis dan Agroindustri	6
Agronomi Melinjo	7
Emping Melinjo	9
Strategi Pengembangan.....	11
Analisis SWOT	13
Analisis Lingkungan Internal (ALI)	15
Analisis Lingkungan Eksternal (ALE).....	17
Penelitian Terdahulu	20
Kerangka Pemikiran	22
METODE PENELITIAN	23
Metode Penelitian	23
Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23

Jenis dan Sumber Data.....	23
Teknik Pengumpulan Data	24
Metode Penarikan Sampel	24
Teknik Analisis Data.....	25
Faktor Strategi Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	25
Faktor Strategi Eksternal (Peluang dan Ancaman)	26
Matriks SWOT	28
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	31
Lokasi dan Area.....	31
Luas Wilayah.....	31
Kepadatan Penduduk	31
Jenis Pekerjaan	32
Karakteristik Responden	33
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
Sejarah Singkat UD. Ataka Baru.....	37
Proses Produksi Emping Melinjo	38
Identifikasi Lingkungan Internal	40
Identifikasi Lingkungan Eksternal	44
Matriks Strategi Internal.....	46
Matriks Strategi Eksternal	47
Kuadran SWOT	49
Matriks SWOT	51
Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	54

Kesimpulan.....	54
Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Unit Usaha Agroindustri Komoditas Pangan di Kabupaten Pidie Tahun 2022	2
2.	Daerah Penghasil Biji Melinjo Terbanyak di Kabupaten Pidie	3
3.	Faktor-Faktor Internal	26
4.	Faktor-Faktor Eksternal.....	28
5.	Matriks SWOT	32
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
7.	Jenis Mata Pencaharian penduduk di Desa Mesjid Yaman.....	33
8.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
9.	Responden Berdasarkan Usia	34
10.	Karakteristik Pemilik UD. Ataka Baru.....	35
11.	Karakteristik Karyawan UD. Ataka Baru.....	35
12.	Karakteristik Pengrajin Emping Melinjo.....	41
13.	Karakteristik Kosumen	44
14.	Identifikasi Faktor-Faktor Internal	41
15.	Identifikasi Faktor-Faktor Eksternal.....	44
16.	Matriks Strategi Internal(IFAS)	47
17.	Matriks Strategi Eksternal (EFAS).....	48
18.	Matriks SWOT Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Matriks Posisi Analisis.....	17
2.	Kerangka Pemikiran	22
3.	Grafik Matriks SWOT	50

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	58
2.	Data Responden Emping Melinnjo	61
3.	Penentuan Bobot	63
4.	Penentuan Peringkat	64
5.	Surat Izin Penelitian	68
6.	Dokumentasi Penelitiam	69

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Sektor pertanian merupakan tulang punggung Indonesia dalam hal potensi kekayaan alam yang berlimpah. Pengelolaan potensi sumber daya alam memerlukan perhatian khusus dari pemerintah dalam memanfaatkannya untuk mendukung pembangunan nasional. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan mengembangkan industri pengolahan hasil pertanian yang lebih maju dalam upaya memberikan nilai tambah pada produk pertanian dan meningkatkan perekonomian negara. Agroindustri adalah kegiatan industri yang menggunakan hasil pertanian dalam proses produksinya.

Pengembangan agroindustri yang maju melalui penggunaan teknologi baru yang semakin maju dan efisien membutuhkan sistem yang saling terkait yang melibatkan banyak komponen yang saling terkait. Indonesia terus mengembangkan lima sektor utama berdasarkan permintaan pasar terhadap produk industrinya. Kelima industri tersebut adalah makanan dan minuman, tekstil dan pakaian jadi, mobil, elektronik, dan bahan kimia. Industri pengolahan agro makanan dan minuman sendiri saat ini menjadi perhatian terbesar di dalam negeri dalam hal kebutuhan masyarakat (Kemenperin, 2018).

Di Indonesia, melinjo merupakan tanaman yang banyak ditemukan di pekarangan rumah baik penduduk desa maupun penduduk kota. Melinjo memiliki banyak manfaat dan hampir semua bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan. Daunnya yang empuk digunakan sebagai bahan baku sayuran dan sangat populer di kalangan masyarakat. Bahkan kulit biji yang sudah tua, dibumbui lalu digoreng, menjadi kudapan bernama gangsir yang cukup enak.

Buah tua merupakan bahan baku pembuatan emping melinjo yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. Emping melinjo merupakan salah satu jajanan yang selain memiliki nilai gizi yang tinggi, juga digemari banyak orang karena rasanya. (Iqbal, 2017).

Di Aceh banyak terdapat sumber daya alam yang dapat diolah menjadi alat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah melinjo yang dapat diolah menjadi keripik. Selain sebagai kebutuhan, usaha emping melinjo juga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Daerah penghasil utama Emping Melinjo adalah Kabupaten Pidie yang sudah terkenal dengan tanaman Melinjo sejak ratusan tahun yang lalu.

Di Kabupaten Pidie terdapat berbagai macam agroindustri di bidang pangan skala diantaranya industri emping beras, emping melinjo, kerupuk tepung, kerupuk udang, kerupuk kulit dan kerupuk ubi, yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Unit Usaha Agroindustri Komoditas Pangan di Kabupaten Pidie Tahun 2022

No	Usaha Agroindustri	Jumlah Unit	Jumlah/Kg
1	Emping Beras	6	4.487.000
2	Emping Melinjo	127	6.529.700
3	Kerupuk Tepung	10	1.059.000
4	Kerupuk Udang	3	25.800
5	Kerupuk Kulit	15	3.048.000
6	Kerupuk Ubi	3	49.000

Sumber : BPS Kabupaten Pidie, 2022.

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi usaha agroindustri di Kabupaten Pidie sangat baik dalam hal ini emping melinjo menjadi produksi terbanyak yaitu sebanyak 6.529.700 kg, sedangkan yang memiliki produksi paling sedikit adalah Kerupuk udang yaitu sebanyak 25.800 Kg.

Tabel 2. Daerah Penghasil Biji Melinjo Terbanyak di Kabupaten Pidie.

NO	Kecamatan	Hasil Buah Melinjo/Kg
1	Glumpang Tiga	6000
2	Mutiara	10.000
3	Keumala	3432
4	Tiro	4275

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Pidie, 2022.

Dari tabel 2 diketahui bahwa ada empat daerah penghasil biji melinjo di Kabupaten Pidie. Kecamatan yang paling banyak menghasilkan melinjo adalah Kecamatan Mutiara. Maka berdasarkan tabel diatas penulis tertarik meneliti di Kecamatan Mutiara, karena selain daerahnya banyak menghasilkan biji melinjo juga banyak penguhasa agroindustri emping melinjo.

Emping melinjo termasuk produk yang memiliki potensi pasar yang cukup bagus. Di Kecamatan Mutiara terdapat beberapa pengusaha emping melinjo salah satunya UD. Ataka Baru didirikan pada tahun 2009 dan berlokasi di Desa Mesjid Yaman, Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie. Selain makanan pokok emping melinjo yang enak, bisnis emping melinjo milik UD. Ataka Baru juga memiliki produk lain yaitu emping beras, kerupuk kulit, kopi dan beras.

Melalui wawancara, diketahui beberapa masalah mendasar yang menyebabkan usaha mempunyai hambatan, yaitu bahan baku melinjo yang bersifat musiman sehingga ketersediaan yang terbatas mengakibatkan harga melinjo mengalami naik turun dan menyebabkan ancaman terhadap agroindustri emping melinjo, sehingga menghambat pembuatan emping melinjo dan naiknya harga jual emping melinjo dipasaran. Kemudian memiliki pesaing yang ketat menjadi ancaman dalam pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di Kecamatan Mutiara, karena banyaknya penjual sekitar yang menjual emping melinjo.

Untuk mengembangkan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. Diperlukan pendekatan yang matang. Metodologi tersebut kemudian akan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan jangka panjang. Konsep strategis perlu dikembangkan, dimulai sebagai alat untuk mencapai tujuan dan kemudian berkembang menjadi alat untuk menciptakan kapasitas, memberdayakan dan memotivasi stakeholder sehingga agroindustri tersebut dapat memberikan kontribusi secara optimal.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiar Kabupaten Pidie

Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan eksternal pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie ?
2. Bagaimana strategi pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie

Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan terutama dalam pengembangan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru di Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie.
2. Bagi industri emping melinjo, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dalam peningkatan usaha dalam rangka mencapai keuntungan yang maksimal.
3. Bagi akademisi sebagai bahan sumber informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

TINJUAN PUSTAKA

Konsep Agribisnis dan Agroindustri.

Agribisnis sebagai suatu sistem merupakan kumpulan dari unsur-unsur yang selalu saling berkaitan membentuk satu kesatuan. Agribisnis didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan yang dimulai dengan pengolahan pasca panen, pemasaran dan kegiatan lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian.

Dalam arti luas, usaha pertanian mencakup tiga aspek, yaitu: usaha pertanian hulu, usaha pertanian lahan pertanian dan usaha pertanian hilir. Agribisnis hulu mencakup industri yang menghasilkan input pertanian. Agribisnis pertanian meliputi usahatani tanaman pangan, tanaman hortikultura, obat-obatan, perkebunan, peternakan dan air. Agribisnis hilir meliputi kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi produk olahan. Ketiga hal ini sangat penting, terganggunya salah satu aktivitas akan mempengaruhi kelancaran seluruh aktivitas dalam bisnis.

Agroindustri adalah industri yang bergerak di bidang pertanian, meliputi pengolahan hasil pertanian, penyediaan bahan baku dan industri penunjang pertanian lainnya. Perkembangan sistem agribisnis dan agroindustri sudah tidak asing lagi. Selama ini telah berdiri berbagai jenis industri pengolahan hasil pertanian di seluruh kota di Indonesia baik besar, sedang maupun kecil. (Kurniati, 2015).

Industri pengolahan hasil pertanian dikenal sebagai kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian sebagai bahan baku menjadi produk akhir atau setengah jadi serta menyediakan peralatan dan jasa untuk mendukung kegiatan

tersebut. Namun, industri pengolahan hasil pertanian lebih dikenal sebagai industri hilir yang mengolah dan menghasilkan komoditas siap saji (Margahana, 2021).

Upaya pengembangan agroindustri secara tidak langsung membantu meningkatkan perekonomian petani dengan berperan sebagai pemasok bahan baku. Agroindustri dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, salah satunya pertanian yang kegiatannya berkaitan dengan sektor pertanian (Lawalata dan Imimpia, 2020).

Agronomi Melinjo

Tanaman melinjo merupakan tanaman berbiji terbuka (gymnosperm) yang berasal dari Pasifik barat dan Asia tropis. Melinjo adalah tanaman tahunan berumah dua. Tanaman ini memiliki batang yang kokoh dan daun tunggal berbentuk lonjong dengan ujung tumpul. Tanaman mulai berbuah saat berumur 3-4 tahun. Melinjo (*Gnetum gneom* L.) merupakan tanaman yang dapat tumbuh pada kondisi tanah yang kurang baik.

Di bawah ini merupakan klasifikasi dari tanaman melinjo (Jaksono, 2020).

Kingdom : Plantae
Divisi : Gnetophyta
Kelas : Gnetopsida
Ordo : Gnetales
Famili : Gnetaceae
Genus : *Gnetum*
Spesies : *Gnetum gnemon* L.

Tanaman melinjo tidak memerlukan kondisi tanah yang khusus, sehingga dapat tumbuh pada tanah liat atau lempung, berpasir dan berkapur. Namun tanaman melinjo tidak tahan terhadap tanah yang selalu tergenang air atau tanah dengan keasaman tinggi (pH tanah yang terlalu asam) serta dapat tumbuh pada ketinggian 0-1.200 mdpl. Lahan tempat menanam melinjo harus terbuka atau terkena sinar matahari.

Di Indonesia, melinjo merupakan tanaman yang banyak dijumpai di pekarangan rumah pedesaan dan di kebun penduduk perkotaan. Tumbuhan melinjo (*Gnetum gnemon* L) termasuk tumbuhan berbiji terbuka (*Gymnospermae*), tidak tertutup daging buah tetapi tertutup kulit buah. Tanpa pemangkasan, tanaman melinjo bisa mencapai ketinggian 25 m di atas permukaan tanah.

Melinjo sebagai tanaman serba guna dan hampir seluruh bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan. Bijinya dapat diolah menjadi emping dan sangat digemari oleh masyarakat luas. Tanaman ini sangat ekonomis, karena apabila sudah dewasa setiap pohon dapat menghasilkan 20 – 25 Kg buah melinjo. Mengingat prospeknya yang cukup cerah, maka usaha pengembangan tanaman melinjo banyak dilakukan baik secara vegetatif maupun generatif.

Buah melinjo berbentuk lonjong dan memiliki kulit berwarna hijau saat masih muda, yang berubah menjadi kuning, jingga dan merah seiring bertambahnya usia. Kulit biji melinjo tua berwarna coklat tua, sedangkan bijinya berwarna kuning gading. Biji melinjo panjangnya bervariasi dari 1 cm hingga 2,5 cm, tergantung varietas melinjo.

Emping Melinjo

Emping melinjo merupakan produk olahan dari hasil pertanian. Camilannya berupa keripik yang terbuat dari buah merlinjo tua. Emping melinjo disukai banyak orang karena rasanya yang enak dan disajikan pada acara-acara besar seperti pernikahan dan acara keagamaan (Royfandi & Amri, 2019).

Ada dua cara yang dikenal dalam proses pembuatan emping melinjo, yaitu biji-biji melinjo sebelum dipipihkan dipanaskan terlebih dahulu dengan cara yaitu : (1) Digoreng pada wajan aluminium atau wajan yang terisi tanah (layah, kual) tanpa diberi minyak goreng dan (2) Direbus (Yulita, 2020).

Biji melinjo umumnya dibuat dengan cara disangrai. Dilengkapi dengan pasir, biji melinjo yang disangrai akan merata, dan karena pasir menyerap panas dengan cepat (dari api atau kompor), dan saat menukar biji melinjo yang sudah tercampur dengan pasir panas, biji melinjo matang secara merata. Selain itu dengan cara disangrai maka aroma dan bahan melinjo tidak hilang sehingga jika apabila direbus emping melinjo akan ada rasa yang berbeda, dan zat yang terkandung di dalamnya akan larut dalam air rebusan. Akibatnya, keripik akan terasa kurang enak dan aromanya kurang khas.

Proses pembuatan emping melinjo membutuhkan kesabaran untuk mendapatkan hasil yang berkualitas. Buruh produksi yang dikenal dengan pengrajin umumnya adalah perempuan, kebanyakan paruh baya (ibu-ibu). Industri ketenagakerjaan tidak memerlukan keterampilan khusus. Keterampilan ini sering diturunkan dari generasi ke generasi. Tenaga kerja yang digunakan dalam industri emping seringkali berasal dari dalam negeri.

Emping yang yang bermutu tinggi adalah emping yang sesuai dengan standar (SNI 01-3712-1995), yaitu emping yang tipis dan kelihatan agak bening dengan diameter seragam kering sehingga dapat di goreng langsung. Emping dengan mutu yang lebih rendah mempunyai ciri tebal, diameter kurang seragam dan kadang-kadang masih harus dijemur sebelum digoreng. Klasifikasi emping melinjo yang didasarkan pada kualitasnya adalah sebagai berikut :

A. Kualitas nomor satu, sering disebut dengan emping super, yang tandatandanya adalah :

1. Lempengnya sangat tipis merata
2. Berwarna agak putih dan bening dan transparan
3. Tiap lempengannya berasal dari satu biji melinjo yang ukuran dan kualitasnya sama, sehingga garis tengahnya hampir seragam
4. Langsung bisa digoreng tanpa dijemur terlebih dahulu.

B. Kualitas nomor dua, emping dengan kualitas ini memiliki tanda-tanda, antara lain:

1. Lempengannya lebih tebal dari emping super
2. Berwarna agak putih kekuning-kuningan dan kurang bening (kurang transparan)
3. Tiap lempengannya berasal dari satu biji melinjo yang ukuran dan kualitasnya sama, sehingga garis tengahnya hampir seragam.
4. Bila akan digoreng harus dalam keadaan kering agar hasil gorengannya baik.

C. Kualitas nomor tiga,

1. Lempengannya agak tebal
2. Berwarna kekuning-kuningan dan tidak transparan
3. Tiap lempengan berasal dari satu biji melinjo yang ukuran dan kualitasnya bermacam-macam
4. Bila akan digoreng harus dijemur lebih dahulu hingga kering agar hasil gorengannya baik.

Strategi pengembangan

Strategi penting untuk kelangsungan hidup perusahaan, untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus mampu menghadapi setiap masalah atau hambatan di dalam atau di luar perusahaan.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah di butuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah di terapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Menurut Persari, dkk (2018) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan serta sasaran jangka panjang suatu organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Aulia, 2018) Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental atau senantiasa meningkatkan dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa yang akan datang.

Tingkatan strategi dapat dibagi menjadi tiga bagian

1. Strategi Korporat

adalah strategi yang disusun dalam suatu bisnis sehingga perusahaan akan bersaing dengan cara mengubah distinctive competence menjadi competitive advantage. Pada tingkat korporat ini, strategi korporat membahas mengenai kegiatan bisnis yang diunggulkan untuk dapat bersaing dan membahas dan bagaimana masing-masing kegiatan bisnis tersebut dapat dilakukan secara terintegrasi.

2. Strategi Bisnis.

Pengertian strategi ditingkat ini bisnis adalah sekumpulan komitmen dan tindakan perusahaan yang terpadu dan terkoordinasi yang digunakan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dengan mengeksploitasi kompetensi inti dalam pasar produk yang spesifik. Strategi pada tingkatan ini harus konsisten dengan strategi bisnis keseluruhan yang dikhususkan untuk line of business tersebut.

3. Strategi Fungsional.

Strategi fungsional adalah aktivitas jangka pendek dalam perusahaan untuk mengimplementasikan strategi korporat dan strategi bisnis pada masing-masing departemen atau bagian. Strategi fungsional harus dapat menerjemahkan pemikiran pada strategi korporat dan strategi bisnis menjadi suatu tindakan guna mencapai tujuan tahunan. Dalam perumusan, strategi fungsional haruslah meliputi seluruh fungsi yang ada dalam perusahaan dan hal ini dapat berbeda-beda antar perusahaan bergantung pada jenis industri dan skala bisnis yang dimiliki. Fungsi-fungsi dasar yang umumnya terdapat dalam perusahaan antara lain fungsi

produksi operasi, fungsi pemasaran, fungsi operasi, fungsi keuangan, fungsi pengelolaan sumber daya manusia.

Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis sebagai perencanaan jangka panjang yang bersifat menyeluruh sudah tentu memegang peranan penting dalam organisasi. Keberadaannya diyakini mampu membuat segala sesuatunya menjadi lebih baik. Hal ini mengingat bahwa perencanaan strategis dijadikan dasar untuk membuat perencanaan operasional dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Perencanaan strategis dinilai sangat berperan dalam membangun sebuah sistem kerja yang mengarah kepada pencapaian tujuan organisasi. Mengemukakan bahwa ada tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategis. Pertama, perencanaan strategi memberikan kerangka dasar dalam mana semua bentuk-bentuk perencanaan lainnya harus diambil. Kedua, pemahaman terhadap perencanaan strategis akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya. Ketiga, perencanaan strategis sering merupakan titik permulaan bagi pemahaman dan penilaian kegiatan-kegiatan manajer dan organisasi. (Badrudin, 2013).

Analisis *SWOT*

Analisis SWOT adalah metode analisis yang paling mendasar yang berguna untuk mengetahui topik dan permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil akhir dari analisis ini adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan atau meningkatkan kekuatan. SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman dalam bisnis.

Secara umum, pengertian analisis SWOT adalah metode perencanaan dengan mengevaluasi 4 komponen, yaitu :

1. Kekuatan (*Strengths (S)*), adalah karakteristik positif internal yang dapat dimanfaatkan organisasi untuk mencapai target kinerja strategis
2. Kelemahan (*Weaknesses (W)*), merupakan karakteristik internal yang dapat menghambat atau mengurangi efektivitas organisasi.
3. Peluang (*Opportunities (O)*), merupakan karakteristik potensial dari lingkungan eksternal dapat membantu organisasi mencapai atau melampaui target strategis.
4. Ancaman (*Threats (T)*), adalah fitur lingkungan eksternal yang dapat mencegah.

Analisis Lingkungan Internal (ALI)

Lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan organisasi. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi dan kapabilitas internal yang positif yang memungkinkan organisasi untuk memenuhi tujuan strategis dalam mencapai visi dan misinya. Sedangkan kelemahan (*weaknesses*) adalah kondisi dan faktor di luar organisasi yang bersifat negatif dan menghambat organisasi untuk mencapai atau melampaui keberhasilan visi dan misinya.

Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan. Faktor-faktor internal dapat ditentukan dengan banyak cara, termasuk dengan menghitung rasio, mengukur kerja, dan membandingkan dengan prestasi masa lalu atau dengan rata-rata industri.

Kekuatan adalah sesuatu yang paling baik dilakukan oleh organisasi atau suatu karakteristik yang memberinya kemampuan yang sangat besar. Kekuatan itu dapat berupa ketrampilan, kompetensi, sumber daya organisasi yang sangat bernilai atau kemampuan kompetitif, atau hasil yang menempatkannya pada kedudukan yang superior, misalnya mutu produk yang lebih baik, adanya penguasa, teknologi yang superior, atau pelayanan yang memuaskan. Kelemahan dipihak lain, adalah sesuatu yang membuat organisasi sangat lemah, miskin, berpenampilan buruk, atau suatu kondisi yang menempatkannya pada posisi ketidak-beruntungan dan tidak kompetitif.

Analisis lingkungan internal mencermati (*Scanning*) kekuatan dan kelemahan lingkungan internal organisasi yang dapat dikelola manajemen yaitu sebagai berikut:

1. Struktur organisasi termasuk rekrutmen dan penempatan pegawai.
2. Sistem organisasi dalam mencapai keberhasilan organisasi mencakup keberhasilan komunikasi internal
3. Sumber daya manusia, sumber daya alam, tenaga terampil (*skill*) dalam tingkat pemberdayaan sumber daya, termasuk struktur dan kualitas sumber daya manusia.
4. Biaya operasional serta sumber dananya.
5. Faktor-faktor lain yang menunjukkan dukungan terhadap proses kinerja/misi organisasi yang sudah ada, maupun yang secara potensial dapat muncul di lingkungan internal organisasi seperti teknologi yang telah digunakan sampai saat ini. (Aji, 2012).

Analisis Lingkungan Eksternal (ALE)

Analisis lingkungan eksternal meliputi peluang dan ancaman organisasi. Peluang (*opportunities*) adalah situasi dan faktor-faktor luar organisasi yang bersifat positif dan membantu organisasi mencapai atau mampu melebihi pencapaian visi dan misi. Sedangkan ancaman (*threats*) adalah faktor-faktor luar organisasi yang bersifat negatif dan dapat mengakibatkan organisasi tidak berhasil dalam mencapai visi dan misi.

Peluang dan ancaman eksternal merujuk pada peristiwa dan tren ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti di masa depan. Peluang dan ancaman sebagian besar di luar kendali suatu organisasi karena itu digunakan istilah eksternal

Tujuan audit eksternal adalah membuat daftar terbatas mengenai berbagai peluang yang dapat menguntungkan perusahaan dan berbagai ancaman yang harus dihindari. Lingkungan eksternal meliputi aspek ekonomi sosial dan budaya , pesaing , bahan baku, iklim dan cuaca serta kebijakan pemerintah.

Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategi Menggunakan Matriks SWOT

Analisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks *SWOT*, dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis sebagai berikut :

1. Strategi *SO (Strength, Opportunities)*

Strategi ini didasarkan pada pola pikir korporasi, yaitu menggunakan semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

2. Strategi *ST* (*Strength, Threats*)

Strategi ini adalah strategi pemanfaatan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman

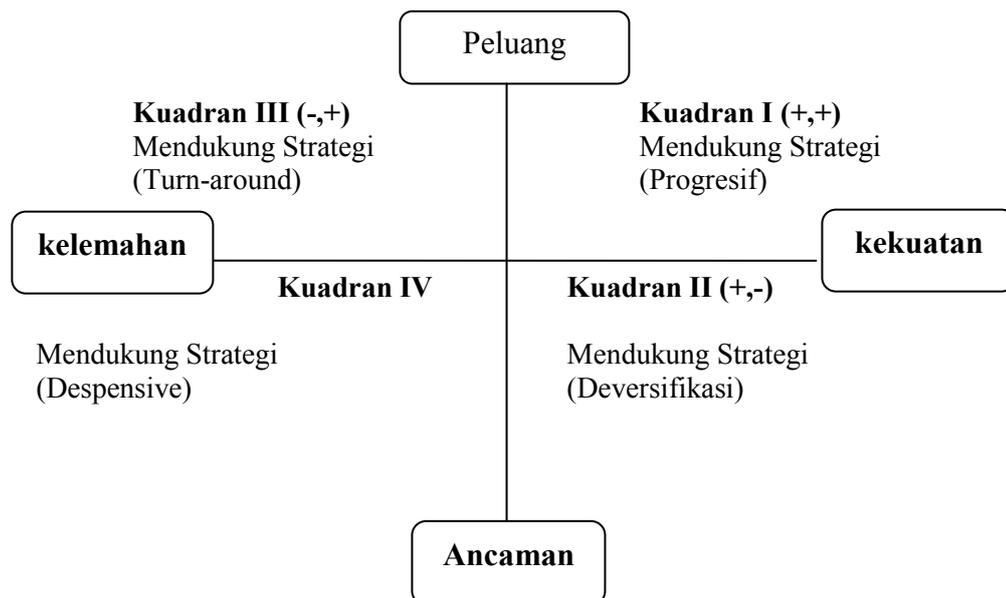
3. Strategi *WO* (*Weakness, Opportunities*)

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

4. Strategi *WT* (*Weakness, Threats*)

Strategi ini didasarkan pada aktivitas defensif dan upaya untuk meminimalkan kerentanan yang ada dan mencegah ancaman. Hasil analisis tabel internal faktor strategi dan faktor eksternal kemudian dipetakan ke dalam matriks posisi.

Berikut adalah matriks posisi analisis *SWOT* dari hasil pembobotan yang telah dilakukan :



Gambar 1. Matriks Posisi Analisis

Keterangan :

Kuadran I

- a. Merupakan posisi yang layak untuk dikembangkan
- b. Mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang secara maksimal.
- c. Menerapkan strategi yang mendukung kebijakan sehingga pertumbuhan agresif.

Kuadran II

- a. Walaupun menghadapi ancaman tetapi mempunyai keunggulan sumber daya
- b. Menggunakan kekuatan agar dapat memanfaatkan peluang jangka panjang
- c. Melalui diversifikasi produk atau pasar.

Kuadran III

- a. Dapat dikembangkan
- b. Peluang besar tetapi sumber daya sangat lemah oleh karena itu, harus memanfaatkan peluang, tersebut secara optimal dan fokus pada strategi posisi untuk meminimalkan kendala – kendala internal pemasaran.

Kuadran IV

- a. Kondisi tidak menguntungkan serta tidak dapat dikembangkan
- b. Menghadpi berbagai ancaman eksternal sedangkan sumber daya yang dimiliki mempunyai banyak kelemahan.

Penelitian Terdahulu

(Puspanegara, 2018) Penelitian ini berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Beras Siger di Desa Wonokarto Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur dan Desa Margosari Kecamatan Pagelaran Utara Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan agroindustri padi siger. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kekuatan yang dimiliki oleh kedua agroindustri berbeda, KWT Suka Maju memiliki banyak sekali konsumen serta melakukan kegiatan pemasaran yang beraneka ragam. Kekuatan yang dimiliki KWT Melati yaitu kualitas produk yang sangat baik yang benar-benar dapat dicirikan sebagai beras siger (mirip seperti beras). Kelemahan yang dimiliki masing-masing agroindustri pun berbeda, KWT Melati memiliki kelemahan besar dalam teknologi produksi yang dikarenakan kondisi keuangan yang belum memungkinkan dan kelemahan KWT Melati adalah konsumen tidak beragam karena hanya menjual kepada *reseller*.

(Yulita, 2020) Penelitian ini berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo di Desa Koala Kecamatan Buki Kabupaten Kepulauan Selayar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta untuk menganalisis strategi pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di Desa Koala Kecamatan Buki Kabupaten Kepulauan Selayar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal mempengaruhi perkembangan agroindustri emping melinjo di Desa Koala yaitu rasa emping yang enak, agroindustri yang sudah lama berdiri, dan ketergantungan bahan baku. Sedangkan faktor eksternal meliputi banyak event yang menggunakan emping melinjo, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing, persaingan ketat dan harga

bahan baku yang naik turun. Alternatif strategi yang cocok diterapkan dalam pengembangan agroindustri emping melinjo ini berada pada kuadran I, pada matriks posisi *SWOT*. Oleh karena itu, maka strategi yang cocok untuk digunakan adalah *SO (Strength-Opportunities)*. Mempertahankan kelebihan yang dimiliki oleh agroindustri emping melinjo seperti rasa emping yang enak, pengrajin yang berpengalaman, harga terjangkau serta meningkatkan hasil produksi dan penjualan dengan mempertahankan respon yang cepat terhadap permintaan konsumen, dan tetap memanfaatkan perkembangan teknologi serta pengenalan produk melalui event yang banyak menggunakan emping melinjo.

(Apriotama, 2022) Penelitian ini berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Siod Makmur di Kelurahan Sekijang Kecamatan Bandar Sekijang Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : 1) karakteristik pengusaha, tenaga kerja, dan profil usaha agroindustri tahu. 2) Teknologi produksi, Penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi agroindustri tahu. 3) Pemasaran agroindustri tahu. 4) Strategi pengembangan agroindustri tahu Sido Makmur di Kelurahan Sekijang Kecamatan Bandar Kabupaten Pelalawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teknologi yang digunakan dalam membuat tahu adalah semi mekanis yaitu menggunakan tenaga manusia dan mesin sederhana. Pembuatan tahu dimulai dari tahapan perendaman, pencucian, penggilingan, pemasakan bubur kedelai, penyaringan, pengendapan, pencetakan, pemotongan dan penyimpanan. Penggunaan bahan baku kedelai sebanyak 50 kg/hari dan penggunaan bahan penunjang kayu bakar $\frac{1}{2}$ pick up, solar 4 liter, dan listrik Rp. 8.333/hari. Biaya tetap sebesar Rp. 213.398 dan biaya variabel sebesar Rp. 605.333. Jumlah

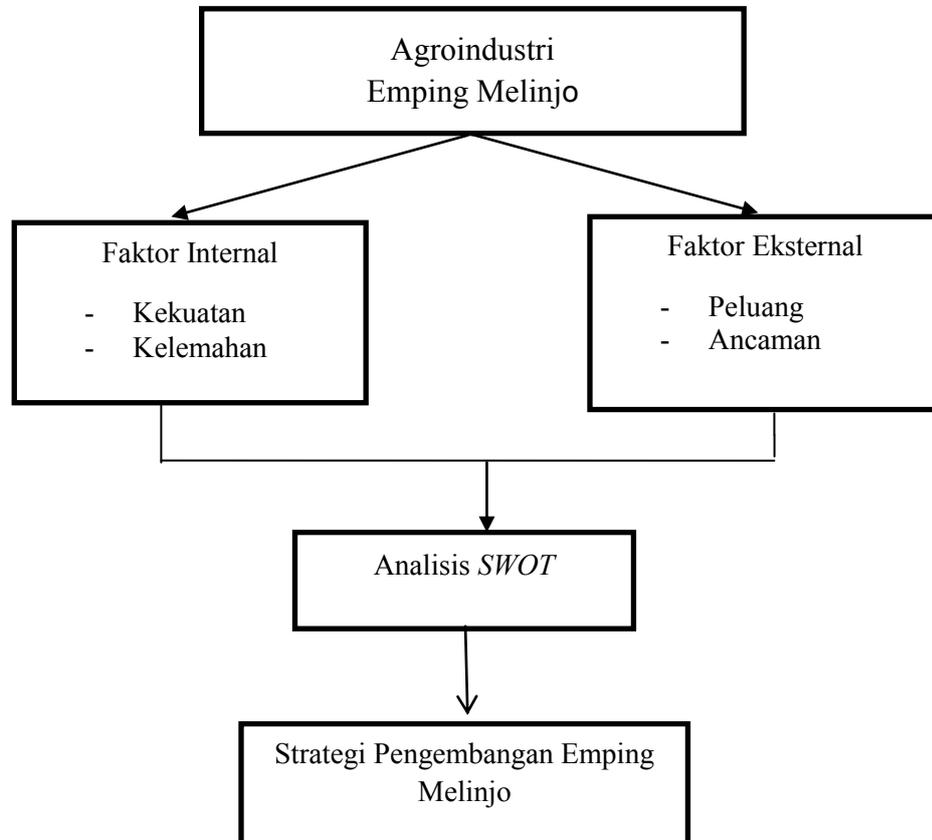
produksi 200 kg/hari. Pendapatan kotor per hari sebesar Rp. 1.000.000. Pendapatan bersih per hari sebesar Rp.181.369/hari. Efisiensi usaha sebesar 1,22. Lembaga pemasaran agrindustri tahu Sido Makmur hanyalah pengusaha. Saluran pemasaran menggunakan saluran pemasaran langsung, yaitu produsen ke konsumen.

Kerangka pemikiran

Agroindustri emping melinjo yang ada di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie merupakan merupakan salah satu bentuk pengembangan industri pertanian yang dapat memberikan nilai tambah yang berasal dari bahan baku melinjo. Kerangka berfikir dari penelitian ini dimulai dengan penggalan informasi dari empat keadaan di agroindustri emping melinjo yang ada di Kecamatan Mutiara yaitu, produk, tempat, harga dan pemasaran. Keempat elemen tersebut akan dijadikan sebagai referensi daftar pertanyaan yang akan diajukan sebagai sumber informasi utama dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis *SWOT*.

Pertanyaan yang akan diajukan terbagi kedalam dua bagian, sesuai dengan pembagian dalam analisis *SWOT*. Pertama pertanyaan tentang faktor-faktor internal dari usaha pembuatan emping melinjo yaitu kekuatan dan kelemahan, kedua pertanyaan tentang faktor- faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan itu kemudian diolah menggunakan analisis *SWOT* yang berujung pada lahirnya strategi-strategi untuk masing-masing matriks (keadaan). Matriks strategi yang menjadi hasil akhir dari penelitian itu yang nantinya semoga ini dapat menjadi solusi untuk strategi yang tepat bagi agroindustri emping melinjo di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie untuk

meningkatkan omzet penjualan dan mempertahankan daur hidup produk. Adapun penjelasannya dapat dilihat melalui gambar berikut:



Gambar 2. Kerangka pemiikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kualitatif, yang dimana penelitian ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Teori ini dimanfaatkan sebagai pemandu agar penelitian sesuai fakta yang ada dilapangan. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey yang dimana metode ini bertujuan untuk mengumpulkan sejumlah data dan mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuisisioner sebagai acuan dalam pengumpulan data.

Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD. Ataka Baru yang berlokasi di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja karena UD. Ataka Baru ini sudah lama berdiri sejak Tahun 2009 hingga saat ini Tahun 2023. Penelitian ini dimulai pada Maret 2023- Juni 2023.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan untuk penelitian yaitu :

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya. Penelitian yang dilakukan di Kecamatan Mutiara dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara langsung kepada Pemilik, karyawan industri, dan konsumen emping melinjo secara langsung. Wawancara yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan dengan cara membawa langsung kuisisioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari semua sumber yang sudah ada, untuk pengambilan data sekunder dalam sebuah penelitian bisa didapatkan melalui jurnal, buku, dan internet.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode (Sugiyono,2013).

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu informasi tentang bagaimana pengembangan industri emping melinjo.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung dengan menggunakan kuisisioner yang telah disediakan sebagai panduannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan pengambilan gambar yang bersangkutan dengan penelitian seperti pada saat melakukan observasi ataupun wawancara di industri emping melinjo.

Metode Penarikan Sampel

Sampel peneliti adalah orang - orang yang menjadi sumber informasi dalam penelitian yang dilakukan. Adapun yang menjadi informan berjumlah 8 orang (data terlampir) terdiri dari : pemilik usaha 1 orang, karyawan toko 2 orang, pengrajin 2 orang dan 3 orang konsumen.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif yakni dengan mendeskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada usaha emping melinjo.

Faktor Strategi Internal (Kekuatan Kelemahan)

Langkah – langkah dalam menentukan nilai faktor internal adalah sebagai berikut:

1. Susunlah dalam kolom masing – masing.
2. Memberikan bobot masing-masing dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skalamulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1).
3. pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancaman sedikit ratingnya 4, kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh actor 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).
4. jumlah 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 strategi eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

- Gunakan kolom lima untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Jumlahkan skor pembobotan yang terdapat pada (kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi yang bersangkutan. Nilai total menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya. Skor total dapat kita gunakan sebagai perbandingan.

Tabel 3. faktor-faktor Internal

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Faktor Strategi Eksternal (Peluang Ancaman)

Langkah – langkah dalam menentukan nilai faktor eksternal adalah sebagai berikut:

- Susunlah dalam kolom masing –masing. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor – faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor)

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi +4. Tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

3. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan 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).
4. 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 strategi eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 4. faktor-faktor Eksternal

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
peluang				
Ancaman				
Total				

Matriks *SWOT*

Matriks *SWOT* dikembangkan untuk dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat

disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Matriks *SWOT*.

Faktor Internal (IFAS) / Faktor Eksternal (EFAS)	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi S - O : Ciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W - O : Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mendapatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi S - T : Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi W - T : Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber : (Rangkuti Freddy, 2001)

Keterangan :

1. Strategi *SO* (*Strengths, Opportunities*)

Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki agroindustri untuk memanfaatkan berbagai peluang yang ada

2. Strategi *ST* (*Strengths, Threats*)

Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki agroindustri untuk menghindari berbagai ancaman

3. Strategi *WO* (*Weakness, Opportunities*)

Memanfaatkan peluang yang dimiliki agroindustri dengan cara meminimalkan berbagai kelemahan

4. Strategi *WT* (*Weakness, Threats*)

Memanfaatkan peluang yang dimiliki agroindustri dan meminimalkan berbagai kelemahan dan ancaman.

Definisi Operasional

1. Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, untuk merancang serta menyediakan peralatan dan jasa untuk kegiatan agroindustri emping melinjo.
2. Emping melinjo adalah salah satu jenis makanan ringan yang terbuat dari melinjo yang berbentuk pipih bulat, diolah dengan cara dipanaskan kemudian dipipihkan dengan cara dipukul-pukul lalu dikeringkan di bawah sinar matahari dan digoreng dengan menggunakan minyak.
3. Strategi pengembangan adalah suatu upaya menganalisis situasi agroindustri emping melinjo dari perspektif internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan.
4. Analisis *SWOT* adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam agroindustri emping melinjo.
5. Kekuatan adalah kemampuan yang dimiliki agroindustri emping melinjo yang berasal dari dalam agroindustri agar kegiatannya berjalan secara optimal.

6. Kelemahan adalah kekurangan yang dimiliki agroindustri emping melinjo yang berasal dari dalam agroindustri sehingga perusahaan tidak dapat beroperasi dengan baik.
7. Peluang adalah faktor yang berasal dari lingkungan luar agroindustri emping melinjo yang bersifat positif yang dapat mendukung kinerja agroindustri emping melinjo.
8. Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat menghambat kinerja agroindustri emping melinjo.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Lokasi dan Area

Gampong Mesjid Yaman termasuk dalam kategori Daerah dataran rendah dengan ketinggian ± 50 meter dari permukaan laut (mdpl) . Adapun batas-batas wilayah Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Gampong Mee Teungoh
- b. Sebelah Timur: Gampong Sentosa
- c. Sebelah Selatan: Gampong Baro Yaman
- d. Sebelah Barat: Gampong Baroh Barat Yaman

Luas Wilayah

Adapun luas wilayah Desa Mesjid Yaman adalah 55Ha yang terdiri dari:

- a. Tanah sawah: 35 Ha
- b. Tanah bukan sawah: 20 Ha

Terkait dengan administrasi pemerintahan, wilayah Desa terbagi kedalam wilayah Dusun, yaitu lingkungan I dan lingkungan II.

Kepadatan Penduduk

Jumlah pertumbuhan penduduk Desa Mesjid Yaman di Tahun 2021 sebanyak 869 jiwa dengan populasi laki-laki 410 jiwa, perempuan 459 jiwa dan 220 Kepala Keluarga. Komposisi penduduk pada Tahun 2021 berdasarkan kelompok umur di Desa Mesjid Yaman dapat dilihat berikut ini

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Desa Mesjid Yaman 2022

Kelompok Umur	Laki – laki	Perempuan	Jumlah
0 Bulan – 04 Tahun	23	28	51
05 Tahun – 09 Tahun	40	42	82
10 Tahun – 14 Tahun	23	26	49
15 Tahun – 19 Tahun	20	25	45
20 Tahun – 24 Tahun	38	35	73
25 Tahun – 29 Tahun	39	33	72
30 Tahun – 34 Tahun	60	47	107
35 Tahun – 39 Tahun	50	58	108
40 Tahun – 49 Tahun	60	64	124
50 Tahun – 54 Tahun	20	30	50
55 Tahun – 59 Tahun	19	28	47
60 Tahun – 64 Tahun	3	13	16
65 Tahun – 69 Tahun	8	12	20
70 Tahun – 74 Tahun	4	9	13
Diatas 75 Tahun	3	9	12
TOTAL	410	459	869

Sumber : Kantor Kepala Desa Mesjid Yaman, 2022

Jenis Pekerjaan

Mata pencaharian penduduk di Desa Mesjid Yaman mayoritas bergerak di bidang pertanian dan perdagangan, sebagaimana yang terlihat pada tabel berikut

Tabel 7. Jenis Mata Pencaharian Penduduk Produktif Desa Mesjid Yaman Menurut Bidang Usaha Tahun 2022.

No	Lapangan Usaha	Jumlah Penduduk Produktif
1	Pertanian, Pemburuan dan Kehutanan	20
2	Pedagang barang dan jasa	28
3	Wiraswasta	2
4	Bangunan dan Kontruksi	4
5	PekerjaanBengkel	4
6	PNS	11
7	Jasa-jasalainnya	185
J u m l a h		254

Karakteristik Responden

Tabel 8. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pria	3	38%
2	Wanita	5	63%
TOTAL		8	100%

Sumber : Data diolah 2023

Dari tabel 8. menunjukkan bahwa responden yang menjawab kuisisioner berdasarkan jenis kelamin terbanyak pada responden wanita yaitu sebanyak lima orang atau 63% sedangkan responden yang menjawab kuisisioner berdasarkan jenis kelamin terendah pada pria yaitu sebanyak 3 orang atau 38%.

Tabel 9. Respoden Berdasarkan Usia

NO	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-30	1	13%
2	31-41	3	38%
3	42-52	3	38%
4	53>	1	13%
TOTAL		8	100%

Sumber : Data diolah 2023

Dari tabel 9. menunjukkan bahwa karakteristik untuk kategori umur yaitu berumur 8 orang dimana umur yang tertinggi yaitu berjumlah 3 orang untuk umur 31-41 dan 42-52 dengan persentase 38% disetiap jumlahnya.

Tabel 10. Karakteristik Pemilik UD. Ataka Baru

NO	Keterangan	jumlah responden	Persentase (%)
1	Umur	1	100%
	50		
Jumlah		1	100%
2	Pendidikan	1	100%
	SMA		
Jumlah		1	100%
3	Pengalaman	1	100%
	14 tahun		
Jumlah		1	100%

Dari tabel 10. menunjukkan bahwa karakteristik untuk kategori pemilik usaha yaitu pemilik usaha berjumlah 1 orang dengan persentase 100% dan berumur 50 tahun dengan persentase 100%, tingkat pendidikan yaitu SMA dengan persentase 100% dan memiliki pengalaman dalam berdagang yaitu 14 tahun dengan persentase 100%.

Tabel 11. Karakteristik Karyawan UD. Ataka Baru

No	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase %
1	Umur		
	31 - 41 Tahun	1	50%
	> 52 Tahun	1	50%
	Jumlah	2	100%
2	Pendidikan		
	SMP	1	50%
	SMA	1	50%
	Jumlah	2	100%
3	Pengalaman		
	4 Tahun	1	50%
	> 10 Tahun	1	50%
	jumlah	2	100%

Dari tabel 11 menunjukkan bahwa karakteristik untuk kategori umur yaitu berjumlah 2 orang dimana umur yang tertinggi 1 orang yaitu berumur > 52 tahun dengan persentase 50%, untuk karakteristik pendidikan tertinggi berjumlah 1 orang yaitu SMA dengan persentase 50%, Dan untuk karakteristik pengalaman yaitu 1 orang dimana pengalaman berkerja tertinggi >10 tahun dengan persentase 50%.

Tabel 12. Karakteristik Pengrajin UD. Ataka Baru

No	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase %
1	Umur		
	31 - 41 Tahun	1	50%
	42 - 52 Tahun	1	50%
	Jumlah	2	100%
2	Pendidikan		
	SD	1	50%
	SMP	1	50%
	Jumlah	2	100%
3	Pengalaman		
	5 Tahun	1	50%
	7 Tahun	1	50%
	jumlah	2	100%

Dari tabel 12 menunjukkan bahwa karakteristik untuk kategori umur yaitu berjumlah 2 orang dimana umur yang tertinggi 1 orang yaitu berumur 47 tahun dengan persentase 50%, untuk karakteristik pendidikan tertinggi berjumlah 1 orang yaitu SMP dengan persentase 50%, Dan untuk karakteristik pengalaman yaitu 1 orang dimana pengalaman berkerja tertinggi 7 tahun dengan persentase 50%.

Tabel 13. Karakteristik Konsumen

NO	Keterangan	jumlah responden	persentase %
1	umur		
	20 - 30 tahun	1	33%
	31 - 41 tahun	1	33%
	42 - 52 tahun	1	33%
	jumlah	3	100%
2	pendidikan		
	SMA	2	67%
	S1	1	33%
	Jumlah	3	100%

Tabel 13 diatas menunjukkan bahwa karakteristik untuk kategori umur yaitu berjumlah 3 orang dimana masing-masing umur berjumlah 1 orang dengan

persentase 33%, untuk karakteristik pendidikan yaitu berjumlah 3 orang dimana yang tertinggi SMA yaitu berjumlah 2 orang dengan persentase 67%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat UD. Ataka Baru

Agroindustri UD Ataka Baru adalah salah satu industri kecil yang memiliki beberapa jenis produk salah satunya olahan melinjo yaitu emping melinjo sebagai produk andalan. UD Ataka Baru terletak di jalan Medan – Banda Aceh Di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. Desa Mesjid Yaman merupakan pusat industri emping melinjo di Provinsi Aceh.

UD. Ataka Baru didirikan oleh Bapak Fauzi pada tahun 2009 dilatar belakangi karena pada era 1965 emping melinjo telah ada, dikarenakan secara umum Kecamatan Mutiara memiliki potensi geografis berupa lahan dataran rendah, sehingga pohon melinjo yang menjadi bahan baku emping melinjo mudah tumbuh di wilayah dataran rendah. Sehingga Bapak Fauzi tertarik membuka industri emping melinjo. Mengingat sifat buah melinjo tersebut dapat diolah menjadi emping melinjo yang enak dan merupakan salah satu makanan ringan yang banyak disukai masyarakat, maka dengan adanya potensi yang besar Bapak Fauzi menjual produk emping melinjo yang enak dan gurih aman dikonsumsi dan memiliki daya simpan yang lebih lama.

UD. Ataka Baru tidak hanya menjual emping melinjo saja. Setelah beberapa tahun berjalan UD. Ataka Baru ini menambah beberapa produk seperti beras, kerupuk kulit, emping beras dan bubuk kopi.

Permasalahan yang sering muncul adalah masalah bahan baku yang bersifat musiman sehingga ketersediaan yang terbatas mengakibatkan harga biji melinjo mengalami naik turun dan menyebabkan ancaman terhadap agroindustri

emping melinjo, sehingga menghambat pembuatan emping melinjo dan naiknya harga jual emping melinjo dipasaran.

Proses Produksi Emping Melinjo

Proses pembuatan emping melinjo adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan produk keripik emping melinjo. Saat proses produksi emping melinjo dibutuhkan beberapa alat dan bahan baku. Bahan baku yaitu biji melinjo sedangkan untuk bahan pendukungnya plastik kemasan. Berikut beberapa penjelasan mengenai peralatan dan proses produksi dijelaskan sebagai berikut:

a. Peralatan yang digunakan

Untuk pembuatan emping melinjo dibutuhkan alat dan bahan serta langkah-langkah pembuatannya sebagai berikut:

1) Bahan

- a) Biji melinjo yang sudah tua
- b) Kayu bakar
- c) Pasir
- d) Plastik kemasan yang sudah ada merek

2) Alat

- a) Batu landasan
- b) Palu / martil
- c) Serok
- d) Wajan
- e) Anyaman bambu
- f) Tungku

g) Mesin pengepresan kemasan

3) Proses pembuatan emping melinjo

a) Pemilihan biji melinjo

Biji melinjo tua yang sudah dikupas dan sebelumnya sudah disimpan selama 1 hari, karena biji melinjo yang tua atau sudah matang lebih bertekstur dan lezat.

b) Pemanasan Biji

Biji yang sudah dikupas kulit luarnya kemudian dipanaskan dengan cara disangrai yaitu wajan yang berisi pasir diletakkan diatas tungku. Tunggu pasir pasir hingga panas. Tunggu biji melinjo 3-5 menit biji melinjo sudah cukup matang, jika tidak matang akan menyebabkan kulit luarnya keras dan sulit untuk dilepas.

c) Pengupasan biji melinjo

Biji melinjo yang sudah matang dilepaskan kulit kerasnya dengan cara dipukul dengan benda keras segera mungkin, karena pelepasan kulit kerasnya akan lebih mudah paa waktu biji masih panas atau hangat.

d) Pemukulan dan Pemipihan Biji

Setelah kulit biji melinjo dikupas, letakan biji melinjo diatas batu landasan lalu di tumbuk. Apabila ingin membuat emping yang ukuran lebih besar tambah biji melinjo tersebut sesuai dengan ukuran biji melinjonya.

e) Pelepasan emping dari batu

Emping yang sudah ditumbuk dengan berbentuk bulat dan rata dilepaskan dari batu landasan dengan menggunakan scup. Pelepasan ini harus dilakukan dengan hati-hati agar emping tidak rusak atau cacat.

f) Penjemuran emping melinjo.

Emping yang tadinya telah dipindahkan diatas anyaman bambu yang masih dalam keadaan basah akan dikeringkan dengan cara dijemur. Penjemuran dilakukan hingga emping benar-benar kering agar dapat disimpan dalam jangka panjang.

g) Pengemasan dan penyimpanan

Emping yang telah dijemur siap dipasarkan. Emping dikemas apabila konsumen membeli sesuai dengan berapa banyak konsumen membelinya. Plastik kemasannya memiliki cap/logo UD. Ataka Baru.

Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa dalam pembuatan emping melinjo tidak menggunakan bahan pengawet sedikitpun. Usaha ini cukup menjanjikan karena pada dasarnya banyak konsumen yang membeli mau dari kalangan untuk dikonsumsi sendiri maupun untuk oleh-oleh.

Lokasi usaha emping melinjo ini sangat strategis yaitu dijalan lintas Medan-Banda Aceh sehingga dapat dijangkau oleh para konsumen dari luar kota. Karena sebagian besar konsumen emping melinjo yaitu dari luar kota dibeku sebagai buah tangan. Tidak hanya konsumen dari luar kota tetapi masyarakat setempat juga membeli emping melinjo di UD. Ataka Baru. Berikut bagan proses produksi emping melinjo

Identifikasi Lingkungan Internal

Lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Kekuatan merupakan keadaan positif dan kapabilitas internal yang memungkinkan organisasi mencapai keunggulan dalam mencapai visi dan misi

serta kelemahannya adalah faktor diluar organisasi yang buruk dan menghalangi organisasi mencapai atau melampaui visi, misi atau tujuan perusahaan,

Berdasarkan hasil penelitian dan survei langsung di lokasi penelitian, sesuai dengan pengumpulan data yang dilakukan penelitian, maka dapat diidentifikasi faktor-faktor internal dari agroindustri emping melinjo yang meliputi kekuatan dan kelemahan dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 14. Identifikasi Faktor-Faktor Internal Agroindustri Emping Melinjo UD. Ataka Baru

Faktor-faktor internal	
Kekuatan (<i>strenghts</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
1. Kualitas Emping baik.	1. Mutu produk tergantung cuaca
2. Rasa Emping enak.	2. Strategi promosi masih sederhana
3. Tenaga kerja sudah ahli dan berpengalaman.	3. Pengolahan masih tradisional
4. Produk tidak berbahan Pengawet	
5. Adanya variasi produk dan harga.	
6. Lokasi yang strategis	
7. Sudah memiliki Legalitas usaha	

Penjelasan mengenai faktor internal strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie sebagai berikut:

A. Kekuatan

1. Kualitas Emping yang Baik

Kualitas emping yang baik dikarenakan tidak adanya campuran bahan pengawet. Perlu adanya penetapan standarisasi kualitas untuk menjaga

produk memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga tidak akan kehilangan kepercayaan konsumen.

2. Rasa Emping enak

Biji melinjo tua yang dipilih untuk dijadikan emping memiliki rasa yang empuk dan diolah tanpa bahan pengawet membuat emping memiliki rasa yang enak serta bau yang khas.

3. Tenaga kerja sudah ahli dan berpengalaman

Tenaga kerja yang ada di UD. Ataka Baru di Desa Masjid Yaman Kabupaten Pidie merupakan tenaga kerja yang ahli serta memiliki pengalaman. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil emping melinjo yang bentuknya bagus dan tipis menambah nilai jual yang ada pada emping melinjo tersebut.

4. Produk tidak berbahan pengawet

Emping melinjo terbuat dari bahan baku alami tidak dicampur dengan bahan pengawet. Maka dari itu dalam pemilihan biji dan pembuatan produk sangat harus diperhatikan.

5. Adanya variasi produk dan harga

UD. Ataka Baru memiliki dua variasi berupa bentuk yaitu ukuran kecil dan besar. Variasi lainnya berupa ketebalan ketebalan dan ketipisan emping melinjonya. Harga produk juga bermacam-macam dari mulai yang murah, standart dan mahal.

6. Lokasi yang strategis

Lokasi UD. Ataka Baru yang strategis terletak dijalan lintas Medan-Banda Aceh sehingga mudah di jangkau para wisatawan dari berbagai macam

kota yang datang ke Aceh. Sehingga membuat produk emping melinjo semakin berkembang.

7. Sudah memiliki Legalitas Usaha

Legilintas usaha merupakan sumber informasi resmi untuk memberikan rasa aman kepada konsumen dengan jaminan produk yang aman dan berkualitas. Legilintas usaha menjadi nilai tambah bagi usaha karena dengan adanya legilintas membuat konsumen semakin pada produk yang mereka beli dan nikmati. UD. Ataka Baru memiliki legilintas usaha yaitu Surat Izin Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) NO. 215110916085.

B. Kelemahan

1. Mutu produk tergantung cuaca

Produk emping melinjo yang baru dibuat atau yang baru saja ditumbuk harus dijemurkan dibawah sinar matahari lebih kurang selama 1 jam sampai 2 jam agar emping melinjo tidak basah dan tahan lama. Jika lebih dari 2 jam maka emping melinjo akan menguning atau seperti gosong karena terlalu lama dijemur. Saat musim tiba maka produk tidak dapat dijemur, jika tidak dijemur maka emping melinjo akan bau dan mudah berjamur.

2. Strategi promosi masih sederhana

Promosi yang dilakukan pengrajin kurang optimal, promosi yang dilakukan melalui mulut kemulut dan hanya mempromosikan dari facebook dan Google. Sehingga orang-orang luar bisa memesan dari nomor telepon yang tertera di Google. Tapi mereka tidak menggunakan

akun sosial media yang lain dan kebanyakan mempromosikan dari mulut kemulut.

3. Pengolahan masih tradisional

Pengrajin emping melinjo masih menggunakan peralatan tradisional dalam mengelolah produknya, tanpa menggunakan bantuan mesin atau teknologi.

Alat-alat yang digunakan meliputi batu, kayu landasan dan palu.

Identifikasi Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal atau lingkungan luar yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang berada diluar lingkungan agroindustri tidak dikendalikan oleh pemilik. Faktor lingkungan eksternal dapat berubah, perubahan tersebut dapat berlangsung secara cepat ataupun lambat.

Berdasarkan hasil penelitian dan survei langsung di lokasi penelitian, sesuai dengan pengumpulan data yang dilakukan penelitian, maka dapat diidentifikasi faktor-faktor eksternal dari agroindustri emping melinjo yang meliputi peluang dan ancaman dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 15. Identifikasi Faktor-Faktor Eksternal Agroindustri Emping Melinjo UD. Ataka Baru

Faktor-faktor Eksternal	
Peluang (<i>opportunity</i>)	Ancaman (<i>threats</i>)
1. Memiliki Pelanggan setia	1. Bahan baku yang tidak selalu tersedia
2. Sebagai Oleh – oleh	2. Perubahan iklim dan cuaca
3. Tingginya permintaan pasar	3. Persaingan ketat.

A. Peluang

1. Memiliki pelanggan tetap

Konsumen yang puas dengan satu merek emping akan tetap membeli emping melinjo ditempat yang sama karena konsumen sudah merasa cocok dengan emping melinjo konsumsi seperti biasa.

2. Sebagai oleh-oleh

Dengan adanya keberadaan wisatawan yang banyak datang ke Aceh serta membawa pulang oleh-oleh berdampak baik terhadap pengembangan agroindustri emping melinjo yang ada di UD. Ataka Baru.

3. Tingginya permintaan pasar

Permintaan emping melinjo pada agroindustri ini ada karena UD. Ataka Baru ini memiliki pelanggan tetap yaitu ibu rumah tangga, warung makanan dan konsumen dari luar daerah seperti ke Medan, Jawa dan Bali

B. Ancaman

1. Bahan baku yang tidak selalu tersedia.

Ketersediaan bahan baku produk pertanian tidak dapat tersedia sepanjang waktu, hal ini dikarenakan produk pertanian yang satu ini memiliki sifat musiman, sehingga suatu saat biji melinjo akan melimpah dan pada saat lain waktu akan kekurangan bahkan sulit untuk didapatkan. Oleh sebab itu biji melinjo tidak selalu tersedia apabila sudah tidak musim lagi. Jika biji melinjo langka maka harga bahan baku naik, dan harga produk emping melinjo juga mahal.

2. Perubahan iklim dan cuaca

Perubahan iklim dan cuaca dapat menghambat proses produksi emping melinjo itu sendiri. Contohnya jika hujan maka emping melinjo yang telah ditumbuk tidak dapat dijemur dibawah sinar matahari. Sedangkan produk emping melinjo yang telah dibuat harus dijemur terlebih dahulu untuk menghindarkan kegagalan produk tersebut.

3. Persaingan ketat

Di Kecamatan Mutiara memiliki beberapa pelaku usaha emping melinjo sehingga memiliki daya saing yang begitu ketat. Dengan adanya pesaing membuat UD. Ataka Baru memiliki ancaman.

Matriks Strategi Internal

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru yang ada di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, maka faktor internal berupa (kekuatan dan kelemahan) dapat dirumuskan kedalam matriks strategi internal dan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 16 . Matriks Strategi Internal (IFAS) Agroindustri Emping Melinjo.

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Kualitas emping yang baik	0,15	3,38	0,5
2. Rasa emping yang enak	0,15	3,38	0,52
3. Tenaga kerja sudah ahli dan pengalaman	0,16	3,5	0,56
4. Produk tidak berbahan pengawet	0,15	3,38	0,5
5. Adanya variasi produk dan harga	0,13	3,25	0,41
6. Lokasi yang strategis	0,14	3,38	0,46
7. Sudah memiliki legalitas usaha	0,13	3,38	0,44
SUB TOTAL			3,38
Kelemahan			
1. Mutu produk tergantung cuaca	0,32	1,38	0,43
2. Strategi promosi yang sederhana	0,36	1,38	0,49
3. Pengolahan masih tradisional	0,33	1,5	0,49
SUB TOTAL			1,42
TOTAL			4,8

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor kekuatan (*strength*) sebesar 3,38 dan total skor kelemahan (*weakness*) sebesar 1,42. Total skor IFAS sebesar 4,8 berarti ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Matriks Strategi Eksternal

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru yang ada di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, maka faktor eksternal berupa (peluang dan ancaman) dapat dirumuskan kedalam matriks strategi internal dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17 . Matriks Strategi Esternal (EFAS) Agroindustri Emping Melinjo.

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Memiliki pelanggan setia	0,34	3,25	1,1
2. Sebagai oleh-oleh	0,35	3,25	1,14
3. Adanya permintaan pasar	0,31	3,38	1,05
SUB TOTAL			3,29
Ancaman			
1. Bahan baku yang tidak selalu tersedia	0,33	1,5	0,49
2. Mahalnya harga bahan baku	0,34	1,75	0,59
3. Persaingan ketat	0,34	1	0,34
SUB TOTAL			1,42
TOTAL			4,7

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor peluang memiliki 3,29 dan Total skor ancaman 1,42 total skor IFAS sebesar 4,7. Karena total skor peluang cukup tinggi berarti ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS diatas, menunjukkan bahwa:

a. Dari segi Internal: kekuatan (strength) > kelemahan (weakness)

$$3,38 > 1,42$$

b. Dari segi eksternal: Peluang (opportunity) > Ancaman (Threats)

$$3,29 > 1,42$$

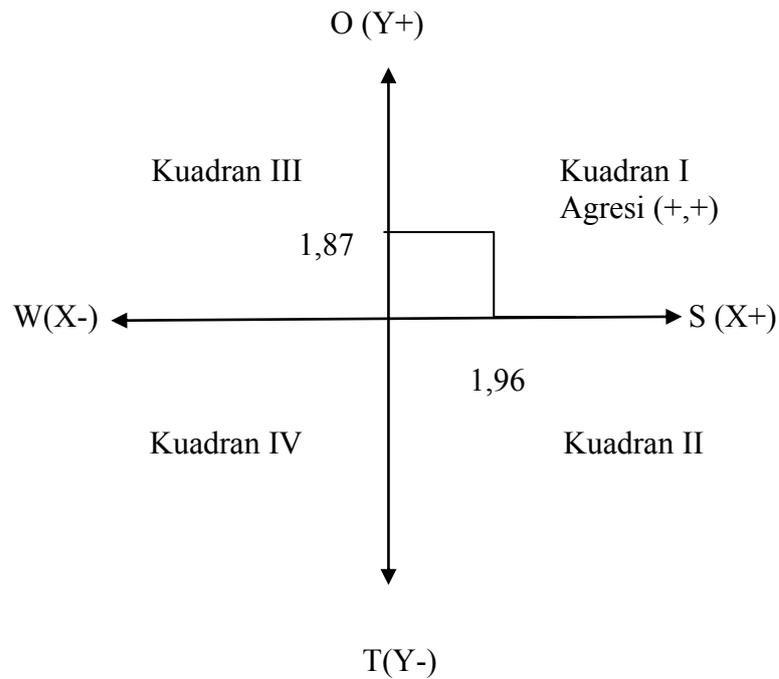
Berdasarkan tabel tentang IFAS dan tabel tentang EFAS lebih besar nilai IFAS (*Internal Factor Summary*) yaitu sebesar 4,8 dibandingkan dengan nilai EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yaitu sebesar 4,7. Dapat kita simpulkan bahwa faktor internal UD. Ataka Baru lebih dominan daripada faktor eksternal. Sehingga dapat dipastikan usaha emping melinjo ini dapat

mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan seperti kualitas produk yang tahan lama, rasa emping yang enak, tenaga kerja yang sudah ahli, agroindustri yang sudah lama berdiri dan sudah memiliki legilitas usaha.

Kuadran SWOT

Setelah penghitungan bobot dari masing-masing faktor internal dan eksternal kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi pengembangan agroindustri emping melinjo. Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai $X > 0$ yaitu 1,96 dan nilai $Y = >$ yaitu 1,87 posisi titik koordinat dapat dilihat pada koordinat *cartesius* berikut:

Nilai tertimbang kekuatan (S)	3,38
Nilai tertimbang kelemahan (W)	1,42
Selisih (S-W)	1,96
Nilai tertimbang peluang (O)	3,29
Nilai tertimbang ancaman (T)	1,42
Selisih (O-T)	1,87



Gambar 3. Grafik Matriks SWOT

Berdasarkan Gambar 4 hasil analisis SWOT, menunjukkan selisih antara nilai tertimbang skor kekuatan dan kelemahan (1,96) merupakan sumbu- x dan selisih antara nilai tertimbang peluang dan ancaman (1,87) merupakan sumbu- y . Hasil yang diperoleh menunjukkan titik koordinat berada pada kuadran I atau strategi SO, artinya situasi yang menguntungkan bagi UD. Ataka karena memiliki faktor kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman.

Matriks SWOT

Tabel 18. Matrik Swot Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo

<p>Faktor Internal (IFAS)</p> <p>Faktor Eksternal (EFAS)</p>	<p>Kekuatan (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas emping yang baik 2. Rasa emping yang enak 3. Tenaga kerja sudah ahli dan berpengalaman 4. Produk tidak berbahan pengawet 5. Adanya variasi produk dan harga 6. Lokasi yang strategi 7. Sudah memiliki legalitas usaha 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu produk tergantung cuaca 2. Strategi promosi yang sederhana 3. Pengolahan masih tradisional.
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pelanggan setia 2. Sebagai oleh-oleh 3. tinggi permintaan pasar 	<p>Strategi S - O :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kualitas emping yang baik dapat meningkatkan permintaan pasar. 2. mempertahankan cita rasa yang enak untuk memenuhi kepuasan konsumen agar tetap membeli ditempat yang sama. 3. Tingginya permintaan pasar sehingga UD. Ataka Baru mengupayakan meningkatkan strategi promosi menggunakan digital marketing 	<p>Strategi W – O :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengupayakan untuk meningkatkan strategi promosi sehingga dapat meningkatkan permintaan emping melinjo
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang tidak selalu tersedia 2. Perubahan iklim dan cuaca 3. persaingan ketat 	<p>Strategi S – T :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas meskipun harga bahan baku sedang tidak stabil karena tidak tersedianya bahan baku. 	<p>Strategi W – T :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sistem penjualan online untuk mengatasi persaingan ketat dan meningkatkan promosi disosial media untuk memperluas jaringan bisnis. 2. Menyediakan stok bahan baku untuk

		menghindari naiknya harga bahan baku yang bersifat musiman dan untuk menjaga kestabilan ketersediaan produk.
--	--	--

Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

1. Memiliki kualitas emping yang baik dapat meningkatkan permintaan pasar.
2. Mempertahankan cita rasa yang enak untuk memenuhi kepuasan konsumen agar tetap membeli ditempat yang sama
3. Tingginya tingkat permintaan pasar sehingga UD. Ataka Baru mengupayakan meningkatkan strategi promosi menggunakan digital marketing.

Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

1. Mengupayakan untuk meningkatkan strategi promosi sehingga dapat meningkatkan permintaan emping melinjo

Strategi ST (*Strenght-Threats*)

1. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas meskipun harga bahan baku sedang tidak stabil karena tidak tersedianya bahan baku.

Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

1. Melakukan sistem penjualan online untuk mengatasi persaingan ketat
2. Menyediakan stok bahan baku untuk menghindari naiknya harga bahan baku yang bersifat musiman dan untuk menjaga kestabilan ketersediaan produk.

Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo

Dalam penyusunan strategi pengembangan agroindustri emping melinjo berdasarkan Tabel 12 dilakukan penyusunan strategi dan digambarkan dalam bentuk matriks *SWOT* dan strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan agroindustri emping melinjo di UD. Ataka Baru. Adapun strategi-strategi yang dimaksud yaitu:

1. Mempertahankan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh agroindustri emping melinjo. Kelebihan-kelebihan yang dimaksud adalah kekuatan yang dimiliki seperti kualitas emping yang baik dapat meningkatkan permintaan pasar, dan mempertahankan cita rasa yang enak untuk memenuhi kepuasan konsumen agar tetap membeli ditempat yang sama, serta pemanfaatan peluang yang ada di UD. Ataka Baru seperti pelanggan yang setia dan adanya permintaan pasar.
2. Mengupayakan untuk meningkatkan strategi promosi sehingga dapat meningkatkan permintaan emping melinjo dengan melakukan sistem penjualan online untuk mengatasi persaingan ketat.
3. Menyediakan stok bahan baku untuk menghindari naiknya harga bahan baku yang bersifat musiman dan untuk menjaga kestabilan ketersediaan produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian strategi pengembangan Agroindustri emping melinjo UD. Ataka Baru di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie adalah sebagai berikut:

1. faktor internal dalam mengembangkan Agroindustri emping mlinjo UD. Ataka Baru meliputi kekuatan diantaranya: kualitas emping yang baik, dan rasa emping yang enak. Adapun yang meliputi kelemahan diantaranya: mutu produk tergantung cuaca dan strategi promosi yang sederhana. Sedangkan faktor eksternal dalam mengembangkan Agroindustri emping melinjo UD. Ataka Baru meliputi Peluang diantaranya: pelanggan yang setia dan sebagai oleh-oleh. Adapun yang meliputi ancaman diantaranya: Bahan baku yang tidak selalu tersedia dan persaingan ketat
2. Strategi Pengembangan Agroindustri emping melinjo UD. Ataka Baru di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie yaitu: mempertahankan kelebihan-kelebihan yang dimiliki, melakukan inovasi dan tetap menjaga kualitas agar produk dan agroindustri tetap bertahan dengan menjaga juga melakukan promosi melalui sistem penjualan online untuk mengatasi persaingan ketat serta menyediakan stok bahan baku apabila mahalnya bahan baku untuk menjaga kestabilan ketersediaan produk.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan lebih meningkatkan promosi melalui media sosial, sehingga jangkauan promosi lebih luas dan konsumen emping melinjo bukan hanya berasal dari daerah Kecamatan Pidie saja. Serta tetap mempertahankan kualitas produk.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai strategi pengembangan agroindustri yang lebih spesifik lagi dan menganalisis lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, W. 2021. Peran Industri Rumah Tangga Kerupuk Mulieng Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Desa Dalueng Kecamatan Pidie Kabupaten Pidie. *Jurnal Pendidikan Geosfer*. Volume VI Nomor 2.
- Aji, P, B. 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawamangu Kabupaten Karanganyar. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Aliudin. 2012. Nilai Tambah Emping Melinjo Melalui Teknologi Produksi Konvensional di Desa Menes Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang. Fakultas Pertanian. Universitas Sultan Agung Tirtayasa. *AGRIKA*, volume 6 Nomor.1.
- Amri. 2019. Analisis Usaha Dan Pemasaran Emping Melinjo di Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*. Vol 4 No.2.
- Andriani, R., D. 2015. Penelitian ini berjudul Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembanagan Agroindustri Emping Melinjo Skala Rumah Tangga di Desa Wates Kecamatan Wates Kabupaten Blitar.
- Apriotama, 2022. Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Siod Makmur di Kelurahan Sekijang Kecamatan Bandar Sekijang Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Universitas Islam Riau Pekan Baru.
- Aulia, T. 2018. Analisis Kinerja Keuangan PT. Indofood CBP Sukses Makmur
tbk Tahun 2014 – 2016. Sumatera Utara.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Pidie dalam Angka 2021. Pidie
- Cino. A. 2018. Analisis Nilai Tambah Emping Melinjo. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Darwin. H. D. 2013. Strategi Pengembangan Agroindustri Berbasis Sistem Usaha Tani Terpadu di Wilayah Pasang Surut (Studi Kasus : Kabupaten Pulang Pisau Provinsi Kalimantan Tengah). Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada.
- Ibrahim, S., S. Murni, dan J., W., I.Ogi. 2022. Analisis *SWOT* Dalam Meningkatkan Produk Revlon di Matahari Manado Square. Vol.10 No. 4
- Iqbal, N. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Emping Melinjo Skala Rumah Tangga (tudi Kasus: Desa Wonorejo Kecamatan Pematang Bandar, Kabupaten Simalungun). Faultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Lawalata, M., dan R. Imimpia. 2020. "Analisis nilai tambah dan pemasaran produk Agroindustri Kelapa (*cocos nucifera* l.) Pada Perusahaan Wootay Coconut". *Jurnal Agrica*. 13 (1) :66-80
- Persari, Diana, dan Heriyanto. 2018. Implementasi Strategi Pengembangan Kepariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 15.
- Puspanegara, R., R. 2020. Strategi Pengembangan Agroindustri Beras Siger di Desa Wonokarto Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur dan Desa Margosari Kecamatan Pagelaran Utara Kabupaten Pringsewu. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Rahayu. W. 2019. Analisis Nilai Tambah Melinjo Pada Sentra Industri Emping di Desa Bandar Kecamatan Sukomoro Kabupaten Magetan. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rusniati, 2014. Perencanaan Strategis Dalam Perspektif Organisasi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Fakultas.
- Sugiyono, P. D. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabet. ISBN : 979-8433-64-0. 346 Halaman.
- Sulistiyandari, 2020. Strategi Peningkatan Pertumbuhan Dana Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Bengkalis, *Jurnal Tabarru'* 3, no. 2.
- Ulfa, L. 2020. Dampak Pendapatan Usaha Kecil Menengah Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Syaiah. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Zakaria. A. W. 2015. Kinerja Produksi dan Nilai Tambah Agroindustri Emping Melinjo di Kota Bandar Lampung. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Identitas Informan

I. Informan 1 (Pemilik Usaha)

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Pengalaman Berbisnis :

1. Sejak kapan usaha pengelolaan emping melinjo didirikan?

Jawab :

2. Apa alasan anda membangun usaha ini?

Jawab :

3. Apakah usaha pembuatan emping melinjo termasuk usaha yang menguntungkan?

Jawab :

4. Bagaimana perkembangan agroindustri anda sejak berdiri hingga sekarang?

jawab:

5. Berapa jumlah tenaga kerja yang dimiliki?

jawab:

II. Informan 2 (Karyawan Toko)

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Pengalaman Berkerja :

1. Bagaimana sistem pemasaran produk emping melinjo?

jawab:

2. Berapa harga jual produk emping melinjo perKg?

jawab:

3. Apa saja kendala yang dihadapi ketika memasarkan produk emping melinjo?

jawab:

4. Apakah agroindustri ini bermitra dengan perusahaan lain?

jawab:

5. Apakah ada pesaing dalam memasarkan produk emping melinjo ini?

jawab:

III. Informan 3 (Pengrajin Emping Melinjo)

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Pengalaman Berkerja :

1. Bagaimana anda memperoleh bahan baku?

jawab:

2. Apakah ada kualitas khusus untuk bahan baku yang digunakan?

jawab:

3. Kendala apa saja yang dialami dalam proses produksi?

jawab:

4. Berapa Kg dalam sehari anda membuat produk emping melinjo tersebut?

jawab:

5. Berapa gaji anda sekali memproduksi emping melinjo?

jawab:

IV. Informan 4 (Konsumen)

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

1. Berapa harga produk emping melinjo yang biasa anda beli?

jawab:

2. Mengapa anda menyukai produk emping melinjo?

jawab:

3. Apakah anda membeli produk emping melinjo ditempat ini saja?

jawab:

4. Apakah emping melinjo yang anda beli hanya untuk dikonsumsi sendiri? atau anda menjual kembali?

jawab:

5. Apakah ada promo atau potongan harga ketika anda menjadi pelanggan tetap emping melinjo ini ?

jawab:

Lampiran 2. Data Responden Emping Melinjo

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pria	3	38%
2	Wanita	5	63%
TOTAL		8	100%

Data Responden Berdasarkan Usia

NO	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-30	1	13%
2	31-41	3	38%
3	42-52	3	38%
4	53>	1	13%
TOTAL		8	100%

Karakteristik Pemilik Usaha UD. Ataka Baru

NO	Keterangan	jumlah responden	Persentase (%)
1	Umur	1	100%
	50		
Jumlah		1	100%
2	Pendidikan	1	100%
	SMA		
Jumlah		1	100%
3	Pengalaman	1	100%
	14 tahun		
Jumlah		1	100%

Karakteristik Karyawan UD. Ataka Baru

No	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase %
1	Umur	2	100%
	31 - 41 Tahun		
	> 52 Tahun		
Jumlah		2	100%
2	Pendidikan	2	100%
	SMP		
	SMA		
Jumlah		2	100%
3	Pengalaman	2	100%
	4 Tahun		
	> 10 Tahun		
jumlah		2	100%

Karakteristik Pengrajin UD. Ataka Baru

No	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase %
1	Umur		
	31 - 41 Tahun	1	50%
	42 - 52 Tahun	1	50%
	Jumlah	2	100%
2	Pendidikan		
	SD	1	50%
	SMP	1	50%
	Jumlah	2	100%
3	Pengalaman		
	5 Tahun	1	50%
	7 Tahun	1	50%
	jumlah	2	100%

Karakteristik Konsumen

NO	Keterangan	jumlah responden	persentase %
1	umur		
	20 - 30 tahun	1	33%
	31 - 41 tahun	1	33%
	42 - 52 tahun	1	33%
	jumlah	3	100%
2	pendidikan		
	SMA	2	67%
	S1	1	33%
	Jumlah	3	100%

Lampiran 3. Penentuan Bobot

PENENTUAN BOBOT

Tujuan :

Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategi internal maupun eksternal yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan dari strategi pengembangan agroindustri emping melinjo UD. Ataka Baru di desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie.

Petunjuk Umum :

- 1) Pengisian kuisisioner dilakukan secara tertulis oleh responden
- 2) Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing – masing responden
- 3) Dalam pengisian kuisisioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidak konsisten atas jawaban.
- 4) Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuisisioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti.
- 5) Hal ini dibentuk jika dilengkapi dengan alasan yang kuat

Petunjuk Khusus :

- 1) Bobot mengindikasikan tingkat kepentingan relatif dari setiap faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam bisnis otomotif
- 2) Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia.

1 = Tidak setuju

2 = Kurang setuju

3 = Setuju

4 = Sangat setuju

Pemberian bobot masing-masing faktor strategi dilakukan dengan memberikan tanda (√) pada tingkat (1-4) yang paling sesuai menurut responden.

Penentuan Bobot faktor Internal Emping Melinjo

Faktor Internal		BOBOT			
No	Kekuatan (Strenght)	I	2	3	4
1	Kualitas emping yang baik				
2	Rasa emping yang enak				
3	Tenaga kerja sudah ahli dan berpengalaman				
4	Produk tidak berbau pengawet				
5	Adanya variasi produk dan harga				
6	Lokasi yang strategis				
7	Sudah memiliki legalitas usaha				

Faktor Internal		BOBOT			
No	Kelemahan (Weakness)	I	2	3	4
1	Mutu produk tergantung cuaca				
2	Strategi promosi masih sederhana				
3	Pengolahan masih tradisional				

Penentuan Bobot Faktor Eksternal Emping Melinjo

Faktor Eksternal		BOBOT			
No	Peluang (Opportunity)	I	2	3	4
1	Memiliki pelanggan setia				
2	Sebagai oleh-oleh				
3	Tingginya permintaan pasar				

Faktor Eksternal		BOBOT			
No	Ancaman (Threats)	I	2	3	4
1	Bahan baku yang tidak selalu tersedia				
2	Perubahan iklim dan cuaca				
3	Persaingan Ketat				

Lampiran 4. Penentuan Peringkat

PENENTUAN PERINGKAT

Tujuan :

Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor strategi internal maupun eksternal pengembangan agroindustri yaitu dengan cara pemberian peringkat terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi keberhasilan dari strategi pengembangan agroindustri emping melinjo UD. Ataka Baru di desa Masjid Yaman Kabupaten Pidie.

Petunjuk Umum :

- 1). Pengisian Kuisisioner dilakukan secara tertulis oleh responden
- 2). Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden
 Dalam pengisian kuisisioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidak konsisten atas jawaban.
- 3). Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuisisioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti. Hal ini dibentuk jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

Petunjuk Khusus :

1. Alternatif pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategi internal

Kekuatan :

- 1 = Tidak setuju
 2 = Kurang Setuju
 3 = Setuju

Kelemahan :

- 4 = Tidak setuju
 3 = Kurang Setuju
 2 = setuju

4 = Sangat setuju

1 = Sangat setuju

2. alternatif pemberian peringkat terhadap faktor-faktor strategi eksternal

Peluang :

Ancaman :

1 = Tidak setuju

4 = Tidak setuju

2 = Kurang setuju

3 = Kurang Setuju

3 = Setuju

2 = Setuju

4 = Sangat setuju

1 = Sangat setuju

Penentuan Rating faktor Internal Emping Melinjo

Faktor Internal		BOBOT			
No	Kekuatan (Strenght)	I	2	3	4
1	Kualitas emping yang baik				
2	Rasa emping yang enak				
3	Tenaga kerja sudah ahli dan berpengalaman				
4	Produk tidak berbau pengawet				
5	Adanya variasi produk dan harga				
6	Lokasi yang strategis				
7	Sudah memiliki legalitas usaha				

Faktor Internal		BOBOT			
No	Kelemahan (Weakness)	I	2	3	4
1	Mutu produk tergantung cuaca				
2	Strategi promosi masih sederhana				
3	Pengolahan masih tradisional				

Penentuan Rating faktor Eksternal Emping Melinjo

Faktor Eksternal		BOBOT			
No	Peluang (Opportunity)	I	2	3	4
1	Memiliki pelanggan setia				
2	Sebagai oleh-oleh				
3	Tingginya permintaan pasar				

Faktor Eksternal		BOBOT			
No	Ancaman (Threats)	1	2	3	4
1	Bahan baku yang tidak selalu tersedia				
2	Perubahan iklim dan cuaca				
3	Persaingan Ketat				

Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.

**PEMERINTAH KABUPATEN PIDIE**
KECAMATAN MUTIARA
GAMPONG MESJID YAMAN

Nomor : 030/MY/III/2023
Lampiran : -
Perihal : Balasan Permohonan izin Praktik

Kepada Yth :
Bapak Dekan I
Di
Universitas muhammadiyah sumatera utara

Wa'alaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh.
Dengan Hormat,
Berdasarkan surat Nomor : 332/II.3-AU/UMSU-04/F/2023 Tanggal
16 Maret 2023 Perihal Permohonan Izin melakukan Praktik Skripsi
kepada Mahasiswa :

Nama : Putri Rantika
NPM : 1804300119
Semester/ Jurusan : Ex VIII/Agribisnis

Bersama ini kami sampaikan Bahwa mahasiswa tersebut diatas **sudah mendapatkan izin praktik di wilayah Mesjid yaman**, guna untuk melakukan pengamatan dan pengumpulan data menyangkut judul skripsi **"Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Melinjo di Desa Mesjid Yaman Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie"**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Mesjid Yaman, 20 Maret 2023
An. Keuchik - Gampong Mesjid Yaman
Sekretaris Desa


SAFRIZAL

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian



