

**PROSPEK PENGEMBANGAN INDUSTRI TAPE UBI SKALA
RUMAH TANGGA
(STUDI KASUS: DESA KOLAM, KECAMATAN PERCUT SEI
TUAN, KABUPATEN DELI SERDANG)**

SKRIPSI

Oleh:

**M. DENI SURYA SYAHPUTRA
NPM : 1304300085
AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

PROSPEK PENGEMBANGAN INDUSTRI TAPE UBI SKALA
RUMAH TANGGA
(STUDI KASUS: DESA KOLAM, KECAMATAN PERCUT SEI
TUAN, KABUPATEN DELI SERDANG)

SKRIPSI

Oleh:

M. DENI SURYA SYAHPUTRA
1304300085
AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing

Ainul Mardhiyah, S.P. M.Si
Ketua

Khairunnisa Rangkuti, S.P. M.Si
Anggota

Disahkan Oleh :
Dekan

Ir. Asritanarni Munar, M,P

Tanggal Lulus : 27 September 2017

PROSPEK PENGEMBANGAN INDUSTRI TAPE UBI SKALA RUMAH TANGGA (STUDI KASUS: DESA KOLAM, KECAMATAN PERCUT SEI TUAN, KABUPATEN DELI SERDANG)

M. Deni Surya Syahputra
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMSU-Medan
Email: denisyahputra251195@gmail.com

Abstrak

M. Deni Surya Syahputra (1304300085), dengan judul “**Prospek Pengembangan Usaha Industri Tape Ubi Skala Rumah Tangga**” (**Studi Kasus: Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang**). Dibimbing oleh Ibu Ainul Mardhiyah, S.P, M.Si selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Kahirunnisa Rangkuti, S.P, M.Si selaku anggota komisi pembimbing. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2017 sampai dengan bulan Juni 2017 di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah berapakah pendapatan pengusaha tape di daerah penelitian dan apakah usaha industri tape ubi layak diusahakan serta bagaimana prospek pengemabnagan usaha industri tape ubi di daerah penelitian. Penelitian dilakukan dengan studi *purposive* (sengaja), dengan mengambil 32 pengusaha tape ubi sebagai sampel. Penentuan petani sampel menggunakan metode total sampling, yaitu penentuan sample dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sample. Untuk menganalisis pendapatan pengusaha tape ubi menggunakan analisis pendapatan dan untuk menganalisis kelayakan usaha industri tape ubi menggunakan analisis kelayakan usaha dengan rumus R/C dan BEP, serta untuk menganalisis prospek pengembangan usaha industri tape ubi skala rumah tangga menggunakan analisis SWOT yaitu penilaian atau assesment terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi yang bisa dikategorikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

RINGKASAN

M. Deni Surya Syahputra
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMSU-Medan
Email: denisyahputra251195@gmail.com

M. Deni Surya Syahputra (1304300085), dengan judul “**Prospek Pengembangan Usaha Industri Tape Ubi Skala Rumah Tangga**” (Studi Kasus: **Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang**). Dibimbing oleh Ibu Ainul Mardhiyah, S.P, M.Si selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Kahirunnisa Rangkuti, S.P, M.Si selaku anggota komisi pembimbing. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2017 sampai dengan bulan Juni 2017 di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah berapakah pendapatan pengusaha tape di daerah penelitian dan apakah usaha industri tape ubi layak diusahakan serta bagaimana prospek pengemabnagan usaha industri tape ubi di daerah penelitian. Penelitian dilakukan dengan studi *purposive* (sengaja), dengan mengambil 32 pengusaha tape ubi sebagai sampel. Penentuan petani sampel menggunakan metode total sampling, yaitu penentuan sample dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sample. Untuk menganalisis pendapatan pengusaha tape ubi menggunakan analisis pendapatan dan untuk menganalisis kelayakan usaha industri tape ubi menggunakan analisis kelayakan usaha dengan rumus R/C dan BEP, serta untuk menganalisis prospek pengembangan usaha industri tape ubi skala rumah tangga menggunakan analisis SWOT yaitu penilaian atau assesment terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi yang bisa dikategorikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

M. Deni Surya Syahputra lahir di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 25 November 1995. Penulis merupakan putrapertama dari 6 bersaudara, pasangan Jhon Hendri Koto dan Sari. Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

- Tahun 2001 masuk Sekolah Dasar Muhammadiyah 07 Medan, Provinsi Sumatera Utara dan tamat tahun 2007.
- Tahun 2007 masuk SMP Muhammadiyah 01 Medan, Provinsi Sumatera Utara dan tamat tahun 2010.
- Tahun 2010 masuk SMAN 5 Medan, Provinsi Sumatera Utara dan tamat tahun 2013.
- Tahun 2013 menempuh pendidikan di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Tahun 2016 mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Pabatu, Tebing Tinggi.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, sholawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang berilmu pengetahuan seperti saat ini.

Dalam rangka melengkapi tugas-tugas perkuliahan dan memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana (S-1) dalam Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, maka penulis menyusun skripsi yang berjudul **“PROSPEK PENGEMBANGAN INDUSTRI TAPE UBI SKALA RUMAH TANGGA (STUDI KASUS : DESA KOLAM, KECAMATAN PERCUT SEI TUAN, KABUPATEN DELI SERDANG)”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi, skripsi ini juga jauh dari sempurna baik dari segi penyusunan, bahasa ataupun penulisannya. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sebagai bekal pengalaman untuk menjadi lebih baik dimasa yang akan datang.

Medan, 08 Juni 2017

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah turut memberikan sumbangsuhnya dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Teristimewa ucapan tulus dan bakti penulis kepada orang tua saya Ayahanda Jhon Hendri Koto dan Ibunda Sari serta seluruh keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Ainul Mardhiyah, S.P. M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P, M.Si, selaku pembimbing II yang membantu peneliti dalam merampung terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
3. ibu Ir. Asritanarni Munar, M,P Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Muhammad Thamrin S.P. M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Seluruh Dosen dan Pegawai biro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Kepada Kepala Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang beserta stafnya yang telah bersedia memberikan waktu dan kesempatan bagi penulis dalam meyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada para pengusaha tape ubi di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang yang telah bersedia memberikan waktu dan kesempatan bagi penulis dalam menyebarkan kuesioner.

8. Kepada kekasih Nurlaila Ramadani, S.P yang selalu menemani dalam membantu mengerjakan skripsi.
9. Kepada sahabat kelas AGRIBISNIS 4 atau stambuk 2013 semuanya yang banyak membantu. Terimakasih atas dorongan dan bantuan selama ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunianya atas kebaikan hati bapak/ibu serta rekan-rekan sekalian dan hasil penelitian ini dapat berguna khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

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	4
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Kerangka Pemikiran	17
Hipotesis Penelitian	19
METODE PENELITIAN	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	20
Metode Penarikan Sampel.....	20
Metode Pengumpulan Data	20
Metode Analisis Data	21
Defenisi dan Batasan Operasional	24
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	25
Letak dan Luas Daerah	25
Keadaan Penduduk.....	25
Penggunaan Lahan.....	27
Perekonomian Desa	28

Sarana dan Prasarana Umum.....	29
Karakteristik Sampel	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
Pendapatan Pengusaha Tape Ubi.....	34
Analisis Usaha.....	35
Pendapatan.....	39
Kelayakan Usaha.....	39
BEP (Break Even Point).....	40
Strategi Pengembangan Industri Tape Ubi.....	41
KESIMPULAN DAN SARAN	53
Kesimpulan.....	53
Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kandungan Gizi dalam Tiap 100g Singkong.....	8
2.	Matrik SWOT.....	15
3.	Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Jenis Kelamin.....	25
4.	Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Kelompok Umur.....	26
5.	Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Agama/Kepercayaan.....	27
6.	Luas Lahan Menurut Penggunaannya di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.....	28
7.	Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Mata Pencaharian.....	29
8.	Fasilitas Sarana dan Prasarana di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.....	31
9.	Karakteristik Sampel Pengusaha Tape Ubi Tahun 2017.....	32
10.	Produksi, Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Pengusaha Industri Tape Ubi.....	34
11.	Jenis dan Besar Biaya Penyusutan Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Tape Ubi di Desa Kolam Selama Satu Bulan Proses Produksi.....	35
12.	Jenis dan Besar Biaya Variabel Usaha Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Tape Ubi Selama Satu Bulan Produksi.....	36
13.	Rincian Biaya Usaha Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Tape Ubi Dalam Satu Bulan Produksi.....	37
14.	Matriks Faktor Strategi Internal.....	45
15.	Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	46
16.	Bentuk Matrik SWOT.....	48

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Cara Pembuatan Tape Ubi.....	7
2.	Skema Kerangka Pemikiran.....	19
3.	Matriks Posisi Pengembangan Usaha Industri Tape Ubi.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden.....	57
2.	Biaya Bahan Baku dalam Pembuatan Tape Ubi dalam Satu Bulan.....	58
3.	Biaya Penggunaan Bahan Penunjang dalam Pembuatan Tape Ubi dalam Satu Bulan.....	60
4.	Penerimaan Industri Tape Ubi.....	62
5.	Biaya Penyusutan Alat.....	63
6.	Total Biaya Pembuatan Tape Ubi dalam Satu Bulan.....	69
7.	Total Pendapatan Produksi Tape Ubi dalam Satu Bulan Produksi.....	70
8.	Kuisisioner Penelitian.....	71
9.	Tujuan kuisisioner penelitian berbobot.....	75
10.	Pembobotan internal.....	78
11.	Pembobotan eksternal.....	89
12.	Penentuan Pembobotan Jumlah Responden.....	97
13.	Penentuan Rating Jumlah Responden.....	99

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengembangan industri kecil di Indonesia merupakan bagian integral dari pembangunan ekonomi nasional sebagaimana diamanatkan termasuk industri berkembang mandiri, meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan kerja dan mampu meningkatkan peranannya dalam penyediaan barang dan jasa serta berbagai komponen baik untuk keperluan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.

Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Merupakan tempat penghasil produksi tape ubi skala rumah tangga yang sudah lama berlangsung dan diusahakan turun menurun, yang dimana sebagian besar ibu rumah tangga di desa kolam memproduksi tape ubi sebagai sumber pekerjaan utama mereka. Tape ubi yang diproduksi di desa kolam beda dengan tape ubi yang ada dipasaran, karena tape ubi di desa kolam rasa nya yang khas dan kualitas nya baik.

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 dibidang 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).

Aneka umbi-umbian seperti ubikayu dan ubi rambat mempunyai prospek yang cukup luas untuk dikembangkan sebagai substitusi beras dan untuk diolah menjadi makanan bergengsi. Kegiatan ini memerlukan dukungan pengembangan teknologi proses dan pengolahan serta strategi pemasaran yang baik untuk mengubah *image* pangan inferior menjadi pangan normal bahkan superior. Upaya peningkatan nilai tambah melalui agroindustri, selain meningkatkan pendapatan juga berperan dalam penyediaan pangan yang beragam dan bermutu.

Aspek keamanan, mutu dan keragaman merupakan kondisi yang harus dipenuhi dalam pemenuhan kebutuhan pangan penduduk secara cukup, merata dan terjangkau (Rachman dan Ariani, 2002).

Ubikayu dapat diolah langsung dari bentuk segarnya (ubikayu segar), maupun diproses terlebih dahulu menjadi berbagai produk antara (setengah jadi). Dalam bentuk bahan setengah jadi, ubi kayu diolah menjadi tepung tapioka,

tepung singkong (kasava), gaplek dan oyek yang berfungsi sebagai pengawetan. Bahan-bahan tersebut, khususnya tepung tapioka, sebagian besar diserap oleh industri pangan maupun nonpangan.

Tape adalah hasil fermentasi umbi-umbian atau ketan (pulut). Pada umumnya tape dibuat dari ubi kayu dan ketan hitam. Pada saat fermentasi, kapang merombak pati menjadi gula sehingga memberi rasa manis. Selanjutnya khomir merombak sebagian gula menjadi alkohol, dan bakteri merombak sebagian alkohol menjadi asam. Tape mempunyai rasa manis, sedikit asam dan beraroma alkohol (Hasbullah, 2001).

Tahap selanjutnya adalah pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan bisnis tergantung pada mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain (Stanton, 1996).

Usaha industri rumah tangga tape ubi yang ada di desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang umumnya masih tergolong usaha kecil, Usaha industri rumah tangga di desa ini sudah ada sejak lama sehingga usaha yang dilakukan sampai sekarang ini merupakan usaha turun-menurun. Sampai saat ini masyarakat yang terdapat di desa ini melakukan usaha tape ubi sebagai sumber penghasilan utama dalam kebutuhan rumah tangga, selain dari pada mengusahakan tape ubi masyarakat desa ini melakukan usahatani dan ternak juga sebagai usaha sampingan untuk kebutuhan rumah tangga.

Namun, kebanyakan masyarakat Desa Kolam hanya mengusahakan tape ubi tersebut dengan produksi yang masih sedikit yaitu sebanyak (20kg-120kg

ubi/hari).Hal ini diakibatkan karena permintaan tape yang tidak terlalu besar, sehingga timbulnya ketidakberanian pada diri masyarakat Desa Kolam untuk memproduksi tape ubi dengan jumlah yang besar. Masyarakat Desa Kolam juga memproduksi tape pulut hitam jika ada pesanan yang diterima saja dan tidak memproduksinya untuk setiap harinya, hal ini dikarenakan harga pulut yang lebih mahal dari pada harga ubi, sehingga hanya menjadi usaha tambahan saja yang dilakukan oleh masyarakat Desa Kolam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis menganggap perlu untuk meneliti prospek pengembangan usaha industri rumah tangga tape ubi yang ada di Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, karena telah diketahui bahwasannya Desa Kolam sejak dulu terkenal sebagai daerah yang sebagian besar masyarakatnya melakukan usaha industri rumah tangga tape ubi sebagai sumber penghasilan. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana “Prospek Pengembangan Industri Tape Ubi Skala Rumah Tangga Di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Berapakah pendapatan pengusaha tape di daerah penelitian?
2. Apakah usaha industri tape ubi skala rumah tangga tape layak diusahakan?
3. Bagaimana prospek pengembangan usaha industri tape ubi?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pendapatan pengusaha tape di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui tingkat kelayakan usaha industri rumah tangga tape ubi.
3. Untuk mengetahui prospek pengembangan usaha industri tape ubi.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai informasi bagi pengusaha untuk meningkatkan produksi dan konsep pengembangannya.
2. Untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis dalam hal menyangkut prospe pengembangan usaha.
3. Sebagai bahan informasi serta referensi bagi pembaca dan penelitian berikutnya.

\

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

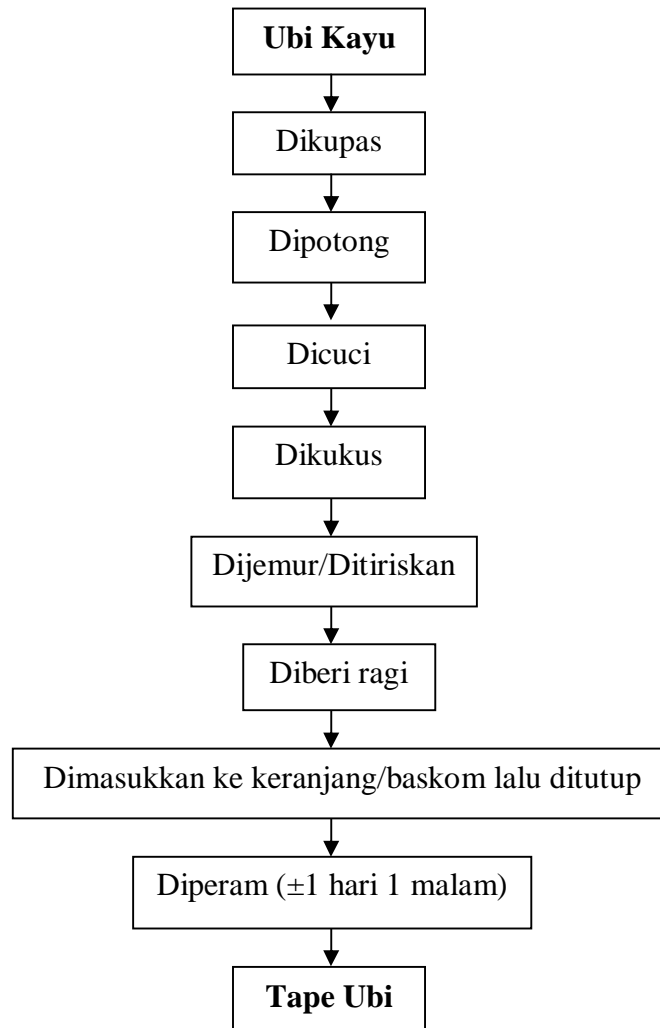
Agroindustri pada dasarnya mencakup pengolahan yang sangat luas, baik pada tahapan prosesnya sampai pemasaran ke konsumen maupun dari jenisnya. Hal ini terlihat dari pengertian agroindustri yang dapat dijabarkan sebagai suatu kegiatan industri yang memanfaatkan produk primer hasil pertanian sebagai bahan bakunya untuk diolah sedemikian rupa sehingga menjadi produk baru, baik yang bersifat setengah jadi maupun final yang dapat segera dikonsumsi (DM. Sutalaksana, 1993).

Tape dihasilkan melalui proses fermentasi oleh sejenis khamir (*yeast*) *saccharomyces cerevisiae* dan kapang *Aspergillus* sp. Khamir dan kapang tersebut biasanya terdapat didalam ragi tape. Proses fermentasi merupakan suatu proses pemecahan senyawa yang sederhana. Dalam proses mikrobiologi, fermentasi dilakukan oleh mikrobia yang menghasilkan atau mempunyai enzim yang sesuai dengan proses tersebut (Rukmana, 2001).

Keberhasilan pembuatan tape ditentukan oleh ragi dan tingkat kebersihannya. Tingkat kebersihan dapat mempengaruhi keberhasilan fermentasi. Kondisi yang tidak bersih dapat menyebabkan adanya bakteri pembusuk yang menghasilkan asam pada saat fermentasi (Muhlisa, 2000).

Dalam proses pembuatan tape, kadang-kadang sering dijumpai adanya tape yang berasa masam. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya kontaminasi sejenis bakteri karena proses pembuatan tape yang kurang teliti. Misalnya penambahan ragi yang berlebihan dan penutupan bahan pada saat fermentasi berlangsung serta waktu fermentasi yang terlalu lama.

Proses pembuatan tape ubi dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Cara Pembuatan Tape Ubi

Ubi kayu yang bagus untuk dibuat tape adalah yang umurnya berumur 6-7 bulan, baru saja dicabut dari kebun dan langsung dikupas. Taaman ubi kayu dari jenis genjah setelah berumur 6 bulan diperkirakan umbinya cukup tua dengan kadar zat tepung yang tinggi, apabila terlalu tua umbinya akan banyak berserat dan berkayu. Sebaliknya apabila keadaannya terlalu muda kadar tepungnya sangat rendah (Margono, 1993).

Proses pengolahan ubi kayu menjadi tape, menyebabkan terjadinya perubahan kandungan beberapa unsur gizi. Berikut ini merupakan tabel kandungan gizi dalam tiap 100g ubi :

Tabel 1. Kandungan Gizi dalam Tiap 100g Singkong

No.	Unsur Gizi	(per 100g)	
		Singkong Putih	Singkong Kuning
1	Kalori (Kal)	146,00	157,00
2	Protein (g)	1,20	0,80
3	Lemak (g)	0,30	0,30
4	Karbohidrat (g)	34,70	37,90
5	Kalsium (mg)	33,00	33,00
6	Fosfor (mg)	40,00	40,00
7	Zat Besi (mg)	0,70	0,70
8	Vitamin A (SI)	0	385,00
9	Vitamin B ₁ (mg)	0,06	0,06
10	Vitamin C (mg)	30,00	30,00
11	Air (gr)	62,50	60,00
12	Bagian dapat dimakan	75,00	75,00

Sumber : Direktorat Gizi, Depkes RI

Latar belakang perkembangan industri pangan yang relatif pesat dipicu oleh karena ciri-ciri produk pertanian seperti bersifat musiman, volume besar nilai kecil, mudah rusak atau karena permintaan konsumen yang semakin menuntut persyaratan kualitas bila pendapatan konsumen meningkat. Kegiatan ini ada yang memerlukan penanganan yang tanpa mengubah struktur aslinya (*processing*) dan ada pula yang memerlukan pengolahan lebih lanjut yang mengubah sifat asalnya atau sifat kimianya (*manufacturing*) (Purwaningsih, dkk, 2006).

Menurut Azhari (1986) dari peneliti asri terdapat beberapa alasan kuat yang mendasari pentingnya keberadaan industri kecil dan rumah tangga dalam perekonomian Indonesia. Alasan-alasan itu antara lain :

1. Sebagian besar lokasi industri kecil dan rumah tangga berlokasi di daerah pedesaan, sehingga apabila dikaitkan dengan kenyataan bahwa lahan pertanian yang semakin berkurang, maka industri kecil dan rumah tangga di pedesaan dapat menyerap tenaga kerja di pedesaan.
2. Kegiatan industri kecil dan rumah tangga menggunakan sumber bahan baku dari sumber-sumber di lingkungan terdekat yang menyebabkan biaya produksi dapat ditekan rendah.
3. Dengan tingkat pendapatan masyarakat yang relatif rendah serta harga produk industri kecil dan rumah tangga yang murah akan memberikan peluang agar tetap bisa bertahan.
4. Tetap adanya permintaan produk yang tidak diproduksi secara besar-besaran.

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Friananti (2016) dengan judul Prospek Pengembangan Industri Rumah Tangga Emping Melinjo di Desa Lubuk Besar Kecamatan Lima Puluh Kabupaten Batu Bara berdasarkan hasil analisis SWOT dan pembahasan masalah yang dihadapi usaha industri emping melino dapat diambil kesimpulan bahwa usaha ini memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan. Faktor-faktor internal dan eksternal dalam prospek pengembangan usaha industri ini adalah sebagai berikut : 1) Kekuatan (Kualitas terjamin, produk tidak mudah rusak), 2) Kelemahan (Bahan baku terbatas, teknologi sederhana, tidak ada promosi, tidak ada surat izin usaha, tidak ada merk), 3) Peluang (Permintaan

tinggi, tenaga kerja mudah didapat, hubungan baik dengan baik) 4) Ancaman (Adanya pesaing baru).

Hasil penelitian Tri Wahyuni (2016) menunjukkan total pendapatan KSU Muara Baimbai di Desa Sei Nagalawan yaitu sebesar Rp. 25.707.704/tahun. Yaitu terdiri dari pendapatan sirup mangrove sebesar Rp. 1.315.000/tahun, dodol mangrove sebesar Rp. 134.096/tahun, kerupuk jeruju original sebesar Rp. 16.652.424/tahun, dan kerupuk jeruju balado sebesar Rp. 7.604.184/tahun. Analisis kelayakan sirup mangrove menunjukkan $R/C = 1,78$, R/C dodol mangrove = 1,12, R/C kerupuk jeruju original = 1,41, R/C 1,78, R/C kerupuk jeruju balado = 1,50, dan R/C Koperasi pengolahan daun dan buah mangrove sebesar 1,44.

Hasil penelitian Yanti Mayasari (2004) dengan judul Prospek Usaha Pengolahan Tape (Ubi dan Pulut) menunjukkan bahwa input produksi berupa bahan baku, bahan penunjang, peralatan, modal dan tenaga kerja cukup tersedia untuk melakukan usaha tersebut dan juga memberikan kesempatan kerja bagi penduduk sekitar tempat usaha. Nilai R/C ratio pada usaha pengolahan tape ubi skala kecil adalah 2,01, skala besar adalah 2,38 dan R/C ratio pada usaha pengolahan tape pulut skala kecil adalah 1,48, dan skala besar adalah 1,55. Sedangkan untuk tingkat pengembalian modal pada usaha pengolahan tape ubi skala kecil adalah 99,62 %, skala besar adalah 136,36 % dan pada usaha pengolahan tape pulut skala kecil adalah 95,45 %, skala besar adalah 96,29 %. Berdasarkan hasil tersebut usaha pengolahan tape ubi dan pulut tidak memiliki prospek ataupun tidak layak untuk diusahakan. Volume penjualan tape ubi dan pulut cenderung menurun dan harga jual cenderung meningkat.

Adapun masalah yang dihadapi adalah teknologi yang masih sederhana dan persaingan produk dengan perusahaan lain.

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 yang diperlukan untuknya (James, 1995).

Biaya yang tidak bervariasi dalam kaitannya dengan keluaran disebut biaya tetap termasuk didalamnya bunga atas modal yang dipinjam, biaya sewa atau 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 kerja dalam jangka panjang semua biaya dan variabel (James, 1995).

Analisis Pendapatan Usaha

Keuntungan atau *profit* adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang dari penjualan produk barang maupun produk jasa yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam membiayai produk jasa tersebut. Pendapatan tunai (*cashflow*) adalah selisih antara penerimaan tunai dan pengeluaran tunai (Soekartawi, 2006).

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: "Pendapatan (revenue) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan (Reksoprayitno, 2004).

Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu usaha dilaksanakan dengan berhasil. Rencana usaha tidaklah semata mata langsung anda putuskan untuk dilakukan karena ada berbagai hal yang perlu dipertimbangkan agar usaha yang akan dilakukan nantinya dapat menguntungkan bukan sebaliknya menyebabkan kerugian. Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjutan 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 (Anonim, 2017).

Analisis R/C 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 diperoleh sama dengan satu maka usaha impas (Tidak untung, Tidak rugi) (Soekartawi, 1995).

Break Event Point (BEP)

BEP (*Break Event Point*) analisis ini bertujuan untuk mengetahui sampai batas mana usaha yang dilakukan bisa memberikan keuntungan atau pada tingkat tidak rugi dan tidak untung. Estimasi ini digunakan dalam kaitannya antara pendapatan dan biaya.

1. Variabel cost

Komponen ini merupakan biaya per unit yang sifatnya dinamis tergantung dari tindakan volume produksinya, jika produksi yang direncanakan meningkat, berarti variabel cost pasti akan meningkat. Contoh biaya ini yaitu bahan baku, biaya listrik, dll.

2. Fixed cost

Komponen ini merupakan biaya yang tetap atau konstan jika adanya tindakan produksi atau meskipun perusahaan tidak berproduksi. Contoh biaya ini yaitu biaya tenaga kerja, biaya penyusutan mesin, dll.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau 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.

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

memaksimalkan kekuatan (Strenght) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis (strategic planer) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis SWOT (Rangkuti, 2009).

Matriks SWOT

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti berikut :

Tabel 2. Matrik SWOT

Internal IFAS	STRENGHT (S) (Tentukan faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (W) (Tentukan faktor kelemahan internal)
Eksternal EFAS		
OPPORTUNITIES (O) (Tentukan 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 faktor peluang eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2015

Berdasarkan Matrik SWOT diatas maka didapatkan empat 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 didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matrik SWOT merupakan alat percocokan yang penting untuk membantu para pengusaha mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) (Ranguti, 2014).

- 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. 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 total 1,00).
- c. 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 kekuatan dan faktor peluang bersifat positif (sangat besar diberi rating +, 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.

Kerangka Pemikiran

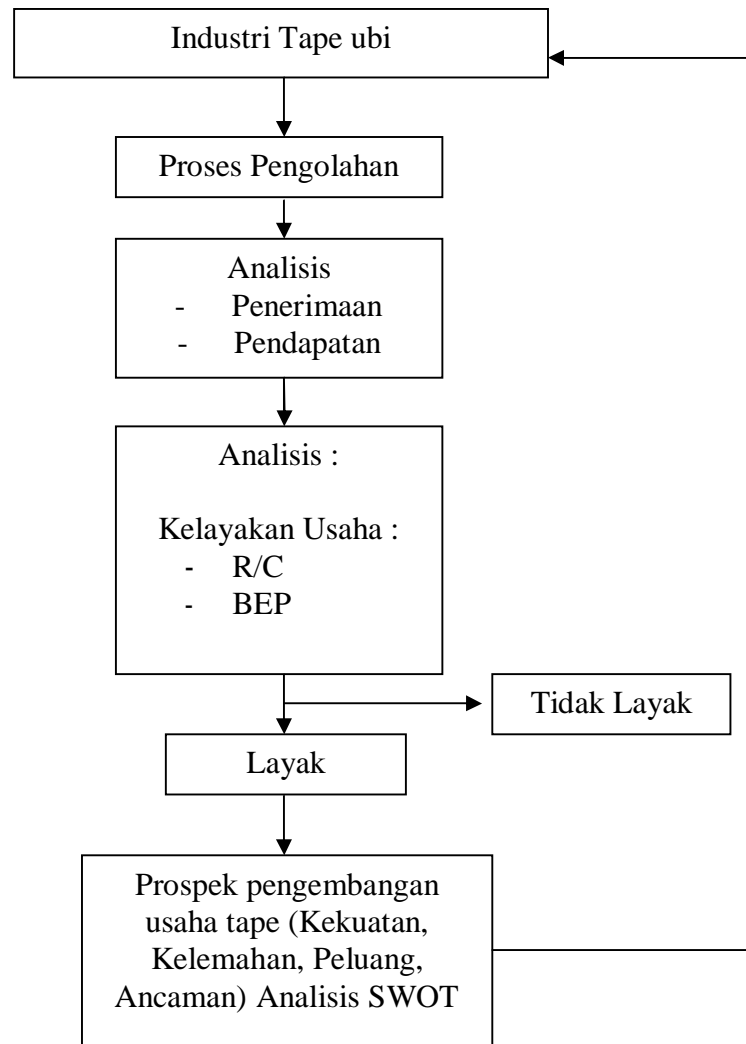
Pada umumnya ibu rumah tangga kebanyakan tidak bekerja, namun di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang melakukan kegiatan industri rumah tangga yaitu industri rumah tangga tape ubi yang dikerjakan oleh ibu rumah tangga. Pembuatan tape di daerah penelitian masih tergolong sederhana. Dimana bahan baku yang diperoleh berasal dari desa setempat dan sebagian dibeli dari orang lain. Kegiatan industri rumah tangga tape sudah berlangsung sejak lama dan dijadikan sebagai pendapatan utama pada masyarakat di daerah penelitian.

Dalam proses produksi usaha pembuatan tape tidak lepas dari biaya produksi. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha dalam proses pembuatan tape adalah biaya variabel dan biaya tetap. Yang termasuk biaya variabel adalah ubi kayu, ragi, gula, plastik, karet dan kayu bakar sedangkan yang termasuk biaya tetap adalah baskom, keranjang, sendok, dandang dan ember. Semua biaya modal yang dikeluarkan pengusaha diperoleh dari modal sendiri. Untuk menutupi semua biaya yang sudah dikeluarkan maka tape harus dijual dengan harga yang sesuai agar penerimaan dan pendapatan yang diperoleh dapat menutupi biaya produksi yang telah dikeluarkan.

Menghitung keuntungan seluruh penjualan produk dengan memperhitungkan semua penerimaan total dikurangi dengan biaya total, maka dari analisis ini terlihat berapa keuntungan yang diperoleh.

Gambaran suatu usaha dapat diketahui dengan melakukan analisis usaha yang meliputi keuntungan/pendapatan. Dengan melakukan analisis usaha tersebut dapat dilihat kelayakan usaha dengan menggunakan R/C dan BEP.

Industri rumah tangga tape yang terdapat di daerah Desa Kampung Kolam dapat dikembangkan dilihat dari usaha yang sudah berjalan sejak lama, karena usaha tersebut mampu memberikan nilai tambah bagi keluarga. Disamping itu produksi tape sudah banyak dikenal masyarakat sehingga mudah dipasarkan. Untuk itu perlu dikaji bagaimana prospek pengembangan usaha industri tape berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari produk tersebut menggunakan analisis SWOT.



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja) yaitu di Desa Kolam Jl. Perhubungan, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Alasan pemilihan daerah ini adalah karena Desa ini sebagai desa penghasil tape ubi yang sudah lama berlangsung, yang mana sebagian besar masyarakatnya memproduksi tape ubi sebagai sumber pekerjaan utama masyarakat di daerah ini.

Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah total sampling, yaitu penentuan sample dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sample, dimana jumlah populasi di daerah penelitian yaitu sebanyak 32 orang responden pengusaha tape ubi. Menurut Arikunto (2013) apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semuanya dan jika subjeknya lebih dari 100 orang dapat diambil 10% - 15% atau 20% - 25 %. Berdasarkan pendapat diatas maka diambil semua dari populasi pengusaha tape ubi sebagai sampel.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil wawancara langsung dengan responden dan dengan menggunakan daftar kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur yang mendukung penelitian dan lembaga/instansi yang terkait dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis perumusan masalah yang pertama digunakan analisis pendapatan yaitu :

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

Keterangan :

TR : Total Revenue (Penerimaan Total)

TC : Total Cost (Biaya Total)

Kriteria :

TR > TC, Maka usaha menguntungkan

TR = TC, Maka usaha impas (Soekartawi, 2006).

Untuk menganalisis perumusan masalah yang kedua digunakan analisis kelayakan usaha. 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 diperoleh sama dengan satu maka usaha impas (tidak untung atau rugi) yaitu dengan rumus :

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

Kriteria :

Nilai R/C = 1, maka impas

Nilai R/C > 1, maka layak

Nilai R/C < 1, maka tidak layak (Soekartawi, 2006).

Break Event Point (BEP)

Keadaan *Break Event Point* (titik impas) merupakan keadaan dimana penerimaan pendapatan (total revenue) yang singkat TR adalah sama dengan biaya tanggungannya (total cost) disingkat TC. TR merupakan perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga satuannya. Sedangkan TC merupakan penjualan dari biaya tetap dan biaya variabelnya, untuk melihat *Break Event Point* (BEP) dapat digunakan rumus :

$$\mathbf{BEP\ Penerimaan\ (Rp)} = 1 - \frac{FC}{S}$$

Keterangan :

FC : Biaya Tetap

VC : Biaya Variabel

S : Jumlah produksi yang terjual. (Soekartawi, 2006).

Untuk menganalisis rumusan masalah yang ketiga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah penilaian atau assesment terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi yang bisa dikategorikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Matrik SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manager mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (Strengths-Opportunities), Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), Strategi ST (Strengths-Threats) dan Strategi WT (Weaknesses-Threats).

Terdapat delapan 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 kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.

Defenisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam penafsiran penelitian ini, maka perlu dibuat defenisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Pengusaha tape adalah pengusaha yang mengusahakan industri tape ubi skala rumah tangga yang terdapat di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.
2. Biaya Produksi adalah jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha selama proses produksi berlangsung dan dinyatakan dalam rupiah/bulan.
3. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap (Konstan) tidak terpengaruh oleh adanya perubahan volume produksi/bulan.
4. Bahan baku adalah bahan utama yang dibutuhkan pada proses pembuatan tape ubi.
5. Kelayakan usaha industri tape ubi skala rumah tangga adalah usaha yang dilakukan oleh pengusaha untuk memperoleh keuntungan yang bersifat ekonomis.

6. Prospek Pengembangan adalah suatu gambaran keseluruhan baik ancaman ataupun peluang dari kegiatan pemasaran yang akan datang yang berhubungan dengan ketidakpastian dari aktivitas pemasaran atau penjualan

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Luas dan Letak Geografis

Tempat pelaksanaan penelitian adalah Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Desa Kolam terletak pada ketinggian 0-20 m diatas permukaan laut (DPL), dengan luas wilayah 588 Ha atau 5,88 Km². Curah hujan di daerah penelitian rata-rata sebesar 2330 mm/tahun dengan suhu udara rata-rata 27-33⁰C. Topografi daerah umumnya adalah dataran rendah. Jarak dari Ibu Kota Kecamatan ke Kantor Kepala Desa adalah sekitar 5 Km. Ditinjau dari letak geografisnya, Desa Kolam mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Desa Saentis
- Sebelah Selatan : Desa Sidodadi Kec. Batangkuis
- Sebelah Barat : Desa Bandar Klippa
- Sebelah Timur : Desa Bandar Setia

Keadaan Penduduk

Jumlah Penduduk di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang adalah sebesar 14.872 jiwa, dengan jumlah total Kepala Keluarga sebanyak 4.403 KK. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	7.839	52,71
2	Perempuan	7.033	47,29
Jumlah		14.872	100

Sumber : Monografi Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 3 diatas, diketahui bahwa jumlah penduduk di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang yang berjenis kelamin Laki-laki adalah sebanyak 7.839 Jiwa (52,71%) dan Perempuan sebanyak 7.033 Jiwa (47,29%).

Tabel 4. Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Kelompok Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 5	700	4,71
2	6 – 9	1750	11,77
3	10 – 16	1250	8,41
4	17 – 25	1300	8,74
5	26 – 30	1871	12,58
6	31 – 35	3015	20,27
7	36 – 40	1848	12,42
8	41 – 45	960	6,45
9	46 – 50	1500	10,09
10	> 50	678	4,56
Jumlah		14872	100

Sumber : Monografi Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Tahun 2017

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa sebagian besar penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang berada pada usia (41-45 tahun) yakni sebesar 1.848 jiwa (12,42%). Hal ini menggambarkan bahwa ketersediaan tenaga kerja di Desa Kolam relatif banyak.

Tabel 5. Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Agama/Kepercayaan

No.	Agama/Kepercayaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Islam	14.476	97,34
2	Katolik	50	0,34
3	Kristen	256	1,72
4	Hindu	55	0,37
5	Budha	35	0,23
Jumlah		14.872	100

Sumber : Monografi Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 5 tersebut diketahui bahwa penduduk di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang menurut 3 kepercayaan yang berbeda-beda yaitu Islam, Katolik, Kristen, Hindu dan Budha. Mayoritas utama dan terbesar penduduknya beragama islam yaitu sebanyak 14.476 jiwa (97,34%). Sedangkan mayoritas terkecil atau terendah penduduknya adalah beragama budha yaitu sebanyak 35 jiwa (0,23%).

Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan di daerah penelitian adalah untuk pemukiman, pertanian/perkebunan, ladang/tegalan, perkantoran, sekolah, jalan dan lapangan sepak bola. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6 berikut :

Tabel 6. Luas Lahan Menurut Penggunaannya di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang

No.	Jenis Penggunaan Tanah	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman	419	71,25
2	Pertanian/Perkebunan	139	23,63
3	Ladang/Tegalan	30	5,10
4	Perkantoran	0,2	0,03
5	Sekolah	0,24	0,04
6	Jalan	0,2	0,03
7	Lapangan Sepak Bola	0,09	0,01
Jumlah		588	100

Sumber : Monografi Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Tahun 2017

Berdasarkan Tabel 6, terlihat bahwa penggunaan tanah di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang paling banyak digunakan untuk pemukiman yaitu sebesar 419 Ha (71,25%), sedangkan penggunaan tanah paling kecil digunakan untuk lapangan sepak bola 0,09 Ha (0,01%).

Perekonomian Desa

Mata pencaharian penduduk di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang sangat beragam, mulai dari Petani, Pedagang, PNS, Tukang, Guru, Bidan/Perawat, Pensiun, Supir Angkutan, dan lain-lain. Untuk melihat distribusi penduduk menurut mata pencahariannya di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7. Distribusi Penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Menurut Mata Pencaharian

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	530	3,56
2	Pedagang	1871	12,58
3	Industri	1250	8,41
4	PNS	1230	8,27
5	Tukang	1725	11,60
6	Guru	520	3,50
7	Belum/Tidak Bekerja	920	6,18
8	TNI/Polri	952	6,40
9	Pensiunan	1250	8,41
10	Supir/Angkutan	678	4,56
11	Buruh	800	5,38
12	Jasa Persewaan	617	4,15
13	Swasta	981	6,60
14	Lainnya	1548	10,40
Jumlah		14.872	100

Sumber : Monografi Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Tahun 2017

Dari Tabel 7 tersebut terlihat bahwa mata pencaharian penduduk Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang yang paling banyak adalah Pedagang yaitu sebesar 1.871 jiwa (12,58%). Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar penduduk di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang bermata pencaharian sebagai pedagang dalam mencukupi kebutuhan keluarganya.

Sarana dan Prasarana Umum

Fasilitas sarana dan prasarana yang tersedia di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang terdiri dari sarana ibadah, pendidikan, kesehatan dan olahraga. Adapun prasarana yang tersedia di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang adalah prasarana umum, prasarana ibadah, prasarana pendidikan, prasarana kesehatan, prasarana ekonomi dan kelompok usaha ekonomi produktif. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Fasilitas Sarana dan Prasarana di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Satuan
1	Aset Prasarana Umum		
	a. Jalan Aspal	16	Km
	b. Jalan Tanah	0,86	Km
	c. Jalan Sirtu/Base	7	Km
	d. Jembatan	17	Unit
2	Aset Sarana Ibadah		
	a. Mesjid	9	Unit
	b. Musholla	18	Unit
	c. Gereja	3	Unit
	d. Wihara	1	Unit
3	Aset Sarana Pendidikan		
	a. Gedung PAUD	10	Unit
	b. Gedung TK	10	Unit
	c. Gedung SD	7	Unit
	d. Gedung SMP/MTs	1	Unit
	e. Taman Pendidikan Alquran	2	Unit
4	Aset Sarana Kesehatan		
	a. Posyandu	11	Unit
	b. Polindes	-	-
	c. Puskesmas	1	Unit
	d. Sarana Air Bersih	1	Unit
5	Aset Sarana Ekonomi		
	a. Pasar Desa	1	Unit
6	Kelompok Usaha Ekonomi Produktif		
	a. Jumlah Kelompok Usaha	5	Kelompok
	b. Jumlah Kelompok Usaha yang Sehat	5	Kelompok

Sumber : Monografi Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Tahun 2017

Karakteristik Petani Sampel

Sampel untuk penelitian ini berjumlah 32 orang. Dengan jumlah pengusaha tape ubi sebanyak 32 orang yang merupakan usaha masyarakat Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Untuk lebih jelasnya karakteristik sampel pengusaha tape ubi dapat dilihat pada tabel 9 berikut ini:

Tabel 9. Karakteristik Sampel Pengusaha Tape Ubi Tahun 2017

No.	Karakteristik	Rataan
1	Umur (Tahun)	39
2	Jumlah Tanggungan (Orang)	4
3	Pendidikan (Tahun)	8
4	Pengalaman (Tahun)	14

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dilihat dari rata-rata umur pengusaha tape ubi adalah 39 tahun, artinya bahwa pengusaha tape ubi berada pada kelompok usia produktif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengusaha industri tape ubi tersebut berpotensi untuk mengelola usaha industri tape ubi skala rumah tangga.

Jumlah tanggungan pengusaha tape ubi rata-rata 4 orang. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pengeluaran pengusaha tape ubi. Semakin banyak jumlah tanggungan maka semakin banyak pengeluaran yang ditanggung oleh pengusaha tape ubi tersebut.

Jenjang pendidikan rata-rata pengusaha tape ubi adalah SMP (Sekolah Menengah Pertama). Pendidikan sangat berpengaruh terhadap proses pengetahuan mengenai usaha tape ubi yang dikelola.

Rata-rata pengalaman pengusaha tape ubi adalah 14 tahun. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha tape ubi memiliki

pengalaman, pengetahuan, keahlian atau kemampuan yang lebih baik serta cukup dalam mengelola usaha industri tape ubi tersebut.

Dengan demikian, berdasarkan karakteristik sampel yang ada di daerah penelitian dari umur, jumlah tanggungan, pengalaman dan pendidikan bahwa berada pada taraf produktif dalam menjalankan usaha industri tape ubi. Sehingga pengusaha dapat mengoptimalkan usaha yang dilakukan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan Pengusaha Industri Tape Ubi

Pada dasarnya pendapatan suatu usaha industri tape ubi sangat tergantung dengan peranan usaha industri tape ubi dalam mengelola usaha industrinya. Pendapatan adalah selisih antara hasil penjualan (produksi) tape ubi dengan total biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha industri tape ubi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh pengusaha industri tape setiap bulan berbeda satu sama lainnya. Hal ini disebabkan karena produksi (penjualan), harga jual, biaya produksi, penerimaan dan pendapatan yang diterima berbeda.

Berikut ini adalah hasil rata-rata produksi (penjualan), harga jual, biaya produksi, penerimaan dan pendapata pengusaha industri tape ubi yang berada di daerah penelitian atau dapat dilihat pada Lampiran 4 dan Lampiran 7.

Tabel 10. Produksi, Biaya Produksi, Penerimaan dan Pendapatan Pengusaha Industri Tape Ubi

No.	Uraian	Rataan
1	Produksi Tape (Bungkus)	10,620
2	Harga Jual (Rp)	800
3	Biaya Produksi (Rp/Bulan)	5,336,552
4	Penerimaan (Rp/Bulan)	8,496,000
5	Pendapatan (Rp/Bulan)	3,159,447

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata produksi tape ubi dalam satu bulan diperoleh rata-rata sebesar 10.620/Bungkus, dengan harga jual Rp. 800, biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi rata-rata sebesar Rp. 5.336.552, penerimaan dalam satu bulan rata-rata Rp. 8.496.000 dan pendapatan per bulan Rp. 3.159.447.

Analisis Usaha

Analisis biaya digunakan untuk menghitung biaya total usaha pengolahan tape ubi dalam proses pengolahannya, yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Tujuan analisis biaya usaha pengolahan tape ubi adalah untuk menggolongkan biaya menurut fungsi pokok dalam usaha dan dalam perubahan volume kegiatan usaha. Seluruh biaya yang ada kemudian dikelompokkan dalam biaya tetap dan biaya variabel dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah usaha pengolahan tape ubi terdapat pada biaya produksi yaitu biaya penyusutan. Biaya penyusutan pada alat-alat yang digunakan dalam proses produksi dan bunga investasi adalah sebagai berikut :

Biaya Penyusutan

Besarnya biaya penyusutan alat pada usaha industri tape ubi dapat dilihat pada tabel 11 berikut dan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel 11. Jenis dan Besar Biaya Penyusutan Alat Pada Industri Tape Ubi Selama 1 Bulan

No	Uraian	Jumlah Alat	Nilai Awal (Rp)	Umur Ekonomis (Buan)	Nilai Akhir (Rp)	Penyusutan (Rp/Produksi)
1	Dandang	3	426.562	60	12.796	6.896
2	Keranjang	5	216.250	12	6.487	17.479
3	Tirisan	5	185.000	12	5.550	14.953
4	Baskom	5	208.125	12	6.243	16.823
5	Ember	5	185.000	12	5.550	14.953
6	Pisau	2	54.687	60	1.640	883
			1.275.630		38.266	71.990

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Biaya tetap merupakan biaya yang harus besarnya tetap berapa pun jumlah yang dihasilkan. Dari tabel 11 diperoleh hasil perhiungan rata-rata total biaya tetap usaha industri tape ubi selama satu bulan produksi yaitu sebanyak 24 kali

produksi adalah Rp. 71.990. Peralatan untuk membuat tape ubi ini dibeli sejak awal usaha dan sebagian alat tersebut telah mengalami penggantian dengan alat yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa peralatan yang digunakan mengalami penyusutan. Besarnya biaya penyusutan peralatan dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Nilai Awal} - \text{Nilai Akhir}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

2. 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 12 berikut dan dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel 12. Jenis dan Besar Biaya Variabel Usaha Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Tape Ubi Selama Satu Bulan Produksi.

No.	Jenis Bahan Baku	Satuan	Jumlah	Harga/Satuan	Total (Rp)
1	Bahan Utama				
	- Ubi Kayu	Kg	1.770	1.600	2.832.062
	- Ragi	Biji	281	300	84.375
	- Gula	Kg	8,6	15.000	334.125
2	Bahan Penunjang				
	- Plastik	Kg	3,7	35.000	393.750
	- Karet	Kg	1,8	27.000	265.500
	- Gas	Tabung	11	18.000	204.750
3	Tenaga Kerja	HK	23	50.000	1.150.000
	Jumlah				5.264.562
	Total Biaya Variabel				5.264.562

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 12 jenis dan besar biaya variabel pada usaha industri tape ubi di Desa Kolam selama satu bulan produksi total biaya variabelnya sebesar Rp.5.264.562. Biaya bahan baku berupa ubi kayu sebesar Rp. 2.832.062 dengan ubi kayu sebanyak 1.770 Kg, biaya ragi sebesar Rp. 84.375 dengan ragi

sebanyak 281 Biji dan biaya gula sebesar Rp. 344.250 dengan gula sebanyak 8,6 Kg. Biaya bahan penunjang berupa plastik Rp. 393.750 dengan menggunakan plastik sebanyak 3,7 Kg dan biaya karet Rp. 265.500 dengan menggunakan karet sebanyak 1,8 Kg serta biaya gas Rp. 204.750 dengan menggunakan gas sebanyak 11 Tabung. Biaya tenaga kerja sebesar Rp. 1.150.000 dengan Hari Kerja (HK) sebanyak 24 HK.

Tabel 13. Rincian Biaya Usaha Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Tape Ubi Dalam Satu Bulan Produksi

No.	Uraian	Jumlah	Rataan
1	Biaya Tetap	2,303,694	71.990
2	Biaya Variabel		
	- Ubi Kayu	90,626,000	2.832.062
	- Ragi	2,700,000	84.375
	- Gula	10,692,000	334.125
	- Plastik	12,600,000	393.750
	- Karet	8,496,000	265.500
	- Gas	6,552,000	204.750
3	Biaya Tenaga Kerja	36,800,000	1.150.000
4	Total Biaya Produksi	170,769,694	5,336,552
5	Penerimaan	271,872,000	8,496,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Dari tabel 13 diatas diketahui bahwa jumlah biaya tetap keseluruhan dalam pembuatan tape ubi sebesar Rp. 2.303.694 dengan rata-rata Rp. 71.990. Biaya variabel yang dibutuhkan adalah ubi kayu dengan jumlah keseluruhan yang dibutuhkan dalam satu bulan produksi Rp. 90.626.000 dengan rata-rata Rp. 2.832.062, dengan pembelian bahan baku ubi kayu dalam 1 Kg seharga Rp. 1.600/Kg dan total kebutuhan ubi kayu dalam satu bulan sebanyak 56.640 Kg dengan rata-rata 1.770 Kg. Ragi yang digunakan untuk memproduksi tape ubi sebesar Rp. 2.700.000 dengan rata-rata Rp. 84.375 dalam satu bulan produksi. Harga dalam satu biji ragi sebesar Rp. 300 dan banyaknya ragi yang digunakan

dalam satu bulan produksi berjumlah 33.984 Biji dengan rata-rata 1.062 Biji. Gula yang digunakan untuk memproduksi tape ubi sebesar Rp. 10,692,000 dengan rata-rata Rp. 334.125 dalam satu bulan produksi. Harga gula/Kg sebesar Rp. 15.000 dan banyaknya gula yang digunakan dalam satu bulan produksi sebanyak 276 Kg dengan rata-rata 8,6 Kg.

Gas yang digunakan untuk memproduksi tape ubi sebagai bahan bakar sebesar Rp. 6,552,000 dengan rata-rata Rp. 204.750 dalam satu bulan produksi. Harga pada satu tabung gas sebesar Rp. 18.000/Tabung dan banyaknya gas yang digunakan dalam satu bulan produksi berjumlah 364 tabung dengan rata-rata 11 tabung.

Pengemasan yang digunakan untuk hasil produksi tape ubi adalah plastik dalam satu bulan produksi yaitu sebesar Rp. 12,600,000 dengan rata-rata Rp. 393.750. Harga plastik dalam proses pengemasan sebesar Rp. 35.000/Kg dan jumlah yang digunakan dalam satu bulan produksi sebanyak 120 Kg plastik dengan rata-rata 3,7 Kg plastik. Serta karet yang digunakan dalam satu bulan produksi yaitu sebesar Rp. 8,496,000 dengan rata-rata Rp. 265.500. Harga karet sebesar Rp. 28.000/Kg dan jumlah yang digunakan dalam satu bulan produksi sebanyak 60 Kg karet dengan rata-rata 1,8 Kg karet.

Tenaga kerja yang digunakan pada proses pembuatan tape ubi yaitu sebesar Rp. 36.800.000 dengan rata-rata Rp. 1.150.000 dalam satu bulan produksi dengan rata-rata 24 HK.

Dengan demikian total biaya produksi yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel total yang dikeluarkan untuk memproduksi tape ubi dalam satu bulan produksi dari total responden sebanyak 32 pengusaha sebesar Rp.

170,769,964 dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan perbulan sebesar Rp. 5.336.552. Rincian total biaya produksi dapat dilihat pada lampiran 6.

1. Analisis Pendapatan Usaha

Pendapatan merupakan penerimaan produksi tape ubi dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi tape ubi. Untuk mencari pendapatan digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pendapatan (Pd)} = \text{Total Revenue (TR)} - \text{Total Cost (TC)}$$

TR > TC, Maka usaha menguntungkan

TR = TC, Maka usaha impas

TR < TC, Maka usaha rugi

$$\begin{aligned} \Pi &= \text{Rp. 8.496.000} - \text{Rp. 5.336.552} \\ &= \text{Rp. 3.159.448} \end{aligned}$$

Dari analisis diatas dapat digunakan untuk mengetahui apakah usaha industri tape ubi yang dilakukan pengusaha tersebut menguntungkan atau tidak. Keuntungan yang diperoleh dari perbandingan antara penerimaan dengan total biaya produksi.

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa penerimaan dalam satu bulan rata-rata sebesar Rp. 8.496.000 dan total biaya yang dikeluarkan dalam satu bulan produksi rata-rata sebesar Rp. 5.336.552 dan hasil yang didapat rata-rata sebesar Rp. 3.159.448. Hal ini berarti TR > TC berarti usaha ini menguntungkan.

2. Analisis Kelayakan Usaha

Untuk mengetahui kelayakan usaha produksi tape ubi di daerah penelitian, dapat dilakukan pengujian dengan rumus analisis R/C Ratio dan B/C Ratio:

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

Dengan Kriteria :

$R/C > 1$, Maka usaha layak

$R/C = 1$, Maka usaha impas

$R/C < 1$, Maka usaha tidak layak

$$\frac{R}{C} = \frac{Rp. 8.496.000}{Rp. 5.336.552}$$

$$= 1,6$$

Analisis Revenue Cost Ratio (RCR) dapat digunakan untuk mengetahui apakah usaha industri tape ubi yang dilakukan oleh pengusaha layak atau tidak. RCR diperoleh dari perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel.

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 industri tape ubi yang ada di daerah penelitian dikatakan layak untuk diusahakan. Untuk itu produksi tape ubi ini dapat ditingkatkan, Dengan produksi yang semakin tinggi, maka pendapatan pengusaha tape ubi juga akan meningkat.

Break Even Point (BEP)

Untuk mengetahui berapa titik impas yang diperoleh pada usaha industri tape ubi diperoleh rumus sebagai berikut :

$$\text{BEP Penerimaan (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP Penerimaan (Rp)} &= \frac{71.990}{1 - \frac{5.624.562}{8.496.000}} \\ &= \text{Rp. 109.075} \end{aligned}$$

Dari perhitungan BEP penerimaan diatas menunjukkan bahwa apabila industri mengalami titik impas dimana industri tersebut tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian yaitu dengan penerimaan/bulan sebesar Rp. 189.447.

Prospek Pengembangan Industri Tape Ubi Skala Rumah Tangga

Analisis strategi pengembangan usaha industri tape ubi berdasarkan hasil analisis dan pembahasan masalah yang dihadapi usaha industri tape ubi dapat diambil kesimpulan bahwa usaha ini memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan. Namun untuk memperoleh keadaan demikian diperlukan prospek pengembangan dengan membandingkan faktor lingkungan internal dengan faktor lingkungan eksternal yang ada untuk prospek jangka panjang. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Faktor-faktor internal dan eksternal dalam prospek pengembangan usaha industri tape ubi di Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strenght)

Kualitas Terjamin dari Produk dan Rasa

Produk yang dihasilkan memiliki mutu yang terjamin dan tanpa bahan pengawet serta tanpa bahan pewarna. Dengan alasan tape ubi yang terdapat di Desa Kolam memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan tape ubi dari daerah lain yaitu memiliki rasa tape ubi yang manis dan lebih khas.

Pengusaha Sudah Berpengalaman

Pengusaha sudah berpengalaman membuat tape ubi. Karena usaha industri tape ubi merupakan usaha yang sudah lama dirintis oleh masyarakat Desa Kolam

dan pengusaha juga sudah memiliki pengetahuan yang cukup memadai tentang pembuatan tape ubi serta usaha ini juga merupakan usaha turun menurun. Para pengusaha tape ubi di Desa Kolam menggunakan bahan baku ubi yang berkualitas yaitu ubi yang digunakan adalah ubi yang baru saja dipanen kemudian langsung diolah menjadi tape ubi sehingga menghasilkan tape dengan rasa yang khas.

Modal Berasal Dari Pengusaha Sendiri

Modal yang dikeluarkan ataupun yang digunakan pengusaha tape ubi di Desa Kolam yaitu modal yang berasal dari pengusaha sendiri. Pengusaha yang ada di daerah penelitian tidak meminjam modal dari sumber manapun dalam melakukan usahanya.

Minat Konsumen Tinggi

Minat konsumen yang tinggi dapat dilihat dari jumlah tape ubi yang diolah oleh pengusaha tape untuk setiap harinya. Pengusaha telah memiliki jumlah tape yang tetap untuk diolah setiap harinya, sebab pengusaha tersebut telah memiliki pelanggan tape setiap harinya, sehingga tidak dikhawatirkan bahwa tape tersebut tidak habis terjual.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Hanya Memproduksi Satu Jenis Tape

Para pengusaha tape di Desa Kolam hanya memproduksi tape ubi saja karena permintaan tape ubi lebih besar daripada tape pulut, maka dari itu pengusaha hanya memproduksi tape ubi. Akan tetapi pengusaha tape juga memproduksi tape pulut pada hari tertentu seperti bulan ramadhan dan idul fitrimaupun pada acara tertentu.

Tidak Ada Promosi

Pengrajin tape ubi di Desa Kolam sejauh ini tidak menggunakan promosi untuk memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan biaya promosi yang mahal, jadi para pengusaha takut menagalami kerugian.

Tidak Memiliki Surat Izin Usaha

Para pengusaha enggan untuk membuat surat izin usaha ke dinas yang terkait dikarenakan biaya yang besar serta mereka juga kesulitan dalam memenuhi persyaratannya dan juga berfikir bahwa mengurus surat izin usaha tidak hanya pada satu dinas terkait. Hal itulah yang membuat mereka enggan mengurus surat izin usaha.

Tidak Adanya Merk Dagang

Industri tape ubi skala rumah tangga di Desa Kolam saat ini tidak memiliki merk dagang pada usahanya, sebab usaha industri tape ubi yang ada di daerah tersebut masih dalam skala kecil serta pemasarannya yang hanya berada di daerah tersebut sehingga pengusaha tape ubi tidak mengurus merk dagang tersebut. Dan diakibatkan juga dengan pengurusannya yang tidak mudah sehingga membuat mereka enggan untuk membuat merk dagang. Walaupun demikian, tape ubi yang ada di Desa Kolam sudah banyak dikenal masyarakat dan bahan baku yang digunakan juga memiliki kualitas yang baik. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan akan menggunakan merk atau label nantinya untuk dapat meningkatkan produksi karena tape ubi di Desa Kolam sudah banyak dikenal oleh kalangan masyarakat.

Peluang (Opportunities)

Permintaan yang Tinggi Terhadap Tape Ubi

Berdasarkan wawancara kepada pengrajin dan agen tape, diketahui bahwa tape dari Desa Kolam laku keras di pasaran, apalagi pada saat memasuki bulan ramadhan dan idul fitri semakin meningkatnya permintaan konsumen terhadap tape tersebut.

Daya Tarik Masyarakat

Kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi tape membuat usaha ini dapat berkembang dan mengalami kemajuan yang pesat dan menguntungkan untuk diusahakan. Dan di setiap warung, pasar maupun diberbagai acara sekarang ini dapat kita lihat selalu ada tape ubi baik itu yang masih berbentuk tape ataupun yang telah dibuat dengan berbagai bentuk olahan makanan.

Hubungan Baik dengan Agen

Para pengusaha sadar akan pentingnya pasar dan pentingnya membina hubungan baik dengan agen, karena dengan adanya hubungan baik dengan agen maka harga yang ditawarkan oleh agen tidak terlalu tinggi. Agen ubi yang ada di Desa Kolam merupakan warga yang berada di Desa Kolam tersebut sehingga pengusaha dan agen sudah saling mengenal. Hubungan baik ini dapat dibuktikan dengan tetap berlangganannya antara agen dengan pengusaha sejak lama.

Tape Ubi Dapat Diolah Menjadi Roti Tape

Tape yang tidak laku terjual dapat diolah kembali menjadi produk makanan seperti roti tape, karena tape yang tidak habis terjual akan dikembalikan kepada para pengusaha tape sehingga mereka mengolah kembali tape tersebut menjadi produk makanan agar bisa dijual kembali.

3. Ancaman (Threats)

Musim Buah

Musim buah merupakan salah satu kendala bagi pengusaha untuk menjual usaha tape ubi ini, karena apabila musim buah terjadi maka konsumen lebih memilih untuk membeli buah dari pada tape sebagai cemilan, sehingga dapat mengurangi produksi para pengusaha tape.

Membuat Analisis Matrik IFAS dan EFAS

Faktor yang dianalisis dengan matrik IFAS ini adalah faktor-faktor strategis internal perusahaan. Faktor-faktor strategis ini merupakan faktor-faktor yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan unit usaha. Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan dimasukkan sebagai faktor-faktor strategi internal, kemudian diberi bobot dan rating, sehingga diperoleh hasil identifikasi seperti pada tabel 14. Sedangkan matrik EFAS merupakan hasil identifikasi peluang dan ancaman dimasukkan sebagai faktor-faktor strategi eksternal, kemudian diberi bobot dan rating, sehingga diperoleh hasil identifikasi seperti tabel 15.

Hasil Matrik IFAS

Tabel 14. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor dan Elemen Strategi Internal	Bobot (A)	Rating (B)	Bobot x Rating (A x B)
Kekuatan:			
a. Kualitas Terjamin dari Segi Produk dan Rasa	0.1	3.5	0.35
b. Pengusaha Sudah Berpengalaman	0.09	3.5	0.31
c. Modal Berasal Dari Pengusaha Sendiri	0.11	3.3	0.36
d. Minat Konsumen Tinggi	0.08	3.5	0.28
Total Skor Kekuatan	1.1		1.3
Kelemahan:			
a. Hanya Memproduksi Satu Jenis Tape	0.12	1.5	0.18
b. Tidak Ada Promosi	0.16	1.5	0.24
c. Tidak Memiliki Surat Izin Usaha	0.13	1.5	0.19

d. Tidak Memiliki Merk Dagang	0.16	1.4	0.22
Total Skor Kelemahan	0.57		0.83
Total	1.67		2.13

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Tabel 14 menunjukkan hasil matrik IFAS bahwa total skor kekuatan lebih besar dari total skor kelemahan. ($x > 0$) yaitu total skor kekuatan sebesar 1.3 sedangkan total skor kelemahan sebesar 0.83, sehingga diperoleh total hasil matrik IFAS sebesar 2.13. Data ini diperoleh dari hasil wawancara langsung di lapangan bahwa faktor kekuatan sangat dominan dibandingkan kelemahan.

Hasil Matrik EFAS

Tabel 15. Matriks Faktor Strategi Eksternal

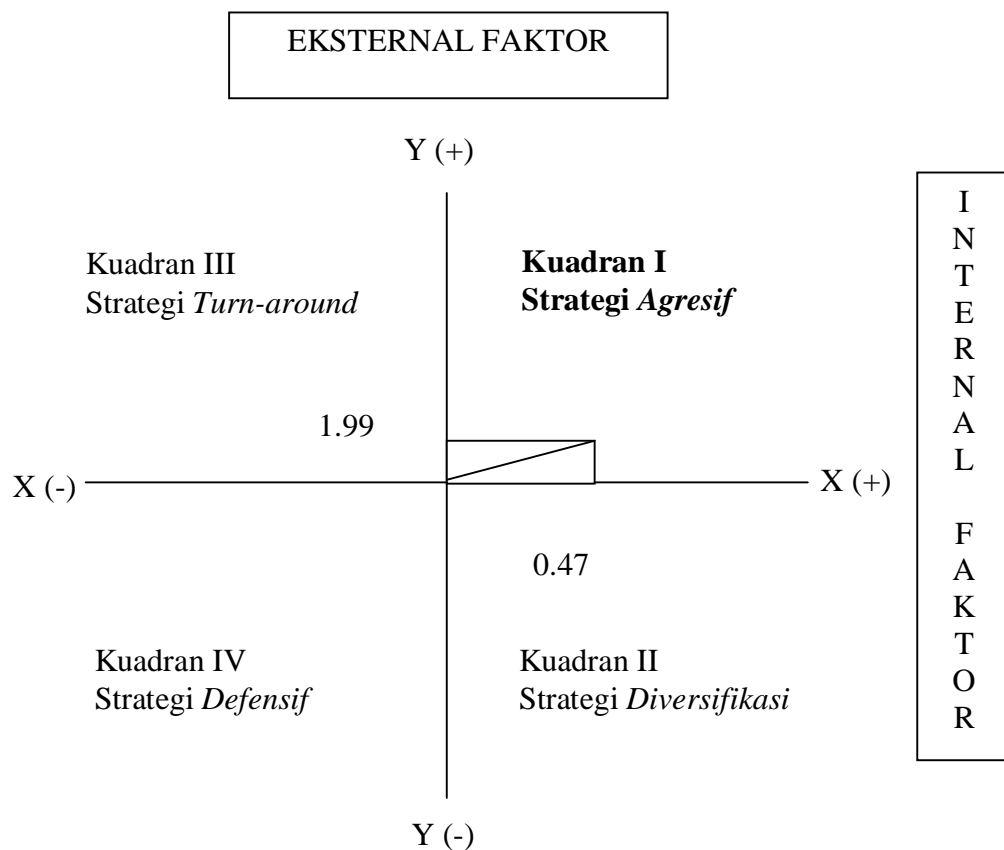
Faktor dan Elemen Strategi Eksternal	Bobot (A)	Rating (B)	Bobot x Rating (A x B)
Peluang:			
a. Permintaan yang Tinggi Terhadap Tape Ubi	0.14	3.5	0.49
b. Daya Tarik Masyarakat	0.17	3.4	0.57
c. Hubungan Baik Dengan Agen	0.24	3.4	0.81
d. Tape Ubi Dapat Diolah Menjadi Roti Tape	0.17	3.1	0.52
Total Skor Peluang	0.72		2.39
Ancaman:			
a. Musim Buah	0.24	1.7	0.40
Total Skor Ancaman	0.24		0.40
Total	0.96		2.79

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Tabel 15 menunjukkan bahwa total skor pada faktor-faktor strategis eksternal sebesar 2,79. Total skor pada peluang sebesar 2.39 dan total skor pada ancaman sebesar 0,40. Hal ini berarti bahwa skor peluang lebih besar dari ancaman ($y > 0$).

Membuat Matrik Posisi Perusahaan

Berdasarkan matrik IFAS dan EFAS diatas dapat dibuat matrik posisi, untuk melihat dimana posisi perusahaan industri tape ubi yang ada di Desa Kolam, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang berdasarkan tabel 14 diperoleh ($x < 0$) dan tabel 15 diperoleh ($y > 0$).



Gambar 3. Matriks Posisi Pengembangan Usaha Industri Tape Ubi

Perhitungan:

$$\text{Sumbu X} = \text{Strength} - \text{Weaknesses} = 1.3 - 0.83 = 0.47$$

$$\text{Sumbu Y} = \text{Opportunity} - \text{Threat} = 2.39 - 0.40 = 1.99$$

Pengembangan usaha industri tape ubi skala rumah tangga di Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang berada pada posisi :

Kuadran I : Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growthoriented strategy*) (Rangkuti, 2014). Hasil kuadran SWOT diatas, maka penerapan strategi yang dapat digunakan dalam industri tape ubi skala rumah tangga adalah strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha industri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Penentuan Alternatif Strategi

Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi pengembangan usaha industri tape ubi dengan cara membuat matrik SWOT ini dibangun berdasarkan faktor-faktor strategi baik internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan maupun strategi eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

Berdasarkan matrik SWOT maka dapat disusun empat bentuk strategi utama yaitu SO, WO, ST, WT. Alternatif strategi bagi pengembangan usaha tape ubi dapat dilihat melalui gambar berikut ini.

Tabel 16. Bentuk Matrik SWOT

<p style="text-align: center;">Internal IFAS</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas terjamin dari segi produk dan rasa 2. Pengusaha sudah berpengalaman 3. Modal berasal dari pengusaha sendiri 4. Minat konsumen tinggi 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya memproduksi satu jenis tape 2. Tidak ada promosi 3. Tidak memiliki surat izin usaha 4. Tidak memiliki merk dagang
<p>Eksternal EFAS</p> <p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan yang tinggi terhadap tape ubi 2. Daya tarik masyarakat 3. Hubungan yang baik dengan agen 4. Tape ubi dapat diolah menjadi roti tape 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas dan konsistensi rasa untuk mempertahankan konsumen (S1, O1) 2. Mempertahankan kualitas produk untuk tetap menjaga tradisi dan budaya mengkonsumsi tape ubi (S1, O2) 3. Mempertahankan kualitas yang baik dengan hubungan yang baik dengan agen (S1, O3) 4. Mempertahankan kualitas yang baik dengan memanfaatkan tape ubi untuk dapat diolah menjadi roti tape (S1, O4) 5. Memanfaatkan pengusaha yang sudah berpengalaman untuk tetap menjaga kualitas dan cita rasa tape ubi (S2, O2) 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan tape ubi untuk dapat diolah menjadi produk makanan roti tape (W1, O4) 2. Memproduksi jenis tape lainnya untuk meningkatkan daya tarik masyarakat (W1, O2) 3. Memanfaatkan agen untuk memasarkan tape ubi (W2, O3) 4. Melakukan promosi dengan memanfaatkan permintaan yang tinggi (W2, O1) 5. Membuat surat izin usaha dengan memanfaatkan permintaan yang tinggi (W3, O1) 6. Membuat merk dagang untuk meningkatkan daya tarik konsumen (W4, O2) 7. Membuat merk dagang untuk

		meningkatkan permintaan yang tinggi terhadap tape ubi (W4, O1)
Ancaman (T) 1. Musim Buah	Strategi (ST) 1. Melakukan cara lain untuk dapat mengeringkan ragi ataupun produk untuk mengantisipasi musim hujan dengan pengalaman berusaha yang dimiliki oleh pengusaha tape (S2, T1)	Strategi (WT) 1. Melakukan persiapan pada produksi tape untuk tetap dapat dipasarkan ataupun diproduksi walaupun dalam keadaan cuaca yang tidak mendukung/musim hujan (W1, T1)

Sumber ; Data Primer Diolah, 2017

Strategi “SO”

Strategi pengembangan industri tape ubi skala rumah tangga di Desa Kolam dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, yaitu:

1. Menjaga kualitas dan konsistensi rasa untuk mempertahankan konsumen (S1, O1). Bertujuan untuk menjaga kualitas dari segi rasa dan mempertahankan konsumen yang telah ada saat ini serta menarik konsumen yang baru, sehingga konsumen yang lama akan tetap loyal terhadap produk tape ubi tersebut.
2. Mempertahankan kualitas produk untuk tetap menjaga tradisi dan budaya mengkonsumsi tape ubi (S1, O2). Budaya masyarakat yang selalu mengkonsumsi tape ubi merupakan bahwa tape ubi mempunyai cita rasa yang khas dari bahan baku ubi maupun ragi, agar dapat mempertahankan peluang yang ada pengusaha harus tetap mempertahankan kualitas yang ada.

3. Mempertahankan kualitas yang baik dengan memanfaatkan hubungan yang baik dengan agen (S1, O3). Kualitas produk sangat mempengaruhi harga dan agar agen dapat memberikan tawaran harga yang layak kepada pengusaha tape ubi sehingga akan saling menguntungkan antara kedua belah pihak.
4. Mempertahankan kualitas yang baik dengan memanfaatkan tape ubi untuk diolah menjadi roti tape (S1, O4). Kualitas produk sangat mempengaruhi pendapatan pengusaha, dengan kualitas yang baik maka tape ubi yang tidak laku terjual tetap dapat diolah menjadi roti tape dan dipasarkan kembali.
5. Memanfaatkan pengusaha yang sudah berpengalaman untuk tetap menjaga kualitas dan cita rasa tape ubi (S2, O2). Pengusaha yang sudah berpengalaman merupakan peluang untuk dapat mempertahankan rasa dari tape ubi tersebut.

Strategi “WO”

1. Memanfaatkan tape ubi untuk dapat diolah menjadi produk makanan roti tape (W1, O4). Pengusaha tape ubi hanya mengusahakan satu jenis tape saja, walaupun demikian pengusaha dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan memproduksi roti tape yang terbuat dari tape ubi tersebut untuk dapat dipasarkan kembali kepada konsumen sehingga akan menambah pendapatan para pengusaha tape.
2. Memproduksi jenis tape lainnya untuk meningkatkan daya tarik masyarakat (W1, O2). Tape terdiri dari dua jenis yaitu tape ubi dan tape pulut, agar pengusaha menambah ataupun memproduksi tape pulut untuk dapat lebih meningkatkan daya tarik masyarakat sehingga tape yang dijual tidak hanya

satu macam saja, dengan demikian maka konsumen akan bertambah karena keinginan untuk mengkonsumsi jenis tape yang beragam.

3. Memanfaatkan agen untuk memasarkan tape ubi (W2, O3). Agen adalah orang yang membantu para pengusaha untuk memasarkan tape ubi ke berbagai daerah dan juga membantu mempromosikan tape ubi yang ada di daerah penelitian.
4. Melakukan promosi dengan memanfaatkan permintaan yang tinggi (W2, O1). Promosi adalah suatu usaha yang cukup efisien dalam mengenalkan keunggulan dan kelemahan produk dengan tujuan menarik minat konsumen terhadap produk.
5. Membuat surat izin usaha dengan memanfaatkan permintaan yang tinggi (W3, O1). Surat izin perlu dibuat semata-mata untuk mendapatkan pengesahan dari pemerintah sehingga berbagai masalah yang akan menghambat perkembangan usaha dikemudian hari untuk dihindari, dengan adanya surat izin usaha maka permintaan yang tinggi dapat berjalan tanpa adanya hambatan dari manapun.
6. Membuat merk dagang untuk meningkatkan daya tarik konsumen (W4, O2). Dengan adanya merk atau label produk dalam kemasan akan dapat meningkatkan penjualan terhadap produksi tape ubi.
7. Membuat merk dagang untuk meningkatkan permintaan yang tinggi terhadap tape ubi (W4, O1). Dengan adanya merk atau label produk dalam kemasan akan dapat mengenalkan produk tape ubi olahan masyarakat Desa Kolam dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Strategi “ST”

1. Melakukan cara lain untuk dapat mengeringkan ragi ataupun produk untuk mengantisipasi musim hujan dengan pengalaman berusaha yang dimiliki oleh pengusaha tape ubi (S2, T1). Bertujuan agar pengusaha mampu mempersiapkan proses pembuatan tape ubi walaupun dalam cuaca yang buruk sehingga tape ubi tetap dapat diproduksi dengan kualitas yang bermutu.

Strategi “WT”

1. Melakukan persiapan pada produksi tape untuk tetap dapat dipasarkan ataupun diproduksi walaupun dalam keadaan cuaca yang tidak mendukung/musim hujan (W1, T1). Bertujuan agar tetap dapat memasarkan tape ubi walaupun dalam cuaca yang tidak mendukung sehingga dapat meningkatkan penjualan tape ubi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Total pendapatan pengusaha tape ubi di Desa Kolam yaitu sebesar Rp. 101,102,306 dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 3.159.447/Bulan. Analisis kelayakan usaha tape ubi menunjukkan $R/C = 1,6$ hal ini dapat diartikan setiap pengeluaran 1,00 maka akan diperoleh hasil penjualan 1,6 rupiah dan dapat dilihat $R/C \geq 1$ berarti usaha tersebut layak diusahakan. Industri tape ubi mengalami titik impas dimana industri tersebut tidak mendapatkan laba dan juga tidak mengalami kerugian yaitu dengan penerimaan sebesar Rp. 104.326 dalam satu bulan produksi.
2. Usaha industri tape skala rumah tangga berada pada kuadran 1 dimana pengembangan usaha dapat dilakukan dengan strategi agresif, seperti:
 - a. Menjaga kualitas dan konsistensi rasa untuk mempertahankan konsumen.
 - b. Mempertahankan kualitas produk untuk tetap menjaga tradisi dan budaya mengkonsumsi tape ubi.
 - c. Mempertahankan dan menjaga hubungan yang baik dengan agen.
 - d. Memanfaatkan tape ubi yang tidak terjual untuk diolah menjadi roti tape.
 - e. Pengusaha yang sudah berpengalaman untuk tetap menjaga kualitas dan cita rasa tape ubi.

Saran

1. Para pengusaha tape ubi sebaiknya juga mengusahakan tape pulut sebagai pendapatan tambahan.
2. Perlu pembinaan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar para pengusaha bisa berinovasi terhadap produk yang dihasilkan.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat ikut serta dalam proses pengembangan industri tape ubi, sehingga selain sebuah skripsi juga sebagai peluang usaha yang dapat ditekuni.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, 2010. Analisis Usaha Industri Emping Melinjo Skala Rumah Tangga (Studi Kasus: Kabupaten Magetan). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Asrikunto, 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Penerbit Rineka Cipta Raya.
- Direktorat Gizi, Depkes RI, 1981. Kandungan Gizi dalam Tiap 100 g Singkong. Diakses pada tanggal 10 Maret 2017.
- Friananti, 2016. Prospek Pengembangan Industri Rumah Tangga Pengembangan Emping Melinjo (Studi Kasus Desa Lubuk Besar Kecamatan Lima Puluh Kabupaten Batu Bara). *Skripsi*. Fakultas pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hasbullah, 2001. Teknologi Tepat Guna Agroindustri Kecil Sumatera Barat. Teknologi dan Industri Sumatera Barat. Padang. Jurnal. Universitas Sumatera Utara.
- James, L, dkk.,1995. Ekonomi Manajerial. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Margono, T, D Suryati dan S. Hartinah, 1993. Panduan Teknologi Pangan, Pusat Informasi Wanita dalam Pembangunan PDII-LIPI. Jakarta. Jurnal. Universitas Sumatera Utara.
- Muhlisah, F., 2000. Aneka Makanan Ringan, Kanisius. Yogyakarta.
- Muliawan, J.U., 2008. Manajemen Home Industri. Yogyakarta: Banyu Media.
- Purwaningsih, dkk, 2006. Diversifikasi Produk Olahan Ubi Kayu. Balai Pengkaji Teknologi Pertanian. Yogyakarta.
- Rangkuti, 2009. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, 2015. Analisis SWOT. Gramedia Pustaka Umum : Jakarta.
- Reksoprayitno, 2004. Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi. Jakarta: Bina Grafika.
- Rukmana, 2001. Aneka Olahan Ubi Kayu, Kanisius. Yogyakarta.
- Soekartawi, 1995. Analisis Usahatani. Jakarta : Universitas Indonesia
- .
- Soekartawi, 2006. Analisis Usahatani. Jakarta : Universitas Indonesia
- .

- Stanton, W.J., 1996. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Sutalaksana, D.M., 1993. Sistem Permodalan Pengembangan Agroindustri Besar, Menengah dan Kecil, Bangkit. Jakarta.
- Tri Wahyuni, 2016. Prospek Pengembangan Usaha Pengolahan Daun Dan Buah Mangrove (Studi Kasus Koeprasi Serba Usaha Muara Baimbai Desa Sei Nagalawan Dusun III Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Berdagai). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Yanti Mayasari, 2004. Prospek Usaha Pengolahan Tape (Ubi dan Pulut) (Studi Kasus: Desa Tanjung Selamat Kecamatan Padang Tualang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, 2010. Analisis Usaha Industri Emping Melinjo Skala Rumah Tangga (Studi Kasus: Kabupaten Magetan). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Arikunto, 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Penerbit Rineka Cipta Raya.
- Direktorat Gizi, Depkes RI, 1981. Kandungan Gizi dalam Tiap 100 g Singkong. Diakses pada tanggal 10 Maret 2017.
- Friananti, 2016. Prospek Pengembangan Industri Rumah Tangga Pengembangan Emping Melinjo (Studi Kasus Desa Lubuk Besar Kecamatan Lima Puluh Kabupaten Batu Bara). *Skripsi*. Fakultas pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hasbullah, 2001. Teknologi Tepat Guna Agroindustri Kecil Sumatera Barat. Teknologi dan Industri Sumatera Barat. Padang. Jurnal. Universitas Sumatera Utara.
- James, L, dkk.,1995. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Margono, T, D Suryati dan S. Hartinah, 1993. *Panduan Teknologi Pangan, Pusat Informasi Wanita dalam Pembangunan PDII-LIPI*. Jakarta. Jurnal. Universitas Sumatera Utara.
- Muhlisah, F., 2000. *Aneka Makanan Ringan*, Kanisius. Yogyakarta.
- Muliawan, J.U., 2008. *Manajemen Home Industri*. Yogyakarta: Banyu Media.
- Purwaningsih, dkk, 2006. *Diversifikasi Produk Olahan Ubi Kayu*. Balai Pengkaji Teknologi Pertanian. Yogyakarta.
- Rangkuti, 2009. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, 2015. *Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Umum : Jakarta.
- Reksoprayitno, 2004. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Rukmana, 2001. *Aneka Olahan Ubi Kayu*, Kanisius. Yogyakarta.
- Soekartawi, 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta : Universitas Indonesia
- .
- Soekartawi, 2006. *Analisis Usahatani*. Jakarta : Universitas Indonesia
- .

Stanton, W.J., 1996. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Sutalaksana, D.M., 1993. Sistem Permodalan Pengembangan Agroindustri Besar, Menengah dan Kecil, Bangkit. Jakarta.

Tri Wahyuni, 2016. Prospek Pengembangan Usaha Pengolahan Daun Dan Buah Mangrove (Studi Kasus Koeprasi Serba Usaha Muara Baimbai Desa Sei Nagalawan Dusun III Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Berdagai). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Yanti Mayasari, 2004. Prospek Usaha Pengolahan Tape (Ubi dan Pulut) (Studi Kasus: Desa Tanjung Selamat Kecamatan Padang Tualang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No.	Nama	Umur (Tahun)	Lama Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Lama Berusaha (Tahun)
1	Mariati	45	6	3	20
2	Atin	33	9	5	15
3	Belong	40	6	6	15
4	Narmi	38	6	4	17
5	Ani	40	6	3	20
6	Sutri	44	6	6	20
7	Sutek	45	9	4	25
8	Fina	35	12	7	15
9	Pariem	41	9	4	15
10	Giem	47	6	3	25
11	Saminem	45	6	5	20
12	Wati	35	12	6	15
13	Tukini	40	9	5	20
14	Supri	43	9	4	15
15	Sri rahayu	36	12	3	10
16	Yuli	32	9	5	10
17	Misgiem	40	6	5	20
18	Ikem	40	9	3	15
19	Linda	35	12	4	15
20	Amah	32	6	3	17
21	Legimen	44	9	3	20
22	Sutira	44	12	3	20
23	Ros	35	6	5	15
24	Ribot	33	9	6	17
25	Kersemi	44	9	6	20
26	Rati	43	6	4	20
27	Puji	30	12	3	17
28	Amirah	41	9	4	20
29	Parini	45	6	3	25
30	Aseh	43	9	5	25
31	Lina	35	6	2	15
32	Wagiran	43	9	5	25
Total		1266	267	137	583
Rata-rata		39	8	4	18

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 2. Biaya Bahan Baku dalam Pembuatan Tape Ubi dalam Satu Bulan

No.	Ubi Kayu (Kg/Bulan)	Harga Ubi (Rp/Kg)	Total (Rp)	Ragi (Biji)	Harga Ragi/Biji (Rp)	Total (Rp)	Gula (Kg/Bulan)	Harga (Kg/Bulan)	Total (Rp)	Total Biaya Bahan Baku (Rp)
1	480	1,600	768,000	120	300	36,000	7,2	15,000	108,000	912,000
2	480	1,600	768,000	120	300	36,000	7,2	15,000	108,000	912,000
3	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
4	960	1,600	1,536,000	180	300	54,000	12	15,000	180,000	1,770,000
5	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
6	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
7	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
8	960	1,600	1,536,000	180	300	54,000	12	15,000	180,000	1,770,000
9	960	1,600	1,536,000	180	300	54,000	12	15,000	180,000	1,770,000
10	2,880	1,600	4,608,000	420	300	126,000	36	15,000	540,000	5,274,000
11	2,880	1,600	4,608,000	420	300	126,000	36	15,000	540,000	5,274,000
12	1,440	1,600	2,304,000	240	300	72,000	19,2	15,000	288,000	2,664,000
13	1,440	1,600	2,304,000	240	300	72,000	19,2	15,000	288,000	2,664,000
14	1,920	1,600	3,073,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,523,000
15	1,920	1,600	3,073,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,523,000
16	480	1,600	768,000	120	300	36,000	7,2	15,000	108,000	912,000
17	2,400	1,600	3,840,000	360	300	108,000	28,8	15,000	432,000	4,380,000
18	2,400	1,600	3,840,000	360	300	108,000	28,8	15,000	432,000	4,380,000
19	2,880	1,600	4,608,000	420	300	126,000	36	15,000	540,000	5,274,000
20	1,440	1,600	2,304,000	240	300	72,000	19,2	15,000	288,000	2,664,000
21	480	1,600	768,000	120	300	36,000	7,2	15,000	108,000	912,000

22	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
23	2,880	1,600	4,608,000	420	300	126,000	36	15,000	540,000	5,274,000
24	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
25	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
26	1,440	1,600	2,304,000	240	300	72,000	19,2	15,000	288,000	2,664,000
27	2,400	1,600	3,840,000	360	300	108,000	28,8	15,000	432,000	4,380,000
28	480	1,600	768,000	120	300	36,000	7,2	15,000	108,000	912,000
29	2,880	1,600	4,608,000	420	300	126,000	36	15,000	540,000	5,274,000
30	1,920	1,600	3,072,000	300	300	90,000	24	15,000	360,000	3,522,000
31	2,400	1,600	3,840,000	360	300	108,000	28,8	15,000	432,000	4,380,000
32	2,400	1,600	3,840,000	360	300	108,000	28,8	15,000	432,000	4,380,000
Total	56640	51,200	90,626,000	9000	9600	2,700,000	276	480,000	10,692,000	104,018,000
Rata-rata	1.770	1.600	2.832.062	281	300	84,375	8,6	15.000	334,125	3,250,562

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 3. Biaya Penggunaan Bahan Penunjang dalam Pembuatan Tape Ubi dalam Satu Bulan

No.	Plastik (Kg/Bulan)	Harga (Rp)	Karet (Kg/Bulan)	Harga (Rp)	Gas (Tabung/Bulan)	Harga (Rp)	Total Biaya Bahan Penunjang
1	4,8	168,000	2,4	72,000	6	108,000	348,000
2	4,8	168,000	2,4	72,000	6	108,000	348,000
3	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
4	7,2	252,000	4,8	144,000	8	144,000	540,000
5	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
6	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
7	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
8	7,2	252,000	4,8	144,000	8	144,000	540,000
9	7,2	252,000	4,8	144,000	8	144,000	540,000
10	16,8	588,000	14,4	432,000	16	288,000	1308,000
11	16,8	588,000	14,4	432,000	16	288,000	1308,000
12	9,6	336,000	7,2	216,000	10	180,000	732,000
13	9,6	336,000	7,2	216,000	10	180,000	732,000
14	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
15	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
16	4,8	168,000	2,4	72,000	6	108,000	348,000
17	14,4	504,000	12	360,000	14	252,000	1116,000
18	14,4	504,000	12	360,000	14	252,000	1116,000
19	16,8	588,000	14,4	432,000	16	288,000	1308,000
20	9,6	336,000	7,2	216,000	10	180,000	732,000
21	4,8	168,000	2,4	72,000	6	108,000	348,000

22	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
23	16,8	588,000	14,4	432,000	16	288,000	1308,000
24	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
25	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
26	9,6	336,000	7,2	216,000	10	180,000	732,000
27	14,4	504,000	12	360,000	14	252,000	1116,000
28	4,8	168,000	2,4	72,000	6	108,000	348,000
29	16,8	588,000	14,4	432,000	16	288,000	1308,000
30	12	420,000	9,6	288,000	12	216,000	924,000
31	14,4	504,000	12	360,000	14	252,000	1116,000
32	14,4	504,000	12	360,000	14	252,000	1116,000
Total	120	12,600,000	60	8,496,000	364	6,552,000	27,648,000
Rata-rata	3,7	393.750	1,8	265.500	11	204.750	864.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 4. Total Biaya Tenaga Kerja Pembuatan Tape Ubi Dalam Satu Bulan

No.	Jumlah HK	Upah/HK	Total Biaya TK (Rp)
1	8	50.000	400,000
2	8	50.000	400,000
3	24	50.000	1,200,000
4	12	50.000	600,000
5	24	50.000	1,200,000
6	24	50.000	1,200,000
7	24	50.000	1,200,000
8	12	50.000	600,000
9	12	50.000	600,000
10	36	50.000	1,800,000
11	36	50.000	1,800,000
12	20	50.000	1,000,000
13	20	50.000	1,000,000
14	24	50.000	1,200,000
15	24	50.000	1,200,000
16	8	50.000	400,000
17	32	50.000	1,600,000
18	32	50.000	1,600,000
19	36	50.000	1,800,000
20	20	50.000	1,000,000
21	8	50.000	400,000
22	24	50.000	1,200,000
23	36	50.000	1,800,000
24	24	50.000	1,200,000
25	24	50.000	1,200,000
26	20	50.000	1,000,000
27	32	50.000	1,600,000
28	8	50.000	400,000
29	36	50.000	1,800,000
30	24	50.000	1,200,000
31	32	50.000	1,600,000
32	32	50.000	1,600,000
	736	1,600,000	36,800,000
	23	50,000	1,150,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 5. Penerimaan Industri Tape Ubi

No.	Minggu				Total Produksi (Bgks)	Total Produksi (Kg)	Harga Rp/ Bgks	Total (Rp)
	I	II	III	IV				
1	720	720	720	720	2,880	489,6	800	2,304,000
2	720	720	720	720	2,880	489,6	800	2,304,000
3	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
4	1,440	1,440	1,440	1,440	5,760	0,979	800	4,608,000
5	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
6	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
7	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
8	1,440	1,440	1,440	1,440	5,760	0,979	800	4,608,000
9	1,440	1,440	1,440	1,440	5,760	0,979	800	4,608,000
10	4,320	4,320	4,320	4,320	17,280	2,9372	800	13,824,000
11	4,320	4,320	4,320	4,320	17,280	2,9372	800	13,824,000
12	2,160	2,160	2,160	2,160	8,640	1,4688	800	6,912,000
13	2,160	2,160	2,160	2,160	8,640	1,4688	800	6,912,000
14	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
15	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
16	720	720	720	720	2,880	489,6	800	2,304,000
17	3,600	3,600	3,600	3,600	14,400	2,448	800	11,520,000
18	3,600	3,600	3,600	3,600	14,400	2,448	800	11,520,000
19	4,320	4,320	4,320	4,320	17,280	2,9372	800	13,824,000
20	2,160	2,160	2,160	2,160	8,640	1,4688	800	6,912,000
21	720	720	720	720	2,880	489,6	800	2,304,000
22	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
23	4,320	4,320	4,320	4,320	17,280	2,9372	800	13,824,000
24	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
25	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
26	2,160	2,160	2,160	2,160	8,640	1,4688	800	6,912,000
27	3,600	3,600	3,600	3,600	14,400	2,448	800	11,520,000
28	720	720	720	720	2,880	489,6	800	2,304,000
29	4,320	4,320	4,320	4,320	17,280	2,9372	800	13,824,000
30	2,880	2,880	2,880	2,880	11,520	1,9584	800	9,216,000
31	3,600	3,600	3,600	3,600	14,400	2,448	800	11,520,000
32	3,600	3,600	3,600	3,600	14,400	2,448	800	11,520,000
Total	84,960	84,960	84,960	84,960	339,840	2,503,322	25,600	271,872,000
Rataan	2,655	2,655	2,655	2,655	10,620	78,228	800	8,496,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Keterangan: 1 bungkus tapai ubi = 1,7ons

Lampiran 6. Biaya Penyusutan Alat

No.	Dandang					Keranjang				
	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	150,000	300,000	60	4,850	3	40,000	120,000	12	9,700
2	2	150,000	300,000	60	4,850	3	40,000	120,000	12	9,700
3	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
4	2	150,000	300,000	60	4,850	4	40,000	160,000	12	12,933
5	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
6	3	150,000	450,000	60	7,275	5	40,000	200,000	12	16,166
7	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
8	2	150,000	300,000	60	4,850	3	40,000	120,000	12	9,700
9	2	150,000	300,000	60	4,850	4	40,000	160,000	12	12,933
10	4	150,000	600,000	60	9,700	8	40,000	320,000	12	25,866
11	4	150,000	600,000	60	9,700	8	40,000	320,000	12	25,866
12	2	150,000	300,000	60	4,850	5	40,000	200,000	12	16,166
13	3	150,000	450,000	60	7,275	4	40,000	160,000	12	12,933
14	3	150,000	450,000	60	7,275	5	40,000	200,000	12	16,166
15	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
16	1	150,000	150,000	60	2,425	2	40,000	80,000	12	6,466
17	4	150,000	600,000	60	9,700	6	40,000	240,000	12	19,400
18	3	150,000	450,000	60	7,275	7	40,000	280,000	12	22,633
19	4	150,000	600,000	60	9,700	8	40,000	320,000	12	25,866
20	3	150,000	450,000	60	7,275	4	40,000	160,000	12	12,933
21	2	150,000	300,000	60	4,850	2	40,000	80,000	12	6,466
22	2	150,000	300,000	60	4,850	6	40,000	240,000	12	19,400
23	4	150,000	600,000	60	9,700	8	40,000	320,000	12	25,866
24	3	150,000	450,000	60	7,275	5	40,000	200,000	12	16,166
25	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
26	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
27	3	150,000	450,000	60	7,275	7	40,000	280,000	12	22,633
28	1	150,000	150,000	60	2,425	2	40,000	80,000	12	6,466
29	4	150,000	600,000	60	9,700	8	40,000	320,000	12	25,866

30	3	150,000	450,000	60	7,275	6	40,000	240,000	12	19,400
31	4	150,000	600,000	60	9,700	7	40,000	280,000	12	22,633
32	3	150,000	450,000	60	7,275	7	40,000	280,000	12	22,633
Total	91	4,800,000	13,650,000	1920	220,675	173	1,280,000	6,920,000	384	559,356
Rata-rata	3	150.000	426.562	60	6.896	5	40.000	216.250	12	17,479

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lanjutan

No.	Tirisan					Baskom				
	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	40,000	80,000	12	6,466	2	45,000	90,000	12	7,275
2	2	40,000	80,000	12	6,466	2	45,000	90,000	12	7,275
3	3	40,000	120,000	12	9,700	3	45,000	135,000	12	10,912
4	3	40,000	120,000	12	9,700	3	45,000	135,000	12	10,912
5	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
6	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
7	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
8	3	40,000	120,000	12	9,700	3	45,000	135,000	12	10,912
9	3	40,000	120,000	12	9,700	3	45,000	135,000	12	10,912
10	7	40,000	280,000	12	22,633	7	45,000	315,000	12	25,462
11	7	40,000	280,000	12	22,633	7	45,000	315,000	12	25,462
12	4	40,000	160,000	12	12,933	4	45,000	180,000	12	14,550
13	4	40,000	160,000	12	12,933	4	45,000	180,000	12	14,550
14	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
15	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
16	2	40,000	80,000	12	6,466	2	45,000	90,000	12	7,275
17	6	40,000	240,000	12	19,400	6	45,000	270,000	12	21,825
18	6	40,000	240,000	12	19,400	6	45,000	270,000	12	21,825
19	7	40,000	280,000	12	22,633	7	45,000	315,000	12	25,462
20	4	40,000	160,000	12	12,933	4	45,000	180,000	12	14,550
21	2	40,000	80,000	12	6,466	2	45,000	90,000	12	7,275
22	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
23	7	40,000	280,000	12	22,633	7	45,000	315,000	12	25,462

24	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
25	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
26	4	40,000	160,000	12	12,933	4	45,000	180,000	12	14,550
27	6	40,000	240,000	12	19,400	6	45,000	270,000	12	21,825
28	2	40,000	80,000	12	6,466	2	45,000	90,000	12	7,275
29	7	40,000	280,000	12	22,633	7	45,000	315,000	12	25,462
30	5	40,000	200,000	12	16,166	5	45,000	225,000	12	18,187
31	6	40,000	240,000	12	19,400	6	45,000	270,000	12	21,825
32	6	40,000	240,000	12	19,400	6	45,000	270,000	12	21,825
Total	148	1,280,000	5,920,000	384	478,521	148	1,440,000	6,660,000	384	538,341
Rata-rata	5	40.000	185.000	12	14,953	5	45.000	208.125	12	16,823

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lanjutan

No.	Ember					Pisau					Total Biaya Penyusutan (Rp)
	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	40,000	80,000	12	6,466	1	25,000	25,000	60	404	35,161
2	2	40,000	80,000	12	6,466	1	25,000	25,000	60	404	35,161
3	3	40,000	120,000	12	9,700	2	25,000	50,000	60	808	57,795
4	3	40,000	120,000	12	9,700	2	25,000	50,000	60	808	48,903
5	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	78,002
6	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	74,768
7	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	78,002
8	3	40,000	120,000	12	9,700	2	25,000	50,000	60	808	45,670
9	3	40,000	120,000	12	9,700	2	25,000	50,000	60	808	48,903
10	7	40,000	280,000	12	22,633	3	25,000	75,000	60	1,212	107,506
11	7	40,000	280,000	12	22,633	3	25,000	75,000	60	1,212	107,506
12	4	40,000	160,000	12	12,933	2	25,000	50,000	60	808	62,240
13	4	40,000	160,000	12	12,933	2	25,000	50,000	60	808	61,432
14	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	74,768
15	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	78,002
16	2	40,000	80,000	12	6,466	2	25,000	50,000	60	808	29,906
17	6	40,000	240,000	12	19,400	3	25,000	75,000	60	1,212	90,937
18	6	40,000	240,000	12	19,400	3	25,000	75,000	60	1,212	91,745
19	7	40,000	280,000	12	22,633	3	25,000	75,000	60	1,212	107,506
20	4	40,000	160,000	12	12,933	2	25,000	50,000	60	808	61,432
21	2	40,000	80,000	12	6,466	1	25,000	25,000	60	404	31,927
22	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	75,577
23	7	40,000	280,000	12	22,633	3	25,000	75,000	60	1,212	107,506
24	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	74,768
25	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	78,002
26	4	40,000	160,000	12	12,933	2	25,000	50,000	60	808	67,899
27	6	40,000	240,000	12	19,400	3	25,000	75,000	60	1,212	91,745
28	2	40,000	80,000	12	6,466	1	25,000	25,000	60	404	29,502
29	7	40,000	280,000	12	22,633	3	25,000	75,000	60	1,212	107,506

30	5	40,000	200,000	12	16,166	2	25,000	50,000	60	808	78,002
31	6	40,000	240,000	12	19,400	3	25,000	75,000	60	1,212	94,170
32	6	40,000	240,000	12	19,400	3	25,000	75,000	60	1,212	91,745
Total	148	1,280,000	5,920,000	384	478,521	70	800,000	1,750,000	1,920	28,280	2,303,694
Rata-rata	5	40.000	185.000	12	14,953	2	25.000	54.687	60	883	71,990

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 7. Total Biaya Pembuatan Tape Ubi dalam Satu Bulan

No.	Biaya Variabel			Biaya Tetap	Total Keseluruhan Biaya (Rp)
	Total Biaya Bahan Baku (Rp)	Total Biaya Bahan Penunjang (Rp)	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya Penyusutan Alat (Rp)	
1	912,000	348,000	400,000	35,161	1,695,161
2	912,000	348,000	400,000	35,161	1,695,161
3	3,522,000	924,000	1,200,000	57,795	5,703,795
4	1,770,000	540,000	600,000	48,903	2,958,903
5	3,522,000	924,000	1,200,000	78,002	5,724,002
6	3,522,000	924,000	1,200,000	74,768	5,720,768
7	3,522,000	924,000	1,200,000	78,002	5,724,002
8	1,770,000	540,000	600,000	45,670	2,955,670
9	1,770,000	540,000	600,000	48,903	2,958,903
10	5,274,000	1308,000	1,800,000	107,506	8,489,506
11	5,274,000	1308,000	1,800,000	107,506	8,489,506
12	2,664,000	732,000	1,000,000	62,240	4,458,240
13	2,664,000	732,000	1,000,000	61,432	4,457,432
14	3,523,000	924,000	1,200,000	74,768	5,721,768
15	3,523,000	924,000	1,200,000	78,002	5,725,002
16	912,000	348,000	400,000	29,906	1,689,906
17	4,380,000	1116,000	1,600,000	90,937	7,186,937
18	4,380,000	1116,000	1,600,000	91,745	7,187,745
19	5,274,000	1308,000	1,800,000	107,506	8,489,506
20	2,664,000	732,000	1,000,000	61,432	4,457,432
21	912,000	348,000	400,000	31,927	1,691,927
22	3,522,000	924,000	1,200,000	75,577	5,721,577
23	5,274,000	1308,000	1,800,000	107,506	8,489,506
24	3,522,000	924,000	1,200,000	74,768	5,720,768
25	3,522,000	924,000	1,200,000	78,002	5,724,002
26	2,664,000	732,000	1,000,000	67,899	4,463,899
27	4,380,000	1116,000	1,600,000	91,745	7,187,745
28	912,000	348,000	400,000	29,502	1,689,502
29	5,274,000	1308,000	1,800,000	107,506	8,489,506
30	3,522,000	924,000	1,200,000	78,002	5,724,002
31	4,380,000	1116,000	1,600,000	94,170	7,190,170
32	4,380,000	1116,000	1,600,000	91,745	7,187,745
Total	104,018,000	27,648,000	36,800,000	2,303,694	170,769,694
Rataan	3,250,562	864,000	1,150,000	71,990	5,336,552

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 8. Total Pendapatan Produksi Tape Ubi dalam Satu Bulan

No,	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	2,304,000	1,695,161	608,839
2	2,304,000	1,695,161	608,839

Produksi

3	9,216,000	5,703,795	3,512,205
4	4,608,000	2,958,903	1,649,097
5	9,216,000	5,724,002	3,491,998
6	9,216,000	5,720,768	3,495,232
7	9,216,000	5,724,002	3,491,998
8	4,608,000	2,955,670	1,652,330
9	4,608,000	2,958,903	1,649,097
10	13,824,000	8,489,506	5,334,494
11	13,824,000	8,489,506	5,334,494
12	6,912,000	4,458,240	2,453,760
13	6,912,000	4,457,432	2,454,568
14	9,216,000	5,721,768	3,494,232
15	9,216,000	5,725,002	3,490,998
16	2,304,000	1,689,906	614,094
17	11,520,000	7,186,937	4,333,063
18	11,520,000	7,187,745	4,332,255
19	13,824,000	8,489,506	5,334,494
20	6,912,000	4,457,432	2,454,568
21	2,304,000	1,691,927	612,073
22	9,216,000	5,721,577	3,494,423
23	13,824,000	8,489,506	5,334,494
24	9,216,000	5,720,768	3,495,232
25	9,216,000	5,724,002	3,491,998
26	6,912,000	4,463,899	2,448,101
27	11,520,000	7,187,745	4,332,255
28	2,304,000	1,689,502	614,498
29	13,824,000	8,489,506	5,334,494
30	9,216,000	5,724,002	3,491,998
31	11,520,000	7,190,170	4,329,830
32	11,520,000	7,187,745	4,332,255
Total	271,872,000	170,769,694	101,102,306
Rata-rata	8,496,000	5,336,552	3,159,447

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Lampiran 9. Kuisisioner Penelitian

PROSPEK PENGEMBANGAN INDUSTRI TAPE UBI SKALA RUMAH TANGGA (STUDI KASUS: DESA KOLAM, KECAMATAN PERCUT SEI TUAN, KABUPATEN DELI SERDANG)

Kepada Yth;
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb
Dengan Hormat,

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : M. Deni Surya Syahputra
NPM : 1304300085
Jurusan : Agribisnis

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu bapak/ibu/saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya, karena jawaban dari kuisisioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

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

Wassalamualaikum Wr.Wb

Medan.....2017
Peneliti

M. Deni Surya Syahputra

Kuisisioner Penelitian

A. Karakteristik Responden

Nama :
Usia : Tahun
Jenis Kelamin : L/P

Pendidikan : SD/SMP/SMA/S-1
 Pekerjaan : Utama/Sampingan
 Jumlah Tanggungan : Jiwa
 Lama Usaha : Tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap kesediaan bapak/ibu untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda (Ü) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan pilihan :
 SS : Sangat Setuju (4)
 S : Setuju (3)
 TS : Tidak Setuju (2)
 STS : Sangat Tidak Setuju (1)
4. Terimakasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu berikan sehingga informasi yang bapak/ibu berikan dapat berguna dalam penelitian saya ini.

I. PROSPEK PENGEMBANGAN

Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

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

Analisis Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

PERNYATAAN		JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
PELUANG (OPPORTUNITIES)					

1					
2					
3					
4					
ANCAMAN (THREATS)					
1					

II. BIAYA PRODUKSI (SATU KALI PRODUKSI)

No.	Uraian	Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai
1	Bahan Baku			
	-Ubi Kayu			
	-Ragi			
	-Gula			
2	Bahan Penunjang			
	-Bahan Bakar			
3	Bahan Lain			
	-Plastik			
	-Karet			

III. BIAYA PENYUSUTAN ALAT

No.	Uraian	Umur Ekonomis	Harga	Nilai Penyusutan
1	Dandang			
2	Tampah			
3	Tirisan			
4	Ember			
5	Baskom			
6	Pisau			

IV. ANALISIS PRODUKSI TAPE UBI

Minggu	Output (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1					
2					

3					
4					
Total					

Pertanyaan :

1. Kenapa bapak/ibu memilih usaha tape?

Jawab:

2. Berapa banyak tape yang dapat terjual dalam setiap harinya dan berapa harga jualnya?

Jawab:

3. Darimana bapak/ibu mendapatkan bahan baku untuk setiap harinya?

Jawab:

4. Dalam 1 minggu berapa kali bapak/ibu memproduksi tape?

a. 2-3 kali

b. 4-5 kali

c. > 5 kali

5. Kendala apa saja yang bapak/ibu hadapi selama melakukan pembuatan tape ubi?

a. Produksi

-

-

-

b. Pemasaran

-

-

-

Lampiran 10. Tujuan kuesioner penelitian berbobot

Untuk mendapatkan peneliian para responden mengenal faktor-faktor straetegi internal dan strategi eksternal pengembangan yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan pengembangan usaha industri tape ubi skala rumah tangga.

Petunjuk pengisian kuesioner 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 industri tape ubi. 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 dicetak miring) terhadap kolom 1, dan seterusnya dengan konsisten. Untuk menentukan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan usaha industri tape ubi skala rumah tangga.

1. Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan dengan indikator vertikal.
 2. Jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal.
 3. Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan dengan indikator vertikal.
- Ø Pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan usaha industri tape skala rumah tangga.

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

Keterangan:

Kekuatan

- A. Kualitas terjamin dari segi produk dan jasa.
- B. Pengusaha sudah berpengalaman.
- C. Modal berasal dari pengusaha sendiri.
- D. Minat konsumen tinggi.

Kelemahan

- E. Hanya memproduksi satu jenis tape
- F. Tidak ada promosi.
- G. Tidak memiliki surat izin usaha
- H. Tidak memiliki merk dagang.

Pembobotan terhadap peluang dan ancaman usaha industri tape ubi skala rumah tangga.

Faktor							
---------------	--	--	--	--	--	--	--

Strategi Eksternal	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	Total	Bobot
(A)							
(B)							
(C)							
(D)							
(E)							

Peluang

- A. Permintaan yang tinggi terhadap tape.
- B. Daya tarik masyarakat.
- C. Hubungan baik dengan agen.
- D. Tape dapat diolah menjadi roti tape

Ancaman

- E. Musim Buah

Pemberian nilai rating berdasarkan atas kekuatan usaha industri tape ubi skala rumah tangga. 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 industri tape ubi skala rumah tangga :

Kekuatan	4	3
Kualitas terjamin dari segi produk dan rasa		
Pengusaha sudah berpengalaman		
Modal berasal dari pengusaha sendiri		
Minat konsumen tinggi		

Ø Pemberian nilai rating terhadap kelemahan terhadap usaha industri tape ubi Petunjuk pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas kelemahan usaha industri tape ubi skala rumah tangga. Pemberian nilai adalah sebagai berikut :

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

Nilai 1 = Jika faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi usaha (minor)

Menurut ibu bagaimana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi kondisi usaha industri tape ubi skala rumah tangga :

Kelemahan	2	1
Hanya memproduksi satu jenis tape		
Tidak ada promosi		
Tidak memiliki surat izin		
Tidak memiliki merk dagang		

Ø Pemberian nilai Rating terhadap peluang usaha industri tape ubi skala rumah tangga.

Petunjuk pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas peluang industri tape ubi skala rumah tangga. 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 tersebut:

Peluang	1	2	3	4
Permintaan yang tinggi terhadap tape ubi				
Daya tarik masyarakat				
Hubungan baik dengan agen				
Tape ubi dapat diolah menjadi roti tape				

Pemberian nilai rating terhadap ancaman terhadap industri tape ubi skala rumah tangga.

Petunjuk pengisian

Pemberian nilai rating berdasarkan atas ancaman usaha industri tape ubi skala rumah tangga. Pemberian nilai adalah sebagai berikut:

Nilai 4 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman sebagai berikut: sangat tinggi

Nilai 3 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman sebagai berikut: tinggi

Nilai 2 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman sebagai berikut: sedang

Nilai 1 = Jika kemampuan usaha dalam memanfaatkan ancaman tersebut: rendah.

Menurut ibu bagaimana pengaruh faktor ancaman terhadap usaha:

Ancaman	1	2	3	4
Musim Buah				

Sampel 1

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)		2	2	3	1	1	2	1	12	0.10
(B)	2		2	2	1	1	2	1	11	0.09
(C)	2	3		2	2	1	2	1	13	0.11
(D)	2	2	2		1	1	1	1	10	0.08
(E)	3	1	1	3		2	3	1	14	0.12
(F)	3	3	3	3	3		2	2	19	0.16
(G)	3	2	2	3	2	2		1	15	0.13
(H)	3	3	3	3	3	2	2		19	0.16
	Total								113	0.95

Sampel 2

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)		2	2	3	1	1	2	1	12	0.10
(B)	2		2	2	1	1	2	1	11	0.09
(C)	2	3		2	2	1	2	1	13	0.11
(D)	2	2	2		1	1	1	1	10	0.08
(E)	3	1	1	3		2	3	1	14	0.12
(F)	3	3	3	3	3		2	2	19	0.16
(G)	3	3	2	3	2	2		1	16	0.14
(H)	3	3	3	3	3	2	2		19	0.16
	Total								114	0.96

Sampel 3

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)		2	2	3	1	1	2	1	12	0.10
(B)	2		2	2	1	1	2	1	11	0.09
(C)	2	3		2	2	1	2	1	13	0.11
(D)	2	2	2		1	1	1	1	10	0.08
(E)	3	1	1	3		2	3	1	14	0.12
(F)	3	3	3	3	3		2	2	19	0.16
(G)	3	2	2	3	2	2		1	15	0.13
(H)	3	3	3	3	3	2	2		19	0.16
	Total								113	0.95

Sampel 4

Faktor							G	H		
---------------	--	--	--	--	--	--	----------	----------	--	--

Strategi Internal	A	B	C	D	E	F			Total	Bobot
(A)		2	2	3	1	1	2	1	12	0.10
(B)	2		2	2	1	1	2	1	11	0.09
(C)	2	3		2	2	1	2	1	13	0.11
(D)	2	2	2		1	1	1	1	10	0.08
(E)	3	1	1	3		2	3	1	14	0.12
(F)	3	3	3	3	3		2	2	19	0.16
(G)	3	2	2	3	2	2		1	15	0.13
(H)	3	3	3	3	3	2	2		19	0.16
	Total								113	0.95

Sampel 32

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	Total	Bobot
(A)		2	2	3	1	1	2	1	12	0.10
(B)	2		2	2	1	1	2	1	11	0.09
(C)	2	3		2	2	1	2	1	13	0.11
(D)	2	2	2		1	1	1	1	10	0.08
(E)	3	1	1	3		2	3	1	14	0.12
(F)	3	3	3	3	3		2	2	19	0.16
(G)	3	2	2	3	2	2		1	15	0.13
(H)	3	3	3	3	3	2	2		19	0.16
	Total								113	0.95

Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	Total	Bobot
(A)		1	2	2	1	6	0.14
(B)	2		1	2	1	6	0.14
(C)	3	3		3	2	11	0.26
(D)	3	2	2		1	8	0.19
(E)	3	3	3	3		11	0.26
	Total					42	1

Sampel 30

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	Total	Bobot
(A)		1	2	2	1	6	0.14
(B)	2		2	2	2	8	0.19
(C)	3	3		3	1	10	0.24
(D)	2	3	1		1	7	0.17
(E)	3	2	2	3		10	0.24
	Total					41	0.98

Sampel 31

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	Total	Bobot
(A)		1	2	2	1	6	0.14
(B)	2		1	2	1	6	0.14
(C)	3	3		3	2	11	0.26
(D)	3	2	2		1	8	0.19
(E)	3	3	3	3		11	0.26
	Total					42	1

Sampel 32

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	Total	Bobot
(A)		1	2	2	1	6	0.14
(B)	2		2	2	2	8	0.19
(C)	3	3		3	1	10	0.24
(D)	2	3	1		1	7	0.17
(E)	3	2	2	3		10	0.24
	Total					41	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
Kekuatan															
1. Kualitas terjamin dari segi produk dan rasa	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
2. Pengusaha sudah berpengalaman	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09
3. Modal berasal dari pengusaha sendiri	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11
4. Minat konsumen tinggi	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
Kelemahan															
1. Hanya memproduksi satu jenis tape	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12
2. Tidak ada promosi	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16
3. Tidak memiliki surat izin usaha	0.13	0.14	0.13	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14	0.13	0.13	0.14	0.13	0.13	0.13	0.14
4. Tidak memiliki merk dagang	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16
Peluang															
1. Permintaan yang tinggi terhadap tape ubi	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14
2. Daya tarik masyarakat	0.19	0.14	0.19	0.19	0.19	0.14	0.14	0.14	0.19	0.19	0.14	0.19	0.19	0.19	0.14
3. Hubungan baik dengan agen	0.24	0.26	0.24	0.24	0.24	0.26	0.26	0.26	0.24	0.24	0.26	0.24	0.24	0.24	0.26
4. Tape ubi dapat diolah menjadi roti tape	0.17	0.19	0.17	0.17	0.17	0.19	0.19	0.19	0.17	0.17	0.19	0.17	0.17	0.17	0.19
Ancaman															
1. Musim Buah	0.24	0.26	0.24	0.24	0.24	0.26	0.26	0.26	0.24	0.24	0.26	0.24	0.24	0.24	0.26

Lanjutan

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	Total	Rata-rata
0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	3.2	0.1
0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	2.88	0.09
0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	3.52	0.11
0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	2.56	0.08
0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	0.12	3.84	0.12
0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	5.12	0.16
0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	4.22	0.13
0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	5.12	0.16
0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	4.48	0.14
0.19	0.19	0.14	0.14	0.19	0.14	0.19	0.19	0.19	0.14	0.19	0.14	0.19	0.14	0.19	0.14	0.19	5.43	0.17
0.24	0.24	0.26	0.26	0.24	0.26	0.24	0.24	0.24	0.26	0.24	0.26	0.24	0.26	0.24	0.26	0.24	7.94	0.24
0.17	0.17	0.19	0.19	0.17	0.19	0.17	0.17	0.17	0.19	0.17	0.19	0.17	0.19	0.17	0.19	0.17	5.7	0.17
0.24	0.24	0.26	0.26	0.24	0.26	0.24	0.24	0.24	0.26	0.24	0.26	0.24	0.26	0.24	0.26	0.24	7.94	0.24

Lampiran 14. Penentuan Rating Jumlah Responden

Faktor Strategi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Kekuatan															
1. Kualitas terjamin dari segi produk dan rasa	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
2. Pengusaha sudah berpengalaman	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3
3. Modal berasal dari pengusaha sendiri	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
4. Minat konsumen tinggi	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
Kelemahan															
1. Hanya memproduksi satu jenis tape	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1
2. Tidak ada promosi	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
3. Tidak memiliki surat izin usaha	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1
4. Tidak memiliki merk dagang	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2
Peluang															
1. Permintaan yang tinggi terhadap tape ubi	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
2. Daya tarik masyarakat	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
3. Hubungan baik dengan agen	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
4. Tape ubi dapat diolah menjadi roti tape	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3
Ancaman															
1. Musim Buah	1	1	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	1	2	1

Lanjutan

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	Total	Rata-rata
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	115	3.5
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	114	3.5
3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	108	3.3
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	115	3.5
2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	51	1.5
2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	51	1.5
2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	51	1.5
1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	46	1.4
3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	113	3.5
3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	109	3.4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	109	3.4
4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	101	3.1
3	1	1	3	1	2	1	1	2	1	3	1	3	1	2	3	1	56	1.7



