

**ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN BERBASIS OLAHAN KEDELAI (*Glycine max. L*) PADA UMKM TAHU DI DUSUN DAYAKAN KABUPATEN SLEMAN**

***ALTERNATIVE DEVELOPMENT STRATEGIES BASED ON PROCESSED SOYBEAN (*Glycine max. L*) FOR TOFU SMEs IN DAYAKAN VILLAGE, SLEMAN DISTRICT***

**Muhammad Indi Yuliyanto<sup>1</sup>, Dheny Arina Hartawaty**

***Prodi Agribisnis, Fakultas Industri Halal, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta***

**ABSTRACT**

*This study aims to find out every problem that exists by exploring the internal factors and external factors that exist in UMKM Tahu Mbak Irah in Dayakan Hamlet to formulate and determine the right development strategy. Data were obtained from field surveys, interviews with MSME managers, namely Mr. Sutriyono, and distributing questionnaires to consumers of Ms. Irah's tofu using Google Forms and documentation. The data obtained will be processed using the IFE, EFE and SWOT Matrix with the formulations S-O, S-T, WO, and W-T in order to obtain strategic decisions from various factors obtained through in-depth research. The alternative strategy used is an aggressive strategy by utilizing the strengths possessed to improve product image, controlling the price of tofu against rising soybean prices in order to increase competitiveness and get more consumers so as to provide benefits to Mbak Irah's Tofu MSMEs.*

*Keywords: development strategy, IFE – EFE, SWOT, Tofu UMKM*

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui setiap permasalahan yang ada dengan mendalami faktor internal dan faktor eksternal yang ada di UMKM Tahu Mbak Irah yang ada di Dusun Dayakan untuk merumuskan dan menentukan strategi pengembangan yang tepat. Data didapat dari survey lapangan, wawancara Pengelola UMKM yakni Bapak Sutriyono, dan menyebar kuisioner terhadap konsumen Tahu Mbak Irah dengan menggunakan Google Form dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan di olah menggunakan IFE, EFE dan Matriks SWOT dengan rumusan S-O, S-T, W-O, dan W-T guna mendapatkan keputusan strategi dari berbagai faktor yang didapat melalui pendalaman penelitian. Alternatif strategi yang di gunakan adalah strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meningkatkan citra produk, pengendalian harga tahu terhadap kenaikan harga kedelai guna menambah daya saing dan mendapatkan kosumen lebih banyak sehingga memberikan keuntungan terhadap UMKM Tahu Mbak Irah.

Kata kunci : strategi pengembangan, IFE – EFE, SWOT, UMKM Tahu

---

<sup>1</sup> Correspondence author: Antoagb01@student.unu-jogja.ac.id

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia berperan dalam membangun ekonomi nasional, seperti menambah lapangan pekerjaan, penyumbang pada domestik bruto, dan solusi terhadap masyarakat terkait pengembangan sumber daya manusia yang kreatif dan memanfaatkan sumber daya alam disekitar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut. pertumbuhan sektor industri UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan sekitar 2% setiap tahunnya (Santi 2022)

Jumlah ketersediaan kedelai untuk di konsumsi masyarakat Indonesia dalam kurun dua dasa warsa sekitar 9,44 kg/kapita/tahun, dengan laju pertumbuhan rata-rata turun 1,98% per tahun. Dalam rentang waktu yang lebih pendek, lima tahun terakhir (2015 – 2019) jumlah ketersediaan kedelai meningkat menjadi 11,53 kg/kapita/tahun, dan tumbuh positif rata-rata sebesar 3,02 kg/kapita/tahun (Triyanti 2020). Kedelai memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan juga berkaitan dengan industri pengolahan. Tingginya permintaan kedelai di Indonesia disebabkan pemenuhan permintaan UMKM pengolahan makanan (Anjani, Darwanto, and Mulyo 2017).

Berdasarkan data (Dinas Koperasi 2023) Kabupaten Sleman memiliki 90.663 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di 17 kecamatan diantaranya 9.671 industri pengolahan. Potensi pengembangan UMKM yang ada di Kabupaten Sleman sebagai wilayah yang berada di lokasi strategis perbatasan antara Provinsi DI. Yogyakarta dan Provinsi Jawa Tengah, dengan kondisi mobilitas tinggi adalah perdagangan, kuliner, industri, dan wisata (Suherningtyas 2017). Penjelasan potensi UMKM dan ketersediaan kedelai di Indonesia serta peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan membangun ekonomi secara nasional membuat peneliti tertarik melakukan penelitian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) olahan kedelai menjadi tahu.

Penelitian olahan kedelai UMKM Tahu Mbak irah yang ada di Dusun Dayakan yang dilakukan pertama kali oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat agar UMKM tersebut semakin berkembang dan mampu menghadapi setiap permasalahan yang ada.

Tabel 1.1. Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia

Tahun	JumlahUMKM (Unit Usaha)	Pertumbuhan
2014	57.769.426	2,41%
2015	59.267.759	2,36%
2016	61.656.547	4.03%
2017	62.928.077	2,06%
2018	64.199.606	2,02%
2019	66.100.255	2,04%
2020	66.300.355	2,06%

Sumber : (Santi 2022)

## METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian berada di UMKM Tahu Mbak Irah Dusun Dayakan, Purwomartani, Kalasan, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Pengambilan data dari penelitian yang dilakukan selama 2 bulan juni dan bulan juli berupa data primer dan data sekunder. Sampel penelitian data primer yakni melakukan wawancara dengan pengelola dan obeservasi langsung ke UMKM Tahu Mbak Irah serta menyebarkan kuisioner ke 45 responden konsumen tahu secara *purposive*. Data sekunder di peroleh dari beberapa instansi berupa jurnal, buku dan aritikel yang terkait dengan penelitian strategi pengembangan olahan kedelai. Penelitian ini bersifat eksploratif terhadap kondisi internal dan eksternal berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh faktor internal serta situasi

eksternal yang berupa peluang (*oppurtunity*) dan ancaman (*threat*), faktor-faktor strategis akan disajikan dalam model SWOT seperti strategi SO (*Strength, Opportunity*) yakni pemanfaatan kekuatan yang dimiliki agar bisa mendapatkan peluang yang ada, strategi ST (*Strength, Threat*) yakni mengandalkan kekuatan untuk menghadapi berbagai ancaman yang ada WO (*Weakness, Opportunity*) yakni meminimalisir kelemahan dengan cara pemanfaatan peluang WT (*Weakness, Threat*) yakni meminimalisir kelemahan untuk menghadapi ancaman yang ada agar tidak mengalami kerugian yang terlalu besar. Olahan data dari beberapa instrument SWOT kemudian di olah menggunakan rumus IFE dan EFE untuk menentukan posisi pengembangan strategi ysnng tepat pada UMKM Tahu Mbak Irah.

Tabel 1. Analisi SWOT

	<b>Helpful</b> To achieve the objectives	<b>Harmful</b> To achieve the objectives
<b>Internal Origin</b> (attributes of the organization)	Strengths	Weakness
<b>External Origin</b> (attributes of the environment)	Opportunities	Threats

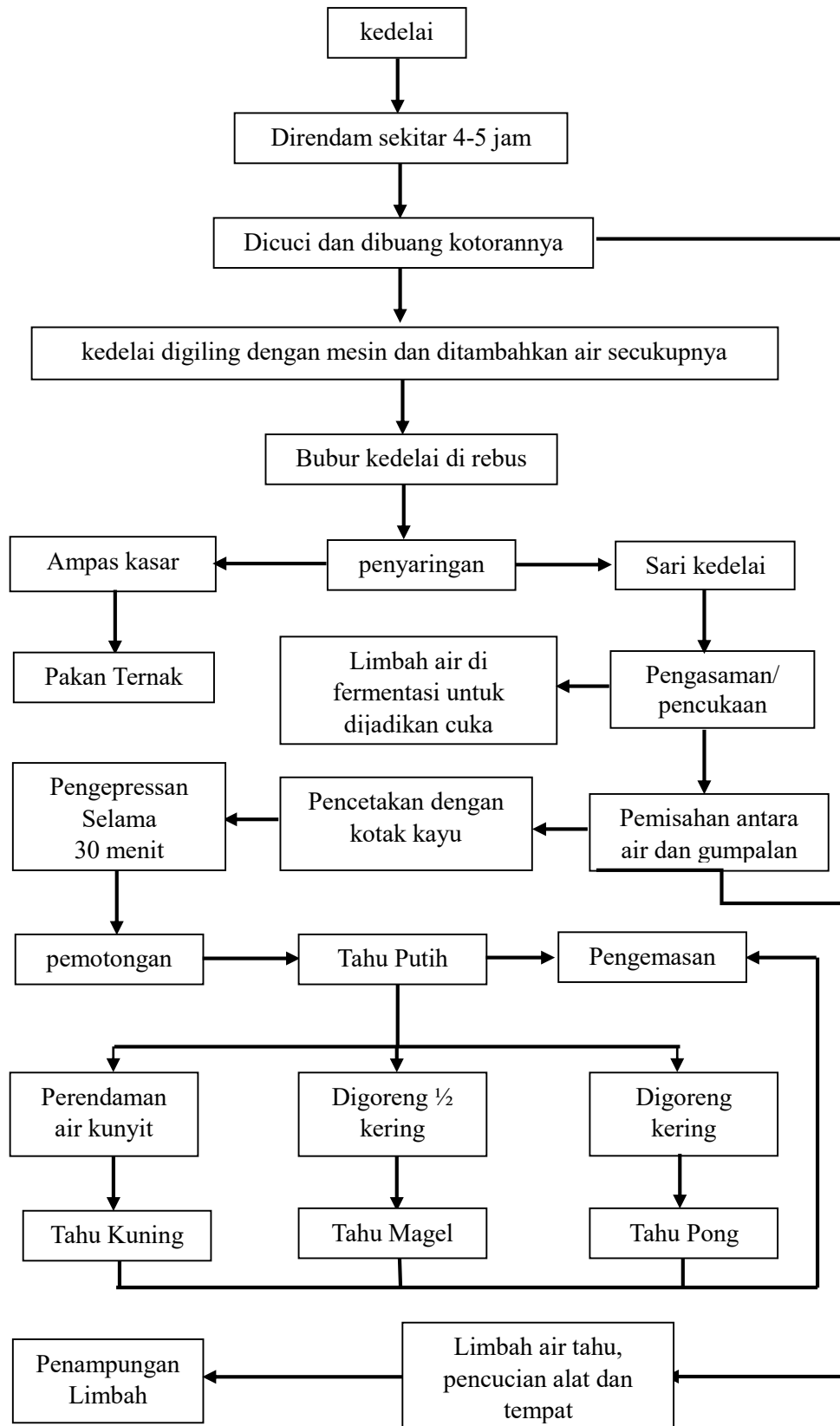
Sumber : (Istiqomah and Andriyanto 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kegiatan Proses Pembuatan Tahu

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Tahu Mbak Irah UD. Sutriyono yang di kelola oleh Bapak Sutriyono didirikan pada

tahun 1997. Untuk proses produksi dalam sehari menggunakan kedelai 80 kg – 100 kg untuk menghasilkan tahu sekitar 9 bak yang 1 bak nya mempunyai bobot 9 kg. Adapun prosesnya dapat dilihat pada skema sebagai berikut.



### Analisis SWOT

Tabel 1.2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) pada “Usaha Olahan kedelai”

Faktor internal	Bobot	Ranting	Skor
<b>Kekuatan</b>			
1) Kualitas tahu kenyal dan tidak mudah hancur.	0,09	4	0,36
2) Produk Bergizi.	0,1	3	0,3
3) Kemasan menarik.	0,08	3	0,24
4) Bahan pengemas aman dan tidak berbahaya.	0,09	3	0,27
5) Harga terjangkau.	0,09	3	0,27
6) Usaha mudah dan resiko kecil	0,07	2	0,14
<b>Jumlah Kekuatan</b>	<b>0,52</b>	<b>18</b>	<b>1,17</b>
<b>Kelemahan</b>			
1) Pembelian secara langsung (bukan online).	0,09	3	0,27
2) Tidak melayani pembelian dalam jumlah besar.	0,06	3	0,18
3) Tidak menggunakan nota disetiap pembelian.	0,08	4	0,32
4) Modal usaha besar	0,07	4	0,28
5) Tidak adanya promosi.	0,08	4	0,32
6) Belum memiliki pegawai khusus untuk memproduksi tahu.	0,07	3	0,21
<b>Jumlah Kelemahan</b>	<b>0,45</b>	<b>21</b>	<b>1,05</b>
<b>Total Kekuatan-Kelemahan</b>	<b>0,97</b>	<b>39</b>	<b>2,22</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan pengolahan data pada tabel diatas diketahui nilai pada faktor internal yakni faktor kekuatan dan kelemahan pada bobot 0,97, ranting 39 dan skor 2,22. Jumlah faktor kekuatan menjadi nilai yang paling besar yakni bobot 0,52, ranting 18 dan skor 1,17. Pada faktor kekuatan instrument yang paling besar adalah kualitas tahu kenyal dan tidak mudah hancur

dengan skor 0,36. Kemudian untuk jumlah faktor kelemahan nilainya lebih kecil daripada faktor kekuatan dengan bobot 0,45, ranting 21 dan skor 1,05. Pada faktor kelemahan instrument yang paling besar yakni tidak menggunakan nota disetiap pembelian dan tidak adanya promosi dengan jumlah skor 0,32.

Tabel 1.3. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) pada “Usaha Olahan Labu kedelai”

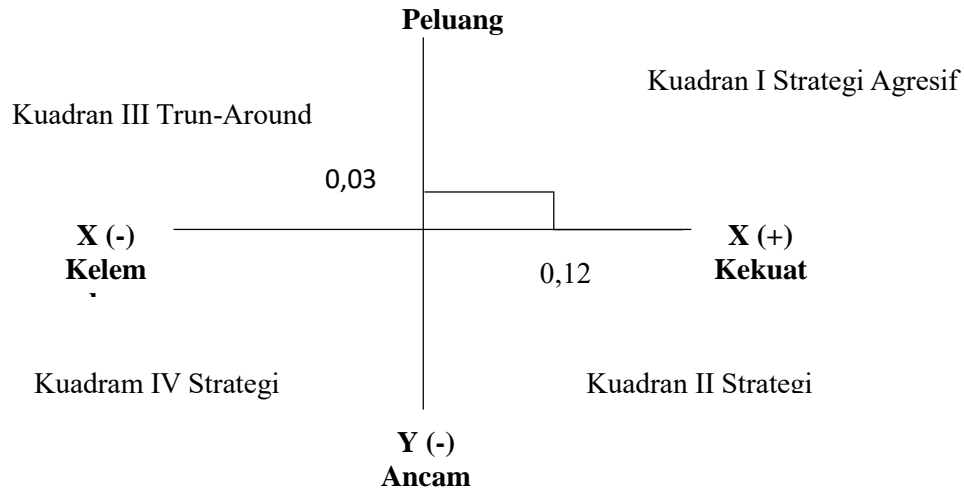
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang</b>			
1) Pembeli berminat tinggi membeli tahu	0,12	3	0,36
2) Bahan baku mudah didapatkan	0,13	3	0,39
3) Usaha dapat dikembangkan disemua lokasi (franchise)	0,13	3	0,39
4) Dapat dijadikan tempat wisata edukasi	0,12	3	0,36
5) Produk tanpa bahan pengawet berbahaya	0,13	3	0,39
6) Tahu dibeli untuk dijual kembali	0,14	3	0,42
<b>Jumlah Peluang</b>	<b>0,77</b>	<b>18</b>	<b>1,5</b>
<b>Ancaman</b>			
1) Tidak mendapatkan bantuan pemerintah	0,11	3	0,33
2) Alat yang digunakan masih manual	0,12	3	0,36
3) Banyak pesaing di pasaran	0,13	3	0,39
4) Pengolahan limbah masih sederhana	0,13	3	0,39
5) Harga bahan baku semakin naik	0,12	4	0,48
6) Kurangnya pengawasan sari pemerintah	0,13	3	0,39
<b>Jumlah Ancaman</b>	<b>0,99</b>	<b>19</b>	<b>1,47</b>
<b>Total Peluang dan Ancaman</b>	<b>1,76</b>	<b>37</b>	<b>2,97</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2023.

Hasil perhitungan faktor eksternal yakni faktor peluang dan ancaman pada bobot 1,76, ranting 37 dan skor 2,97. Jumlah faktor peluang mempunyai nilai bobot 0,77, ranting 18 dan skor 1,5. Pada faktor peluang instrument yang paling besar adalah tahu dibeli untuk dijual kembali skor 0,42. Kemudian untuk jumlah faktor ancaman dengan bobot 0,99, ranting 19 dan skor 1,47. Pada faktor ancaman instrument yang paling besar yakni harga bahan baku semakin naik jumlah skor 0,48.

#### Analisis Matriks IE

selisih dalam faktor internal (kekuatan dan kelemahan) adalah 0,12, faktor kekuatan lebih unggul dari faktor kelemahan pada UMKM Tahu Mbak Irah. Sedangkan selisih pada faktor eksternal yang lebih unggul adalah faktor peluang dari pada faktor ancaman dengan selisih 0,3 yang akan menunjukan posisi strategi pada diagram sebagai berikut :



#### Pengolahan SWOT dalam pengambilan keputusan

<p><b>Faktor Internal</b></p> <p><b>Faktor Eksternal</b></p>	<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas tahu tidak mudah hancur</li> <li>2. produk bergizi</li> <li>3. kemasan menarik</li> <li>4. Bahan pengemas aman dan tidak berbahaya</li> <li>5. harga terjangkau</li> <li>6. usaha mudah dan resiko kecil</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian secara langsung (bukan online)</li> <li>2. Tidak melayani pembelian dalam jumlah besar</li> <li>3. Tidak menggunakan nota disetiap pembelian</li> <li>4. Modal usaha besar</li> <li>5. Tidak adanya promosi</li> <li>6. Belum memiliki pegawai khusus untuk memproduksi tahu</li> </ol>
<p><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembeli berminat tinggi membeli tahu</li> <li>2. Bahan baku mudah didapatkan</li> <li>3. Usaha dapat dikembangkan disemua lokasi (franchise)</li> <li>4. Dapat dijadikan tempat wisata edukasi</li> <li>5. Produk tanpa bahan pengawet berbahaya</li> <li>6. Tahu dibeli untuk dijual kembali</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. produk yang berkualitas dan bergizi serta kemasan yang menarik akan meningkatkan minat beli konsumen</li> <li>2. harga yang terjangkau menjadikan produk bisa dijual kembali</li> <li>3. usaha mudah dan resiko kecil menjadi peluang untuk edukasi dan pengembangan (franchise)</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. penjualan secara online disertakan promosi akan meningkatkan minat pembeli dan edukasi terkait pemasaran.</li> <li>2. mengedukasi calon pegawai agar produktivitasnya lebih efisien sehingga mampu membuka cabang dan pemasarannya lebih luas</li> </ol>

<b>Ancaman (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak mendapatkan bantuan pemerintah</li> <li>2. Alat yang digunakan masih manual</li> <li>3. Banyak pesaing di pasaran</li> <li>4. Pengolahan limbah masih sederhana</li> <li>5. Harga bahan baku semakin naik</li> <li>6. Kurangnya pengawasan dari pemerintah</li> </ol>	<p><b>1. kualitas produk dan kemasan yang menarik menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan</b></p> <p>2. mempertahankan produk yang berkualitas walupun teknologi yang kurang memadai dan mengatasi kenaikan bahan baku.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. penjualan berbasis online disertai promosi akan meningkatkan daya saing.</li> <li>2. mengajukan modal usaha untuk mengembangkan produksi yang lebih maju.</li> <li>3. dibutuhkan pegawai tambahan khusus untuk pengolahan limbah.</li> </ol>

### **Strategi SO (*Strenght-Opportunities*)**

Strategi SO merupakan pemanfaatan kekuatan secara maksimal pada UMKM Tahu Mbak Irah agar dapat mendapatkan peluang yang ada supaya bisa menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan perusahaan semakin berkembang.

Strategi SO dalam pengambilan keputusan yang di ambil dari pemanfaatan peluang dan kekuatan di UMKM Tahu Mbak Irah sebagai berikut :

- Produk yang berkualitas dan bergizi serta kemasan yang menarik akan meningkatkan minat beli konsumen.
- Harga yang terjangkau menjadikan produk bisa dijual kembali
- Usaha mudah dan resiko kecil menjadi peluang untuk edukasi dan pengembangan (franchise).
- 

### **Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)**

Strategi WO merupakan pemanfaatan peluang yang dimiliki untuk menghadapi kelemahan yang ada di UMKM Tahu Mbak Irah agar dapat meminimalisir setiap permasalahan yang dimiliki oleh UMKM tersebut.

Strategi WO dalam pengambilan keputusan yang di ambil dari pemanfaatan peluang untuk menghadapi kelemahan pada UMKM Tahu Mbak Irah sebagai berikut :

- penjualan secara online disertakan

promosi akan meningkatkan minat pembeli dan edukasi terkait pemasaran.

- Mengedukasi calon pegawai agar produktivitasnya lebih efisien sehingga mampu membuka cabang dan pemasarannya lebih luas

➤

### **Strategi ST (*Strenght-Threats*)**

Strategi ST adalah pemanfaatan faktor kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi segala ancaman yang ada pada UMKM Tahu Mbak Irah agar tidak mengalami kerugian dan tetap mendapatkan keuntungan sehingga ancaman bisa tertutupi.

Strategi ST dalam pengambilan keputusan yang di ambil dari pemanfaatan kekuatan untuk menghadapi ancaman pada UMKM Tahu Mbak Irah sebagai berikut :

- kualitas produk dan kemasan yang menarik menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan.
- mempertahankan produk yang berkualitas walupun teknologi yang kurang memadai dan mengatasi kenaikan bahan baku.

### **Strategi WT (*Weakness-Threats*)**

Strategi WT merupakan cara yang dilakukan oleh Bapak Sutriyono selaku pengelola untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki



UMKM Tahu Mbak Irah untuk menghadapi segala ancaman yang akan dihadapi.

- penjualan berbasis online disertai promosi akan meningkatkan daya saing.
- mengajukan modal usaha untuk mengembangkan produksi yang lebih maju.
- dibutuhkan pegawai tambahan khusus untuk pengolahan limbah

## KESIMPULAN

Analisis strategi pengembangan yang dilakukan di UMKM Tahu Mbak Irah menggunakan rumusan matriks SWOT yang terdiri dari Strategi SO (*Strenght-Opportunities*), Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), Strategi ST (*Strenght-Threats*), Strategi WT (*Weakness-Threats*). Strategi SO terdiri dari produk yang berkualitas dan bergizi serta kemasan yang menarik akan meningkatkan minat beli konsumen, harga yang terjangkau menjadikan produk bisa dijual kembali, usaha mudah dan resiko kecil menjadi peluang untuk edukasi dan pengembangan (*franchise*). Strategi WO terdiri dari . penjualan secara online disertakan promosi akan meningkatkan minat pembeli dan edukasi terkait pemasaran, mengedukasi calon pegawai agar produktivitasnya lebih efisien sehingga mampu membuka cabang dan pemasarannya lebih luas. Strategi ST terdiri dari kualitas produk dan kemasan yang menarik menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan, mempertahankan produk yang berkualitas walaupun teknologi yang kurang memadai dan mengatasi kenaikan bahan baku. Strategi WT terdiri dari penjualan berbasis online disertai promosi akan meningkatkan daya saing. mengajukan modal usaha untuk mengembangkan produksi yang lebih maju, dibutuhkan pegawai tambahan khusus untuk pengolahan limbah.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti sangat bersyukur telah mendapat dukungan dari berbagai pihak

terutama kepada mentor saya di Universitas, teman-teman. Ucapan terimakasih disampaikan juga kepada narasumber selaku pengelola UMKM Tahu mbak Irah yakni Bapak Sutriyono yang telah menyempatkan waktunya untuk bersedia di wawancarai dan dikunjungi serta para responden yang berjumlah 45 orang yang berpartisipasi dalam pengisian data pada penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, Septi Rostika, Dwidjono Hadi Darwanto, and Jangkung Handoyo Mulyo. 2017. "Analisis Permintaan Kedelai Di Indonesia." *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 12(1): 42.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. 2023. "Tabel Data UMKM Kabupaten Sleman." [dataumkm.slemankab.go.id](https://dataumkm.slemankab.go.id/).  
<https://dataumkm.slemankab.go.id/newportal>.
- Istiqomah, and Irsad Andriyanto. 2017. "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus)." *jurnal BInsis dan Manajemen Islam* 5(2): 55–104.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santi, Nur. 2022. ar-raniry.ac.id "Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Pengolahan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kota Banda Aceh."
- Suherningtyas, Nita. 2017. "Analisis Spasial Persebaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta." 11(1): 101–7.
- Triyanti, Dyah Riniarsi. 2020. "Outlook Kedelai 2020." *Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian*: 1–84.