

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KRIPIK UBI PADA KELOMPOK USAHA OPANG MADANGU DI DESA BIDIPRAING KECAMATAN LEWA TIDAHU KABUPATEN SUMBA TIMUR

*STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF THE UBI CRIPICS BUSINESS IN THE OPANG MADANGU BUSINESS GROUP IN BIDIPRAING VILLAGE, LEWA TIDAHU DISTRICT, EAST SUMBA DISTRICT*

<sup>1</sup>Umbu Laura Padaraga<sup>1)</sup>, Junaedin Wadu<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

### ABSTRACT

The aim of this research is to analyze internal and external problems consisting of strengths, weaknesses, opportunities and threats as well as strategies for developing the sweet potato chips business in the Opang Madangu business group in Bidipraing Village, Lewa Tidahu District, East Sumba. This type of research uses descriptive and quantitative research methods. This research involved 12 informants. The accidental sampling method was used in sampling. The data analysis method used is SWOT analysis to determine the evaluation matrix of internal factors (IFE), external factors (EFE), internal external (IE), strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT) and strategic plans, as well as a quantitative matrix (QSPM). The research results show that the internal element which is the most important strength is the abundance of raw materials and the biggest weakness is the lack of knowledge and the external factor which is the biggest opportunity is cooperation from other industries or market partners. The biggest threat to the sweet potato chips business in the Opang Madangu business group is changes in consumer tastes. The main strategy for developing Opang Madangu commercial chips is product innovation so that consumers have more diverse choices.

Keywords: SWOT analysis, development strategy, sweet potato chips business.

### INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis permasalahan internal dan eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta strategi pengembangan usaha kripik ubi pada kelompok usaha Opang Madangu di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Sumba Timur. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 12 informan. Metode *accidental sampling* digunakan dalam pengambilan sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk penentuan matriks evaluasi faktor internal (IFE), faktor eksternal (EFE), internal eksternal (IE), kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman (SWOT) dan rencana strategis, serta matriks kuantitatif (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur internal yang menjadi kekuatan terpenting adalah banyaknya bahan baku dan kelemahan terbesar adalah kurangnya pengetahuan dan faktor eksternal yang menjadi peluang terbesar adalah kerjasama dari industri lain atau mitra pasar. Ancaman terbesar usaha kripik ubi pada kelompok usaha Opang Madangu adalah perubahan selera konsumen. Strategi utama pengembangan keripik komersial Opang Madangu adalah inovasi produk agar konsumen memiliki pilihan yang lebih beragam.

Kata kunci: analisis SWOT, strategi pengembangan, usaha kripik ubi.

### PENDAHULUAN

Kabupaten Sumba Timur berperan penting dalam upaya memaksimalkan manfaat bagi kelangsungan hidup masyarakat melalui operasi eksplorasi sumber daya terorganisir dibidang pertanian. Sektor pertanian di

Kabupaten Sumba Timur terdiri dari tanaman pangan, hortikultura, dan perkebunan.. Tanaman yang paling sering dibudidayakan di Kabupaten Sumba Timur adalah tanaman pangan, seperti padi, jagung, kedelai, kacang tanah, kacang hijau, singkong, dan ubi jalar.

<sup>1</sup> Correspondence author: Umbu Laura Padaraga. Email: [umbulaurapadaraga@gmail.com](mailto:umbulaurapadaraga@gmail.com)

Potensi umbi-umbian di Kabupaten Sumba Timur cukup memuaskan, hal ini ditunjukkan dengan data bahwa setiap tahun produksi masyarakat mencapai 21.744 ribu ton ubi kayu (BPS Sumba Timur, 2020).

Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu memiliki potensi umbi-umbian yang melimpah, pada tahun 2022 Desa Bidipraing memberikan sumbangan produksi ubi kayu. Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur mempunyai besar lahan yang dikelola sebesar 8 hektar dengan hasil panen 62 ton ubi kayu Secara garis besar Desa Bidipraing merupakan salah satu penyumbang hasil pertanian ubi kayu. (BPS Sumba Timur, 2022).

Umbi-umbian jika diolah lebih lanjut memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, salah satunya ialah keripik ubi. Keripik ubi merupakan produk yang cocok untuk diusahakan saat ini, proses pembuatannya sangat mudah sehingga kebanyakan masyarakat Indonesia sudah mengetahui makanan yang satu ini. Keripik ubi merupakan salah satu makanan favorit yang sudah tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia (Indariswati et al., 2011).

Pengolahan produk kripik ubi telah dilakukan oleh salah satu UMKM yang bernama Opang Madangu. Usaha UMKM ini berada di Desa Bidipraing Kabupaten Sumba Timur. Industri ini tumbuh dan berkembang, namun produksinya masih kurang baik sehingga penjualannya masih tergolong rendah. Salah satu penyebabnya karena kelompok UMKM tersebut memproduksi olahan keripik ubi hanya pada saat adanya permintaan konsumen. Hal tersebut berdampak pada pendapatan yang tidak menentu dari UMKM tersebut. Selain itu kompetisi yang semakin ketat menyebabkan usaha ini harus meningkatkan daya saing dalam mengembangkan usaha agar tidak mengalami kerugian. Permasalahan ini memerlukan strategi untuk mengembangkannya. Menurut Harahap *et al.*,

(2021) keinginan untuk mencapai target yang diinginkan menuntut usaha untuk menyusun rencana strategis untuk pengembangan UMKM. Dalam menetapkan strategi kemitraan, berbagai faktor diidentifikasi secara sistematis. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan internal dan eksternal, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha dengan melakukan analisis SWOT. Oleh karena itu dilakukan analisis faktor internal eksternal untuk mengidentifikasi faktor-faktor baik berupa kekuatan, kelemahan maupun peluang dan ancaman. Faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi pengembangan usaha, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi dalam tindak lanjut usaha yang dijalankan (Subaktih et al., 2018).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka diperlukan strategi pengembangan usaha kripik ubi pada kelompok usaha Opang Madangu di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman serta menentukan strategi yang tepat terhadap usaha keripik ubi UMKM Opang Madangu.

## METODE PENELITIAN

Penentuan desa Bidipraing sebagai subyek penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa di Desa Bidipraing Kecamatan Kabupaten Sumba Timur terdapat UMKM yang sedang mengembangkan usaha kripik ubi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan februari – mei 2024.

Dalam penentuan sampel yang akan diwawancara digunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 12 orang yang terdiri dari 1 kelompok tani dan 11 orang anggota. Sampel tersebut dijadikan sebagai sumber informasi, yaitu orang yang mengetahui hal-hal yang berkaitan pengembangan produk kripik ubi di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif dengan 12 indikator menggunakan analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara langsung dengan responden yang menjalankan usaha Opang Mandangu. Analisis keadaan alam dari faktor internal dengan matriks IFAS (*Summary of Internal Factors Analysis*), analisis lingkungan eksternal dengan matriks EFAS (*Summary of External Factors Analysis*), analisis dengan matriks I-E dan dengan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Matrix.

Adapun beberapa tahapan yang dilakukan adalah: Pertama, menginput data ke dalam matrix internal dan eksternal, pembobotan untuk setiap faktor dengan skala 1,0 (paling berpengaruh) sampai 0,0 (tidak berpengaruh), penentuan nilai rating dimulai dengan skala 1-4, Kedua, menciptakan pilihan strategis yang layak melalui rekonsiliasi faktor internal dan eksternal yang dibuat matriks IE untuk memilih keadaan bisnis. Ketiga,

membentuk strategi pengaplikasian matriks SWOT, dan keempat adalah pengaplikasian matriks rencana strategis kuantitatif (QSPM) untuk menggambarkan kinerja relatif dari strategi tersebut dengan menentukan daya tarik strategi yang diusulkan bagi responden dengan menentukan skor yang disukai sebesar 1 sangat tidak menarik; 2 tidak menarik, 3 menarik, 4 sangat menarik. Selanjutnya dihitung skor daya tarik keseluruhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Identifikasi faktor internal pengembangan bisnis keripik ubi di Desa Bidipraing.**

Faktor internal yang terlibat dalam pengembangan bisnis keripik ubi di Desa Bidipraing adalah sumber daya, manajemen, keuangan, dan teknologi. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis keripik ubi Opang Madangu di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha kripik ubi Opang Madangu di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Sumber daya	Memiliki sumber daya melimpah Ketersedian lahan cukup luas untuk pengembangan bahan baku	Skill dan pengetahuan masih minim
Manajemen	Tersedianya tenaga kerja Memiliki surat izin	Manajemen pengolahan usaha belum begitu baik Akses ke lokasi cukup jauh
Keuangan	Harga produk cukup terjangkau	Keterbatasan modal
Teknologi		Peralatan masih manual

### **Identifikasi faktor eksternal pengembangan usaha kripik ubi di Desa Bidipraing**

Faktor eksternal yang dimaksud adalah manajemen, pemerintah, faktor alam, dan faktor luar. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman usaha kripik ubi Opang Madangu di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Peluang dan ancaman strategi pengembangan usaha kripik ubi di Desa Mbipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur

Faktor strategi eksternal	Peluang	Ancaman
Manajemen	1. Penjualan produk menggunakan media sosial 2. Bekerjasama dengan pihak lain/mitra dagang 3. memiliki target pasar yang jelas	1. Resep mudah ditiru
Pemerintah	1. Pemerintah terus menganjurkan petani agar selalu mengembangkan usaha rumah tangga	
Faktor alam		1. Cuaca tidak menentu
Faktor luar	1. Permintaan pasar yang cukup besar	Banyaknya pesaing baru Harga bahan baku fluktuatif Perubahan selera konsumen

### Analisis matrix IFE pengembangan usaha kripik ubi di Desa Bidipraing

Internal faktor evaluation (IFE) menentukan kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan

usaha keripik ubi jalar di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur. Hasil perhitungan matriks internal disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis matrix IFE pengembangan usaha keripik ubi di Desa Bidipraing

No	Uraian Internal	Bobot Rata-Rata	Bobot Relatif(A)	Ranting Rata-Rata (B)	Score (Ax <b>b</b> )
1	Memiliki Bahan Baku yang Melimpah	4,000	0,120	4	0,481
2	Ketersedian Lahan Untuk Penegembangan Usaha	3,750	0,113	3	0,338
3	Tersedianya Tenaga Kerja	3,167	0,095	3	0,286
4	<b>Harga Produk</b> yang Cukup Terjangkau	3,083	0,093	3	0,278
5	Memiliki Surat Izin	3,083	0,093	3	0,278
<b>Kelemahan</b>					
1	<b>Skil</b> dan Pengetahuan Masih Minim	3,917	0,118	3	0,353
2	Keterbatasan Modal	3,250	0,098	3	0,293
3	Manajemen Usaha Belum Begitu Baik	3,083	0,093	3	0,278
4	<b>Akses ke Lokasi</b> Cukup Jauh	2,917	0,088	2	0,175
5	Peralatan Belum Memadai	3,000	0,090	3	0,271
<b>Jumlah KekuatandDan Kelemahan</b>		33,25	1,000	30	3,033

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan utama dalam usaha pengembangan kripik ubi di Desa Bidipraing adalah memiliki bahan baku yang melimpah dengan nilai sebesar 0,481. Artinya para pengusaha beranggapan bahwa kekuatan utamanya dalam berusaha kripik ubi didukung oleh adanya bahan baku yang melimpah. Hal ini dikarenakan Ssbagian besar petani di Desa Bidipraing membudidayakan tanaman umbi-umbian (Naibaho, 2013). Persediaan bahan baku memegang peranan penting karena operasional perusahaan bergantung pada ketersediaan bahan baku. Selain itu kekuatan lain yang mendukung usaha tersebut adalah

ketersediaan lahan untuk pengembangan usaha dengan skor 0,338. Lahan yang tersedia di Desa BIdipraing memungkinkan untuk melakukan kegiatan produksi bahan baku seperti budidaya singkong, sehingga menunjang usaha peetani di Desa Bidipraing. Menurut (Wadu *et al.*, 2019), bertambahnya lahan pertanian dapat meningkatkan produksi. Kelemahan terbesar terletak pada skil dan pengetahuan yang masih minim dengan nilai kelemahan terbesar 0,353, artinya para petani beranggapan kemampuan untuk melakukan suatu inovasi ataupun diversifikasi produk serta menganalisis pontensi pasar masih sangatlah rendah dalam pengembangan usaha kripik ubi.. Menurut Arini, *et all* (2023)

perkembangan sumber daya manusia harus dilakukan dari berbagai sudut pandang untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Kelemahan lainnya yang terjadi adalah keterbatasan modal dengan skor 0,293. Menurut Purwanti (2013) modal usaha terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Hal ini perlu diperhatikan karena menunjukkan bahwa modal usaha mempunyai arti yang paling penting.

Tabel 4. Analisis matrix EFE pada pengembangan usaha kripik ubi di Desa Bidipraing

No	Peluang	Bobot Rata-Rata	Bobot Relatif(A)	Ranting Rata-Rata(B)	Score (AXB)
1	Pemerintah terus menganjurkan petani agar selalu mengembangkan usaha rumah tangga	3,917	0,118	3	0,353
2	Permintaan Pasar yang Cukup Besar	3,833	0,115	3	0,346
3	Penjualan Produk Menggunakan Media Sosial	3,417	0,103	3	0,308
4	Bekerja Sama Dengan Pihak Lain /Mitra Dagang	4,000	0,120	4	0,481
5	Memiliki Target Pasar yang Jelas	3,667	0,110	3	0,331
<b>Ancaman</b>					
1	Banyaknya Pesaing Baru	2,917	0,088	2	0,175
2	Resep Mudah Ditiru	2,083	0,063	2	0,125
3	Perubahan Selera Konsumen	3,833	0,115	3	0,346
4	Harga Bahan Baku Fluktuatif	2,583	0,078	2	0,155
5	Cuaca Tidak Menentu	3,000	0,090	3	0,271
<b>Jumlah Peluang dan Ancaman</b>		<b>33,25</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>2,892</b>

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa faktor eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha kripik ubi dan menjadi peluang utama adalah bekerja sama dengan pihak lain/mitra dengan nilai 0,481. Para petani beranggapan mereka cukup mempunyai mitra dagang yang cukup banyak sehingga mitra dagang seperti toko kelontong dan kios bisa menjadi mitra bisnis di sekitar maupun di luar Kecamatan Lewa. Menurut Rusdi *et al.*, (2021) perdagangan dapat terjadi apabila terdapat hubungan yang terjalin baik antara pedagang dan masyarakat, di sini tingkah laku seseorang memengaruhi tingkah lakunya atau sebaliknya sehingga terdapat kemungkinan terjalinnya kerjasama yang baik antar-pelaku usaha dan masyarakat. Ancaman tertinggi terletak pada perubahan selera konsumen dengan nilai 0,346. Perubahan selera konsumen terjadi karena setiap konsumen mempunyai pilihan yang berbeda serta adanya barang baru yang

#### Analisis matrix EFE pada pengembangan usaha kripik ubi

External faktor evalutian ( EFE ) menentukan peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha keripik ubi jalar di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur. Hasil perhitungan matriks internal disajikan pada Tabel 4.

lebih bervariasi sehingga pengelola usaha harus melakukan inovasi dalam memproduksi produk agar konsumen memiliki banyak alternatif pilihan. Menurut Suroso (2014) pengembangan produk menjadi pertimbangan terpenting bagi pelanggan dalam menentukan minat pembeliannya. Pelanggan akan melihat dan menanyakan informasi lebih detil untuk produk yang dipilihnya.

#### Matriks Eksternal Internal (IE)

Untuk menentukan strategi pengembangan usaha kripik ubi di Desa Bidipraing, diperlukan analisis matriks internal dan eksternal. Nilai pada matriks IE yang didasarkan pada bobot matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 . Total rata-rata nilai tertimbang nilai IE

Kuat (3,0-4,0)	rata-rata (2,0-2,9)	lemah (1,0-1,9)	
Kuat (3,0 - 4,0)	I ( <i>Growth and build</i> )	II ( <i>growth and build</i> )	III ( <i>hold and maintain</i> )
Rata-rata (2,0-2,9)	IV ( <i>growth and build</i> )	V ( <i>hold and maintain</i> )	VI ( <i>Harvest divest</i> )
Lemah( 1,0 -1,9)	VII ( <i>hold maintain</i> )	VIII ( <i>divest</i> )	IX ( <i>harvest or divest</i> )

Jumlah angka pada matriks IFE sebesar 3,033 dan angka tertinggi pada matriks EFE sebesar 2,892. Berdasarkan analisis hasil perencanaan pengembangan, pengembangan usaha keripik Opang Madangu di Desa Bidipraing Kecamatan Lewa Tidahu Kabupaten Sumba Timur berada pada kuadran I dan V yang berarti tumbuh dan berkembang. Menurt Satoto, & Norhabiba (2021) strategi intensif bertemu (penetrasi pasar, pengembangan dan pengembangan pasar produk) atau integrasi

(integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal.

#### Matriks SWOT

Setelah mengetahui letak pengembangan usaha keripik ubi di Desa Bidipraing, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi yang cocok untuk untuk pengembangan usaha yang dikelola. Berikut adalah tabel matrix SWOT (Tabel 6).

Tabel 6. Matrix SWOT

INTERNAL	STRENGHST (S) Memiliki bahan baku yang melimpah Ketersedian lahan untuk pengembangan Tersedianya tenaga kerja Harga produk yang cukup terjangkau Memiliki surat izin	WEAKNESS (W) Skil dan pengetahuan masih minim Keterbatasan modal Manajemen usaha belum baik Akses ke lokasi yang cukup jauh Peralatan yang belum memadai
OPPORTUINIES (O) Pemerrintah menganjurkan petani agar terus mengembangkan usaha rumah tangga Permintaan pasar yang cukup besar Penjualan produk menggunakan media sosial Bekerjasama dengan pihak lain/mitra dagang Memiliki target pasar yang jelas	STRATEGI (SO) Meningkatkan hasil produksi bahan baku untuk memenuhi permintaan keripik ubi yang cukup banyak Memperluas kerja sama dengan mitra dagang	STRATEGI (WO) Penguatan kapasitas pelaku usaha melalui kerjasama dengan pemerintah atau pihak lainya dan membentuk pelatihan-pelatihan Memperluas pasar melalui pemanfaatan media sosial sebagai media promosi
TREATHS (T) Banyaknya pesaing baru Resep mudah ditiru Perubahan selera konsumen Nilai bahan baku fluktuatif Cuaca tidak menentu	STRATEGI (ST) Mempertahankan kualitas produk agar lebih terjamin Membuat brand sebagai salah satu citra dari identitas produk	STRATEGI (WT) Melakukan inovasi/ diversifikasi produk agar konsumen mempunyai alternatif pilihan.

### **Quantitative strategic planning matrix (QSPM)**

Untuk menentukan prioritas strategi maka digunakan analisis QSPM, Setiap responden menyerahkan skor yang dapat diukur terhadap rencana yang diusulkan. Setelah itu diperoleh nilai rata-rata total observasi (TAS) sesuai hasil analisis QSPM sebagaimana disajikan pada tabel 6. Berikut adalah urutan prioritas strategi yang ditawarkan dengan mengacu pada total TAS mulai dari skor terendah hingga tertinggi:

- Meningkatkan hasil produksi bahan baku untuk memenuhi permintaan keripik ubi TAS = 7,203
- Memperluas kerja sama dengan mitra dagang TAS = 7,183

- Penguatan kapasitas pelaku usaha melalui kerja sama dengan pemerintah atau pihak lainnya dan membentuk pelatihan – pelatihan TAS = 7,326
- Memperluas pasar melalui pemanfaatan media sosial sebagai media promosi TAS = 7,228
- Mempertahankan kualitas produk agar lebih terjamin TAS = 7,125
- Membuat brand sebagai salah satu citra dari identitas produk TAS = 7,263
- Melakukan inovasi/diversifikasi produk agar konsumen mempunyai pilihan.TAS = 7,424.

Tabel 7. Hasil analisis matrix QSPM

No	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	Total TAS	Prioritas strategi
1	Meningkatkan hasil produksi bahan baku untuk memenuhi permintaan keripik ubi	7,203	5
2	Memperluas kerjasama dengan mitra dagang	7,183	6
3	Penguatan kapasitas pelaku usaha melalui kerjasama dengan pemerintah atau pihak lainnya dan mengadakan pelatihan – pelatihan	7,326	2
4	Memperluas pasar melalui pemanfaatan media sosial sebagai media promosi	7,228	4
5	Mempertahankan kualitas produk agar lebih terjamin	7,125	7
6	Membuat <i>brand</i> sebagai salah satu citra dari identitas produk	7,263	3
7	Melakukan inovasi/diversifikasi produk agar konsumen mempunyai pilihan.	7,424	1

Sumber : Data primer 2024.

### **KESIMPULAN**

Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang merupakan kekuatan utama dalam pengembangan usaha kripik ubi Opang Madangu adalah dimilikinya bahan baku yang melimpah. Adapun kekurangan utamanya adalah skil dan pengetahuan yang masih minim. Adapun faktor eksternal yang menjadi peluang penting adalah bekerjasama dengan pihak lain/mitra dagang, sedangkan faktor

eksternal yang menjadi ancaman adalah perubahan selera konsumen. Berdasarkan analisis QSPM, strategi prioritas yang direkomendasikan dalam pengembangan usaha kripik ubi Opang Madangu adalah melakukan inovasi/diversifikasi produk agar konsumen mempunyai pilihan.

### **SARAN**

Usaha kripik ubi Opang Madangu perlun meningkatkan kualitas sumber daya manusia

melalui pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan skil dan pengetahuan para anggota kelompok serta melakukan inovasi dalam pengembangan usaha agar konsumen mempunyai banyak pilihan sehingga konsumen tidak bosan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumba Timur. (2020). Statistik Pertanian Kabupaten Sumba Timur.
- Eti Arini, Onsardi, R. I. (2023). Kompetensi Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. E. 5, 20–35.
- Harahap, S., Saleh, K., & Harahap, g. (2021). Strategi Pemasaran Keripik Singkong Cap Kelinci Industri Rumah Tangga di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Pertanian (Jiperta)*, 3(1), 45–55. <Https://doi.org/10.31289/jiperta.v3i1.425>
- Indariswati, P., Raharja, S., & Soekarto, S.T. (2011). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa di Bekasi. *Scientific Repository*, 6(2), 99–104. <Http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/43724>
- Naibaho, A. T. (2013). Analisis Pengendalian Internal Persediaan Bahan Baku Terhadap Efektivitas Pengelolaan Persediaan Bahan Baku. 1(3), 63–70.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Lipids*, 5(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/bf02532975>
- Rusdi, M., Loilatu, S.H., Ismail, I., Mardiah, R., & Papuangan, A. A. (2021). Interaksi Sosial Pedagang Sayur di Pasar Induk Namlea Kabupaten Buru. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 7(4), 95–101. <https://doi.org/10.58258/jime.v7i4.2376>
- Satoto, H. F., & Norhabiba, F. (2021). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matriks. 18(4), 109–115.
- Statistik, B. P., & Timur, K.S. (2022). BPS Sumba Timur Kecamatan Lewa Tidihau Dalam Angka 2022.
- Subaktih, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107. <https://doi.org/10.19184/jagt.v12i02.9276>
- Suroso, Bayu Hendrawan, S. S. I. (2014). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup. 2.
- Wadu, J., Nuswantara, B., Kristen, U., Wacana, S. (2019). Strategi Menghadapi Risiko Produksi Padi Sawah di Kabupaten Sumba Timur. 22(2), 231–256.