

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Kesimpulan

Industri keripik kentang di Kabupaten Solok merupakan industri yang tergolong kedalam industri rumah tangga dengan tenaga kerja rata-rata 3 orang dengan produksi rata-rata 12 kg per hari. Dilihat dari segi pendidikan, pengusaha keripik kentang rata-rata berpendidikan menengah (SLTA). Usaha industri keripik kentang dapat memberikan nilai tambah bagi pengusaha dan menjadi sumber penghasilan bagi tenaga kerja. Dengan menggunakan metode Hayami didapatkan nilai tambah pengolahan setiap 1 kg kentang menjadi 0,24 kg keripik sebesar Rp.11.860, dimana bagian pekerja Rp. 3.000 atau 25,30 persen sedangkan bagian pengusaha Rp.8.860 atau 74,70 persen. Dilihat dari efisiensi usaha, industri keripik kentang layak untuk diusahakan melihat nilai R/C rasio sebesar 1.20 atau lebih besar dari satu.

Industri keripik kentang di kabupaten Solok masih menghadapi berbagai permasalahan berupa kelemahan dan ancaman disamping adanya kekuatan dan peluang. Faktor yang menjadi kekuatan adalah : 1) Fleksibilitas usaha; 2) Penjualan produk langsung ke konsumen; 3) Produk yang dihasilkan tanpa bahan pengawet; 4) Usaha berasal dari modal sendiri; 5) Tersedianya bahan baku kentang lokal. Sementara kelemahan yang dimiliki industri keripik kentang yaitu : 1) Belum adanya kelembagaan usaha; 2) Saluran distribusi masih terbatas; 3) Label produk belum lengkap; 4) Harga bahan baku yang fluktuatif 6) Belum mempunyai standar dalam produksi; dan 7) Kurangnya perhatian terhadap penelitian dan pengembangan.

Faktor-faktor eksternal berupa peluang yang dihadapi industri keripik kentang di Kabupaten Solok yaitu : 1) Pertumbuhan jumlah penduduk; 2) Tren makanan praktis dan cepat saji; 3) Banyaknya lokasi wisata di Kabupaten Solok; 4) Adanya budaya membawa oleh-oleh; 5) Dukungan pemerintah dalam pengembangan UKM; 6) Perkembangan teknologi produksi, informasi dan komunikasi. Sedangkan ancaman yang dihadapi adalah : 1) kenaikan harga energi

(BBM, gas dan listrik), 2) Adanya tren konsumsi makanan sehat; 3) Peraturan tentang perlindungan konsumen; 4) Kemudahan memasuki industri keripik kentang; 6) Adanya produk keripik kentang yang sudah terkenal; 7) Banyaknya produk makanan ringan lain baik lokal maupun impor di pasar .

Pada tahap input didapat hasil total nilai tertimbang matrik IFE dan EFE masing-masing 2,2222 dan 2,2079. Pada tahap pencocokan menggunakan matriks IE, angka ini menunjukkan industri keripik kentang berada pada kuadran V yang artinya strategi *hold and maintain* (bertahan dan pelihara) merupakan alternatif yang cocok untuk usaha yang berada pada posisi ini. Selanjutnya, melalui hasil pencocokan pada matriks SWOT menghasilkan 8 (delapan) alternatif strategi yang kemudian dipilih melalui matriks QSPM sehingga diperoleh prioritas strategi sebagai berikut :

1. Memperbaiki dan mengembangkan produk keripik kentang secara berkelanjutan dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang (strategi WO dengan nilai STAS 6,9870)
2. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengusaha keripik kentang melalui pembentukan kelembagaan usaha (strategi WO dengan nilai STAS 5,8476)
3. Membentuk unit litbang daerah untuk mendorong inovasi produk, produksi dan pemasaran keripik kentang (strategi WT dengan nilai STAS 5,6700)
4. Memfasilitasi pemasaran produk ke lokasi-lokasi wisata dan media internet (strategi SO dengan nilai STAS : 5,6675)
5. Mengembangkan produk makanan sehat berbahan kentang (strategi ST dengan nilai STAS : 5,5850)
6. Mengembangkan keripik kentang dengan kemasan ekonomis dan menarik (strategi SO dengan nilai STAS 5,5438)
7. Mendorong penciptaan hubungan baik dengan konsumen dan penekanan promosi pada kealamian produk (strategi ST dengan nilai STAS 5,2231)
8. Mengembangkan alternatif pengolahan komoditas pertanian selain kentang (strategi WT dengan nilai STAS 4,5471).

## 7.2 Saran

1. Program dan kegiatan pemerintah daerah Kabupaten Solok sebaiknya fokus kepada perbaikan kualitas produk sesuai dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi serta tren selera konsumen
2. Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut tentang persepsi konsumen terhadap keripik kentang yang dihasilkan industri di Kabupaten Solok.
3. Diperlukan integrasi kegiatan antara sektor pertanian sebagai hulu, sektor UKM sebagai proses dan sektor pariwisata sebagai hilir pemasaran produk keripik kentang.
4. Adanya komitmen pemerintah daerah untuk fokus dalam mengembangkan produk dengan menjadikan keripik kentang dan olahan kentang lainnya sebagai prioritas pengembangan produk unggulan daerah Kabupaten Solok.

