

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM KERIPIK
TEMPE MANSHURIN DI KECAMATAN PADANG GANTING
KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI

UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh

**KHAIRATUN NISA
NIM. 2110223030**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM KERIPIK TEMPE MANSHURIN DI KECAMATAN PADANG GANTING KABUPATEN TANAH DATAR

Abstrak

UMKM Keripik Tempe Manshurin di Kecamatan Padang Ganting, Kabupaten Tanah Datar, merupakan salah satu usaha kecil yang menghadapi tantangan berupa minimnya inovasi produk, manajemen usaha yang belum terstruktur, serta keterbatasan kapasitas dalam memenuhi permintaan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha serta merumuskan strategi yang tepat. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan meliputi kualitas produk yang baik, harga terjangkau, daya tahan produk lama, serta kepemilikan izin P-IRT dan sertifikasi halal, sementara kelemahan utama mencakup minimnya inovasi produk, kapasitas produksi terbatas, dan manajemen usaha yang belum terstruktur. Dari sisi eksternal, peluang utama adalah potensi pasar lokal yang luas, sedangkan ancaman meliputi persaingan produk sejenis dan kondisi ekonomi yang fluktuatif. Integrasi analisis SWOT dan QSPM menghasilkan strategi prioritas berupa pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kapasitas produksi (TAS 6,23) dan inovasi kemasan produk (TAS 6,08). Penerapan strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, menstabilkan pendapatan, serta mendukung keberlanjutan UMKM Keripik Tempe Manshurin sebagai salah satu pelaku usaha lokal yang berperan penting dalam penguatan perekonomian daerah.

Kata kunci: UMKM, Keripik Tempe, Strategi Pengembangan, SWOT, QSPM.

Business Development Strategy of Keripik Tempe Manshurin in Padang Ganting District, Tanah Datar Regency

Abstract

Keripik Tempe Manshurin, a micro small and medium-sized enterprise (MSME) in Padang Ganting District, Tanah Datar Regency, faces several challenges, including a lack of product innovation, unstructured business management, and limited production capacity to meet market demand. This study aims to identify the internal and external factors that influence business development and to formulate effective strategies. The analysis indicates that the business's internal strengths include good product quality, affordable prices, long product durability, and P-IRT and halal certification. Conversely, the primary weaknesses are a lack of product innovation, limited production capacity, and unstructured business management. From the external perspective, the primary opportunity lies the extensive local market potential while threats include competition from similar products and volatile economic conditions. Based on the SWOT and QSPM analysis, the resulting priority strategies are the utilization of technology to increase production capacity (TAS 6.23) and product packaging innovation (TAS 6.08). The implementation of these strategies is expected to enhance competitiveness, expand market share, stabilize income, and support the sustainability of Keripik Tempe Manshurin as a local business that contributes significantly to regional economic development.

Keywords: *MSME, Tempe Chips, Business Development Strategy, SWOT, QSPM.*