

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK TEMPE
KEMAL DI KECAMATAN SITIUNG KABUPATEN
DHARMASRAYA**

SKRIPSI

Oleh



**ERNI WIDI ASTUTI
NIM. 2110222009**

PEMBIMBING I : Dr. Ir. IRA WAHYUNI SYARFI, M.S

PEMBIMBING II : Ir. DWI EVALIZA, M.Si

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK TEMPE KEMAL DI KECAMATAN SITIUNG KABUPATEN DHARMASRAYA

Abstrak

Usaha Keripik Tempe Kemal merupakan usaha mikro yang memproduksi tempe mentah menjadi olahan keripik tempe yang berlokasi di Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya. Semakin majunya teknologi dan semakin banyaknya pesaing, usaha ini menghadapi beberapa masalah yang menghambat usahanya, baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan usaha serta merumuskan strategi pengembangan Usaha Keripik Tempe Kemal. Dengan metode penelitian deskriptif kualitatif serta kuantitatif. Alat yang digunakan termasuk Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks *Internal-External* (IE), dan Matriks *Quantitative Strategic Planning* (QSPM). Berdasarkan perhitungan menggunakan matriks IFE dan EFE, didapatkan nilai IFE sebesar 2,65 dan nilai EFE 2,84. Sehingga didapatkan matriks IE pada kuadran V yaitu menjaga dan bertahan. Sehingga pilihan strategi alternatifnya adalah: (1) menjaga loyalitas dengan menjaga produksi sesuai standar mutu pada perizinan yang diperoleh (2) menjaga kerjasama internal untuk mempertahankan konsistensi rasa sebagai produk keripik tempe sehat (3) mengembangkan variasi ukuran kemasan (4) mempertahankan kerjasama dengan pemasok (5) menjalin kerjasama dengan swalayan lokal. Didaptkan strategi prioritas QSPM yaitu menjaga kerjasama internal untuk mempertahankan konsistensi rasa sebagai keunggulan kompetitif untuk memperkuat merk, serta mengembangkan produk keripik tempe sehat.

Kata Kunci : EFE, IFE, QSPM, SWOT, Strategi pengembangan



DEVELOPMENT STRATEGY FOR KEMAL TEMPEH CHIP BUSINESS IN SITIUNG SUB-DISTRICT, DHARMASRAYA REGENCY

Abstarct

Kemal Tempeh Chips is a microenterprise that processes raw tempeh into tempeh chips, located in Sitiung District, Dharmasraya Regency. The advancement of technology and increasing competition, this business faces several challenges that hinder its growth, both from internal and external environments. This study aims to identify the business environment and formulate development strategies for Kemal Tempeh Chips. The research employs a combination of descriptive, qualitative, and quantitative methods. The analytical tools used include the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal-External (IE) Matrix, and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Based on the IFE and EFE calculations, the scores obtained are 2.65 and 2.84, respectively. These results place the business in Quadrant V of the IE Matrix, indicating a “hold and maintain” strategy. Therefore, the alternative strategies include: (1) maintaining customer loyalty by ensuring product quality according to licensing standards, (2) strengthening internal collaboration to maintain taste consistency as a healthy tempeh chip product, (3) developing various packaging sizes, (4) maintaining cooperation with suppliers, and (5) establishing partnerships with local supermarkets..

Keyword : EFE, IFE, QSPM, SWOT, Development Strategy

