

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TEMPE A-ZAKI DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI

OLEH

**MUHAMMAD ALWI RIDHO FITRA
1910221053**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2026

ABSTRAK

UMKM Tempe A-Zaki merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi tempe di Kelurahan Pisang, Kecamatan Pauh, Kota Padang. Dalam pengembangannya, usaha ini menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan kapasitas produksi, pengelolaan keuangan, dan jangkauan pemasaran yang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT yang didukung oleh Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Tempe A-Zaki memiliki skor IFE sebesar 2,53 yang mengindikasikan kondisi internal cukup kuat. Kekuatan utama terletak pada kualitas produk yang tinggi, proses produksi yang konsisten, pengawasan langsung oleh pemilik, tenaga kerja lokal yang loyal, serta produk yang telah dikenal di pasar lokal. Sementara itu, kelemahan utama meliputi sistem pembukuan yang belum tertata, pemasaran yang belum berbasis digital, kapasitas produksi terbatas, dan sistem manajemen usaha yang masih sederhana. Dari sisi eksternal, diperoleh skor EFE sebesar 2,7 yang menunjukkan kemampuan usaha dalam merespons lingkungan eksternal berada pada kategori sedang menuju baik. Peluang utama berasal dari dukungan pemerintah terhadap UMKM, tingginya permintaan tempe di pasar lokal, perkembangan pemasaran digital, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi makanan bergizi. Adapun ancaman utama meliputi fluktuasi harga kedelai, persaingan dengan produsen tempe skala besar, serta kenaikan harga bahan baku. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang direkomendasikan adalah strategi *Strength–Opportunities* (SO), yaitu pemanfaatan kualitas produk tempe yang tinggi untuk memenuhi tingginya permintaan pasar lokal. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat daya saing UMKM Tempe A-Zaki di Kota Padang.

Kata kunci: UMKM, Strategi, SWOT, IFE, EFE, Tempe

ABSTRACT

Tempe A-Zaki MSME is a small-scale enterprise engaged in tempeh production located in Pisang Village, Pauh District, Padang City, Indonesia. In its development, the business faces several constraints, including limited production capacity, weak financial management, and restricted market reach. This study aims to identify internal and external factors and formulate appropriate business development strategies. This research employs a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation. Data analysis was conducted using SWOT analysis supported by the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. The results show that the MSME obtained an IFE score of 2.53, indicating a moderately strong internal condition. The main strengths include high product quality, consistent production processes, direct managerial supervision by the owner, loyal local workforce, and strong product recognition in the local market. Meanwhile, the main weaknesses are unstructured financial records, limited digital marketing, constrained production capacity, and a relatively simple management system. From the external perspective, the EFE score of 2.7 indicates a moderate to good ability to respond to environmental conditions. Key opportunities include government support for MSMEs, high local demand for tempeh, the development of digital marketing platforms, and increasing public awareness of nutritious food consumption. Major threats consist of fluctuating soybean prices, competition with large-scale tempeh producers, and rising raw material costs. Based on the SWOT analysis, the recommended strategy is the Strength–Opportunities (SO) strategy, which focuses on leveraging high product quality to meet strong local market demand. This strategy is expected to enhance sales performance, expand market share, and strengthen the competitiveness of Tempe A-Zaki MSME in Padang City.

Keywords: MSMEs, Development Strategy, SWOT, IFE, EFE, Tempe