

Research Article

Strategi Pengembangan Industri Kecil Pengolahan Tempe Berbahan Baku Kedelai dari Lahan Gambut Kota Palangka Raya

Strategy for Small Industry Development for Processing of Soybean-Based Tempeh From the Peatlands of Palangka Raya City

Saputera^{1✉}, Herry Palangka Jaya¹, Yuliana²

¹ Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Palangka Raya, Kampus UPR Tunjung Nyaho, Palangkaraya 73111, Indonesia

² Mahasiswa Program Pascasarjana Ilmu Lingkungan, Universitas Palangka Raya, Kampus UPR Tunjung Nyaho, Palangkaraya 73111, Indonesia

✉Corresponding Author: saputeramardi@tip.upr.ac.id

Received 10 October 2022

Revised 02 November 2022

Accepted 01 December 2022

Citation:

Saputera, S., Jaya, Herry Palangka., & Yuliana, Y.. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kecil Pengolahan Tempe Berbahan Baku Kedelai dari Lahan Gambut Kota Palangka Raya. *Journal of Peat Science and Innovation*, 1(2), pp53-64.

Abstract. This study aims to determine the internal and external factors that can influence the development of the tempe processing industry and find out alternative strategies that can be applied in developing the tempe industry made from soybeans from the peatlands of Palangka Raya City. Data analysis was carried out using SWOT analysis to evaluate strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the strategic planning of a small industry for processing tempeh made from soybeans from peatlands. The results of the analysis show that there are several internal and external factors that influence the development of the tempe processing industry made from soybeans from the peatlands of Palangka Raya City. There are several alternative strategies that can be implemented in developing the tempe industry made from soybeans from the peatlands of Palangka Raya City, namely maintaining the quality of tempe starting from taste, texture, aroma, improving business capital, human resources and raw materials in order to meet the high demand for tempe.

Keywords: Tempe Industries, Peatlands, SWOT Analysis.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author.

1. Introduction

Tempe dalam bahasa Indonesia atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*tempeh*" yang berarti produk pangan hasil fermentasi dari kacang-kacangan atau biji-bijian. Tempe adalah satu-satunya produk olahan kedelai fermentasi asli Indonesia yang tidak berasal dari China atau Jepang dengan seiring bertambahnya waktu, tempe juga mulai digemari oleh berbagai kelompok masyarakat di berbagai belahan dunia, utamanya dari berbagai negara barat seperti Eropa dan Amerika Serikat. Tempe adalah makanan yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, makanan tradisional yang dibuat dari fermentasi oleh jamur *Rhizopus* sp. pada bahan baku kedelai maupun non kedelai. Kandungan tempe secara umum terdiri dari 62% protein, 35% riboflavin, 34% magnesium, 108% mangan, 46% tembaga, 3,7 gram lemak jenuh, 329 kkal kalori (Intan, 2020). Tempe memiliki banyak

manfaat dan nutrisi. Selain kaya akan nilai gizi terutama protein, tempe memiliki harga jual yang sangat ekonomis dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan sumber protein yang berasal dari hewani dan rasanya pun sangat digemari oleh masyarakat, sehingga memberikan alternatif pilihan dalam pengadaan makanan bergizi yang dapat dijangkau oleh lapisan masyarakat dan kebanyakan masyarakat telah menjadikan tempe sebagai lauk pauk untuk makan, juga dikembangkan menjadi makanan ringan (Cahyadi, 2007).

Selain memiliki prospek pasar yang cukup baik akibat tingginya tingkat permintaan, keberadaan industri tempe juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap permintaan konsumen. Berdasarkan data Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Palangka Raya, keberadaan industri pengolahan pangan memiliki potensi sebagai penopang perekonomian daerah dan penyerapan tenaga kerja terkhusus untuk industri tempe di kota Palangka Raya yang berjumlah 16 industri (Hamim, 2018) sangat mendukung untuk dikembangkan karena tingginya peminat tempe di kota Palangka Raya.

Salah satu faktor utama dalam pengembangan tempe adalah bahan baku utama berupa kedelai. Dengan demikian diperlukan suatu strategi pengembangan yang tepat agar usaha yang ditekuni dapat berjalan dengan lancar dan menguntungkan. Menurut Khusniatul (2019), strategi pengembangan merupakan bakal untuk suatu tindakan yang menuntut keputusan manajemen memuncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategi dan keuangan dalam suatu usaha, merancang strategi untuk mencapai tujuan dalam rangka menyediakan customer value yang terbaik. Strategi harus dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan pada usaha tersebut demi mencapai tujuan yang ingin dicapai. Manfaat strategi akan membuat suatu usaha dalam hal ini industri kecil akan merencanakan pola pengembangan usaha dengan cermat.

Dalam mengidentifikasi dan merumuskan strategi pengembangan usaha industri tempe tersebut menggunakan teknik ataupun alat analisa, yaitu SWOT. Menurut Angelica (2016), analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT sangat membantu usaha industri tempe dan menganalisa kekuatan yang dimiliki usaha kecil dan kelemahan yang ada pada usaha industri tempe. Oleh karena itu saya tertarik untuk meneliti strategi pengembangan usaha bagi industri tempe yang diperlukan sebagai salah satu langkah meningkatkan kontribusi industri kecil dalam perekonomian daerah dan nasional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan industri pengolahan tempe di daerah lahan gambut Kota Palangka Raya dan mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri tempe di Kota Palangka Raya.

2. Methods

Alat Dan Bahan. Adapun alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah drum, drum Stainless, blower, penggilingan, mesin penyedot, keranjang, wadah kecil, gerai, kayu bakar, bensin, kemasan plastik, kemasan daun, spatula pengaduk, sendok dan kamera. Sedangkan bahan yang digunakan adalah ragi dan kacang kedelai yang diambil dari petani lahan gambut kota Palangka Raya.

Metode Pengambilan Data

Penentuan responden untuk perumusan strategi diambil dari *Stakeholder* yang merupakan Pakar dan memahami keberadaan industri pengolahan tempe. Para Pakar dari sinergi kemitraan PENTAHHELIX

yang dibangun meliputi Akademisi, Bisnis, *Government*, *Community* dan *Media* (ABGCM) yang berada di Kota Palangka Raya dan sekitarnya.

Teknik Pengumpulan

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap Pakar dengan instrumen yang sudah disiapkan sebelumnya. Selain itu juga dilakukan observasi dengan pengamatan langsung disertai kajian pada *small pilot project* pada obyek sehingga diperoleh beberapa data primer relevan.

Analisis Data

Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) digunakan untuk menentukan alternatif strategi bisnis sesuai dengan perubahan lingkungan, persaingan dan situasi organisasi (Rangkuti, 2019). Pada tahap kajian riset ini dibuat matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS) yang diawali dengan identifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dalam pengembangan industri pengolahan tempe. Sementara hasil keputusan strategis menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dengan memperhatikan *Total Attractiveness Scores* (TAS) yang diperoleh dari setiap faktor strategis baik faktor internal maupun eksternal (Zulkarnain et al., 2018). Alternatif strategi yang memiliki *Total Attractiveness Scores* terbesar pada matriks QSP merupakan strategi prioritas utama demikian pula pada prioritas kedua dan selanjutnya.

3. Results and Discussion

Analisis Lingkungan Internal

Data yang dihasilkan dari kekuatan dan kelemahan akan dianalisis menggunakan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dengan memberikan penilaian dan rating (Danu, 2019). Adapun pemberian nilai dan rating dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. *Factor Analysis Summary*

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Kekuatan (Strength)</i>			
1. Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas	0,1	5	0,5
2. Rasa tempe yang enak, tidak mudah hancur saat diiris	0,2	4	0,8
3. Modal awal pendirian usaha termasuk Ringan	0,1	5	0,5
4. Tingkat upah untuk tenaga kerja urah.	0,1	4	0,4
1. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi	0,1	4	0,4
6. Ketersediaan bahan baku yang mudah	0,1	4	0,4
7. Teknologi produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana	0,1	4	0,4
8. Brand yang sudah di kenal masyarakat	0,05	3	0,15

9. Pelayanan yang baik dari karyawan	0,05	3	0,15
10. Tempe dapat dijadikan menjadi berbagai produk penganan	0,05	3	0,15
11. Karyawan sudah menguasai teknologi maupun cara pembuatan tempe	0,05	4	0,2
Jumlah	1	43	4,05
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.	0,2	4	0,8
2. Modal usaha yang dimiliki terbatas.	0,4	4	1,6
3. Tenaga kerja yang kurang profesional	0,2	3	0,6
4. Manajemen Pabrik yang kurang profesional	0,2	3	0,6
Jumlah	1	14	3,6

Analisis Lingkungan Eksternal

Data yang dihasilkan dari peluang dan ancaman akan dianalisis menggunakan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dengan memberikan penilaian dan rating. Adapun pemberian nilai dan rating dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3.

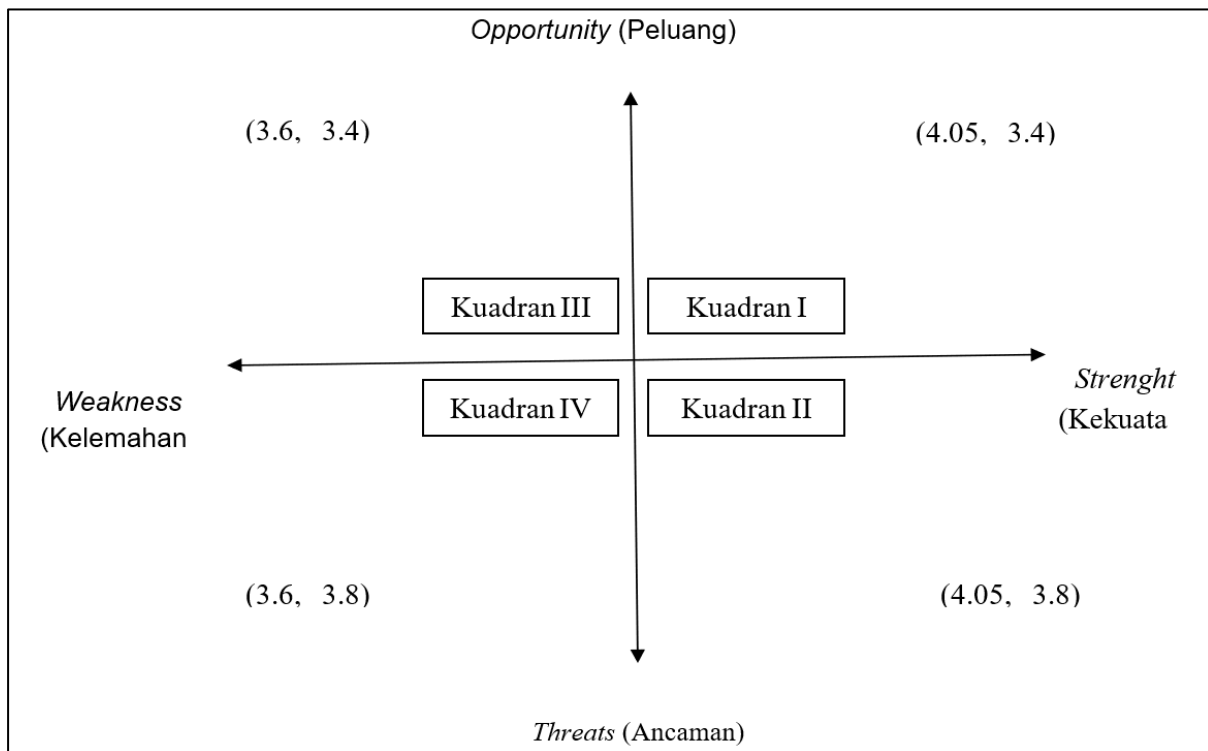
Tabel 2. *External Factor Analysis Summary*

Faktor-Faktor External	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak.	0,2	4	0,8
2. Tingkat permintaan konsumen tempe tinggi.	0,3	3	0,9
3. Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas	0,1	3	0,3
4. Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran	0,2	4	0,8
5. Produk digemari dari berbagai kalangan	0,2	3	0,6
Jumlah	1	17	3,4
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1. Tidak stabilnya harga bahan baku	0,4	5	2
2. Adanya pesaing dari luar	0,3	3	0,9
3. Pelanggan menghendaki produk tempe yang Berkualitas	0,1	3	0,3
4. Gencarnya promosi dari pesaing-pesaing	0,2	3	0,6
Jumlah	1	14	3,8

Tabel 3. Prioritas dari Setiap Faktor

Faktor-Faktor Internal	Bobot x Rating	Prioritas
<i>Kekuatan (Strength)</i>		
1. Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas	0,5	2
2. Rasa tempe yang enak, tidak mudah hancur saat diiris	0,8	1
3. Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	0,5	3
4. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah.	0,4	4
5. Banyaknya unit barang yang terjual samadengan jumlah barang yang diproduksi	0,4	5
6. Ketersediaan bahan baku yang mudah	0,4	6
7. Teknologi produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana	0,4	7
8. Brand yang sudah di kenal masyarakat	0,15	9
9. Pelayanan yang baik dari karyawan	0,15	10
10. Tempe dapat dijadikan menjadi berbagai produk penganan	0,15	11
11. Karyawan sudah menguasai teknologimaupun cara pembuatan tempe	0,2	8
Jumlah	4,05	
<i>Kelemahan (Weakness)</i>		
1. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.	0,8	2
2. Modal usaha yang dimiliki terbatas.	1,6	1
3. Tenaga kerja yang kurang profesional	0,6	3
4. Manajemen Pabrik yang kurang profesional	0,6	4
Jumlah	3,6	
Faktor-Faktor External	Bobot x Rating	Prioritas
<i>Peluang (Opportunity)</i>		
1. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak.	0,8	2
2. Tingkat permintaan konsumen tempe tinggi.	0,9	1
3. Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas	0,3	5
4. Meningkatkan penjualan dengan memperluas Pemasaran	0,8	3

5. Produk digemari dari berbagai kalangan	0,6	4
Jumlah		3,4
Ancaman (Threats)		
1. Tidak stabilnya harga bahan baku	2	1
2. Adanya pesaing dari luar	0,9	2
3. Pelanggan menghendaki produk tempe yang Berkualitas	0,3	4
4. Gencarnya promosi dari pesaing-pesaing	0,6	3
Jumlah		3,8



Gambar 1. Kuadran SWOT

Menurut Dwi Sulistiani (2014), Kuadran 1: Pada situasi kuadran 1, berada pada situasi yang paling menguntungkan. Posisi pada kuadran 1, berarti perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan. Menurut Iripah (2018), strategi yang harus diambil dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth-oriented strategy* dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan hasil dari Gambar 1 Kuadran SWOT dapat dilihat pada kuadran 1 dengan nilai (4.05, 3.4) yang berarti bahwa industri tempe yang diteliti memiliki peluang dan kekuatan internal yang kuat sehingga dengan kekuatan yang dimiliki dapat memanfaatkan peluang yang ada menjadi keuntungan bagi industri pengolahan tempe. Adapun kekuatan internal yang dimiliki industri tempe meliputi; 1). Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas 2). Rasa tempe yang enak, tidak mudah hancur saat diiris 2). Tingkat upah untuk tenaga kerja murah, 4). Modal awal pendirian usaha termasuk ringan, 5). Banyaknya unit barang yang

terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi, 6). Ketersediaan bahan baku yang mudah, 7). Teknologi produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana, 8). Brand yang sudah di kenal masyarakat, 9). Pelayanan yang baik dari karyawan, 10). Tempe dapat dijadikan menjadi berbagai produk panganan, 11). Karyawan sudah menguasai teknologi maupun cara pembuatan tempe. Kemudian untuk faktor peluangnya meliputi; 1). Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak, 2). Tingkat permintaan konsumen tempe tinggi., 3) Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas, 4). Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran, 5). Produk digemari dari berbagai kalangan.

Kuadran 2: Suatu perusahaan yang telah melakukan identifikasi mengenai kekuatan inti akan menghadapi situasi lingkungan yang tidak menguntungkan. Walaupun mempunyai ancaman dari lingkungan eksternal, perusahaan masih mempunyai kekuatan dari internal perusahaan yang bisa digunakan sebagai nilai tambah. Dalam situasi seperti ini, strategi yang harusnya diterapkan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan yang dimilikinya yaitu sumber daya dan kompetensinya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan melakukan diversifikasi. Seperti yang dilihat pada gambar 4 kuadran II memiliki nilai yaitu (4.05, 3.8) yang artinya meskipun sedang menghadapi berbagai ancaman, industri ini memiliki kekuatan internal, jadi untuk strategi yang harus diterapkan yaitu dapat menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun kekuatan internal dari industri tempe yang diteliti yaitu; 1). Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas 2). Rasa tempe yang enak, tidak mudah hancur saat diiris 2). Tingkat upah untuk tenaga kerja murah, 4). Modal awal pendirian usaha termasuk ringan, 5). Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi, 6). Ketersediaan bahan baku yang mudah, 7). Teknologi produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana, 8). Brand yang sudah di kenal masyarakat, 9). Pelayanan yang baik dari karyawan, 10). Tempe dapat dijadikan menjadi berbagai produk panganan, 11). Karyawan sudah menguasai teknologi maupun cara pembuatan tempe. Kemudian untuk faktor ancamannya meliputi; 1). Tidak stabilnya harga bahan baku, 2). Adanya pesaing dari luar, 3). Pelanggan menghendaki produk tempe yang berkualitas, 4). Gencarnya promosi dari pesaing- pesaing.

Kuadran 3: Suatu perusahaan memiliki peluang yang sangat besar dari pasar tetapi perusahaan mempunyai kelemahan dari sumber daya internal. Fokus dari strategi perusahaan yang berada dalam kondisi seperti ini harusnya adalah menghilangkan kelemahan internal sehingga dapat berkonsentrasi pada mengejar peluang pasar yang tersedia. Pada kuadran III untuk nilai yang dimiliki yaitu (3.6, 3.4) artinya industri mempunyai peluang yang sangat besar, akan tetapi di pihak lain dia menghadapi beberapa kelemahan internal. Untuk strategi yang dapat diterapkan adalah dengan meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang agar lebih baik. Adapun faktor yang dimiliki oleh peluang meliputi; 1). Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak, 2). Tingkat permintaan konsumen tempe tinggi, 3) Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas, 4). Meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran, 5). Produk digemari dari berbagai kalangan. Sedangkan untuk faktor kelemahannya meliputi; 1). Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja, 2). Modal usaha yang dimiliki terbatas, 3). Tenaga kerja yang kurang profesional, 4). Manajemen Pabrik yang kurang profesional.

Kuadran 4: Posisi ini merupakan situasi yang paling tidak menguntungkan bagi perusahaan. Menurut [Joharja \(2005\)](#), hal ini disebabkan karena perusahaan selain mempunyai hambatan pada faktor eksternalnya yaitu adanya ancaman dari pasar, juga mempunyai hambatan pada sumber daya internal. Situasi tersebut tentu saja membutuhkan strategi yang dapat mengurangi atau bahkan dapat mengarahkan kembali keterlibatan produk atau pasar yang telah ditelaah menggunakan analisa SWOT. Adapun nilai yang dimiliki kuadran IV yaitu (3.6, 3.8) berarti industri ini sedang mengalami berbagai ancaman dan sambil mencari peluang yang ada. Adapun faktor yang dimiliki kelemahan meliputi; 1). Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja, 2). Modal usaha yang dimiliki terbatas, 3). Tenaga kerja yang kurang profesional, 4). Manajemen Pabrik yang kurang profesional. Dan

untuk faktor ancaman meliputi; 1). Tidak stabilnya harga bahan baku, 2). Adanya pesaing dari luar, 3). Pelanggan menghendaki produk tempe yang berkualitas, 4). Gencarnya promosi dari pesaing-pesaing.

Matriks SWOT

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal dapat disusun beberapa alternatif strategi mengacu analisis *Strength, Weakness, Opportunities, and Threats* (SWOT). Hasil dari analisis SWOT disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks SWOT

Internal Ekternal	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan kualitas produk demi pencapaian loyalitas 2. Rasa tempe yang enak, tidak mudah hancur saat diiris 3. Modal awal pendirian usaha termasuk ringan 4. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah 5. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi 6. Ketersediaan bahan baku yang mudah 7. Teknologi produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana 8. Karyawan sudah menguasai teknologi maupun cara pembuatan tempe. 9. Brand yang sudah di kenal masyarakat 10. Pelayanan yang baik dari karyawan 11. Tempe dapat dijadikan berbagai produk penganan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal usaha yang dimiliki terbatas 2. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja 3. Tenaga kerja yang kurang profesional 4. Manajemen Pabrik yang kurang profesional.
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>STRATEGI SO</i>	<i>STRATEGI WO</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat permintaan konsumen tempe tinggi. 2. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak 3. Meningkatkan penjualan dengan memperluas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas dan rasa produk yang enak untuk meningkatkan permintaan produk yang tinggi . 2. Mempertahankan 	<p>Perbaikan modal usaha dan sumber daya manusia agar dapat memenuhi permintaan tempe yang tinggi.</p>

pemasaran	kualitas dan rasa produk	
4. Produk digemari dari berbagai kalangan.	yang enak untuk meningkatkan penjualan	
5. Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas	dengan memperluas pemasaran.	
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Tidak stabilnya harga bahan baku	1. Mempertahankan rasa dan kualitas dari bahan baku yang digunakan untuk mengatasi harga bahan baku yang tidak stabil.	Meningkatkan kualitas sumber daya tenaga kerja secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produk dan daya saing tempe.
2. Adanya pesaing dari luar	2. Mempertahankan kualitas dan rasa produk agar mampu bersaing dengan industri lain.	
3. Gencarnya promosi dari pesaing-pesaing	3. Mempertahankan harga pasar agar mampu bersaing dengan industri lain.	
4. Pelanggan menghendaki produk tempe yang berkualitas		

Berdasarkan matriks SWOT diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat empat pilihan strategi yang dapat diterapkan oleh industri pengolahan tempe (Yeremi, 2009), yaitu sebagai berikut:

- a. *Strategis SO (Strengths - Opportunity)*
 - 1) Mempertahankan kualitas dan rasa produk yang enak untuk meningkatkan permintaan produk yang tinggi;
 - 2) Mempertahankan kualitas dan rasa produk yang enak untuk meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran.
- b. *Strategis ST (Strengths-Threats)*
 - 1) Mempertahankan rasa dan kualitas dari bahan baku yang digunakan untuk mengatasi harga bahan baku yang tidak stabil.
 - 2) Mempertahankan kualitas dan rasa produk agar mampu bersaing dengan industri lain.
 - 3) Mempertahankan harga pasar agar mampu bersaing dengan industri lain.
- c. *Strategis WO (Weakness-Threats)*
Melakukan Perbaikan modal usaha dan sumber daya manusia agar dapat memenuhi permintaan tempe yang tinggi.
- d. *Strategis WT (Weakness-Opportunity)*
Meningkatkan kualitas sumber daya tenaga kerja secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produk dan daya saing tempe.

Prioritas Strategi

1. Mempertahankan kualitas dan rasa tempe agar permintaan tempe konsumen tetap tinggi (4.05, 3.4) karena merupakan hal yang sangat penting bagi pengusaha tempe di Palangka Raya dan sangat berkaitan dengan kepercayaan pelanggan, jika pelanggan merasa tidak puas maka dengan mudah pelanggan tersebut berpindah ke produsen lain. Dengan demikian, perlu adanya strategi

untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas serta rasa dari produksi tempe di Palangka Raya. Peningkatan kualitas dan rasa ini dapat dipertahankan melalui cara pengolahan yang digunakan seperti bahan baku dengan kualitas yang baik dan pada saat pengolahan tempe ke higienisan tempe di jaga.

2. Penanaman modal serta sumber daya manusia agar dapat memenuhi permintaan tempe yang tinggi (3,6, 3,4) yang keduanya ini merupakan hal terpenting dalam pengembangan industri kecil tempe di Palangka Raya. Hal ini sebenarnya dapat didukung oleh pemerintah ditujukan untuk meningkatkan kualitas dari produksi tempe dan kualitas sumberdaya manusia, Pengembangan ini juga perlu adanya dukungan permodalan yang cukup kuat baik dengan adanya subsidi pemerintah maupun adanya perbankan yang membantu dalam permodalan serta partisipasi dari pemerintah sehingga pengembangan yang dilakukan dapat menyeluruh pada semua aspek (dari pengusaha kecil sampai pengusaha besar, sumberdaya alam, sumberdaya manusia). Sumberdaya manusia perlu adanya berbagai pelatihan dan penyuluhan dalam melakukan proses produksi sehingga tercapai sumberdaya manusia yang berkualitas yang akan berpengaruh terhadap cara kerja mereka dalam melakukan proses produksi misalnya kebersihan dapat lebih diperhatikan, dengan demikian produk tempe di Palangka Raya merupakan produk yang dapat diunggulkan.
3. Mempertahankan rasa dan kualitas dari bahan baku yang digunakan untuk mengatasi harga bahan baku yang tidak stabil (4,05, 3,8) hal ini juga sangat penting untuk pengusaha pengolahan tempe di Palangka Raya dengan harga bahan baku yang tidak stabil saat ini pihak industri tempe mengaku mengantisipasi dengan mengecilkan produk tempe dari takaran yang biasa dengan mempertahankan harga jual tempe dipasaran agar konsumen tidak berpindah ke industri lain dan tetap mempertahankan kualitas dan rasa dari tempe yang diproduksi.
4. Meningkatkan kualitas sumber daya tenaga kerja secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produk dan daya saing tempe (3,6, 3,8) pengembangan usaha tempe diperlukan perbaikan di dalam pelaku usaha tersebut yaitu pengusaha meliputi aspek teknis usaha maupun juga aspek moral dan spiritual yang menyangkut pada masalah kepribadian dan mental dari pengusaha yang merupakan masyarakat biasa supaya lebih berkembang secara modern mengenai bisnis tetapi masih dalam batas aturan dan norma yang ada, untuk meningkatkan sumber daya pengusaha diperlukan media yang praktis dan efektif dari pengusaha, baik melalui interaksi langsung seperti pertemuan rutin juga tidak langsung seperti pemberian media komunikasi lain yang menarik yang mencakup pengetahuan teknis, moral dan spiritual agar pengusaha lebih kebal, tanggap dan kritis terhadap masalah perkembangan teknis usaha, sosial dan ekonomi yang terjadi di masyarakat melalui training motivation dan peningkatan kajian pustaka. Serta mengadakan lomba pengusaha tempe supaya bisa menjadi contoh pengusaha tempe lain dan tertantang untuk menjadi pengusaha tempe yang lebih berkualitas. Dengan demikian, diharapkan pengusaha lebih tanggap terhadap permasalahan dan peluang usaha tempe untuk meningkatkan hasil produksinya.

5. Conclusion

Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan industri pengolahan tempe di kota Palangka Raya yaitu untuk faktor internalnya terdapat Faktor kekuatan dan kelemahan dari industri pengolahan tempe. adapun faktor-faktor dari kekuatan yang paling berpengaruh yaitu rasa tempe yang enak, tidak mudah hancur saat diiris, kemudian untuk faktor kelemahan yang paling mempengaruhi yaitu modal usaha yang dimiliki terbatas. Sedangkan untuk faktor eksternal terdapat peluang dan ancaman, adapun faktor pada peluang yang paling mempengaruhi yaitu, tingkat permintaan produk tinggi dan untuk faktor ancaman yang paling mempengaruhi yaitu, tidak stabilnya harga bahan baku. Strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri tempe di Kota

Palangka Raya yaitu mempertahankan kualitas dan rasa produk yang enak untuk meningkatkan permintaan produk yang tinggi, kemudian perbaikan modal usaha dan sumber daya manusia agar dapat memenuhi permintaan tempe yang tinggi, dengan demikian perlu mempertahankan rasa dan kualitas dari bahan baku yang digunakan untuk mengatasi harga bahan baku yang tidak stabil dan meningkatkan kualitas sumber daya tenaga kerja secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produk dan daya saing tempe.

References

- Angelica, T. 2016. Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol 4. No.3. Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi
- Cahyadi, W. 2007. *Kedelai: Khasiat dan Teknologi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Danu, K. 2019. Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. Volume 4 No. 2. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan.
- Devi, Y. 2020. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan. *Jurnal Jurusan Administrasi Negara FISIP Universitas Lampung*. Lampung.
- Dwi, S. 2014. Analisis SWOT sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Jurnal UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Malang.
- Hamim, T. 2018. Analisis Pemasaran Pada Agroindustri Tempe Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Alumnus Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian*. Vol. 13, No.2. Institut Pertanian Bogor.
- Intan, K. 2020. Proses Produksi dan Karakteristik Tempe Dari Kedelai Pecah Kulit. *Jurnal Program Studi Teknologi Pangan*. Vol. 29, No.2. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Irpah, R. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tempe pada Pengrajin Tempe Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi. *Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Medan.
- Joharja, W. 2005. Analisis Kebijakan Industri Kecil (Ik) Tahu Dan Tempe di provinsi DKI Jakarta. Tesis. Magister Teknik dan manajemen industri. ITB. Bandung
- Khusniatul, M., N. 2019. Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang dan Ditinjau dari Segi Bisnis Islam. *Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo*. Kota Semarang.
- Rangkuti, F. 2019. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yeremi, N. 2009. Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen. *Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret*. Surakarta.
- Zulkarnain A, Wahyuningtias D dan Putranto TS. 2018. Analysis of IFE, EFE and QSPM matrix on business development strategy. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 126, No. 1, p. 012062). IOP Publishing.
- Susandi, Oksana, & Arminudin, A. T. (2015). Analisis Sifat Fisika Tanah Gambut pada Hutan Gambut di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Agroteknologi*, 5(2), 23–28. <https://dx.doi.org/10.24014/ja.v5i2.1351>
- Susanti, I., Iqbal, R. M., Rachman, R. A. & Pradana, T. A. (2021). Photocatalytic Activity and Kinetic Study of Methylene Blue Degradation using N-Doped TiO₂ with Zeolite-NaY. *CHEESA: Chemical Engineering Research Articles*, 4(2), 75. <https://doi.org/10.25273/cheesa.v4i2.7646.75-81>
- Suwanto, N., Sari, A. A., Lingkungan, D. T., Teknik, F., Diponegoro, U., Tembalang, S. H., Kimia, P. P., Ilmu, L., Indonesia, P., Metrologi, P. P., Ilmu, L. & Indonesia, P. (2017). *Penyisihan Fe, Warna, dan Kekeruhan Pada Air Gambut Menggunakan Metode Elektrokoagulasi*. 6(2), 1–12.

- Wicaksono, A. P., Prasetya, N. B. A., & Hastuti, R. (2013). Pengaruh Ion Logam Co^{2+} dan Cu^{2+} pada Proses Fotodegradasi Direct Blue 3R Menggunakan Fotokatalis Komposit ZnO-Karbon Aktif. *Chem Info*, 1(1), 316–327.
- Xue, G., Liu, H., Chen, Q., Hills, C., Tyrer, M. & Innocent, F. (2011). Synergy between Surface Adsorption and Photocatalysis during Degradation of Humic Acid on TiO_2 /Activated Carbon Composites. *Journal of Hazardous Materials*, 186, 765–772. <https://doi.org/10.1016/j.jhazmat.2010.11.063>
- Yadav, A. A., Hunge, Y. M., Mathe, V. L. & Kulkarni, S. B. (2018). Photocatalytic Degradation of Salicylic Acid Using BaTiO_3 Photocatalyst under Ultraviolet Light Illumination. *Journal of Materials Science: Materials in Electronics*, 29(17), 15069–15073. <https://doi.org/10.1007/s10854-018-9646-3>
- Zulfikar, M. A., Steiyanto, H., Wahyuningrum, H. & Mukti, R. R. (2014). Peat Water Treatment using Chitosan-Silica Composite as an Adsorbent. *Int. J. Environ. Res.*, 8(3), 687–710.