
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TAHU DI KECAMATAN SEI BINGAI SUMATERA UTARA (Studi Kasus : Usaha Tahu Bu Murni)**Oleh****Ryan Irwansyah¹, Siti Balqies Indra², Supristiwendi³****^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra, Indonesia****Jl. Prof. Dr Syarief Thayeb, Meurandeh, Langsa Lama, Langsa City, Aceh 24416****Email: ryan38764@gmail.com**

Article History:*Received: 09-04-2022**Revised: 19-04-2022**Accepted: 24-05-2022***Keywords:***Tofu Business, SWOT Analysis, alternative strategy, QSPM, Priority Strategy***Abstract:** *used in this research is SWOT and QSPM analysis.**The results of this study indicate that there are four alternative strategies obtained from the SWOT analysis, namely (SO1) Improve strategic facilities to gain wide market reach. (SO2) maintain product quality to get high product demand, (WO1) try to use digital marketing to improve product marketing in order to get a wide market reach and high demand. (WO2) establish business groups and legal entities to obtain equipment assistance from the government for business development, (ST1) maintain prices when the price of raw materials is high. (ST2) maintains sufficient availability of raw materials to keep up with changing consumer demands. (WT1) manages the financial statements of Mrs. Murni's tofu business to purchase more modern equipment in order to compete in the modern market trends that are developing. (WT2) makes product variations so that the product is not easily imitated. Based on the QSPM analysis, the priority of the main strategy in this research is to increase the strategic place of business to get a wide market reach*

PENDAHULUAN

Agroindustri dapat menjadi pilihan yang strategis dalam menanggulangi permasalahan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, karena agroindustri sebagai suatu usaha untuk menciptakan nilai tambah bagi komoditi pertanian antara lain melalui produk olahan dalam bentuk setengah jadi maupun barang jadi yang bahan bakunya berasal dari hasil pertanian. Usaha-usaha pengembangan pertanian yang mengarah pada kegiatan agroindustri yaitu pengolahan hasil pertanian menjadi bahan makanan, salah satu produk pertanian yang dapat diolah yaitu kedelai (Bayu, 2015).

Kedelai merupakan komoditas strategis dalam sistem ketahanan pangan karena banyak masyarakat yang mengonsumsi kedelai dalam bentuk olahan dan diyakini kedelai merupakan komoditas pangan yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Menurut Sarwono dan Saragih, (2001) Setiap 1 kg kedelai mengandung kurang lebih 300-400 (40%) protein, 200-350 (35%) karbohidrat, 150-200 (20%) lemak dan sisanya merupakan zat-zat mineral seperti kalsium, fosfor, magnesium dan vitamin anti beri-beri. Dilihat banyaknya gizi yang terkandung didalam kedelai sehingga Indonesia merupakan negara yang menggunakan

kedelai.

Indonesia merupakan salah satu negara yang masyarakatnya banyak menggunakan kedelai sebagai industri pangan. Soetrisno (2010) mengungkapkan bahwa sekitar 95% kedelai digunakan untuk industri pangan dan dari kedelai yang digunakan untuk produksi pangan tersebut 91% digunakan untuk produksi tahu dan tempe. Tahu merupakan makanan olahan kedelai yang banyak di konsumsi oleh masyarakat. Pusdatin 2020 mengungkapkan bahwa konsumsi kedelai nasional berupa tahu sebesar 2,78 kg/kapita/tahun.

Sumatera Utara mengalami kenaikan pada konsumsi tahu disetiap tahunnya dimana pada tahun 2019 konsumsi tahu sebesar 1,77 kg/kapita/tahun sedangkan pada tahun 2020 konsumsi tahu sebesar 1,78 kg/kapita/tahun.

Tabel 1 rata rata konsumsi tahu di Sumatera Utara tahun 2019 - 2020

No	Tahun	Konsumsi Tahu (kg/kapita/tahun)
1	2019	1,77
2	2020	1,78

Sumber: Pusdatin, 2020

Melihat naiknya permintaan terhadap konsumsi tahu yang ada di Sumatera Utara sehingga jika dilihat dari segi ekonominya tahu memiliki peluang untuk di produksi karena tahu memiliki harga jual, proses pengolahan yang sederhana dan tidak terlalu rumit, sehingga menyebabkan banyak industri kecil menengah yang memproduksi tahu. Salah satu industri yang memproduksi tahu yaitu Usaha Tahu Bu Murni yang berada di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara. Usaha tahu Bu Murni sudah memproduksi tahu kopong selama ± 38 tahun lamanya, Usaha ini merupakan usaha yang diwariskan dari orang tuanya Bu Murni yaitu bapak Harsana. Usaha tahu tersebut merupakan usaha yang dibuat untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga.

Pada saat pra surve penelitian, peneliti melihat dari kondisi lapangan, Usaha ini belum banyak kemajuan karena usaha tahu Bu Murni belum memiliki manajemen yang baik dan ini yang menjadi salah satu permasalahan. Usaha tahu Bu Murni merupakan mata pencaharian pemilik usaha. Sementara pemilik usaha belum memiliki rencana untuk mengembangkan usahanya. Seperti dilihat usaha yang sudah berdiri sejak lama mereka tidak mempekerjakan tenaga kerja, hanya keluarga pemilik saja yang menjadi tenaga kerja pada usaha ini baik tenaga kerja produksi dan tenaga kerja pemasaran. Usaha tahu Bu Murni juga memproduksi 8.000 buah/ hari jika produk sudah habis maka akan produksi kembali di hari selanjutnya. Mereka tidak memiliki perencanaan jika sewaktu-waktu usaha tersebut mengalami kegagalan.

Usaha tahu Bu Murni sudah bagus jika dilihat dari segi lokasi dimana usaha tersebut merupakan usaha industri satu satunya yang ada di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara dan usaha tersebut berada dekat dengan akses pasar Kota Binjai, dimana kota tersebut merupakan kota dimana bahan baku di peroleh serta tahu di jual di pasar. Didalam pengembangan suatu usaha memerlukan konsep yang baik sehingga mendapatkan kibijakan strategi yang menjadi alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam pengembangan usaha tahu. Dalam mengembangkan sebuah strategi, maka diperlukan analisis terlebih dahulu. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT dan Analisis QSPM.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik

mengangkat permasalahan mengenai “bagaimana strategi pengembangan usaha tahu pada usaha tahu Bu Murni Di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara.

METODE PENELITIAN

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja). Waktu penelitian dilakukan bulan Januari – Maret 2022. Daerah penelitian yang dipilih adalah di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode untuk mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuisisioner dan observasi langsung.

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Arikunto (2010), teknik *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan observasi, kuisisioner dan wawancara kepada pemilik usaha tahu di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari lembaga atau instansi terkait seperti BPS, buku, jurnal atau internet, atau sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

Tahapan yang harus dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT agar keputusan yang diperoleh lebih tepat melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Faktor Internal (IFAS)
2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)
3. Matrik SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*)
4. Pengambilan keputusan dari berbagai alternatif strategi melalui tahap pencocokan, yaitu dengan menggunakan matriks IFAS/EFAS, dan matriks SWOT, maka tahap akhir dari analisis formulasi strategi adalah pemilihan strategi yang terbaik. Analisis yang dilakukan selanjutnya pada tahap pengambilan keputusan ini adalah matriks perencanaan strategi kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix/QSPM*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Lingkungan Usaha Tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingan Sumatera Utara

Identifikasi lingkungan terbagi dua yaitu faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal. Faktor strategis internal yaitu faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan terhadap pengembangan usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara, sedangkan faktor strategis eksternal yaitu faktor yang menjadi peluang dan ancaman terhadap usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara.

Lingkungan Internal

Dengan dilakukan wawancara dengan responden maka terdapat enam aspek utama oleh usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara.

a. Aspek Keuangan

Sumber keuangan sangat menentukan keberhasilan dalam strategi pengembangan usaha tahu Bu Murni, dimana sumber keuangan usaha tahu Bu Murni yaitu dari modal pengusaha tahu itu sendiri, karena tidak adanya sumber keuangan dari pihak lain seperti

pemerintah dan investor.

b. Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi sangat berdampak baik terhadap pengusaha yang menjalankan usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara, kebutuhan keluarga menjadi tercukupi dengan adanya usaha tahu. Dimana usaha ini merupakan pekerjaan tetap untuk mendapatkan pendapatan.

c. Aspek Operasional

Dilihat dari segi lokasi, lokasi usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara yang dijalankan oleh pengusaha usaha tahu terletak strategis, sehingga sangat memudahkan menjalankan kegiatan operasional seperti mencari bahan baku. Bahan baku dari usaha tahu Bu Murni yaitu berasal dari pasar binjai, sehingga di dalam mendapatkan bahan baku Bu Murni tidak terlalu sulit karena jarak pasar ke tempat produksi (pabrik) tidak terlalu jauh hanya menepuh waktu berkisar kurang lebih 20 menit.

Proses produksi usaha tahu Bu Murni di bantu oleh pekerja yang berjumlah lima orang. Tenaga kerja semuanya berasal dari tenaga kerja dalam keluarga. Usaha tahu Bu Murni sudah berjalan kurang lebih 38 tahun, sehingga dengan pengalaman yang cukup lama tersebut tahu yang diproduksi memiliki kualitas yang baik.

d. Aspek Pemasaran

Pengusaha tahu Bu Murni menjual tahu tersebut dengan dua cara yaitu pertama usaha tahu Bu Murni menjual tahu ke konsumen yang datang langsung ke lokasi pembuatan tahu dan yang kedua usaha tahu Bu Murni menjual di pasar Kota Binjai.

e. Aspek Penelitian dan Pengembangan

Pada usaha tahu Bu Murni belum terdapat kegiatan penelitian, inovasi maupun pengembangan untuk memperluas usaha dengan membuat atau menjadikan dalam bentuk lain. Untuk saat ini pengusaha hanya fokus menjalankan usaha tahu karena keterbatasan biaya untuk menambah pembuatan usaha yang lain.

f. Aspek Informasi

Dari hasil wawancara dengan pengusaha tahu, aspek informasi sangat minim sekali belum adanya kegiatan formal dari penyuluh atau badan pemerintah yang memberikan informasi mengenai usaha tahu Bu Murni.

Lingkungan Eksternal

Dengan dilakukakan wawancara maka terdapat empat aspek utama faktor strategis eksternal yang dimiliki oleh usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara.

a. Aspek Sosial dan Lingkungan

Masyarakat Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara sangat banyak menggunakan tahu, sehingga dengan adanya keberadaan usaha tahu ini sangat membantu pemasokan tahu bagi konsumen di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara, terlebih apabila permintaan tahu meningkat. Lingkungan yang terdapat pada usaha tahu Bu Murni selain sangat strategis dan mudah dijangkau juga dekat dengan lokasi bahan baku tersebut mudah didapat.

b. Aspek Pemerintah dan Hukum

Pemerintah Kabupaten langkat Sumatera Utara akan memberikan bantuan terhadap pengusaha tahu Bu Murni seperti sarana produksi apabila usaha tahu tersebut sudah memiliki badan hukum usaha dan memiliki kelompok usaha. Usaha tahu Bu Murni sendiri belum memiliki badan hukum dan kelompok usaha sehingga sarana produksi yang akan di

berikan oleh pemerintah belum bisa didapat oleh pengusaha.

c. Aspek Teknologi

Teknologi yang diterapkan yaitu mesin penggiling dan yang lainnya menggunakan dengan teknologi yang sederhana seperti pisau, tong, dan lain lain pada kegiatan pembuatan tahu.

d. Aspek Kompetitif

Tidak adanya kompotitor di daerah sekitar usaha tahu Bu Murni. Adanya kompotitor dari daerah lain ketika tahu sudah dibawak ke pasar seperti daerah Kota Binjai, dan daerah Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.

Analisis IFAS (Internal strategi faktor analisis summary) dan EFAS (Eksternal strategi faktor analisis summary)

Analisis Matriks IFAS

Hasil analisis matriks IFAS yaitu penggabungan nilai bobot rata-rata dan nilai rating rata-rata hasil analisis matriks IFAS pada strategi pengembangan usaha Tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Analisis Matriks IFAS Pengembangan Usaha Tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara

Faktor – Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
1	2	3	4
Lokasi usaha strategis	0,085	3,80	0,323
Tempat yang mudah dijangkau	0,084	3,60	0,302
Tidak adanya pesaing di daerah sekitar (Pabrik)	0,081	3,80	0,308
Saluran distribusi yang pendek	0,084	3,80	0,319
Pengalaman usaha dibidang olahan tahu yang yang sudah berjalan cukup lama	0,079	3,60	0,284
Produk yang memiliki kualitas baik	0,084	3,40	0,286
Tersedianya bahan baku yang cukup	0,082	3,40	0,279
Produk memiliki harga yang murah	0,080	3,00	0,240
Sub Total			2,341
Tingkat pendidikan yang rendah	0,055	1,80	0,099
Kurangnya variasi dari produk yang ada	0,048	1,60	0,077
Modal usaha terbatas	0,049	1,80	0,088
Peralatan sederhana	0,055	1,80	0,099
Pemasaran produk belum memanfaatkan digital marketing	0,048	1,00	0,048
Produk tidak tahan lama	0,033	1,80	0,059
Tidak memiliki laporan keuangan	0,053	1,00	0,053
Sub Total			0,523
Total			2,864

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Pada tabel berikut ini merupakan hasil analisis IFAS pada strategi pengembangan usaha Tahu Bu Murni Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara. Dari hasil analisis IFAS faktor kekuatan (*Strenght*) mempunyai nilai 2,341 sedangkan faktor kelemahan (*Weakness*)

mempunyai nilai 0,523 artinya dalam mengembangkan usaha Tahu mampu memanfaatkan kekuatan internalnya dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

Analisis Matriks EFAS

Hasil analisis matriks EFAS pada strategi pengembangan usaha Tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Matriks EFAS Pengembangan Usaha Tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara

Faktor – Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
1	2	3	4
Mengajukan bantuan pemerintah untuk mengembangkan usaha	0,118	3,80	0,448
Meningkatkan ekonomi keluarga	0,126	3,80	0,479
Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar	0,110	3,40	0,374
Permintaan yang tinggi	0,117	3,40	0,398
Potensi jangkauan pasar yang luas	0,113	3,40	0,384
Sub Total			2,083
Kenaikan harga bahan baku yang akan mempengaruhi harga jual	0,097	1,40	0,136
Produk mudah ditiru	0,048	1,60	0,077
Adanya pesaing dipasar (produk)	0,087	1,60	0,139
Tren pasar modern yang terus berkembang	0,114	1,80	0,205
Permintaan konsumen yang berubah	0,070	2,00	0,140
Sub Total			0,697
Total			2,780

Sumber Data Primer (diolah), 2022

Tabel berikut ini merupakan hasil analisis EFAS pada strategi pengembangan usaha Tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara. Dari hasil analisis EFAS faktor peluang (Opportunities) mempunyai nilai 2,083 sedangkan faktor ancaman (Threats) mempunyai nilai 0,697 artinya dalam mengembangkan usaha Tahu Bu Murni mampu memanfaatkan peluang dalam menyikapi ancaman.

Tahap selanjutnya yaitu tahap pencocokan data, tahap ini akan menghasilkan beberapa alternatif strategi yang realistis dan dapat dipraktikan oleh usaha Tahu Bu Murni dengan memanfaatkan informasi kunci internal berupa kekuatan dan kelemahan, dan juga informasi kunci eksternal berupa peluang dan ancaman yang diperoleh pada matriks IFAS dan EFAS di tahap input data. Tahap ini akan menggunakan diagram SWOT dan matriks SWOT sebagai alat analisis dalam menciptakan alternatif strategi yang dibutuhkan.

Diagram SWOT

Diagram SWOT yaitu untuk mengetahui posisi kuadran pada perusahaan. Diagram SWOT dilakukan ketika mengetahui hasil skor dari tabel IFAS (internal strategy factor analysis

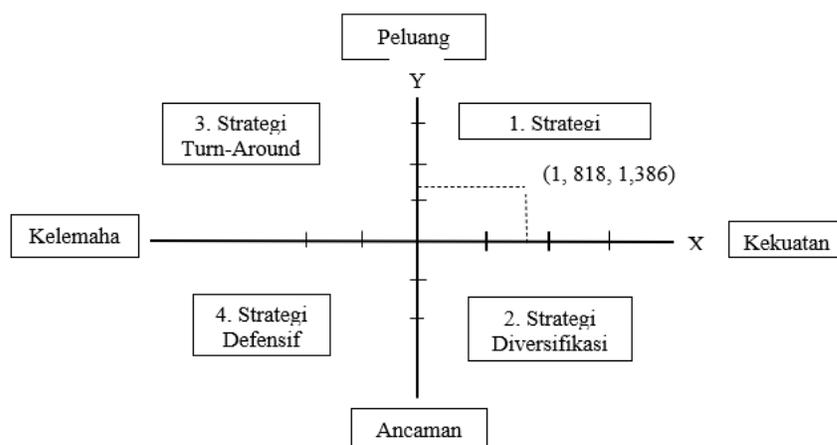
summary) dan EFAS(Eksternal strategy factor analysis summary). Penentuan koordinat dalam diagram analisis SWOT berfungsi untuk menentukan posisi strategi perusahaan, apakah terletak di kuadran I, II, III, dan IV. Befungsi untuk mengidentifikasi strategi perusahaan bersifat agresif, diversifikasi, turn-around dan defensif. Adapun cara perhitungan skor tabel IFAS dan EFAS yaitu sebagai berikut:

a. Total skor tabel IFAS

Skor total kekuatan – skor total kelemahan = 2, 341 – 0, 523 = 1, 818

b. Total skor tabel EFAS

Skor total peluang – skor total ancaman = 2, 083 – 0, 697 = 1, 386



Gambar 1. Matriks IE (Internal-Eksternal)

Sumber: Data Primer, 2022

Menurut hasil analisis diatas, usaha tahu Bu Murni terletak pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Dimana posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tahu Bu murni tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*)

Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal usaha tahu Bu Murni pada tahap input maka dihasilkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, kemudian tahap pencocokan data pertama yang menghasilkan posisi perusahaan. Hasil analisis tersebut kemudian dipadukan untuk mengembangkan matriks SWOT dan menghasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam usaha tahu Bu Murni. Berdasarkan analisis matriks SWOT maka alternatif atau pilihan strategi yang dapat diberikan untuk strategi pengembangan usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength and opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal pada suatu usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Strategi SO yang dapat diterapkan pada usaha tahu Bu Murni sebagai berikut:

a. Meningkatkan fasilitas strategis untuk mendapatkan jangkauan pasar luas.

- b. Mempertahankan kualitas produk untuk mendapatkan permintaan produk yang tinggi.

2. Strategi WO (*weakness and opportunities*)

Strategi WO adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal suatu usaha dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Strategi WO yang dapat diterapkan pada usaha tahu Bu Murni sebagai berikut:

- Mencoba memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk agar mendapat jangkauan pasar yang luas dan permintaan yang tinggi.
- Membentuk kelompok usaha dan badan hukum untuk mendapatkan bantuan peralatan dari pemerintah untuk mengembangkan usaha.

3. Strategi ST (*Strength and threats*)

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal pada suatu usaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal yang ada. Strategi ST yang dapat diterapkan pada usaha tahu Bu Murni sebagai berikut:

- Mempertahankan harga ketika kenaikan harga bahan baku yang tinggi
- Mempertahankan ketersediaan bahan baku yang tercukupi untuk menjaga permintaan konsumen yang berubah.

4. Strategi WT (*weakness and threats*)

Strategi WT adalah strategi yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan pada suatu usaha serta menghindari ancaman eksternal yang ada. Strategi WT yang dapat diterapkan pada usaha tahu Bu Murni sebagai berikut:

- Mengelola laporan keuangan usaha tahu Bu Murni untuk membeli peralatan yang lebih modern agar dapat bersaing di tren pasar modern yang berkembang.
- Membuat variasi produk agar produk tidak mudah ditiru.

Analisis Matriks QSPM

Pada matriks QSPM (*quantitative strategic planning matrix*) strategi yang memiliki nilai STAS (*summary total attractiveness score*) atau jumlah keseleruhannya daya tarik total paling tinggi yaitu strategi SO dengan skor 31, 458 dengan strategi meningkatkan fasilitas strategis untuk mendapatkan jangkauan pasar luas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tersebut yang paling menarik bagi pengambil keputusan pada usaha tahu Bu Murni dibandingkan strategi lainnya. Berdasarkan analisis matriks QSPM, adapun urutan prioritas strategis usaha tahu Bu Murni sebagai berikut :

Tabel 4. Prioritas strategi usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara 2022

Uraian	Strategi							
	1	2	3	4	5	6	7	8
STAS 1	6,115	6,080	5,914	4,844	5,986	4,936	5,472	4,763
STAS 2	6,695	5,655	6,738	4,785	7,410	5,247	7,340	5,404
STAS 3	6,048	5,236	6,250	5,243	5,645	5,140	5,663	4,829
STAS 4	6,001	5,639	6,347	5,606	6,089	5,495	5,434	5,122
STAS 5	6,599	6,603	5,995	5,467	6,041	5,975	5,428	5,440
Jumlah	31,458	29,213	31,244	25,945	31,171	26,793	29,337	25,558
Urutan Prioritas	1	5	2	7	3	6	4	8

Strategi

Sumber Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan tabel diatas adapun urutan prioritas strategi untuk strategi pengembangan usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan fasilitas strategis untuk mendapatkan jangkauan pasar luas. Dengan skor 31,458.
2. Mencoba memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk agar mendapat jangkauan pasar yang luas dan permintaan yang tinggi. dengan skor 31,244.
3. Mempertahankan harga ketika kenaikan harga bahan baku yang tinggi. dengan skor 31,171.
4. Mengelola laporan keuangan usaha tahu Bu Murni untuk membeli peralatan yang lebih modern agar dapat bersaing di tren pasar modern yang terbeakembang. Dengan skor 29,337.
5. Mempertahankan kualitas produk untuk mendapatkan permintaan produk yang tinggi. Dengan skor 29,213.
6. Mempertahankan ketersediaan bahan baku yang tercukupi untuk menjaga permintaan konsumen yang berubah. Dengan skor 26,793.
7. Membentuk kelompok usaha dan badan hukum untuk mendapatkan bantuan peralatan dari pemerintah untuk mengembangkan usaha. Dengan skor 25,945.
8. Membuat variasi produk agar produk tidak mudah ditiru. Dengan skor 25,558.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis faktor faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha tahu pada usaha tahu Bu Murni maka di dapat beberapa aspek yang mempengaruhinya sebagai berikut:

1. Lingkungan Internal
 - a. Aspek Keuangan
 - b. Aspek Ekonomi
 - c. Aspek Operasional
 - d. Aspek Pemasaran
 - e. Aspek Penelitian dan Pengembangan
 - f. Aspek Informasi
2. Lingkungan Eksternal
 - a. Aspek Sosial dan Lingkungan
 - b. Aspek Pemerintah dan Hukum
 - c. Aspek Teknologi
 - d. Aspek Kompetitif

Hasil analisis SWOT didapatkan delapan alternatif strategi yang cocok untuk usaha tahu Bu Murni yaitu:

- a. Meningkatkan fasilitas strategis untuk mendapatkan jangkauan pasar luas.
- b. Mempertahankan kualitas produk untuk mendapatkan permintaan produk yang tinggi.
- c. Mencoba memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk agar mendapat jangkauan pasar yang luas dan permintaan yang tinggi.

- d. Membentuk kelompok usaha dan badan hukum untuk mendapatkan bantuan peralatan dari pemerintah untuk mengembangkan usaha.
- e. Mempertahankan harga ketika kenaikan harga bahan baku yang tinggi.
- f. Mempertahankan ketersediaan bahan baku yang tercukupi untuk menjaga permintaan konsumen yang berubah.
- g. Mengelola laporan keuangan usaha tahu Bu Murni untuk membeli peralatan yang lebih modern agar dapat bersaing di tren pasar modern yang terbeakembang.
- h. Membuat variasi produk agar produk tidak mudah ditiru.

Prioritas strategi pengembangan usaha yang diperoleh dari hasil analisis dengan menggunakan QSPM terhadap delapan alternatif strategi yang telah diperoleh yaitu Meningkatkan fasilitas strategis untuk mendapatkan jangkauan pasar luas.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis strategi pengembangan usaha tahu Bu Murni di Kecamatan Sei Bingai Sumatera Utara, maka saran yang saya berikan kepada usaha tahu Bu Murni yaitu

1. Melaksanakan prioritas utama alternatif strategi yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu Meningkatkan fasilitas strategis untuk mendapatkan jangkauan pasar luas.
2. setelah melaksanakan prioritas utama strategi usaha tahu Bu Murni dapat melaksanakan alternatif strategi lainnya yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bayu, H. 2015. Skripsi : Strategi Pengembangan Industri Dodol Durian Di Kabupaten Serdang Bedagai. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- [2] Sarwono, B dan Y.P. Saragih. 2001. Membuat Aneka Tahu. Niaga Swadaya, Jakarta.
- [3] Soetrisno. 2010. *Rancang Bangun Hulu Hilir, Pemodelan dan Kebijakan Pemerintah pada Agribisnis Kedelai*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. 4(3): 44–58.
- [4] Kementerian Pertanian. 2021 Buletin Konsumsi Pangan. Jakarta. Vol 12 Nomor 1 Tahun 2021.
- [5] Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta
- [6] Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Pembedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building.
- [7] Rangkuti, F. (Cetakan Kedua Belas 2015). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Jasa Ibnu. 2022. Strategi Penerapan Intensifikasi Untuk Peningkatan Produktivitas Usahatani Padi Sawah (*Oriza sativa*, L) Di Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang. Skripsi. Unsam. Langsa.
- [9] Vissilmi Qaffah Nasution Citra. 2021. Strategi Pengembangan Usaha Atap Daun Nipah (*Nypa Fruticans*) Di Kecamatan Seruway Kabupaten Aceh Tamiang. Skripsi. Agribisnis. Fakultas Pertanian. UNSAM. Langsa.