

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRUDES ( PRODUK UNGGULAN DESA) : (Studi Kasus Kripik Tette di Desa Madulang, Kabupaten Sampang)

**Moh. Syarif**

Program Studi Ekonomi Pembangunan STIE Bakti Bangsa Pamekasan  
PP. Sumber Anyar Larangan Tokol, Tlanakan Pamekasan 69371 Telp./Faks.0324-333556  
E-mail : [syarifozy45@gmail.com](mailto:syarifozy45@gmail.com)

### ABSTRAK

Mimpi pemerintah desa agar dapat mengelola kekayaan alam sendiri kini dapat terealisasi dengan baik melalui UU nomor 6 tahun 2014 yang menyatakan bahwa desa kini bukan lagi Objek dari pembangunan pemerintah pusat, melainkan Subjek dari pembangunan suatu Negara. Melalui pengembangan Prudes (Produk Unggulan Desa) kini masyarakat desa sudah tidak lagi bingung untuk mencari pekerjaan. Karena pemerintah desa sudah membuka lapangan pekerjaan untuk mengelola desa sebaik mungkin salah satunya. Desa madulang merupakan desa yang memiliki produk unggulan "Kripik Tette". Kripik ini berjenis kripik singkong yang diolah secara tradisional dengan memadukan kearifan setempat (local wisdom). Dalam perkembangannya banyak tantangan-tantangan yang harus dilalui oleh desa agar produk yang dihasilkannya mampu menembus pasaran dengan baik, sehingga berbagai upaya harus dilakukan. Permasalahan yang kerap kali ditemui dalam pengembangan produk unggulan desa tersebut adalah pengembangan pemasaran usaha. Sehingga penelitian ini sangat di harapkan agar pengembangan usaha produk unggulan desa yang berbasis local wisdom ini tetap berkembang dan harapannya mampu menembus pasar komoditi internasional.

**Kata Kunci :** Prudes, Strategi Pengembangan usaha

### I. Pendahuluan

Kripik Tette merupakan makanan ringan berjenis keripik yang terbuat dari singkong pilihan yang diolah dan dibentuk menjadi gepeng dilakukan secara tradisional yaitu digencet menggunakan batu yang sudah di sterilkan. Proses penggencetan inilah dalam istilah bahasa Madura di sebut dengan *Tette*. Kripik Tette merupakan makanan/camilan tradisional yang khas dan sudah populer di wilayah Madura. Dari ke-empat kabupaten yang ada di Madura semuanya mampu memproduksi kripik tette tersebut, namun hanya beberapa daerah yang tetap tekun hingga menjadi penyuplai produk unggulan kripik tette tersebut ke seluruh wilayah Madura dan sekitarnya, salah satu desa yang memproduksi kripik tette hingga saat ini adalah Desa Madulang.

Desa Madulang merupakan salah satu desa dengan hasil produksi singkong yang cukup besar, dan hasil dari produk singkong di Desa Madulang mempunyai tekstur rasa yang berbeda daripada singkong-singkong di tempat lainnya, oleh karena itu dari tekstur dan rasa yang enak dan gurih inilah yang menjadikan produk kripik tette Desa Madulang ini masih digemari oleh masyarakat banyak. Dalam perkembangannya, usaha produk unggulan kripik tette ini sudah banyak ditemui di daerah-daerah lain di wilayah Madura, namun pada umumnya produk kripik tette

yang di jumpai masih dalam bentuk mentahan dan beraneka ragam rasa dan teksturnya.

Oleh karena itu, melihat peluang perkembangan usaha produk unggulan kripik tette yang dapat diolah lebih modern lagi, menjadi salah satu hal yang perlu dicapai oleh masyarakat Desa Madulang seiring dengan keunggulan kualitas produksi singkong yang baik dan banyak digemari oleh masyarakat luas, khususnya di Kabupaten Sampang.

Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam perkembangan usaha produk unggulan Desa Kripik Tette Madulang ini diantaranya pemasaran produk kripik tette tersebut. Pada umumnya kripik tette yang dijual di wilayah Madura merupakan kripik olahan yang masih mentahan, dan untuk dapat menikmatinya masyarakat konsumen yang telah membeli kripik tette tersebut harus menggorengnya terlebih dahulu dan biasanya kripik tersebut dimakan dengan sambal kacang atau sambal pedas sehingga mampu mendapatkan citarasa yang cukup nikmat dalam hidangan.

Permasalahan tersebut dapat diantisipasi melalui pengelolaan kripik tette secara modern yang dijual siap saji, dikemas secara menarik dan lebih berinovasi. Oleh karena itu, produk unggulan desa kripik tette madulang ini sudah terkemas dan diproduksi sedemikian rupa untuk menarik hati para pecinta kuliner makanan khas Madura-

samping tersebut. Produk unggulan desa Kripik tette Madulang ini sudah diolah dan dikemas dengan menarik, salah satunya pemotongan atau pencetakan kripiknya yang biasanya berbentuk panjang dan bulat besar hal ini sudah di produksi lebih kecil dan lebih gurih. Selain itu, dalam sisi rasa kripik tette Madulang sudah membuat berbagai macam jenis rasa, sehingga konsumen yang biasanya masih harus menggoreng terlebih dahulu untuk dapat mencicipinya, kini tidak perlu susah payah lagi menggorengnya, karena penjualan produk unggulan desa kripik tette madulang sudah dikemas semenarik mungkin dan sudah langsung dapat dinikmati tanpa harus menggoreng dan membuat sambal lagi, Karen kripik tette kini sudah ada varian rasanya tanpa meninggalkan rasa yang original.

Walaupun kripik tette madulang yang dikemas dengan menarik dan modern dengan varian rasa, dalam sistem perkembangannya masih saja mengalami kesulitan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan strategi yang ditempuh dalam mengembangkan usaha Produk Unggulan Desa Kripik Tette Madulang lebih maksimal.

## **II. : Landasan Teori**

Pembangunan ekonomi daerah bisa ditingkatkan dengan cara menggali potensi ekonomi daerah yang dimiliki oleh daerah tersebut. Potensi ekonomi daerah merupakan kemampuan ekonomi yang ada di daerah yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang. Potensi ekonomi daerah dapat dikembangkan dengan menggali produk-produk unggulan yang ada di daerah. Produk unggulan adalah suatu produk yang memiliki ciri khas atau keunikan sendiri dari daerah yang memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkai produk pesaing di pasar domestik dan menembus pasar ekspor. Untuk itu Produk-produk unggulan yang ada di daerah tersebut harus memiliki pengaruh yang signifikan atau positif terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat yang dinilai dari meningkatnya pendapatan masyarakat.

### **a. Pengertian Produk Unggulan Daerah**

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki

dan dikuasai oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar), talenta masyarakat dan kelembagaan (penguasaan teknologi, kemampuan sumberdaya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat) yang berkembang di lokasi tertentu. Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses membangun dialog dan kemitraan aksi para pihak yang meliputi pemerintah daerah, para pengusaha, dan organisasi-organisasi masyarakat lokal. Pilar-pilar pokok strateginya adalah meningkatkan daya tarik, daya tahan, dan daya saing ekonomi lokal. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak di daerah dalam rangka meningkatkan kesempatan kerja baru, peningkatan dan pengurangan kemiskinan secara signifikan.

Dalam rangka upaya pembangunan ekonomi daerah, inventarisasi potensi wilayah/masyarakat/daerah mutlak diperlukan agar dapat ditetapkan kebijakan pola pengembangan baik secara sektoral maupun secara multisektoral. Salah satu langkah inventarisasi/identifikasi potensi ekonomi daerah adalah dengan mengidentifikasi produk-produk potensial, andalan dan unggulan daerah pada tiap-tiap sub sektor. Produk unggulan daerah menggambarkan kemampuan daerah menghasilkan produk, menciptakan nilai, memanfaatkan sumberdaya secara nyata, memberi kesempatan kerja, mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki prospek untuk meningkatkan produktivitas dan investasinya. Sebuah produk dikatakan unggul jika memiliki daya saing sehingga mampu untuk menangkai produk pesaing di pasar domestik dan /atau menembus pasar ekspor (Sudarsono, 2001). Kriteria produk unggul menurut Unkris Satya Wacana Salatiga, adalah komoditi yang memenuhi persyaratan kecukupan sumberdaya lokal, keterkaitan komoditas, posisi bersaing dan potensi 12 bersaing.

Dari kriteria ini memunculkan pengelompokan komoditas berikut:

1. Komoditas potensial adalah komoditas daerah yang memiliki potensi untuk berkembang karena

keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif terjadi misalnya karena kecukupan ketersediaan sumberdaya, seperti bahan baku lokal, keterampilan sumberdaya lokal, teknologi produksi lokal serta sarana dan prasarana lokal lainnya.

2. Komoditas andalan adalah komoditas potensial yang dipandang dapat dipersandingkan dengan produk sejenis di daerah lain, karena disamping memiliki keunggulan komparatif juga memiliki efisiensi usaha yang tinggi. Efisiensi usaha itu tercermin dari efisiensi produksi, produktivitas pekerja, profitabilitas dan lain-lain.
3. Komoditas unggulan adalah komoditas yang memiliki keunggulan kompetitif, karena telah memenangkan persaingan dengan produk sejenis di daerah lain. Keunggulan kompetitif demikian dapat terjadi karena efisiensi produksinya yang tinggi akibat posisi tawarnya yang tinggi baik terhadap pemasok, pembeli, serta daya saingnya yang tinggi terhadap pesaing, pendatang baru maupun barang substitusi.

#### **b. Konsep Produk Unggulan Desa Pengertian Produk Unggulan Desa**

Menurut Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 tentang perubahan atas peraturan menteri desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 11 Tahun 2019 tentang prioritas penggunaan Dana Desa, Pasal 1 Ayat 27 Menyebutkan Bahwa Produk unggulan Desa dan produk unggulan kawasan perdesaan merupakan upaya membentuk, memperkuat dan memperluas usaha-usaha ekonomi yang difokuskan pada satu produk unggulan di wilayah Desa atau di wilayah antar-Desa yang dikelola melalui kerja sama antar-Desa. Dengan ini menunjukkan bahwa desa sudah bukan lagi objek dalam suatu pembangunan, akan tetapi desa telah menjadi subjek dari pembangunan yang mampu mengelola sendiri atas potensi yang ada di Desa tersebut.

#### **Konsep Pembangunan Ekonomi Desa dan Pendekatan Produk Unggulan Desa**

Dalam Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa pasal 78 ayat (1) Pembangunan desa bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana Desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan.

Dalam Peraturan Menteri Desa Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Menyebutkan bahwa Pembangunan Desa merupakan upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan unsur penting dan utama dalam menciptakan desa yang mandiri yang dicita-citakan melalui kebijakan pemerintah dalam UU Desa Nomor 6 Tahun 2014 atas asas rekognisi dan subsidiaritas yaitu pengakuan terhadap hak asal usul dan penetapan kewenangan berskala lokal dan pengambilan keputusan secara lokal untuk kepentingan masyarakat desa.

Pembangunan ekonomi desa dapat diartikan sebagai suatu proses dimana pemerintah desa dan masyarakatnya mengelola sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah desa dengan sektor UMKM Rumahan untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam desa tersebut. Oleh karena itu pemerintah desa beserta partisipasi masyarakat dengan menggunakan sumberdaya yang ada harus mampu mengelola potensi sumberdaya yang diperlukan dalam merancang dan membangun perekonomian desa. Masalah pokok dalam pembangunan desa adalah terletak pada penekanan terhadap kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan desa yang bersangkutan dengan menggunakan potensi sumberdaya manusia, sumberdaya alam, sumberdaya finansial dan bahkan sumberdaya kelembagaan.

Beberapa langkah dan strategi yang perlu dilakukan agar desa mampu bersaing antara lain:

1. Birokrasi pemerintah desa perlu melakukan reorientasi peran dan

tanggungjawabnya yakni hanya bersifat mengarah dan membina bukan menentukan (*steering than rowing*). Sehingga peran dan tanggungjawab tersebut hanya berkisar pada bidang-bidang dimana sektor swasta atau pihak ketiga lainnya tidak memungkinkan untuk melakukan tugas tersebut, misalnya dalam situasi terjadinya kegagalan pasar.

2. Birokrasi pemerintah desa harus dapat berkiprah secara efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan prima untuk meraih dukungan baik dalam dan luar daerah hingga jaringan ke investor-investor luar
3. Membentuk sistem dan jaringan kerja dengan lembaga/asosiasi bisnis dan atase perdagangan antar desa, khususnya dalam mendukung pemasaran produk yang diproduksi dari desa
4. Memfasilitasi lembaga keuangan agar bersedia memberikan modal usaha bagi industri skala kecil dan menengah pada berbagai sektor unggulan desa, sehingga mereka dapat menjamin dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.
5. Berperan mentransportasikan ilmu pengetahuan dan teknologi terapan di berbagai sektor produk unggulan desa, agar proses produksi dapat mencapai efektifitas, efisiensi, dan ekonomis.
6. Mendorong agar para produsen mengembangkan jenis-jenis produk unggulan yang bersifat komplementer baik intern maupun antar region, memiliki nilai tambah dan menghasilkan manfaat ganda baik secara *backwardlinkage* dan *forward linkage* terhadap berbagai sektor, dengan demikian dapat memperkuat posisi desa dari pengaruh fluktuasi ekonomi.
7. Memposisikan birokrasi pemerintah desa cukup berperan sebagai katalisator, stimulator, dan regulator

agar mekanisme pasar dapat bekerja secara sehat.

8. Memprioritaskan program pembangunan infrastruktur yang dibutuhkan dalam rangka kemudahan aksesibilitas usaha di bidang industri meliputi sarana transportasi, komunikasi, energi, lokasi industri, sarana dan prasarana pelayanan umum yang baik serta situasi lingkungan yang sehat dan aman.

### c. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah akronim untuk kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Menurut Irham Fahmi (2014:260), Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

- a. Faktor Eksternal Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O and T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar usaha yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan sebuah usaha. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
- b. Faktor Internal Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weakness (S and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam usaha, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen,; dan budaya perusahaan.

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT (David, Fred R., 2005:47) yaitu :

1. Kekuatan (Strenghts) Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh usaha yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha di pasar.
2. Kelemahan (Weakness) Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja usaha. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.
3. Peluang (Opportunities) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
4. Ancaman (Threats) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

#### dalam Perspektif SWOT Faktor Eksternal

| Faktor Eksternal        |   |                      |                                     |
|-------------------------|---|----------------------|-------------------------------------|
| Opportunities (Peluang) | > | Threats (Ancaman)    | Kondisi Perusahaan Yang Baik        |
| Opportunities (Peluang) | < | Threats (Ancaman)    | Kondisi Perusahaan Yang Kurang Baik |
| Faktor Internal         |   |                      |                                     |
| Strengths (Kekuatan)    | > | Weakness (Kelemahan) | Kondisi Perusahaan Yang Baik        |
| Strengths (Kekuatan)    | < | Weakness (Kelemahan) | Kondisi Perusahaan Yang Kurang Baik |

(Sumber: Irham Fahmi, 2014: 261)

berdasarkan pada gambar 2.1, maka ada 2 (dua) kesimpulan yang bisa diambil dan layak diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu:

- a. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika opportunity (peluang) adalah lebih besar dibandingkan threats (ancaman), dan begitu pula sebaliknya.
- b. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika strenghts (kekuatan) adalah lebih besar dibandingkan weaknesses (kelemahan), dan begitu pula sebaliknya.

Jadi, Menurut Freddy Rangkuti (2014:197-203) Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi dunia bisnis serta lingkungan internal kekuatan dan kelemahan. Analisis SWOT membandingkan antara

**Gambar 2.1: Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan**

faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis tersebut dapat diambil suatu keputusan strategis suatu organisasi.

### III. PERANCANGAN SISTEM

#### a. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Madulang Kecamatan Omben, Kabupaten Sampang, karena daerah tersebut merupakan daerah yang paling berpotensi sebagai penghasil singkong terbaik namun belum optimal dalam pengelolaan dan pengembangannya. Sehingga perlu adanya penelitian untuk menyusun strategi dalam pengembangan usaha produk unggulan kripik tette tersebut. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dan kuisioner kepada responden. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait, berbagai pustaka seperti buku, jurnal, dan internet. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif.

Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis yang ditetapkan berlandaskan pada filsafat positivisme sedangkan analisis deskriptif untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan jumlah responden yang diambil untuk melakukan penelitian ini sebanyak 20 responden dari berbagai *Stakeholder*. Sedangkan untuk wawancara mengambil 4 Informan dengan metode *purposive random sampling* dengan narasumber yang kompeten sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT melalui pengukuran-pengukuran tersistematis dengan memantau sejauh mana 4 faktor/analisis dari SWOT mampu berpengaruh terhadap pengembangan usaha Produk Unggulan Desa Kripik Tette ini. Analisis data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

#### b. Strategi Pengembangan Produk Unggulan Kripik Tette Desa Madulang

Pengembangan Produk unggulan Kripik Tette Desa Madulang dari hasil pertama setelah dilakukan survey, ditemukan bahwa potensi sumberdaya alam yang ada di desa Kecamatan Omben Kabupaten Sampang cukup baik dan melimpah, hal ini sesuai dengan hasil koding wawancara bersama informan 1 yakni bapak Camat Omben. Strategi pengembangan Produk unggulan Kripik Tette Desa Madulang melalui Growth melalui metode analisis SWOT agar tim peneliti mengetahui beberapa kriteria terkait kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), ancaman (*Threats*) dan peluang (*Opportunities*) dalam pengembangan produk unggulan tersebut.

Dari hasil wawancara dengan beberapa *Stakeholder* terkait pengembangan Kripik Tette Madulang, diperoleh hasil dari faktor lingkungan internal dan eksternal sebagai berikut:

#### Kekuatan (*Strengths*)

- 1) Singkong adalah komoditas unggulan yang melimpah di Desa Madulang (S1)
- 2) Teknologi Tower Internet Desa sudah aktif (S2)
- 3) SDM Kelompok Muda Sudah Melek IT (S3)
- 4) Dukungan Pemerintah Desa sangat baik (S4)

#### Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Kualitas Pengelolaan Produk Unggulan yang masih rendah (W1)
- 2) Sinyal Jaringan Internet Desa kurang stabil (W2)
- 3) Manajemen Tim Pemasaran Kelompok Muda kurang terorganisir (W3)
- 4) Strategi Pemasaran yang kurang menguasai (W4)

#### Ancaman (*Threats*)

- 1) Hama Pertanian (T1)
- 2) Persaingan Pasar Online (T2)
- 3) Legalitas Produk (T3)
- 4) Jaringan Pemasaran Komunitas Luar (T4)

#### Peluang (*Opportunities*)

- 1) Karakter selera lokal Madura yang lebih mencintai produk lokal (O1)
- 2) Penguasaan Pasar Online (O2)

- 3) Dapat membangun jaringan dan kerjasama dengan instansi atau lembaga lain(O3)
- 4) Belum terdapat persaingan produk yang sejenis(O4)

Berikut Tabel SWOT produk unggulan Kripik Tette Desa Madulang sebagaimana dibawah ini:

#### Kriteria Analisis SWOT

| No | Strenght                                  | No | Weekness                                          |
|----|-------------------------------------------|----|---------------------------------------------------|
| 1  | Produk Unggulan Yang Melimpah             | 1  | Kualitas Pengelolaan Produk Unggulan Masih Rendah |
| 2  | Teknologi tower internet desa sudah aktif | 2  | Sinyal Internet Desa kurang stabil                |
| 3  | Mempunyai SDM Melek IT                    | 3  | Manajemen Tim Pemasaran/IT                        |
| 4  | Dukungan Pemerintah Desa Sangat Baik      | 4  | Teknik Pemasaran Produk                           |
| No | Opportunity                               | No | Treath                                            |
| 1  | Karakter selera lokal madura              | 1  | Hama Pertanian                                    |
| 2  | Pasar Online                              | 2  | Persaingan Pasar Online                           |
| 3  | Kerjasama antar instansi dan lembaga      | 3  | Legalitas Produk                                  |
| 4  | Belum Ada Saingan                         | 4  | Jaringan Pemasaran                                |

Dari faktor-faktor diatas maka dipeoleh bebrapa alternatif strategi melaui Analisis SWOT dengan cara memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir kelemahan dan meggunakan peluang untuk menghindari ancaman.

#### Strategi S-T (*Strengths- Threats*)

- 1) Meningkatkan serta menjaga kualitas perawatan pada produk unggulan singkong sehingga mampu di produksi sebaik mungkin. Serta dalam peningkatan pemasaran, perlu adanya penggunaan dan penguasaan pemasaran di berbagai sosial media dengan masuknya internet ke desa (S1, S2, T1,T2)

- 2) Meningkatkan produktivitas dan dan melatih para pemuda yang melek IT agar dapat di optimalkan untuk hal positif guna pengembangan pemasaran produk unggulan desa serta penguatan sisi legalitas produk guna dapat menembus toko-toko modern (S3, S4, T3, T4)

#### Stretegi W-T (*Weaknesses- Threats*)

- 1) Menjaga serta merawat tanaman singkong agar dapat terhindar dari hama, dan biasakan agar selalu menggunakan pupuk organik untuk hasil yang lebih maksimal (W1, T1)
- 2) Penguasaan pasar online harus mennggunakan sinyal jaringanyang kuat agar mampu merespon pelanggan dengan cepat (W2, T2)
- 3) Pengoordinasian sangat dibutuhkan guna dapat berjalan siring dan seirama guna dapat lebih cepat sampai pada tujuandan target yang telah ditentukan bersama (W3, W4 dan T3, T4)

#### Stretegi S-O (*Strengths - Opportunity*)

- 1) Menciptakaan inovasi-inovasi dari pengembangan produk unggulan yang awalnya terlihat biasa saja menjadi luar biasa guna memberikan sensai dan selera yang lebih bervariasi (S1, O1)
- 2) Penguasaan pasar online sangat dibutuhkan guna mampu melebarkan jaringan pemasaran hingga ke seluruh wilayah (S2, S3 O2,)
- 3) Menguasai Jaringan dan melakukan kerjasama anatar kelompok-kelompok masyarakat dan komunitas mampu meberikan jalan alternatif guna pengembangan pemasaran produk (S4, O3, O4)

#### Stretegi W-O (*Weaknesses- Opportunity*)

- 1) Kompetensi, proaktifitas, kreativitas dan inovasi produk unggulan desa kripik tette harus dioptimalkan untuk meningkatkan kualitas, cita rasa hingga mampu dipasarkan ke pasar intenasional (W1, W2, W3, O1, O2, O3, O4).
- 2) Menyusun manajemen yang baik terutama pengembagan informasi yang baik melalui kelompok muda Melek IT (W4, O4).

Dari analisis SWOT diatas strategi yang dapat dijadikan kebijakan untuk meningkatkan Pengembangan usaha Porduk Unggulan Desa adalah sebagai berikut :

- 1) Memeperluas pangsa pasar kripik tette melalui potensi unggulan komoditas ekonomi Desa untuk menjadi sentra industri makanan ringan khas lokal
- 2) Meningkatkan produktivitas, Jumlah Produksi singkong unggulan yang lebih berkualitas sehingga kripik tette khas Desa Madulang mempunyai potensi daya saing dalam pangsa pasar internasional
- 3) Melatih para kelompok muda IT agar dapat melakukan penjualan serta penguasaan pemasaran disosial media..
- 4) Membuat desain dan inovasi-inovasi produk lebih modern dan menarik agar dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat
- 5) Membangun Kerjasama dengan semua Desa, Masyarakat Desa, instansi-instansi dan kelompok-kelompok besar produktif.



## PENUTUP

### a. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan serta penyusunan strategi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan Produk Unggulan Kripik Tette Desa Madulang Khas Madura ini perlu melakukan terobosan-terobosan yang baik dan tepat sasaran. Persaingan di era digitalisasi sudah tidak dapat di tampik lagi. Oleh karena itu penguasaan-penguasaan pemasaran produk unggulan kripik tette ini harus sudah masuk diberbagai akun sosial media.

Disisi lain, keterbatasan kemampuan kelompok muda dalam pengguna IT secara komprehensif harus dapat dimulai sejak awal, agar sistem pemasaran tidak hanya berjalan dari sisi offline saja, melainkan sisi online turut berjalan. Adanya dukungan dari pihak pemerintah desa, sudah memberikan angin segar guna pengembangan kripik tette tersebut. Adanya bantuan Dana Desa yang dialokasikan untuk pengembangan usaha produk unggulan desa mampu menciptakan hasil produksi yang maksimal dengan kualitas produksi yang sangat baik. Selain itu dukungan yang diberikan oleh pemerintah desapun tidak hanya melalui dukungan secara materiil mapun dukungan moril juga telah dilakukan.

Membangun kerjasama dengan berbagai pemerintah dan masyarakat desa lain, dan membangun kerjasama antar kelompok masyarakat dan komunitas, mampu memberikan hasil yang positif guna pengembangan produk unggulan kripik tette khas madulang tersebut.

### b. Saran

- Ucapan terimakasih kepada semua pihak khususnya dirjen dikti yang telah mendukung kelancaran penelitian ini.
- Dalam penelitian selanjutnya harus lebih fokus pada strategi pemasaran lewat online, atau penguasaan di berbagai media social
- Lebih banyak model pengembangan yang dilakukan.

## REFRENSI

- Afridhal, Muhammad. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangga Bireuen, Kecamatan Samalangga Kabupaten Bireuen: Jurnal.
- Afrizal. 2016. Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Aisyah, S. A, Bunasor S., Agus M. 2013. Strategi Pengembangan Usaha Sapi Potong (Studi Kasus CV Mitra Tani Farm). Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol. 10 No. 2 Juli. Hal: 109-116.
- Arsyad Lincoln. 2016. Ekonomi Pembangunan. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Asnawati, H. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda. Samarinda: Jurnal
- BPS,. 2017, Kecamatan Omben dalam Angka 2017, BPS Kabupaten Sampang
- Bungin, Burhan. (2013). Metodologi Penelitian dan Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriyani, T., Iwan, S., & Indra, M. (2018). Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan. Yogyakarta: CV Budi Utaman.
- Hidayati, Ulfa. (2018). Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam Desa Jatirenggo Pringsewu. Skripsi. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan
- Jeni Wulandari, Jeni. (2012), "Strategi Pengembangan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan (Studi Kasus Kawasan Sentra Industri Kripik Kota Bandar Lampung)", Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan, 3:421-432.
- Moh. Holis, Sayyidin dan Musoffan (2019). Strategi Peningkatan Optimalisasi Aktivitas Petani Garam Pamekasan Dengan Analytical Hierarchy Process. Pamekasan: Seminar Nasional Humaniora & Aplikasi Teknologi Informasi (SEHATI).
- Peraturan Menteri Desa Tertinggal, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 tentang perubahan atas peraturan menteri desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 11 Tahun 2019 tentang prioritas penggunaan Dana Desa.

- Pratiwi, Risda. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sandriana, N., Hakim, A., & Saleh, C. (2015). Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster di Kota Malang.
- Sukesti, Fatmasari dan Setia Iriyanto, (2011). Pemberdayaan UKM : Meningkatkan komoditas Unggulan Ekspor UKM Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Daerah (Studi pada UKM di Jawa Tengah). Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan Fakultas Ekonomi UNIMUS 2011. Nur'aini, Fajar. (2019). Teknik Analisis SWOT. Yogyakarta: Penerbit Quadrant
- Undang – Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa