

ABSTRAK

INDRA PUJA PRASETIO, 2026. Strategi Pengembangan Usaha Tempe di Desa Margaluyu Kecamatan Cikoneng (Studi Kasus Pada Agroindustri Tempe Ibu Sri). Dibawah Bimbingan **Muhamad Nurdin Yusuf** dan **Rian Kurnia**.

Penelitian ini Bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan produk agroindustri Usaha Tempe di Desa Margaluyu Kecamatan Cikoneng. Usaha tempe merupakan salah satu agroindustri rumah tangga yang berperan penting dalam perekonomian masyarakat pedesaan, termasuk di Desa Margaluyu, Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis. Namun demikian, pengembangan usaha tempe di wilayah ini masih menghadapi berbagai kendala, baik dari aspek internal maupun eksternal, sehingga diperlukan strategi pengembangan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan), mengidentifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman), serta merumuskan strategi yang tepat bagi pengembangan Agroindustri Tempe Ibu Sri. Penelitian dilaksanakan dengan pendekatan studi kasus, menggunakan tujuh orang informan yang terdiri atas pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Data dianalisis menggunakan Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary), Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary), Diagram Cartesius SWOT, dan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan total skor terbobot IFAS sebesar 3,59 dan EFAS sebesar 3,23, yang menempatkan posisi usaha pada Kuadran II Diagram Cartesius SWOT, yaitu kategori diversifikasi. Kekuatan utama usaha adalah pengalaman usaha yang lama dan kualitas produk yang konsisten, sedangkan kelemahan utama adalah keterbatasan promosi dan administrasi keuangan. Peluang utama berupa tingginya minat masyarakat terhadap tempe, sedangkan ancaman utama adalah kenaikan harga bahan baku kedelai. Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah strategi S-T (Strengths-Threats), yaitu memanfaatkan pengalaman usaha yang panjang serta efisiensi proses produksi untuk menyiasati dampak kenaikan harga bahan baku kedelai, didukung oleh strategi S-O berupa perluasan pemasaran dengan memanfaatkan kualitas produk serta penguatan administrasi keuangan dan permodalan usaha.

Kata Kunci: tempe, strategi pengembangan usaha, SWOT, IFE-EFE,

ABSTRACT

INDRA PUJA PRASETIO, 2026. *Business Development Strategy for the Tempeh Business in Margaluyu Village, Cikoneng District. Supervised by Muhamad Nurdin Yusuf and Rian Kurnia.*

This study aims to identify and analyze the internal and external factors influencing the product development of the "Ibu Sri" Tempeh agro-industry business in Margaluyu Village, Cikoneng District. The tempeh business is a household-scale agro-industry that plays a vital role in the rural economy, including in Margaluyu Village, Cikoneng District, Ciamis Regency. However, the development of the tempeh business in this area still faces various internal and external obstacles, necessitating an appropriate development strategy. This research aims to identify internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats), as well as to formulate suitable strategies for the development of the "Ibu Sri" Tempeh agro-industry. The study employed a case study approach, utilizing seven informants comprising the business owner, employees, and consumers. Data were analyzed using the IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Matrix, the EFAS (External Factor Analysis Summary) Matrix, the SWOT Cartesian Diagram, and the SWOT Matrix. The results indicate a weighted IFAS score of 3.59 and an EFAS score of 3.23, placing the business in Quadrant II of the SWOT Cartesian Diagram, the diversification category. The business's primary strengths are its long-standing experience and consistent product quality, while its main weaknesses are limited promotion and financial administration. Key opportunities include high public interest in tempeh, whereas the primary threat is the rising price of raw soybeans. The recommended priority strategy is an S-T (Strengths-Threats) strategy—leveraging the business's long-standing experience and production efficiency to offset the impact of rising soybean prices—supported by an S-O strategy of expanding marketing by capitalizing on product quality, along with strengthening financial administration and business capital.

Keywords: tempeh, business development strategy, SWOT, IFE-EFE.