

MENGOPTIMALKAN POTENSI LOKAL: STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK UBI KAYU DI DESA KELE'I

Septian Aditya Kolompo¹, Feliks Arfid Guampe^{2*}

^{1,2} Universitas Kristen Tentena

Email: feliksguampe@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the opportunities and development strategies for cassava cracker businesses in Kele'i Village, Poso Regency. The research employed a descriptive qualitative approach with SWOT analysis to identify internal and external factors influencing the business. Data were collected through interviews, observations, and literature review, involving 15 business operators as respondents. The findings indicate that the cassava cracker business in Kele'i Village is positioned in Quadrant I of the SWOT analysis, suggesting strong internal factors and significant opportunities for growth. Key strengths include high product quality, affordable pricing, and a variety of preservative-free products. However, challenges such as unattractive packaging and ineffective promotion require attention. Opportunities include increasing market demand, government support, and the rise of digital promotion, while threats from new competitors and substitute products persist. The recommended strategies involve utilizing modern technology to enhance production efficiency, diversifying products to target broader market segments, and strengthening promotion through social media. Collaboration with the government is also advised to support technical training and provide production equipment. This study concludes that developing the cassava cracker business requires technological innovation, effective marketing strategies, and collaboration with various stakeholders to ensure sustainability and competitiveness in both local and national markets.

Keywords: Cassava Crackers, Development, Strategies.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan strategi pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i, Kabupaten Poso. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha ini. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka, dengan 15 pelaku usaha sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i berada pada Kuadran I dalam analisis SWOT, yang berarti usaha ini memiliki kekuatan internal yang signifikan dan peluang besar untuk berkembang. Kekuatan utama meliputi kualitas produk yang baik, harga terjangkau, dan produk bervariasi tanpa pengawet. Namun, kelemahan seperti kemasan yang kurang menarik dan promosi yang belum efektif menjadi tantangan yang perlu diatasi. Peluang meliputi permintaan pasar yang meningkat, dukungan pemerintah, dan berkembangnya media promosi, meskipun ancaman dari pesaing baru dan produk substitusi tetap ada. Strategi yang direkomendasikan mencakup pemanfaatan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi produksi, diversifikasi produk untuk memperluas segmen pasar, serta penguatan promosi melalui media sosial. Kolaborasi dengan pemerintah juga disarankan untuk mendukung pelatihan teknis dan penyediaan alat produksi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan usaha kerupuk ubi kayu memerlukan inovasi teknologi, strategi pemasaran yang efektif, dan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk menciptakan keberlanjutan dan daya saing usaha di pasar lokal maupun nasional.

Kata kunci: Kerupuk, Ubi Kayu, Strategi, Pengembangan.

PENDAHULUAN

Diversifikasi pangan merupakan upaya penting untuk meningkatkan konsumsi aneka ragam pangan yang berlandaskan prinsip beragam, bergizi, dan berimbang. Langkah ini memerlukan dukungan teknologi pengolahan yang tidak hanya mudah tetapi juga murah untuk diterapkan secara luas di masyarakat. Teknologi tersebut harus mampu mengolah berbagai bahan lokal seperti umbi-umbian, termasuk ubi kayu, agar dapat menghasilkan produk pangan yang bernilai tambah tinggi. Dukungan ini sangat relevan di daerah-daerah yang menjadi sentra produksi ubi kayu, karena dapat mendorong pertumbuhan dan pengembangan agroindustri. Dengan demikian, selain meningkatkan nilai tambah komoditas pangan, langkah ini juga memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Ubi kayu adalah salah satu sumber pangan yang memiliki berbagai potensi untuk diolah menjadi beragam produk, mulai dari pangan pokok hingga camilan. Produk olahan seperti kerupuk ubi kayu telah menjadi bagian dari tradisi kuliner di Indonesia dan memiliki peluang pasar yang luas. Kerupuk, sebagai produk olahan yang digemari oleh berbagai lapisan masyarakat, memiliki tekstur yang renyah dan rasa yang khas sehingga dapat meningkatkan selera makan. Meskipun demikian, popularitas kerupuk ubi kayu belum sebanding dengan produk olahan ubi kayu lainnya. Namun, kerupuk ubi kayu memiliki keunggulan komparatif yang jika dimanfaatkan dengan baik dapat meningkatkan daya saingnya di pasar nasional maupun internasional (Ramadhani, 2024).

Potensi besar kerupuk ubi kayu dapat diwujudkan melalui strategi pengembangan yang komprehensif, terutama di sektor pemasaran dan inovasi produk. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemasaran digital, yang semakin berkembang pesat, dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Strategi pemasaran ini, bila dipadukan dengan inovasi produk seperti diversifikasi rasa atau kemasan yang menarik, dapat meningkatkan daya tarik kerupuk ubi kayu di pasar (Ramadhani, 2024). Selain itu, inovasi produk seperti pengembangan kerupuk berbasis kulit ubi kayu tidak hanya meningkatkan nilai gizi tetapi juga memanfaatkan bahan baku secara optimal, sehingga menambah nilai ekonomis produk (Yusbarina et al., 2012).

Namun, pengembangan usaha kerupuk ubi kayu tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah efisiensi saluran distribusi yang berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian di Desa Pulau Aro menunjukkan bahwa pengusaha kerupuk ubi kayu perlu memperhatikan penentuan harga jual yang kompetitif serta strategi pemasaran yang terencana untuk meningkatkan daya saing mereka (Jamalludin et al., 2019, 2020). Tantangan lainnya adalah penggunaan faktor produksi yang belum efisien. Misalnya, alokasi bahan baku seperti garam dan minyak goreng secara berlebihan dapat menyebabkan pemborosan dan menurunkan profitabilitas usaha (Jamalludin et al., 2020).

Inovasi teknologi juga memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan usaha kerupuk ubi kayu. Penerapan teknologi pengeringan tenaga surya, misalnya, telah terbukti mampu meningkatkan produktivitas sekaligus menekan biaya produksi. Inovasi semacam ini dapat membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi operasional mereka sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan (Havendri et al., 2018).

Selain itu, aspek budidaya ubi kayu juga perlu mendapat perhatian serius. Masalah seperti penyakit tanaman dapat berdampak langsung pada pasokan bahan baku untuk produksi kerupuk. Oleh karena itu, upaya pemberdayaan petani melalui pelatihan dan penyuluhan menjadi penting untuk meningkatkan hasil panen dan menjaga keberlanjutan pasokan bahan baku (Banna, 2023).

Desa Kele'i, sebagai salah satu sentra produksi kerupuk ubi kayu, memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri ini. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha pengolahan kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat setempat. Namun, tantangan seperti peralatan produksi yang masih sederhana, distribusi yang terbatas, serta promosi yang belum optimal perlu segera diatasi. Penggunaan peralatan sederhana membatasi skala produksi, sementara minimnya strategi promosi menyebabkan kerupuk ubi kayu sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengembangan strategi promosi dan pemasaran digital menjadi sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan strategi pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i dengan menggunakan pendekatan SWOT. Melalui

analisis ini, diharapkan dapat dirumuskan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan pengembangan usaha, sehingga potensi besar kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i dapat dimanfaatkan secara maksimal.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Teori Wirausaha

Teori wirausaha merupakan suatu kerangka yang penting dalam memahami dinamika dan motivasi di balik perilaku kewirausahaan. Dalam konteks ini, dua teori utama yang sering digunakan adalah Teori Kognitif Sosial (SCT) dan Teori Perilaku Terencana (TPB). SCT menekankan pentingnya self-efficacy sebagai faktor kunci dalam membentuk minat berwirausaha individu, di mana pendidikan kewirausahaan berperan signifikan dalam meningkatkan keyakinan diri ini (Arimbawa, 2023; X. Wang & Xu, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun sikap positif dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai usaha (Atrup, 2023; Guampe, 2021; Guampe et al., 2022, 2024; Guampe & Taaha, 2022).

Selain itu, karakteristik kepribadian seorang wirausahawan juga berkontribusi terhadap kesuksesan bisnis. Penelitian oleh Idrus menunjukkan bahwa pengalaman dan perubahan dalam individu dapat mempengaruhi karakteristik personal yang diperlukan untuk berwirausaha (Guampe et al., 2022; Idrus, 2012). Teori kebutuhan McClelland, yang mengidentifikasi kebutuhan akan pencapaian, kekuasaan, dan afiliasi, juga relevan dalam menjelaskan motivasi di balik perilaku kewirausahaan (Idrus, 2012). Dengan demikian, pengembangan karakteristik ini melalui pendidikan dan pengalaman praktis menjadi sangat penting untuk membentuk wirausahawan yang sukses.

Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa efektivitas program pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan intensitas berwirausaha di kalangan siswa. Program-program ini sering kali mengintegrasikan elemen praktis seperti pelatihan dan simulasi, yang membantu siswa mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka (Mawaddah et al., 2023). Penelitian juga menunjukkan bahwa self-efficacy berfungsi sebagai variabel intervening yang memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha (Mawaddah et al., 2023; X. Wang & Xu, 2021).

Dalam konteks yang lebih luas, teori-teori seperti Teori Perilaku Terencana (TPB) telah terbukti efektif dalam memprediksi niat berwirausaha di berbagai populasi, termasuk mahasiswa (Kautonen et al., 2015; Ndofirepi, 2022). TPB menekankan bahwa niat untuk berwirausaha dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Kautonen et al., 2015; Ndofirepi, 2022). Penelitian longitudinal menunjukkan bahwa faktor-faktor ini secara signifikan mempengaruhi keputusan individu untuk memulai usaha, yang menyoroti pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membentuk niat dan tindakan kewirausahaan (Kautonen et al., 2015).

Secara keseluruhan, teori wirausaha memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami berbagai faktor yang mempengaruhi niat dan tindakan kewirausahaan. Melalui integrasi pendidikan, pengembangan karakteristik pribadi, dan pemahaman tentang teori-teori perilaku, individu dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam dunia kewirausahaan.

2. Teori Peluang dan Strategi Pengembangan

Teori peluang dan strategi pengembangan merupakan dua aspek penting dalam konteks manajemen dan pengembangan organisasi, baik dalam sektor pariwisata, agribisnis, maupun pendidikan. Dalam pengembangan strategi, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sering digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi atau proyek. Misalnya, Kurniawati et al. menerapkan analisis SWOT dan Blue Ocean Strategy untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan objek wisata Karacak Valley, serta merekomendasikan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik wisata tersebut (Kurniawati et al., 2022). Demikian pula, Baharuddin menekankan pentingnya diversifikasi sebagai strategi pengambilan keputusan dalam pengembangan kompetensi sumber daya manusia, yang menunjukkan bagaimana organisasi dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal (Baharuddin, 2020).

Dalam konteks pariwisata, Widodo mengungkapkan bahwa kemajuan teknologi mempengaruhi strategi pengembangan e-tourism di Tangerang Selatan, di mana analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan peluang yang ada dalam

pemanfaatan teknologi digital (Widodo, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Kanom dan Darmawan yang menekankan pentingnya memahami siklus hidup destinasi wisata untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Selain itu, Choirunnisa dan Karmilah menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat digunakan untuk mengklasifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata budaya, yang merupakan bagian dari strategi pengembangan yang lebih luas (Choirunnisa & Karmilah, 2022).

Dalam sektor agribisnis, penelitian oleh Rahayu dan Sukarne menunjukkan bahwa pemilihan dan penerapan strategi yang sesuai dengan karakteristik wilayah sangat penting untuk keberhasilan pengembangan agribisnis ternak sapi di Kabupaten Sumbawa Barat (Rahayu & Sukarne, 2021). Penelitian ini menyoroti bagaimana analisis SWOT dapat membantu dalam merumuskan strategi yang relevan dengan konteks lokal. Selain itu, Puspitasari et al. menekankan peran subsektor peternakan dalam mendukung ekonomi lokal di Yogyakarta, dengan strategi pengembangan yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya yang ada (Puspitasari et al., 2021).

Dalam pendidikan, Sholeh menjelaskan bahwa pelatihan dan pengembangan merupakan strategi penting untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di lembaga pendidikan Islam (Sholeh, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan SDM tidak hanya terbatas pada sektor bisnis, tetapi juga sangat relevan dalam konteks pendidikan. Kautsar dan Julaiha menambahkan bahwa manajemen strategik dalam lembaga pendidikan melibatkan pengembangan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan organisasi (Kautsar & Julaiha, 2023).

Secara keseluruhan, teori peluang dan strategi pengembangan saling terkait dalam menciptakan kerangka kerja yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan menggunakan analisis SWOT dan pendekatan strategis lainnya, organisasi dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada, sambil mengatasi tantangan yang dihadapi di lingkungan internal dan eksternal mereka.

3. Keripik Ubi Kayu

Keripik ubi kayu, atau keripik singkong, merupakan salah satu produk olahan yang populer di Indonesia, terbuat dari umbi tanaman ubi kayu (*Manihot esculenta*). Proses

pembuatan keripik ini melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pengemasan. Ubi kayu kaya akan karbohidrat, yang menjadikannya sumber energi yang penting dalam diet masyarakat (Moniharapon, 2018; Wanapat & Kang, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Moniharapon, dijelaskan bahwa keripik ubi kayu memiliki karakteristik tekstur yang penting, yaitu kerenyahan, yang harus dikontrol selama proses penggorengan (Moniharapon, 2018).

Proses produksi keripik ubi kayu menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal efisiensi dan kebersihan saat penirisan minyak. Andriani menyoroti pentingnya inovasi dalam proses penirisan minyak untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas keripik (Andriani, 2023). Selain itu, penggunaan teknologi modern dalam pengolahan juga dapat meningkatkan nilai tambah produk. Henakin dan Taena mencatat bahwa kelompok usaha yang menggunakan alat pengolahan modern dapat menghasilkan keripik dengan kualitas yang lebih baik (Henakin & Taena, 2018).

Setelah proses penggorengan, keripik perlu dikeringkan untuk menghilangkan sisa minyak, yang dapat memperpanjang masa simpan produk. Paramita et al. menunjukkan bahwa penggunaan spinner untuk mengeringkan keripik dapat meningkatkan umur simpan (Paramita et al., 2022). Pengemasan juga merupakan aspek penting dalam menjaga kualitas keripik, di mana penggunaan metode vakum dapat mencegah kerusakan akibat oksidasi (Paramita et al., 2022; Sari & Rahayu, 2022).

Dari segi ekonomi, keripik ubi kayu memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan petani. Penelitian oleh Zakaria et al. menunjukkan bahwa keripik ubi kayu dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi rumah tangga petani di Lampung (Zakaria et al., 2020). Selain itu, keripik ini juga berkontribusi pada ketahanan pangan, terutama di daerah-daerah yang bergantung pada ubi kayu sebagai sumber karbohidrat (Saediman et al., 2019).

Dalam konteks pemasaran, pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk keripik ubi kayu juga semakin penting. Nurahmi menekankan bahwa strategi pemasaran digital dapat meningkatkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan memperluas jangkauan pasar produk keripik (Nurahmi, 2023).

Secara keseluruhan, keripik ubi kayu tidak hanya merupakan makanan ringan yang digemari, tetapi juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi lokal dan ketahanan pangan. Dengan inovasi dalam proses produksi dan pemasaran, keripik ubi kayu dapat terus berkembang sebagai produk unggulan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kele'i, Kecamatan Pamona Puselemba, Kabupaten Poso, yang dikenal sebagai salah satu wilayah yang mengembangkan industri kerupuk ubi kayu. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive) dengan mempertimbangkan potensi signifikan desa ini dalam pengembangan usaha kerupuk ubi kayu. Penelitian berlangsung pada bulan November 2024 dengan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif untuk memahami dan menjelaskan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha tersebut. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan melalui analisis SWOT. Data dikumpulkan menggunakan tiga teknik, yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan terhadap 15 responden, yang dipilih menggunakan metode Simple Random Sampling, dengan panduan pertanyaan untuk memperoleh informasi strategis terkait usaha kerupuk ubi kayu. Observasi dilakukan untuk memahami proses produksi, alat yang digunakan, dan kondisi pemasaran secara langsung, sedangkan studi pustaka melibatkan pengumpulan data sekunder dari literatur seperti buku, jurnal, laporan penelitian, dan dokumen resmi.

Penelitian ini menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk mendukung analisis. Data kualitatif mencakup deskripsi hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen yang menggambarkan aspek teknis dan strategis usaha, sementara data kuantitatif berupa skor bobot dan rating dari analisis SWOT yang digunakan untuk menentukan posisi strategis usaha di matriks SWOT. Analisis data dilakukan dengan pendekatan SWOT yang melibatkan tiga tahap utama. Pertama, analisis internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) menggunakan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS), yang menghitung total skor bobot dan rating dari faktor internal. Kedua, analisis eksternal mengidentifikasi peluang

(Opportunities) dan ancaman (Threats) melalui matriks External Factor Analysis Summary (EFAS), yang menghitung skor total faktor eksternal. Ketiga, formulasi strategi dilakukan dengan merangkum hasil analisis internal dan eksternal dalam diagram SWOT untuk menentukan posisi usaha dalam kuadran strategis, yang selanjutnya digunakan untuk merumuskan strategi berdasarkan matriks SWOT, seperti strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T.

Matriks SWOT yang dirancang mencakup IFAS untuk menganalisis bobot dan rating faktor internal, seperti kualitas produk, daya saing harga, dan kelemahan dalam kemasan atau promosi, serta EFAS untuk mengevaluasi bobot dan rating faktor eksternal, seperti peluang dari permintaan pasar dan ancaman dari kompetitor baru. Diagram SWOT menunjukkan posisi usaha berdasarkan sumbu X (faktor internal) dan sumbu Y (faktor eksternal), yang membantu dalam menentukan strategi pengembangan yang relevan. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menghasilkan strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Faktor Internal (Matriks IFAS)

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor – faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFAS menunjukkan kondisi internal pengusaha keripik ubi kayu di desa Kele'i berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot, disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Matriks IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan (Strengths)			
Kualitas produk baik	0,21	4	0,84
Alat yang digunakan dalam proses produksi sudah memadai	0,2	4	0,8
Harga produk terjangkau	0,19	3	0,57
Tidak menggunakan pengawet	0,2	4	0,8

Produk Bervariasi dengan berbagai macam rasa	0,2	4	0,8
Total S	1		3,81
Kelemahan (Weaknesses)			
Kemasan yang kurang menarik	0,13	1	0,13
Lokasi Penjualan Kurang Strategis	0,23	2	0,46
Promosi belum efektif	0,16	2	0,32
Tempat Penjualan Masih Skala Kecil	0,21	2	0,42
Daya Tahan Simpan Produk lemah	0,27	3	0,81
Total W	1		2,14
Total IFAS			5,95

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Tabel 1. menunjukkan bahwa faktor koefisien IFAS kekuatan (Strengths) adalah sebesar 3,81 adapun koefisien IFAS faktor kelemahan (Weakness) adalah sebesar 2,14. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri kerupuk ubi kayu di desa Kele'i lebih besar daripada faktor kelemahan. Ini berarti bahwa industri kerupuk ubi kayu di desa Kele'i harus bisa memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usaha dan menciptakan strategi pengembangan yang akan datang guna mengatasi kelemahan yang dimiliki. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i yang diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness) yaitu $3,81 - 2,14 = 1,78$ yang dijadikan sebagai sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,78.

2. Analisis Faktor Eksternal (Matriks EFAS)

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari factor – factor eksternal perusahaan. Matriks EFAS menggambarkan kondisi peluang dan ancaman perusahaan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot, disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Matriks EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Bobot X Rating
---	-------	--------	----------------

Peluang (Opportunities)			
Pasar tersedia	0,21	3	0,63
Adanya Dukungan Pemerintah	0,19	2	0,38
Berkembangnya Media Promosi	0,2	3	0,6
Bahan baku mudah di diperoleh	0,2	3	0,6
Permintaan produk cenderung meningkat	0,2	3	0,6
Total O	1		2,81
Ancaman (Threats)			
Adanya Industri Sejenis	0,2	2	0,4
Pesaing Baru	0,2	2	0,4
Produk Substitusi	0,21	3	0,63
Daya Tawar Pemasok	0,2	2	0,4
Daya Tawar Pembeli	0,19	2	0,38
Total T	1		2,21
Total EFAS			5,02

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

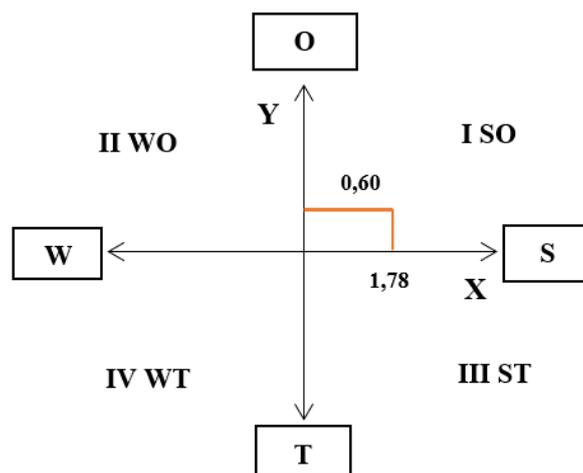
Tabel 2. menunjukkan bahwa faktor koefisien EFAS Peluang (Opportunities) adalah sebesar 2,81 adapun koefisien EFAS faktor Ancaman (Threats) adalah sebesar 2,21. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimanfaatkan oleh industri kerupuk ubi kayu di desa Kele'i lebih besar daripada faktor ancaman. Ini berarti bahwa industri kerupuk ubi kayu di desa Kele'i telah memanfaatkan faktor-faktor peluang yang ada agar dapat terhindar dari ancaman-ancaman yang dapat mempengaruhi keberhasilan pengembangan keripik ubi kayu. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan kerupuk ubi kayu di desa Kele'i yang diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yaitu $2,81 - 2,21 = 0,60$ yang dijadikan sebagai sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 0,60.

Hasil kualitatif antara faktor internal dan faktor eksternal yang berada pada kerupuk ubi kayu di desa Kele'i akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran kerupuk ubi kayu di desa Kele'i. Titik tersebut dapat dijadikan acuan dalam

menentukan perumusan strategi dilihat dari sisi letak kuadrannya. Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar 1,78 sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 0,60.

3. Diagram SWOT

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i yang diformulasikan pada diagram SWOT, dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Kerupuk Ubi Kayu di Desa Kele'i

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang besar untuk berkembang.

Penentuan Alternatif Strategi Pengembangan Usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i, dapat digunakan pendekatan melalui matriks SWOT, yang bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi yang tepat digunakan oleh usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i. Berdasarkan hasil diagram analisis SWOT, maka penerapan usaha keripik ubi kayu Pundi Mas menggunakan startegi S-O, yaitu menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi Pengembangan

Berdasarkan diagram analisis dari SWOT posisi strategi pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i berada pada kuadran I, maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal, sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di desa Kele'i adalah:

1. Meningkatkan produksi kerupuk ubi kayu dan mengembangkan produk dengan menggunakan teknologi yang memadai untuk memanfaatkan peluang permintaan produk yang meningkat karena rasa produk yang beragam dan produk yang tidak menggunakan pengawet, hal ini dilakukan guna menarik konsumen yang mempunyai selera yang berbeda-beda dan ingin hidup sehat sehingga permintaan setiap waktu cenderung meningkat. Maka perlu dilakukan peningkatan produksi kerupuk ubi kayu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang lebih modern.
2. Memperluas jaringan pemasaran dan promosi dengan menggunakan media promosi seperti media sosial dan bekerjasama dengan pemerintah. Menggunakan kekuatan yang dimiliki baik rasa, maupun harga, dalam upaya memperluas jaringan pemasaran, dengan harapan untuk membantu dalam pencairan pasar yang potensial. Bekerja sama dengan pemerintah dan menggunakan media sosial yang mengarah kepada promosi kerupuk ubi kayu sebagai sarana peningkatan volume penjualan.

Tabel 3. Strategi Pengembangan

IFAS/EFAS	<p>Kekuatan:</p> <p>S1: Kualitas produk baik</p> <p>S2: Alat yang digunakan dalam proses produksi sudah memadai</p> <p>S3: Harga produk terjangkau</p> <p>S4: Tidak menggunakan</p>	<p>Kelemahan:</p> <p>W1: Kemasan yang kurang menarik</p> <p>W2: Lokasi Penjualan Kurang Strategis</p> <p>W3: Promosi belum efektif</p> <p>W4: Tempat Penjualan Masih</p>
------------------	--	---

	pengawet S5: Produk Bervariasi dengan berbagai macam rasa	Skala Kecil W5: Daya Tahan Simpan Produk lemah
<p>Peluang:</p> <p>O1: Pasar tersedia</p> <p>O2: Adanya dukungan pemerintah</p> <p>O3: Berkembangnya media promosi</p> <p>O4: Bahan baku mudah diperoleh</p> <p>O5: Permintaan produk cenderung meningkat</p>	<p>Strategi (S-O)</p> <p>1. Menciptakan atau meningkatkan produksi dan mengembangkan produk kerupuk ubi kayu dengan menggunakan teknologi untuk memanfaatkan peluang permintaan yang meningkat dan bahan baku yang mudah diperoleh dengan rasa produk yang beragam dan tidak menggunakan pengawet. (S2, S4, S5, O4 dan O5)</p> <p>2. Memperluas jaringan pemasaran dan promosi dengan menggunakan media promosi seperti media sosial dan bekerjasama dengan pemerintah daerah terkait bantuan penunjang. Menggunakan kekuatan</p>	<p>Strategi (W-O)</p> <p>1. Meningkatkan strategi promosi, sumber daya teknologi dan media promosi untuk menjaga kontinuitas produksi dengan memanfaatkan perkembangan media promosi yang sudah tersedia. (W2, W3, W4, O1, O3 dan O5)</p> <p>2. Meminta dukungan pemerintah dalam menyediakan alat untuk mengemas produk lebih baik dan menarik untuk meminimalkan kelemahan (O2, O4, W1 dan W5)</p>

	yang dimiliki kualitas produk yang baik dan harga produk yang terjangkau. (O1, O2, O3, S1 dan S3)	
Ancaman: T1: Adanya Industri Sejenis T2: Pesaing Baru T3: Produk Substitusi T4: Daya Tawar Pemasok T5: Daya Tawar Pembeli	Strategi (S-T): Mempertahankan dan menjaga kualitas produk dalam mengantisipasi perubahan konsumen dan melakukan inovasi produk untuk mengatasi ancaman pesaing. (S1, S3, S4, T1, T2 dan T3)	Strategi (W-T): Menambah teknologi yang lebih modern agar bisa mempertahankan kualitas produk dan menghemat biaya produksi. (W1, W2, W3, T2, T4 dan T5)

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i memiliki potensi besar namun juga menghadapi berbagai tantangan. Dalam konteks kewirausahaan, faktor internal seperti kualitas produk yang baik, variasi rasa, dan harga yang terjangkau menjadi kekuatan utama yang dapat dioptimalkan untuk memanfaatkan peluang pasar. Hal ini sejalan dengan Teori Kognitif Sosial (SCT) yang menekankan pentingnya self-efficacy dalam membentuk perilaku kewirausahaan. Keyakinan diri yang tinggi, yang dapat ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, berperan dalam membangun kemampuan individu untuk mengambil risiko dan mengatasi tantangan dalam bisnis (Arimbawa, 2023; Guampe et al., 2022; J. Wang et al., 2021). Dalam hal ini, pelaku usaha kerupuk ubi kayu perlu meningkatkan kapasitas mereka melalui pelatihan yang tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga membangun sikap dan keterampilan yang relevan.

Selain itu, kelemahan yang diidentifikasi seperti kemasan yang kurang menarik dan promosi yang belum efektif menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperkuat strategi pemasaran. Dalam Teori Perilaku Terencana (TPB), sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memengaruhi niat kewirausahaan. Dalam konteks ini, sikap positif terhadap inovasi seperti penggunaan teknologi modern dalam kemasan atau promosi digital dapat mendorong niat untuk mengembangkan usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pemasaran mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar, terutama untuk produk dengan keunggulan spesifik seperti kerupuk ubi kayu yang tidak menggunakan pengawet (Kautonen et al., 2015; Ndofirepi, 2022).

Strategi yang direkomendasikan berdasarkan analisis SWOT adalah strategi S-O, yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Pendekatan ini relevan dengan teori peluang dan strategi pengembangan, yang menekankan pentingnya evaluasi faktor internal dan eksternal dalam merancang strategi bisnis (Kurniawati et al., 2022). Misalnya, ketersediaan bahan baku lokal di Desa Kele'i merupakan peluang yang dapat dimaksimalkan dengan meningkatkan efisiensi produksi melalui penggunaan teknologi pengolahan modern. Penelitian oleh Havendri et al., (2018) menunjukkan bahwa penerapan teknologi seperti pengeringan tenaga surya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperpanjang masa simpan produk, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan usaha.

Selain itu, diversifikasi produk juga menjadi langkah penting dalam strategi pengembangan. Kerupuk ubi kayu dapat dikembangkan menjadi produk dengan varian rasa yang lebih beragam atau bahkan berbasis kulit ubi kayu, sebagaimana disarankan oleh Yusbarina et al., (2012). Diversifikasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Dalam penelitian ini, strategi ini sejalan dengan temuan bahwa permintaan pasar terhadap produk kerupuk ubi kayu cenderung meningkat, sehingga inovasi produk menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Tantangan dalam distribusi dan promosi juga menjadi perhatian utama. Berdasarkan hasil analisis, distribusi yang terbatas pada area lokal membatasi akses produk ke pasar yang

lebih luas. Pemanfaatan media sosial sebagai platform promosi dapat menjadi solusi efektif untuk memperluas jaringan pemasaran. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan pasar dan memperkuat semangat kewirausahaan, terutama di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah Nurahmi, (2023). Dalam hal ini, penggunaan media sosial seperti Instagram atau Facebook tidak hanya memberikan akses langsung ke konsumen tetapi juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan mereka.

Selain pemasaran, kolaborasi dengan pemerintah juga menjadi elemen penting dalam mendukung pengembangan usaha. Dukungan berupa pelatihan teknis, akses pendanaan, atau bantuan alat produksi dapat membantu mengatasi kendala seperti peralatan sederhana yang membatasi skala produksi. Dalam penelitian agribisnis lainnya, dukungan pemerintah terbukti berperan signifikan dalam meningkatkan kapasitas usaha kecil dan menengah, terutama di daerah pedesaan (Rahayu & Sukarne, 2021). Dukungan ini sejalan dengan rekomendasi penelitian bahwa pelaku usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i perlu meningkatkan teknologi produksi dan memperbaiki efisiensi operasional untuk tetap kompetitif di pasar.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i memiliki landasan yang kuat dalam teori kewirausahaan dan strategi pengembangan. Dengan mengintegrasikan inovasi teknologi, diversifikasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing mereka sekaligus menciptakan keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i memiliki potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang ada. Kondisi faktor internal menunjukkan bahwa usaha ini memiliki keunggulan seperti kualitas produk yang baik, variasi rasa, harga yang terjangkau, dan produk yang tidak menggunakan pengawet. Namun, kelemahan seperti kemasan yang kurang menarik, promosi yang belum efektif, dan daya simpan produk yang rendah perlu segera diatasi untuk meningkatkan daya saing.

Dari faktor eksternal, pasar yang tersedia, dukungan pemerintah, dan permintaan produk yang terus meningkat menjadi peluang signifikan. Di sisi lain, ancaman seperti adanya pesaing baru dan produk substitusi perlu diantisipasi dengan strategi inovatif. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha kerupuk ubi kayu berada pada Kuadran I, yang mengindikasikan posisi yang kuat dengan peluang besar untuk berkembang melalui strategi S-O.

Rekomendasi strategi pengembangan meliputi diversifikasi produk, seperti inovasi varian rasa baru atau pengembangan produk berbasis kulit ubi kayu, serta peningkatan efisiensi produksi melalui penggunaan teknologi modern, seperti pengeringan tenaga surya. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dapat memperluas jangkauan pasar, sementara kolaborasi dengan pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, pendanaan, dan penyediaan alat produksi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha kerupuk ubi kayu di Desa Kele'i memerlukan integrasi antara inovasi teknologi, penguatan strategi pemasaran, dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Dengan langkah-langkah ini, usaha kerupuk ubi kayu memiliki potensi untuk menjadi industri yang berkelanjutan dan kompetitif di pasar lokal maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, M. (2023). Peningkatan Efisiensi Produksi Dan Pemasaran Keripik Ubi Melalui Inovasi Penirisan Minyak Di Kelompok Ikm Langsa Baro. *Mardika*, 1(2), 148–159. <https://doi.org/10.55377/mardika.v1i2.9356>
- Arimbawa, P. A. P. (2023). ANALISIS MINAT BERWIRAUSAHA MELALUI IMPLEMENTASI DUA PERSPEKTIF TEORI (SCT X TPB). *Ekonomi Dan Bisnis Berkala Publikasi Gagasan Konseptual Hasil Penelitian Kajian Dan Terapan Teori*, 27(2), 61–71. <https://doi.org/10.24123/jeb.v27i2.5823>
- Atrup, A. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education and Creativity on Students' Entrepreneurial Intention: The Perspective of Effectuation and Cognitive Flexibility Theory. *Jurnal Kependidikan Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan Pengajaran Dan Pembelajaran*, 9(2), 555. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i2.7822>
- Baharuddin, B. (2020). Strategi Pengambilan Keputusan Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Maros. *Jurnal Widyaiswara Indonesia*, 1(1), 9–19. <https://doi.org/10.56259/jwi.v1i1.10>

- Banna, M. Z. A. (2023). Pemberdayaan Anggota Binaan Perempuan 'Maupe' Dalam Pengolahan Ubi Kayu Sebagai Produk Pangan Lokal Daerah. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(3). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i3.20477>
- Choirunnisa, I. C., & Karmilah, M. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(1), 89. <https://doi.org/10.30659/jkr.v2i1.20446>
- Guampe, F. A. (2021). *Literasi Dan Perilaku Sosial Ekonomi Petani Perdesaan* (H. F. Ningrum, Ed.). PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.
- Guampe, F. A., Hasan, M., Huruta, A. D., Dewi, C., & Chen, A. P. S. (2022). Entrepreneurial Literacy of Peasant Families during the COVID-19 Pandemic: A Case in Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912337>
- Guampe, F. A., Olvit Olniwati Kayupa, & Septian Aditya Kolompo. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Petani Padi Sawah di Kecamatan Pamona Puselemba Kabupaten Poso. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, 3(1), 22–30. <https://doi.org/10.55606/jurrit.v3i1.2803>
- Guampe, F. A., & Taaha, Y. R. (2022). Literasi Kewirausahaan Pertanian Berbasis Lokal: Studi Pada Petani Padi Sawah Di Kecamatan Mori Utara Kabupaten Morowali Utara. *Seminar Nasional Politani Kupang Ke-5*.
- Havendri, A., Saputra, D. A., Satria, M., & Syafii, S. (2018). Introduksi Teknologi Pengereng Tenaga Surya Untuk Meningkatkan Produktivitas Dan Pendapatan Usaha Kerupuk Ubi Di Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Jurnal Hilirisasi Ipteks*, 1(4b), 318–326. <https://doi.org/10.25077/hilirisasi.1.4b.318-326.2018>
- Henakin, F. K. O., & Taena, W. (2018). Analisis Nilai Tambah Singkong Sebagai Bahan Baku Produk Keripik Di Kelompok Usaha Bersama Sehati Desa Batnes Kecamatan Musi. *Agrimor*, 3(2), 23–26. <https://doi.org/10.32938/ag.v3i2.246>
- Idrus, S. A. (2012). Dampak Karakteristik Kepribadian Wirausaha Terhadap Kesuksesan Bisnis. *Iqtishoduna*. <https://doi.org/10.18860/iq.v0i0.2131>
- Jamalludin, J., Vermila, C. W., & Alatas, A. (2019). Analisis Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ubi Kayu Di Desa Pulau Aro Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *Unri Conference Series Agriculture and Food Security*, 1, 199–209. <https://doi.org/10.31258/unricsagr.1a26>
- Jamalludin, J., Vermila, C. W., Alatas, A., & Sasmi, M. (2020). Analisis Tingkat Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Agroindustri Kerupuk Ubi Kayu Di Desa Pulau Aro Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *Jas (Jurnal Agri Sains)*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.36355/jas.v4i1.357>
- Kautonen, T., Gelderen, M. v., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Kautsar, M., & Julaiha, S. (2023). Langkah-Langkah Manajemen Strategik Di Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Instructional and Development Researches*, 3(1), 24–28. <https://doi.org/10.53621/jider.v3i1.203>
- Kurniawati, R., Ikhwana, A., & Anggraeni, E. (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Karacak Valley Berbasis Blue Ocean Strategy. *Jurnal Kalibrasi*, 20(2), 167–176. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.20-2.1163>

- Mawaddah, N. I., Prayitno, P. H., Wahjoedi, & Inayati, R. (2023). Pengaruh Efektivitas Ekstrakulikuler Koperasi, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Self-Efficacy Sebagai Variable Intervening Terhadap Intensitas Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 8 Malang. *Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.18980>
- Moniharapon, A. (2018). Pengaruh Daging Ikan Lemadang Terhadap Mutu Keripik Ubi Kayu (Manihot Utilisima). *Jurnal Penelitian Teknologi Industri*, 9(2), 137. <https://doi.org/10.33749/jpti.v9i2.3429>
- Ndofirepi, T. M. (2022). Predicting the Sustainability-Oriented Entrepreneurship Intentions of Business School Students: The Role of Individualistic Values. *Social Sciences*, 12(1), 13. <https://doi.org/10.3390/socsci12010013>
- Nurahmi, H. (2023). Utilization of Social Media in a Digital Marketing Strategy for Cassava Chips Products to Improving Students' Entrepreneurial Spirit. *Finger Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 2(2), 30–36. <https://doi.org/10.58723/finger.v2i2.106>
- Paramita, B. L., Pratama, S., Novianti, F., Gurusinga, C., Satriani, A. P. E., Marhaeni, M. B. L., Lo, C. N. K., Katelya, D., Yuniarka, G. R., Putrianti, P. D., & Malau, D. N. (2022). Potensi Sentra Olahan Ubi Kayu Dan Mitigasi Bencana Di Desa Kranggan, Galur, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(4), 440–444. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i4.5228>
- Puspitasari, A., Widayanto, B., & Puspitaningrum, D. A. (2021). Peran Dan Strategi Pengembangan Subsektor Peternakan Untuk Menunjang Perekonomian Kota Yogyakarta. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 22(2), 179. <https://doi.org/10.31315/jdse.v22i2.6327>
- Rahayu, M., & Sukarne, S. (2021). Strategi Pengembangan Agribisnis Ternak Sapi Di Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Pertanian Cemara*, 18(2), 21–32. <https://doi.org/10.24929/fp.v18i2.1630>
- Ramadhani, R. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Kamang Melalui Inovasi Produk Dan Pemasaran Digital. *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(2), 320–331. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i2.1481>
- Saediman, H., Aisa, S., Zani, M., Limi, M. A., & Yusria, W. O. (2019). Food Security Status of Households in a Cassava-Growing Village in Southeast Sulawesi, Indonesia. *Journal of Agricultural Extension*, 23(1), 199. <https://doi.org/10.4314/jae.v23i1.17>
- Sari, Y., & Rahayu, W. M. (2022). Evaluation of Cassava Chips Draining, Final Product Handling, and Packaging in Cassava Chip "Ojo Lali", Lampung Timur. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 10(1), 57–65. <https://doi.org/10.21776/ub.jpa.2022.010.01.7>
- Sholeh, M. i. s. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Lembaga Pendidikan Islam Indonesia. *Idealita*, 3(1), 91–116. <https://doi.org/10.62525/idealita.2023.v3.i1.91-116>
- Wanapat, M., & Kang, S. (2015). Cassava Chip (Manihot Esculenta Crantz) as an Energy Source for Ruminant Feeding. *Animal Nutrition*, 1(4), 266–270. <https://doi.org/10.1016/j.aninu.2015.12.001>
- Wang, J., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>

- Wang, X., & Xu, L. (2021). *The Impact of Technological Innovation on Economic Growth: Evidence from China*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.311>
- Widodo, B. (2022). Analisis Strategi Pengembangan E-Tourism Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 7(2), 79–88. <https://doi.org/10.56743/jstp.v7i2.316>
- Yusbarina, Nst, R. B., & Alfian, Z. (2012). Pemanfaatan Kulit Ubi Kayu Menjadi Kerupuk Dan Penentuan Kadar Nutriennya. *Photon Jurnal Sain Dan Kesehatan*, 2(2), 63–69. <https://doi.org/10.37859/jp.v2i2.141>
- Zakaria, W. A., Endaryanto, T., Indah, L. S. M., & Mutolib, A. (2020). The Economic Role of Cassava in Farmers' Households in Central Lampung Regency, Lampung Province. *E3s Web of Conferences*, 153, 03008. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015303008>