

ANALISA KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN KERIPIK OLAHAN TALAS DI DESA TEKAD-LAMPUNG

Mucklas Kamseno¹⁾, laily Maknin²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

²⁾Dosen Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang

Mucklas_k@yahoo.com

ABSTRAK

Di Indonesia banyak daerah yang menjadikan sektor pertanian sebagai mata pencaharian mereka. Berbagai-bagai hasil bumi dan pertanian yang mereka tanam, dimana hal tersebut didukung penuh oleh Pemerintah. Kabupaten Tanggamus adalah salah satunya, Kabupaten Tanggamus memiliki potensi sumber daya alam yang potensial untuk dikembangkan, salah satunya yaitu sektor pertanian. Berbagai-bagai hasil bumi yang dihasilkan dari pertanian yang ada di Kabupaten Tanggamu, salah satunya adalah Talas. Usaha Industri kecil keripik talas di Kabupaten Tanggamus layak untuk dilakukan investasi dan menjalankan operasional perusahaan. Break Even Point (Titik Impas) Unit dari usaha keripik olahan talas yang di desa Tekad Lampung Yaitu 2 bungkus, Sedangkan Untuk BEP uang yang didapat yaitu Rp. 12.121. Strategi pemasaran yang tepat untuk usaha keripik olahan talas di desa Tekad Lampung dengan metode SWOT, Salah satu cara promosi yang dapat dilakukan oleh UKM Top Talassa adalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini, seperti dengan menggunakan internet dan memakai media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat khususnya untuk kalangan muda seperti twitter, instagram, line, blog serta media sosial lainnya. Memang UKM Top Talassa telah memiliki media sosial facebook. Selain itu, perlu juga penyebaran brosur, spanduk atau bahkan ikut hadir dalam kegiatan-kegiatan bazaar maupun event lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh UKM Top Talassa untuk mempromosikan produk mereka secara langsung kepada konsumen.

Kata kunci : SWOT, Analisa Kelayakan, Break Even Point

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Tanggamus memiliki potensi sumber daya alam yang potensial untuk dikembangkan, salah satunya yaitu sektor pertanian. Daerah Tanggamus yang subur sangat cocok untuk dijadikan lahan pertanian. Berbagai-bagai hasil bumi yang dihasilkan dari pertanian yang ada di Kabupaten Tanggamu, salah satunya adalah Talas.

Keripik Talas selalu menjadi favorit di semua kalangan tanpa memandang usia. Kesadaran ini membuat para pelaku usaha melihat, bahwa peluang usaha keripik talas masih sangat terbuka lebar. Usaha keripik talas masih memiliki potensi yang sangat bagus ke depannya. Oleh karena itulah, hampir di semua daerah memanfaatkan peluang ini, termasuk di Kabupaten Tanggamus. Atas dasar inilah muncul usaha keripik talas di desa Tekad, Lampung. Karena bahan baku berupa talas di desa tersebut mudah didapat, sehingga salah satu usaha di desa

Tekad yang maju adalah dengan memanfaatkan talas untuk dijadikan keripik.

Seperti diketahui sebelumnya, untuk menilai suatu usaha layak dijalankan atau tidak perlu dilakukannya sebuah studi kelayakan. Oleh karena itu, dalam tugas akhir ini, penulis mengangkat Judul “*Analisa Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran Keripik Olahan Talas Di Desa Tekad-Lampung*”, dengan harapan dapat membantu pemilik usaha di desa Tekad agar dapat menilai serta mengembangkan usahanya menjadi lebih besar, hingga di waktu mendatang.

II DASAR TEORI

A. Sektor Pertanian/Produk Pertanian

Struktur perekonomian Indonesia tentang bagaimana arah kebijakan perekonomian Indonesia merupakan isu menarik. Gagasan mengenai langkah-langkah perekonomian Indonesia menuju era industrialisasi dengan

mempertimbangkan usaha mempersempit jurang ketimpangan sosial dan pemberdayaan daerah, sehingga terjadi pemerataan kesejahteraan kiranya perlu kita evaluasi kembali sesuai dengan konteks kekinian dan tantangan perekonomian Indonesia di era globalisasi (Firmanzah, 2010).

B. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Pengertian mengenai UKM (Usaha Kecil Menengah) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan. Dalam konsep tersebut mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam kelompok perusahaan tersebut. Usaha kecil dioperasikan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam daerahnya dan tidak menggunakan praktek-praktek inovatif. Tapi usaha yang bersifat kewirausahaan adalah usaha yang pada awalnya bertujuan untuk tumbuh dan menguntungkan serta dapat dikarakteristikan dengan praktek-praktek inovasi strategis (Maharani, 2008:105)

C. Talas

Tanaman Talas merupakan tumbuhan asli daerah tropis. Tanaman ini mempunyai beberapa nama umum yaitu Taro, *Old Cocoyam*, *'Dasheen'* dan *'Eddoe'*, beberapa negara dikenal dengan nama lain seperti: Abalong (Filipina), Taioba (Basil), Arvi (India), Keladi (Malaysia), Satoimo (Jepang), Tayoba (Spanyol) dan Yu-tao (China). Berdasarkan hasil ekspedisi seorang ahli *botani soviet* yang bernama Nikolai Ivanovich Vavilov, menunjukkan bahwa sentrum asal tanaman talas adalah dataran Cina dan India dengan ditemukannya plasma nutfah *Colocasiaantiporum*. Namun, terdapat literatur lain yang menyebutkan bahwa asal-usul tanaman talas terdapat diberbagai daerah beriklim tropis misalnya di Malaysia ditemukan talas *Dasheen(Colocasia Gigantea Hook.f)*, di Indonesia ditemukan Talas Bogor (*Colocasia Esculenta L. Schott*), dan di Amerika Tengah menyebar tanaman Kimpul (*Xanthosoma violaceum Schott*). (Rukmana, 2006).

D. Pengertian Produksi

Produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan masukan (*Input*) menjadi keluaran (*Output*), tercakup semua aktifitas atau kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk

menghasilkan produk tersebut yang berupa barang-barang atau jasa. (Sofjan Assari, 2008:17)

E. Tujuan Manajemen Keuangan (*Finansial*)

Menurut Brigham dan Houston (2010:132) yang diterjemahkan oleh Yulianto tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham dalam jangka panjang, tetapi bukan untuk memaksimalkan ukuran-ukuran akuntansi seperti laba bersih atau EPS.

BEP merupakan singkatan dari *Break Even Point*. Break Even Point adalah suatu keadaan dimana perusahaan yang pendapatan penjualannya sama dengan total jumlah biayanya atau besarnya kontribusi margin, sama dengan total biaya tetap, dengan kata lain perusahaan ini tidak untung dan tidak rugi. (Bustam, 2006:208).

$$\text{BEP Uang} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$$

$$\text{BEP Unit} = \frac{FC}{P - VC}$$

Dimana:

FC = Biaya tetap (*Variabel Cost*)
 P = Harga
 VC = Biaya variabel perunit

F. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemangku kepentingannya. (Kotler, 2009).

G. Definisi SWOT

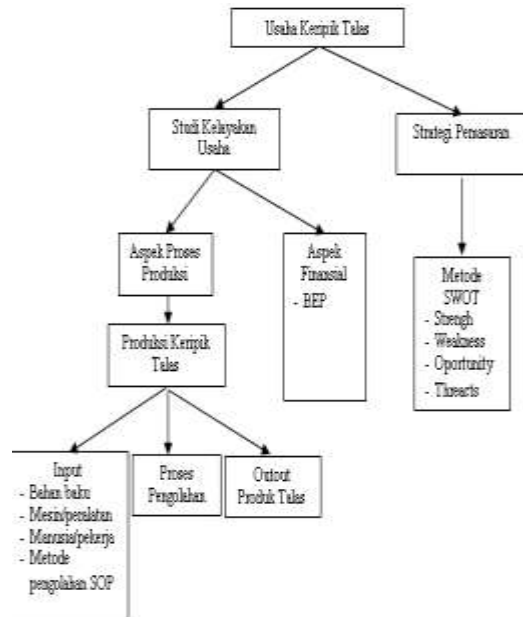
SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan.

Menurut David (Fred R. David, 2008,8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.

Strategi perusahaan secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal,

PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
Peluang 1			
Peluang 2			
Peluang 3			
Peluang 4			
ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
Ancaman 1			
Ancaman 2			
Ancaman 3			
Ancaman 4			
Total Skor Pembobotan			

(Sumber:David 2006)
Gambar 1 Eksternal Factor Evaluation (EFE)



(Sumber: Data Olahan Sendiri)
Gambar 3 Kerangka Pikir

H. Marix SWOT

Menurut Rangkuti (2006), Matriks *SWOT* dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dankelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

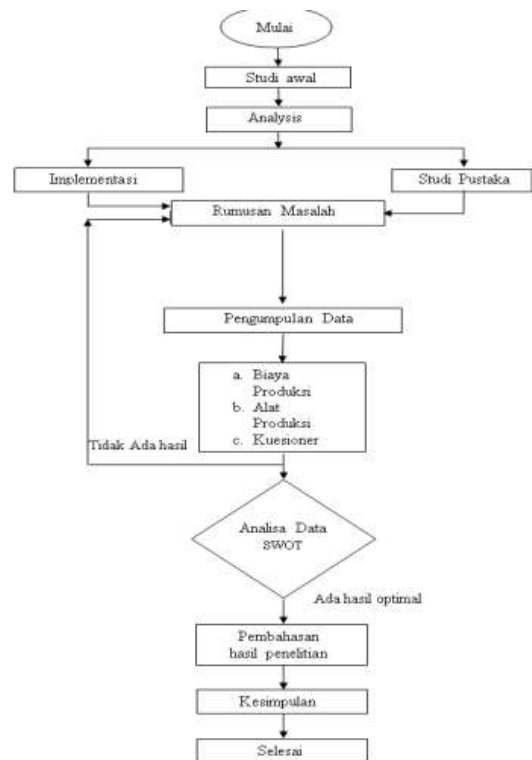
(Sumber: Rangkuti, 2009)
Gambar 2 Matrix SWOT

I. Kerangka Fikir

Adapun kerangka pikir penelitian ini digambarkan dengan diagram alur

III METODE DAN TEKNIK PENGUKURAN

Kronologi prosedur yang dilakukan seorang peneliti dalam karya penelitiannya dan bukan sekedar urutan apa yang mesti dilalui. Alur penelitian lebih merupakan strukturisasi atau hubungan metodologi yang berkesinambungan. Adapun tahapan metodologi penelitian.



(Sumber: Data Olahan Sendiri)
Gambar 4 Flowchart Metodologi Penelitian

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan

Usaha kecil menengah (UKM) Top Talassadidirikan oleh Mucklas Kamseno, seorang mahasiswa sebuah perguruan tinggi swasta di Tangerang Selatan pada tanggal 4 Maret 2015. Berawal dari ketidak sengajaan untuk berinovasi sekaligus berinvestasi, Pemilik yang pada saat itu melihat banyaknya tanaman umbi talas di kebun sendiri yang tidak dimanfaatkan dan kebanyakan hanya diambil daunnya saja untuk makanan ikan, kemudian saya merekrut beberapa tetangga dan teman-teman di sekitar lingkungan tempat tinggal untuk bekerja sama. Dari modal yang sedikit dan serba sederhana inilah usaha home industri/usaha kecil menengah (UKM) Top Talassaberhasil didirikan. Bermodalkan Rp. 5.000.000,00 dan Top Talassamulai diperkenalkan kemasyarakat sekitar.

B. Lokasi Perusahaan

Usaha Kecil Menengah Top Talassa, berlokasi di RT. 03 RW. 03 Dusun Tekad, Desa Tekad, Kecamatan Pulaupanggung, Kabupaten Tanggamus. Lampung. Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Lampung. Indonesia. Ibu kota kabupaten Tanggamus terletak di Kota Agung Pusat. Kabupaten Tanggamus diresmikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1997, tanggal 21 Maret 1997. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.731,61 km² dan berpenduduk sebanyak 536.613 jiwa dengan kepadatan penduduk 178 jiwa/km². Nama Kabupaten Tanggamus diambil dari nama Gunung Tanggamus yang berdiri tegak tepat di jantung Kabupaten Tanggamus.

C. SSTRUKTUR ORGANISASI

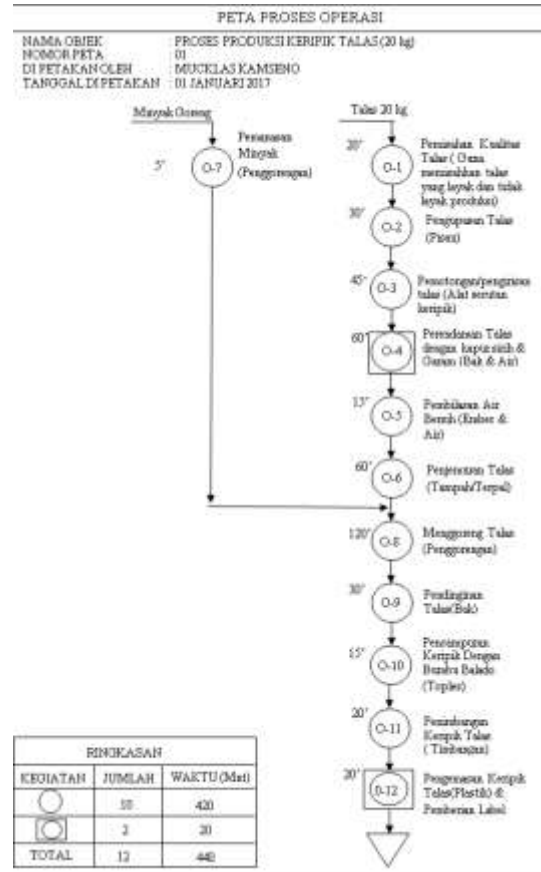
Struktur organisasi UKM Top Talasa



(Sumber; Hasil Olahan Sendiri)
Gambar 5 Struktur Organisasi

D. Proses Produksi

Produksi keripik talasdiUKM Top Talassa semua prosesnya menggunakan tenaga manusia dan alat tradisional. Keripik talas terdiri dari 2 (dua) cita rasa yaitu rasa balado dan gurih original. Adapun tahapan-tahapan proses pembuatan keripik talas rasa balado di UKM Top Talasa dapat dilihat pada Gambar di bawah ini.



Sumber: Hasil Olahan Sendiri)
Gambar 6 Peta Proses Operasi Krepik Talas

E. Biaya Bahan Baku

Berikut ini adalah data yang berkaitan dengan biaya bahan baku, akan disajikan dalam Tabel di bawah tentang biaya bahan baku untuk memproduksi keripik talas.

F. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut biaya kerja langsung di UKM top talassa memperkerjakan tenaga kerja langsung sebanyak 3 orang.

Tabel 1 Biaya Tenaga Kerja langsung

Jenis Pekerjaan	Jumlah Pekerja	Upah Perorang	Jumlah Hari Kerja	Upah Perhari
Pembuatan keripik talas	2 Orang	30.000	1	60.000
	1 Orang	50.000	1	50.000
Pemasaran		20.000	1	20.000
Total				130.000

(Sumber: Hasil Olahan Sendiri)

G. Biaya Front Of Hose (FOH)

Berikut ini adalah data yang berkaitan dengan biaya *Front Of Hose* (FOH).

Tabel 2 Biaya *Front Of Hose* (FOH)

No	Nama	Satuan	Harga (Rp)	Qty	Jumlah (Rp)
1.	Gas ukuran 3 kg	Tabung	21.000	3/4	15.750
2.	Plastik Kemasan	pcs	100	80	8.000
3.	Kertas label	lbr	250	9	2.250
4.	Listrik (Sealer, Pompa Air, Lampu)	Kwh	1.467	4,03	5.950
Total					31.950

(Sumber: Hasil Olahan Sendiri)

Berikut perhitungan penggunaan listrik UKM Top Talasa

Harga Listrik /Kwh = Rp. 1467

a. Sealer = 10,8 kwh

b. Pompa Air = 90 kwh

c. Lampu = 15,12 kwh

Total 120,92 kwh/bulan

$$\frac{1}{30} \times 120,92 = 4,03$$

Biaya Listrik/hari = 4,03 x 1467

= 5912

= Rp. 5.950

H. Rancangan Biaya Produksi

Adalah rancangan modal/produksi harian pembuatan keripik talas di UKM Top Talasa

Tabel 3 Rancangan Modal Produksi Keripik Talasi/Hari

No	Uraian	Satuan	Harga (Rp)	Qty	Jumlah (Rp)
1.	Bahan Baku				
	a. Talas	Kg	3.000	20	60.000
	b. Minyak Goreng	Liter	13.000	5	65.000
	c. Kapur	Bks		1	4.000

	Sirih		4.000		
	d. Garam	Kg	6.000	½	3.000
	e. Bumbu Balado	Kg	40.000	½	20.000
TOTAL					152.000
2	Upah Tenaga Kerja	Orang	50.000	1	50.000
		Orang	30.000	2	60.000
	Pemasaran	Hari	20.000	1	20.000
TOTAL					130.000
3	Biaya Oper Head (Front Of Hose)				
	a. Gas	3	21.000	3/4	15.750
	b. Plastik Kemasan	pcs	100	80	8.000
	c. Kertas label	lbr	250	9	2.250
	d. Listrik (Lampu, sr aler, pompa air)	kwh	1.467	4,03	5.950
TOTAL					31.950
TOTAL KESELURUHAN					313.950

(Sumber: Data Olahan Sendiri)

I. Biaya Fasilitas Produksi / Alat

Berikut ini adalah data yang berkaitan dengan biaya fasilitas produksi.alat.

Tabel 4 Biaya Fasilitas Produksi/Alat

No	Nama Barang	Volume	Hatga Satuan	Jumlah
1	Kompore Gas	1 Unit	250.000	250.000
2	Tabung Gas	1 Unit	150.000	150.000
3	Regulator	1 Unit	100.000	100.000
4	Ember	2 Unit	20.000	40.000
5	Penggorengan	2 Unit	100.000	200.000
6	Spatula	2 Unit	20.000	40.000
7	Alat Potong Talas	2 Unit	30.000	60.000
8	Serok	2 Unit	25.000	50.000
9	Baskom	2 Unit	30.000	60.000
10	Tampah	2 Unit	20.000	40.000
11	Sealer	1 Unit	150.000	150.000
12	Pisau	2 Unit	10.000	20.000
13	Timbangan	1 Unit	150.000	150.000
14	Lampu	1 Unit	65.000	65.000
Total				1.375.000

(Sumber: Hasil Olahan Sendiri)

J. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi keripik talas UKM Top Talasa perhari adalah:

1. Talas = 20 kg

2. Keripik talas = 10 kg

3. Berat isi kemasan = 125 gram

4. Kapasitas produksi keripik = 10.000 gram

125 gram

= 80 bks/hari

K. Biaya tetap

Biaya Penyusutan dalam Usaha Keripik Talas, tempat produksi keripik talas yaitu dapur rumah mengalami penyusutan dengan rincian sebagai berikut :

Luas Tanah = 11 x 33 = 363 M²

Luas Bangunan = 3 x 5 = 15 M²

Harga Bangunan Dapur per M²= 1.000.000

1. Penyusutan dapur = Rp.1.500.000/Tahun

2. Pajak = Rp. 300.000/tahun

Total = Rp. 1.800.000/Tahun

= Rp. 150.000'bulan

= Rp. 5000 / hari

$$= \frac{Rp.5.000}{Rp.6.000 - \frac{(Rp.152.000+Rp.130.000)}{80 \text{ bks}}}$$

$$= \frac{Rp.5.000}{Rp.6.000 - 3525}$$

$$= \frac{Rp.5.000}{2475} =$$

= 2,02

= 2 Bungkus

L. Total Pendapatan

Hasil pendapatan produksi keripik talas di UKM Top Talasa:

Produksi keripik talas tiap hari = 80 bungkus

1. Biaya produksi = Rp. 313.950 + Rp. 5000

= Rp. 318.950 : 80 bks

= Rp. 3986,87

= Rp. 4.000/bks

2. Harga penjualan/ bungkus dengan estimasi keuntungan 50 %

= (50% x biaya produksi) + biaya produksi

= $(\frac{50}{100} \times Rp. 4000) + Rp.4.000$

= Rp. 2000 + Rp. 4.000

= Rp. 6000

BEP Uang = $\frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$

$$= \frac{Rp.5000}{1 - \frac{Rp.3986,87}{Rp.4000}}$$

$$= \frac{Rp.5.000}{0,425}$$

= Rp. 12.121

M. Perhitungan Break Even Point (BEP)

$$BEP \text{ Unit} = \frac{FC}{P - \frac{VC}{P}}$$

$$BEP \text{ Uang} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$$

Dimana:

FC = Biaya tetap (*Variabel Cost*)

P = Harga

VC = Biaya variabel perunit

Diket = Kapasitas Perhari = 80 bks

Variabel Costs/hari = 5.000

Ditanya = VC Perbungkus ?

Jawab BEP Unit = $\frac{FC}{P - \frac{VC}{P}}$

N. Analisa SWOT

1. Faktor *Strategi Internal*

Tabel 5 Faktor analisa Internal Pada UKM Top Talasa

No	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Membuat keripik talas sudah menjadi budaya/tradisi masyarakat	0.15	3	0.45
2	Rasa keripik talas yang diproduksi berbeda (Rasa bulado)	0.20	4	0.80
3	Pangsa pasar lebih besar di tengah masyarakat menengah ke bawah	0.10	2	0.20
4	Modal awal pendirian usaha termasuk Ringan.	0.10	2	0.20
5	Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana	0.15	3	0,45
6	Tersedianya bahan baku yang memadai.	0.10	2	0.20
Jumlah				2.30
Kelemahan				
1	Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.	0.20	1	0.20
2	Modal usaha yang dimiliki terbatas	0.15	2	0.30
3	SDM Pengusaha kurang professional dalam manajemen	0.15	2	0.30
4	Belum punya daerah pemasaran yang tetap dan strategi yang kurang tepat, serta kurangnya teknologi modern	0.10	3	0.30
Jumlah				1.10

(Sumber: Data Olahan Sendiri)

2. Faktor Strategi Eksternal

Tabel 6 Faktor analisa Eksternal Pada UKM Top Talasa

No	Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Merupakan salah satu makanan pokok bagi masyarakat menengah bawah	0.15	3	0.45
2	Pemintaan Tinggi Untuk Produk	0.15	3	0.45
3	Pertumbuhan Penduduk	0.10	2	0.20
4	Teknologi Pemasaran (pemanfaatan media sosial)	0.15	3	0.45
Jumlah				1.55
Ancaman				
1	Saingan produk dari desa tetangga dan Kabupaten	0.05	4	0.20
2	Kualitas Umbi Talas kadang kalah membuat keripik talas, tidak enak	0.05	4	0.20
3	Modal pesaing lebih besar (lebih mendukung untuk kapasitas produksi yang lebih besar)	0.10	3	0.30
4	Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif.	0.10	3	0.30
Jumlah				2.10

(Sumber: Data Olahan Sendiri)

Dari hasil analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Industri kecil Keripik Talas di Kecamatan Pulaupanggung.

Tabel 7 Matrik Internal-Eksternal

No	Matrik		Skor	Rata-rata
1	Internal	Kekuatan	2.30	1.70
		Kelemahan	1.10	
2	Eksternal	Peluang	1.55	1.83
		Ancaman	2.10	

(Sumber: Data Olahan Sendiri)

Apabila digambarkan adalah sebagai berikut

Total Nilai IFE Yang Diberi Bobot

Total Nilai EFE Yang Diberi bobot		Kuat 3.00 – 4.00		Rata-rata 2.00 - 2.99		Lemah 1.00 - 1.99		
		I Tumbuh & Bina	II Tumbuh & Bina	III Pertahankan & Pelihara	IV Tumbuh & Bina	V Tumbuh & Bina	VI Tumbuh & Bina	VII Tumbuh & Bina
Tinggi 3.00 – 4.00		I	II	III				
Sedang 2.00 - 2.99		IV	V	VI				
Rendah 1.00 - 1.99		VII	VIII	IX				

(Sumber: Data Olahan Sendiri)

Gambar 7 Matrik Internal dan Eksternal

N. Matrik SWOT

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut David (Fred R. David, 2008,8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.

Tabel 8 Matrik SWOT

STRENGTH (S)		WEAKNESS (W)
1. Membuat keripik talas sudah menjadi budaya/tradisi masyarakat		1. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.
2. Rasa keripik talas yang diproduksi berbeda (Rasa balado)		2. Modal usaha yang dimiliki terbatas
3. Pangsa pasar lebih besar di tengah masyarakat menengah ke bawah		3. SDM Pengusaha kurang profesional dalam manajemen
4. Modal awal pendirian usaha termasuk Ringan.		4. Belum punya daerah pemasaran yang tetap dan strategi yang kurang tepat, serta kurangnya teknologi modern
5. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana		
6. Tersedianya bahan baku yang memadai.		
OPPRTIUNITIES (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Merupakan salah satu makanan pokok bagi masyarakat menengah bawah	1. Memperluas daerah distribusi dengan membuka jaringan di luar daerah	1. Meningkatkan Kualitas SDM
2. Permintaan Tinggi Untuk Produk	2. Memanfaatkan pangsa pasar dengan adanya teknologi modern	2. Meningkatkan daerah pemasaran dengan menggunakan teknologi yang ada melalui berbagai media
3. Pertumbuhan penduduk	3. Mempertahankan kualitas produk untuk tetap menjaga permintaan yang tinggi	
4. Teknologi Pemasaran		
THREATS (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Saingan produk dari desa tetangga dan Kabupaten	1. Mempertahankan kualitas yang ada dengan harga terjangkau	1. Menjaga kualitas produk
2. Kualitas Umbi Talas kadang kalah membuat keripik talas, tidak enak	2. Melakukan inovasi produk baik rasa maupun kemasan dengan mempertahankan kualitas yang ada.	2. Penambahan modal / investasi
		3. Meningkatkan volume produksi yang ada.

(Sumber: Data Olahan Sendiri)

V. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dilakukan, di lapangan kesimpulan yang di ambil setelah melakukan Penelitian Tugas Akhir adalah sebagai berikut.

1. Biaya bahan baku Rp. 152.000, Biaya tenaga kerja Rp. 130.000, biaya biaya *Front Of Hose* (FOH) Rp. 31.950 dan investasi barang atau alat Rp. 1.375.000.
2. *Break Even Point* (Titik Impas) Unit dari usaha keripik olahan talas yang di desa Tekad

- Lampung Yaitu 2 bungkus, Sedangkan Untuk BEP uang yang didapat yaitu Rp. 12.121.
3. Strategi pemasaran yang tepat untuk usaha keripik olahan talas di desa Tekad Lampung dengan metode *SWOT*, yaitu:
 - a. Memperluas daerah distribusi dengan membuka jaringan di luar daerah.
 - b. Memanfaatkan pangsa pasar dengan adanya teknologi modern seperti Line, Facebook, Instagram, Path, Twiter
 - c. Mempertahan kualitas produk untuk tetap menjaga permintaan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Francis Tantri, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta; Raja Grafindo Perkasa.
- Badan Pusat Statistik, Tanggamus Dalam Angka 2014, Lampung: BPS Kabupaten Tanggamus, 2014
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. (2014). bps.go.id. [Diakses tanggal 15 April 2014]
- Ermayuli, Hanung Ismono, Sri Setyani. (2011). *Analisis Teknik dan Finansial Agroindustri Skala Kecil pada Berbagai Proses Pembuatan Keripik Talas di Kabupaten Lampung Barat*. J. Teknologi dan Industri Hasil Pertanian: 16 (1): 82-90.
- Fajar Nur'aini Dwi Farimah (2016), *Teknik Analisis SWOT*, Yogyakarta; Quadrant.
- Himatul Miftah, A. Syarbaini, TC Andari, 2012. *Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Ubi Kayu sebagai penyusun Model Pola Klaster*. J. Pertanian: 3 (1): 50-58..
- Nurmayani, *Hukum Administrasi Daerah*, Bandar Lampung: Penerbit Universitas Lampung, 2009.
- Payaman J. Simanjuntak, (2001), *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia* Edisi 2001, Jakarta: FE UI.
- Rangkuni, F. (2006). **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuni, F. (2012). **SWOT Balanced Scorecard, Tekni Menyusun Strategi**
- Koporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko**. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama
- Silvana Maulidah dan Fenny Kusumawardani. 2011. *Nilai tambah Agroindustri Belimbing Manis (Averrhoa Carambola L.) dan Optimalisasi Output sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan*. J. AGRISE: XI (1) : 1412-1425.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji. 2013. *Perilaku Kpnsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi; Jakarta
- Wulandari, B.E., Harlita dan Muzzayinah., (2011). *Identifikasi fungsi dalam tape talas (colacasia escukulenta)*. Jurnal SMA Al Islam 1, Surakarta.Vol 1 no 1 65-67.