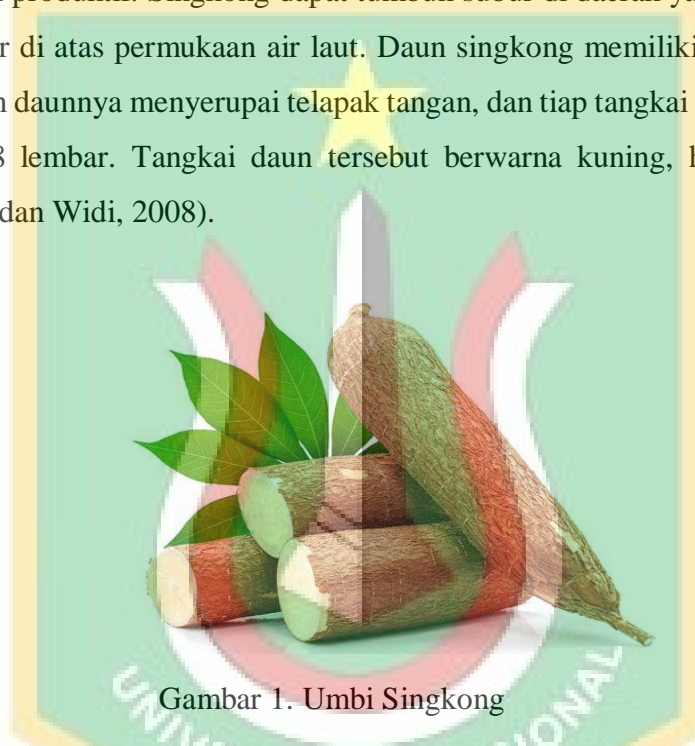


TINJAUAN PUSTAKA

Gambaran Umum Singkong

Singkong (*Manihot esculanta.*) termasuk tumbuhan berbatang pohon lunak atau tegas (mudah patah). Singkong berbatang bulat dan bergerigi yang terjadi dari bekas pangkal tangkai daun, bagian tengahnya bergabus dan termasuk tumbuhan yang tinggi. Singkong bisa mencapai ketinggian 1-4 meter. Pemeliharaannya mudah dan produktif. Singkong dapat tumbuh subur di daerah yang berketinggian 1200 meter di atas permukaan air laut. Daun singkong memiliki tangkai panjang dan helaian daunnya menyerupai telapak tangan, dan tiap tangkai mempunyai daun sekitar 3-8 lembar. Tangkai daun tersebut berwarna kuning, hijau atau merah (Widianta dan Widi, 2008).



Gambar 1. Umbi Singkong

Singkong merupakan tanaman perdu yang berasal dari benua Amerika, tepatnya dari negara Brazil. Penyebaran singkong hampir ke seluruh dunia, antara lain Afrika, Madagaskar, India dan Tiongkok. Kemudian pada tahun 1852 tanaman ini masuk ke Indonesia (Dinas Pertanian, 2009).

Singkong mempunyai komposisi kandungan kimia yang terdiri dari kadar air 60%, pati 35%, serat kasar 2,5%, kadar lemak 0,5% dan kadar abu 1%. Kandungan gizi singkong terdiri dari kalori 157 kal, protein 0,80 g, lemak 0,30 g, karbohidrat 37,90 g, fosfor 40,00 mg, kalsium 33,00 mg, besi 0,70 mg, vitamin B1 0,06 mg, vitamin C 30,00 mg, (Barrett dan Damardjati, 2015).

Singkong memiliki 5 jenis, yaitu: singkong mukibat, singkong emas, singkong gajah, singkong kuning atau mentega, dan singkong manggu. Jenis singkong yang digunakan dalam membuat keripik singkong ini adalah singkong manggu, karena memiliki ukuran kecil dengan diameter batang 4-5 cm. Singkong Manggu ini dapat dipanen sejak umur 7 bulan dengan hasil rata-rata 5-7 kg umbi per batang. Jenis singkong yang satu ini bisa dikonsumsi karena mempunyai rasa yang enak, manis, dan dapat diolah menjadi beragam makanan seperti brownis singkong, keripik singkong, getuk, gaplek, opak, gorengan combro/misro, tape, singkong goreng, singkong bakar, singkong rebus, kerupuk kulit singkong. Singkong manggu ini memiliki beberapa kelebihan yaitu mudah ditanam, mudah dikupas, dagingnya empuk, dan renyah serta mempunyai kadar pati yang tinggi dan bebas racun (Yoga dan Martinus, 2018).



1). Singkong Mukibat



2). Singkong Emas



3). Singkong Gajah



4). Singkong Kuning/Mentega



5). Singkong Manggu

Gambar 2. Jenis-jenis Singkong

Secara sistematika (taksonomi) tanaman yang berasal dari negara brazil (Amerika selatan) ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae (tumbuh-tumbuhan)
Divisi	: Spermatophyta (tumbuhan berbiji)
Subdivisi	: Angiospermae (berbiji tertutup)
Kelas	: Dycotiledoneae (biji berkeping dua)
Ordo	: Euphorbiales
Famili	: Euphorbiaceae (suku jarak-jarakan)
Genus	: Manihot
Spesies	: <i>Manihot esculenta Crantz.</i> (Rukmana, 2002).

Tanaman singkong yang tumbuh dan berproduksi di dataran rendah sampai dataran tinggi, yakni antara 10-1.500 mdpl. Daerah yang paling ideal untuk mendapatkan produksi yang optimal adalah daerah dataran rendah yang mempunyai ketinggian antara 10-700 mdpl. Semakin tinggi daerah penanaman dari permukaan laut, akan makin lambat pertumbuhan tanaman singkong sehingga umur panennya semakin lama. Tanaman singkong membutuhkan kondisi iklim panas dan lembab. Kondisi iklim yang ideal adalah daerah yang bersuhu berkisar 15-35°C dengan suhu optimum 27-34°C, kelembapan udara (RH) 60%-65%

dengan curah hujan 700-1.500 mm/tahun, tempatnya terbuka dan mendapat penyinaran matahari 10 jam/hari. Keadaan tanah yang paling baik untuk tanaman singkong adalah tanah berstruktur remah, gembur, banyak mengandung bahan organik, aerasi dan draenasi baik, serta mempunyai pH tanah minimum 5. Tanaman singkong umumnya pada pH 4,5-8,0, tetapi yang paling baik adalah pada pH 5,8 (Supriadi Harahap, 2020).

Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah keputusan dan tindakan manajerial terkait dengan kinerja jangka panjang organisasi. Manajemen strategis mencakup semua fungsi dasar manajemen, yaitu mulai dari merencanakan, mengorganisir, melaksanakan, dan mengendalikan strategi. Manajemen strategis berperan penting dalam meningkatkan kinerja organisasi. Melalui strategi yang terancang dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan laba, menguasai pangsa pasar, menciptakan keunggulan kompetitif, serta meningkatkan kemakmuran atau hasil pengembalian bagi pemegang saham (Hery, 2018).

Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Manajemen strategis memungkinkan suatu organisasi untuk proaktif dalam membentuk masa depannya; memungkinkan sebuah perusahaan memulai dan memengaruhi (bukan sekadar respons) aktivitas, dengan demikian memiliki kontrol terhadap nasibnya. Secara historis, manfaat utama manajemen strategis telah membantu organisasi memformulasikan strategi yang lebih baik dengan menggunakan pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional untuk pilihan strategi (Yunus, 2016).

Menurut Steiner (2010), inti dari perencanaan strategi adalah identifikasi secara sistematis peluang dan ancaman yang ada di masa depan. Dikombinasikan dengan data relevan lain serta memberikan dasar bagi sebuah perusahaan dalam pengambilan keputusan saat ini yang lebih baik untuk memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Perencanaan strategi berperan dalam menggerakkan organisasi ke masa depan yakni dengan menciptakan strategi untuk mencapai tujuan organisasi dan kemudian merancang metode yang terorganisir untuk mencapai strategi. Menurut Soegoto (2014), perencanaan adalah sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi.

Strategi Pengembangan

1. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (Maulana, 2019). Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. (Widiasari, 2020).

Sebelum mengetahui strategi pengembangan usaha yang harus dilakukan, seorang pengusaha harus mengetahui lingkungan bisnisnya terlebih dahulu. Lingkungan merupakan faktor yang sangat berperan terhadap kondisi usaha karena faktor-faktor ini sangat menentukan strategi yang akan dijalankan sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan strategi usaha ditentukan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. lingkungan bisnis secara umum terbagi menjadi dua jenis. Pertama, lingkungan eksternal menurut Chuck Williams yaitu semua kejadian di luar perusahaan yang memiliki potensi untuk mempengaruhi perusahaan (Andika, 2020). Strategi Pengembangan dalam teori manajemen diartikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan. Pengembangan usaha pada suatu industri sangatlah diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar. Banyak sekali faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perkembangan suatu industri bisa berjalan dengan cepat dan tentunya akan bisa memberikan keuntungan juga nilai tambah pada industri tersebut.

Dengan persaingan tersebut maka bisa menghidupkan dunia usaha yang akhirnya sirkulasi ekonomi dan keuangan masyarakat akan lebih baik dan daya beli masyarakat akan meningkat. Pada tingkat nasional, dengan adanya pengembangan setiap industri kecil dan menengah yang ada di setiap daerah maka dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan yang diharapkan dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga pemerataan ekonomi dapat tercapai. Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan atau pelatihan. Strategi Pengembangan menurut Bryson adalah strategi

dikatakan sebagai strategi pengembangan jika strategi tersebut berusaha menciptakan masa depan baru yang lebih baik (Agustin,2020).

2. Faktor-Faktor Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan usaha, pasti memiliki keinginan untuk mencapai keberhasilan. Berikut ini adalah faktor-faktor pokok yang menyebabkan suatu industri perindustrian dapat berkembang dengan baik apabila dimiliki faktor pokok:

- a) Modal, digunakan untuk membangun aset, pembelian bahan baku, rekrutmen tenaga kerja, dan lain sebagainya untuk menjalankan kegiatan industri. Modal bisa berasal dari dalam suatu negara serta dari luar negeri yang disebut juga sebagai Penanaman Modal Asing (PMA).
- b) Tenaga kerja, dengan jumlah dan standar kualitas yang sesuai dengan kebutuhan suatu perindustrian tentu akan membuat industri tersebut menjadi lancar dan mampu berkembang di masa depan. Jika suatu negara kelebihan tenaga kerja, maka salah satu solusi yang baik adalah mengirim tenaga kerja ke luar negeri menjadi tenaga kerja asing.
- c) Bahan mentah atau bahan baku, bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar negeri impor dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.
- d) Transportasi sarana, transportasi sangat dibutuhkan suatu industri baik untuk mengangkut bahan mentah ke lokasi industri, mengangkut dan mengantarkan tenaga kerja, pengangkutan barang jadi hasil output industri ke agen penyalur atau distributor atau ke tahap produksi selanjutnya, dan lain sebagainya.
- e) Sumber energi tenaga industri, yang modern memerlukan sumber energi tenaga untuk dapat menjalankan berbagai mesin-mesin produksi,

menyalakan perangkat penunjang kegiatan bekerja, menjalankan kendaraan-kendaraan industri dan lain sebagainya. Sumber energi dapat berwujud dalam berbagai bentuk seperti bahan bakar minyak, batu bara, gas bumi, listrik, metan, baterai, dan lain sebagainya.

- f) Marketing pemasaran hasil output produksi, pemasaran produk hasil keluaran produksi haruslah dikelola oleh orang-orang yang tepat agar hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan profit yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan produksi berikutnya, memperluas pasar, memberikan dividen kepada pemegang saham, membayar pegawai, karyawan, buruh, dan lain-lain (Titis Dwi, 2022).

Home Industri

1. Pengertian Home Industri

Home industry merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat di pergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan di rumah. Dalam pengertian ini termasuk juga kegiatan kerajinan tangan. Sehingga home industri dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memproduksi dimana di dalamnya terdapat perubahan bentuk atau sifat dari suatu barang. Kegiatan home industri umumnya merupakan pekerjaan para petani dan penduduk desa, yang memiliki arti sebagai sumber penghasilan tambahan. Salah satu tujuan industrialisasi daerah pedesaan adalah untuk mengembangkan kegiatan ekonomi daerah tersebut, dan dalam usaha untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan rakyat. Dalam pembangunan industri peranan pemerintah sangat besar sekali manfaatnya (Putra, 2020). *Home industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini di pusatkan di rumah. *Home industry* juga dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga (Inayati, 2019).

Home industri adalah sebuah kegiatan ekonomi berupa pengolahan barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaannya, dilakukan oleh masyarakat pengusaha dari perusahaan kecil seperti industri rumah tangga dan kerajinan. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Pengertian usaha kecil jelas tercantum oleh UU No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil (Rizkika, 2017).

Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi berbasis di rumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggal itu dengan mengajak beberapa orang di sekitar sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Dengan begitu, usaha perusahaan kecil ini otomatis dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran.

Sebagaimana nama kegiatan ekonomi ini, Home industri pada umumnya memusatkan kegiatan di sebuah rumah keluarga tertentu dan biasanya para karyawan berdomisili di tempat yang tak jauh dari rumah produksi tersebut. Karena secara geografis dan psikologis hubungan mereka sangat dekat (pemilik usaha dan karyawan), memungkinkan untuk menjalin komunikasi sangat mudah. Dari kemudahan dalam berkomunikasi ini diharapkan dapat menicu etos kerja yang tinggi. Karena masing-masing mereka bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat dan juga warga sekitar. Merupakan tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan perusahaan mereka (Rizkika, 2017).

2. Manfaat Home Industri

Home Industri juga memberimanfaat sosial yang sangat berarti bagi perekonomian yaitu:

- a. Terpenuhinya kebutuhan masyarakat, baik itu sandang, pangan, dan papan.
- b. Terciptanya lapangan pekerjaan baru, semakin banyak jumlah industri yang
- c. Dibangun maka banyak pula tenaga kerja yang diserap.
- d. Dapat meningkatkan pendapatan perkapita.
- e. Dapat ikut serta mendukung pembangunan nasional dibidang ekonomi terutama sektor industry (Putra, 2020).

3. Peran Home Industri

Home industri merupakan kegiatan usaha yang mampu memeperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam keberadaannya home industri memiliki kedudukan yang mampu mempengaruhi keadaan ekonomi masyarakat pedesaan dalam jangka panjang. Dengan adanya home industri di lingkungan pedesaan juga memberikan dampak yang positif, seperti pemberdayaan terhadap pengangguran warga desa (Inayati, 2019).

4. Manajemen dalam Home industri

Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah diterapkan. Dalam sebuah industri kecil sangat dibutuhkan manajemen pengelolaan yang baik untuk kelangsungan industri dimasa yang akan datang, adapun diantaranya:

a. Permodalan

Permodalan dalam kegiatan usaha untuk menghasilkan profit sangat dibutuhkan karena modal merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha. Modal ini nantinya yang akan digunakan untuk

membiyai operasional usaha seperti belanja bahan baku, membayar gaji karyawan, periklanan.

b. Produksi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produksi diartikan sebagai proses mengeluarkan hasil atau penghasilan. Produksi suatu barang atau jasa, seperti dinyatakan dalam ilmu ekonomi dilakukan karena barang atau jasa itu mempunyai, utilitas (nilai guna).

c. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Inayati, 2019).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Faktor Lingkungan Internal, Analisis faktor internal pada strategi pengembangan keripik singkong di Kelurahan Cipedak diarahkan untuk mengidentifikasih faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) sedangkan Faktor Lingkungan Eksternal, diarahkan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*oportunities*) dan Ancaman (*treaths*).

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan

(*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan yang terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki.

Menganalisis bagaimana strategi pemasaran digunakan metode analisis SWOT yaitu penilaian tentang prospek pengembangan usaha keripik singkong secara kualitatif, dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Dan matriks SWOT sebagai alat menyusun faktor-faktor strategis perusahaan.

Analisis SWOT terdiri dari beberapa komponen, yaitu:

a. *Strengths* (kekuatan)

Faktor-faktor kekuatan dalam lembaga pendidikan adalah kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang berakibat pada nilai plus atau keunggulan komparatif perusahaan tersebut.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan adalah hal yang sangat wajar dalam segala sesuatu tapi yang terpenting adalah bagaimana sebagai penentu kebijakan dalam perusahaan dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan kelemahan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan tenaga pekerja, lemahnya kepercayaan masyarakat, dan lain-lain.

c. *Opportunities* (peluang)

Peluang adalah suatu kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan bahkan bisa menjadi formulasi dalam perusahaan tersebut. Peluang dapat digunakan oleh perusahaan untuk berkembang sehingga menjadi perusahaan yang bagus dan dapat berkembang secara luas.

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman meliputi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Jika sebuah ancaman tidak ditanggulangi maka akan menjadi sebuah penghalang atau penghambat bagi maju dan peranannya sebuah perusahaan itu sendiri. Untuk lebih memudahkan menganalisa SWOT maka digunakan matriks berupa tabel yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman serta kombinasi dimana kekuatan bertemu dengan kesempatan adalah keadaan yang paling positif, dan kombinasi kelemahan dan ancaman (Rangkruti, 2016).

