

Strategi Pengembangan Industri Rumahan Tempe Di Desa Jaharun A Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang

Arba Sunur¹; Gilang Dwi Prasetyo²; Hendra Ibrahim³

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk UMKM yang berkembang di pedesaan adalah industri rumahan tempe. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi, permasalahan, serta strategi pengembangan industri tempe di Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri tempe di Desa Jaharun A berperan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja. Kekuatan utama usaha ini terletak pada stabilnya permintaan pasar dan proses produksi yang sederhana. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan manajerial, dan minimnya inovasi produk. Peluang pengembangan dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi digital, peningkatan inovasi produk dan kemasan, serta menjaga kualitas dan kebersihan produk. Keberhasilan pengembangan industri tempe membutuhkan dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak, termasuk pelaku usaha, pemerintah desa, dan lembaga keuangan agar tercipta ekosistem usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci: strategi pengembangan; Industri tempe; Desa Jaharun A

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in driving economic growth. One such MSME that thrives in rural areas is the tempeh cottage industry. This study aims to describe the conditions, challenges, and development strategies for the tempeh industry in Jaharun A Village, Galang District, Deli Serdang Regency. This study employed a qualitative descriptive approach with a literature review as the data collection technique. The results indicate that the tempeh industry in Jaharun A Village plays a significant role in increasing community income and creating jobs. The main strengths of this business lie in stable market demand and a simple production process. However, challenges remain, such as limited capital, a lack of managerial knowledge, and a lack of product innovation. Development opportunities can be achieved through the use of digital technology, increased product and packaging innovation, and maintaining product quality and hygiene. Successful development of the tempeh industry requires support and cooperation from various

¹ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, arbasunur01@gmail.com, gilangdwiprasetyo364@gmail.com

³ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, hendra@insan.ac.id

parties, including business actors, village governments, and financial institutions, to create a sustainable business ecosystem.

Keywords: *development strategy; Tempe industry; Jaharun A Village*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat kemiskinan, serta meningkatkan pendapatan masyarakat di tingkat lokal. UMKM juga menjadi motor penggerak utama ekonomi daerah karena mampu bertahan di tengah berbagai kondisi ekonomi dan memiliki kedekatan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, sektor ini menjadi tulang punggung perekonomian lokal karena fleksibilitasnya yang tinggi dan ketahanannya dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi (Tambunan, T. 2019)

Industri rumahan merupakan salah satu sektor ekonomi rakyat yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah. Melalui kegiatan produksi berskala kecil dan menengah, industri rumahan mampu menciptakan lapangan kerja, menambah pendapatan keluarga, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk industri rumahan yang memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan adalah industri pembuatan tempe. Tempe merupakan produk olahan kedelai yang menjadi bagian penting dari konsumsi masyarakat Indonesia karena kandungan gizinya yang tinggi, harganya yang terjangkau, serta penerimaannya yang luas di berbagai lapisan sosial.

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang di sektor pangan adalah industri rumahan tempe. Tempe merupakan produk olahan berbahan dasar kedelai yang memiliki nilai gizi tinggi, mudah diolah, dan diterima luas oleh masyarakat Indonesia (Astuti, S. 2021). Sebagai produk pangan tradisional, tempe tidak hanya memiliki nilai ekonomi tetapi juga nilai budaya, karena telah menjadi bagian dari konsumsi harian masyarakat sejak lama. (Suryani, D. 2020)

Pendapatan yang diperoleh para pembuat tempe bisa didapat dari penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Karena murah harga tempe maka pembuat tempe hanya mendapat keuntungan yang kecil dan untuk bahan baku yang digunakan untuk pembuatan tempe semakin besar dikarenakan krisis ekonomi. Keadaan ini mempengaruhi para pembuat tempe, sehingga banyak pembuat tempe yang bangkrut dan akhirnya tidak memproduksi lagi (Sari, 2002).

Namun demikian, UMKM tempe di Desa Jaharun A menghadapi sejumlah kendala seperti minimnya modal dan kurangnya ilmu tentang manajerial serta kurangnya kreatifitas mengelola tempe dikarenakan tempe mempunyai bentuk yang serupa. Dengan ini para pembuat tempe harus mempunyai ide baru untuk menghadapi persaingan dan mampu membawa industri tempe tetap berjalan dalam menghadapi persaingan. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis strategi internal dan eksternal usaha pengembangan industri tempe di Desa Jaharun A Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang.

B. KAJIAN TEORI

Pengertian Tempe

Tempe merupakan salah satu produk pangan tradisional Indonesia yang dihasilkan melalui proses fermentasi kedelai menggunakan kapang *Rhizopus* sp., seperti *Rhizopus oligosporus* atau *Rhizopus oryzae*. Proses fermentasi ini mengubah kedelai menjadi bahan makanan padat berwarna putih, bertekstur

kompak, dan memiliki cita rasa serta aroma khas (Astuti, S. 2021). Tempe dikenal sebagai sumber protein nabati yang sangat baik dan sering digunakan sebagai pengganti daging dalam konsumsi masyarakat sehari-hari (Winarno, F. G. 2018).

Menurut Suryani (2020), tempe tidak hanya bernilai gizi tinggi tetapi juga memiliki keunggulan fungsional, karena proses fermentasinya menghasilkan enzim dan senyawa bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan, seperti isoflavon, peptida, dan antioksidan³. Selain itu, kandungan serat, vitamin B kompleks, serta rendahnya kadar lemak jenuh menjadikan tempe sebagai makanan bergizi dan ramah lingkungan.

Secara sosial dan budaya, tempe telah menjadi bagian dari identitas kuliner bangsa Indonesia. Bahkan, tempe diakui sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO karena nilai tradisi dan peranannya dalam kehidupan masyarakat. Di banyak daerah, termasuk Desa Jaharun A, tempe diproduksi secara rumahan dengan metode tradisional yang diwariskan turun-temurun. Hal ini menunjukkan bahwa tempe bukan hanya produk pangan, tetapi juga bagian dari ekonomi kerakyatan yang mendukung keberlanjutan UMKM lokal.

Industri Tempe

Industri tempe merupakan bagian dari sektor industri pangan yang bergerak dalam kegiatan produksi dan pengolahan kedelai menjadi tempe melalui proses fermentasi. Secara umum, industri tempe dapat dikategorikan sebagai industri kecil atau industri rumahan, karena sebagian besar pelaku usahanya merupakan masyarakat lokal yang menjalankan produksi dalam skala mikro hingga menengah.

Menurut Kementerian Perindustrian (2022), industri tempe termasuk dalam kelompok industri agro berbasis hasil pertanian, yang berfungsi mengubah bahan baku kedelai menjadi produk olahan bernilai tambah². Dalam konteks ekonomi kerakyatan, industri tempe berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan keluarga, serta memperkuat ketahanan pangan masyarakat

Dengan potensi pasar yang luas dan bahan baku yang relatif mudah diperoleh, industri tempe memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui penerapan strategi peningkatan mutu produk, efisiensi produksi, dan inovasi pemasaran. Pengembangan industri tempe yang berkelanjutan akan berdampak positif tidak hanya terhadap pelaku usaha, tetapi juga terhadap pembangunan ekonomi masyarakat di tingkat desa.

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang secara sistematis untuk meningkatkan kapasitas, daya saing, serta keberlanjutan suatu kegiatan bisnis. Menurut David (2017), strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi melalui penetapan arah kebijakan, alokasi sumber daya, dan pengambilan keputusan yang tepat. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha dapat diartikan sebagai upaya terencana yang dilakukan perusahaan atau pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat posisi usaha dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pengembangan usaha mencakup kegiatan seperti inovasi produk, diversifikasi pasar, peningkatan efisiensi produksi, serta penguatan hubungan dengan pelanggan. Strategi pengembangan usaha tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan jangka pendek, tetapi juga memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), strategi pengembangan usaha mencakup berbagai aspek, seperti peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi tepat guna, peningkatan kualitas produk, serta perluasan jaringan pemasaran. Penerapan strategi pengembangan usaha yang efektif dapat membantu pelaku UMKM bertahan di tengah persaingan pasar yang ketat dan perubahan lingkungan ekonomi yang dinamis.

Bagi pelaku industri rumahan seperti usaha tempe di Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang, strategi pengembangan usaha menjadi langkah penting untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat sekitar.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam kondisi, permasalahan, dan strategi pengembangan industri rumahan tempe di Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian deskriptif kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena sosial yang terjadi di lapangan tanpa menggunakan data statistik.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ialah data sekunder, diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan pemerintah, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan topik pengembangan industri rumahan.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) sebagai teknik utama dalam pengumpulan data. Peneliti menelusuri dan menganalisis berbagai literatur yang berkaitan dengan:

- Konsep pengembangan industri rumahan.
- Strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.
- Faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha kecil menengah (UKM).
- Studi kasus atau penelitian sebelumnya terkait industri tempe.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di industri rumahan tempe Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu desa yang masyarakatnya banyak menggantungkan ekonomi pada sektor pertanian dan industri rumahan. Salah satu sektor yang menonjol adalah industri pembuatan tempe. Usaha ini umumnya dijalankan secara turun-temurun dengan skala mikro, memanfaatkan tenaga kerja keluarga, dan memiliki jaringan pemasaran lokal di sekitar Kecamatan Galang. Produksi dilakukan menggunakan bahan baku kedelai impor dan ragi tempe (*Rhizopus sp.*) dengan proses tradisional. Meskipun sederhana, usaha ini berperan penting dalam menyediakan lapangan kerja dan sumber pendapatan keluarga.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Untuk memahami posisi industri tempe di Desa Jaharun A, dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha.

A. Faktor Internal

1. Kekuatan (*Strengths*):

- a. **Permintaan pasar yang stabil**, Tempe merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang dikonsumsi setiap hari. Permintaan yang konsisten ini menjamin keberlangsungan usaha dan meminimalkan risiko kerugian akibat penurunan penjualan.
- b. **Proses produksi yang sederhana dan mudah dipelajari**, Teknologi produksi tempe tidak memerlukan keahlian khusus atau peralatan canggih. Hal ini membuat siapa pun dapat memulai usaha dengan modal pengetahuan dasar dan biaya yang terjangkau.
- c. **Pengalaman turun-temurun dalam pembuatan tempe**, Sebagian besar pelaku usaha di Desa Jaharun A telah menjalankan usaha ini sejak lama dan mewarisinya dari orang tua. Pengalaman tersebut memberikan pemahaman mendalam terhadap kualitas bahan baku, teknik fermentasi, serta waktu produksi yang ideal.
- d. **Harga produk yang terjangkau dan diterima masyarakat luas**, Tempe memiliki nilai ekonomi yang baik karena harganya murah namun gizinya tinggi. Hal ini menjadikannya produk yang tidak terpengaruh besar oleh fluktuasi ekonomi masyarakat.
- e. **Kedekatan sosial dengan konsumen**, Sebagian besar penjualan dilakukan secara langsung kepada pelanggan tetap di pasar lokal. Hubungan sosial yang kuat ini membantu menjaga loyalitas pembeli dan memperkuat jaringan pemasaran.

2. Kelemahan (*Weaknesses*):

- a. **Keterbatasan modal usaha**, Sebagian besar pelaku industri tidak memiliki akses terhadap lembaga keuangan formal, sehingga sulit meningkatkan kapasitas produksi atau memperbaiki alat. Modal kerja masih bergantung pada hasil penjualan harian.
- b. **Teknologi produksi masih tradisional**, Proses pengolahan masih menggunakan peralatan sederhana seperti drum besi, tampah, dan daun pisang. Hal ini menyebabkan efisiensi waktu dan energi rendah, serta kapasitas produksi terbatas.
- c. **Kualitas produk belum seragam**, Ketidakkonsistenan dalam proses fermentasi (suhu, waktu, kelembapan) menyebabkan tempe yang dihasilkan kadang tidak kompak atau terlalu lembek. Kurangnya standar kualitas membuat sulit menembus pasar modern.
- d. **Kemasan produk kurang menarik**, Sebagian besar tempe dijual dalam bungkus daun pisang atau plastik polos tanpa label. Hal ini membuat produk sulit bersaing di pasar yang menuntut identitas merek dan tampilan profesional.
- e. **Pemasaran masih bersifat tradisional**, Pemasaran hanya dilakukan di pasar tradisional atau dari mulut ke mulut. Pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk memperluas jangkauan pasar.

B. Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunities*):

- a. **Tren makanan sehat dan nabati meningkat**, Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola makan sehat menjadikan tempe sebagai

alternatif sumber protein nabati yang digemari, sehingga membuka peluang pasar baru terutama di kalangan generasi muda dan vegetarian.

- b. **Dukungan pemerintah terhadap UMKM pangan lokal**, Pemerintah menyediakan berbagai program bantuan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan kewirausahaan, dan pendampingan usaha kecil yang dapat dimanfaatkan pelaku industri tempe.
- c. **Potensi pengembangan produk olahan tempe**, Tempe dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti tempe bacem, tempe kering, abon tempe, dan keripik tempe. Diversifikasi ini dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar.
- d. **Peluang pemasaran digital**, *Platform e-commerce* dan media sosial memungkinkan pelaku usaha menjual produk secara lebih luas tanpa batas geografis. Hal ini juga dapat membantu memperkenalkan produk khas Desa Jaharun A ke daerah lain.
- e. **Kolaborasi antar pelaku usaha dan lembaga pendukung**, Adanya peluang kerja sama dengan koperasi, lembaga riset, dan perguruan tinggi dapat meningkatkan inovasi dalam produksi, kemasan, dan pemasaran produk.

2. Ancaman (*Threats*):

- a. **Fluktuasi harga kedelai**, Bahan baku utama berupa kedelai impor sangat dipengaruhi oleh nilai tukar dan kebijakan impor. Kenaikan harga kedelai dapat langsung meningkatkan biaya produksi dan menekan margin keuntungan.
- b. **Persaingan antar produsen tempe**, Banyak produsen tempe dari daerah sekitar yang memiliki skala usaha lebih besar dan teknologi lebih modern, sehingga dapat menekan harga di pasar lokal.
- c. **Perubahan pola konsumsi Masyarakat**, Munculnya produk makanan siap saji dan instan dapat menggeser minat konsumen, terutama di kalangan muda yang cenderung mencari kepraktisan.
- d. **Kurangnya regenerasi pelaku usaha muda**, Banyak generasi muda di Desa Jaharun A yang kurang tertarik melanjutkan usaha tempe karena dianggap kurang menjanjikan. Jika tidak ada regenerasi, keberlanjutan industri ini akan terancam.
- e. **Kendala lingkungan dan sanitasi produksi**, Produksi tempe menghasilkan limbah cair dari proses perendaman kedelai. Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini bisa menimbulkan pencemaran lingkungan dan menurunkan citra produk.

C. Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang telah diuraikan, maka strategi pengembangan industri rumahan tempe di Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang dapat dirumuskan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Pendekatan ini menggabungkan faktor kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) untuk menghasilkan strategi pengembangan yang terarah dan realistis.

1. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*)

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal. Fokus utama diarahkan pada pengembangan produk, pemasaran, dan peningkatan nilai tambah.

- a. Diversifikasi produk tempe; Pelaku usaha dapat mengembangkan berbagai produk turunan tempe seperti tempe bacem, keripik tempe, abon tempe, dan tempe kering siap saji. Diversifikasi ini bertujuan memperluas pasar dan meningkatkan nilai jual produk.
- b. Peningkatan kualitas dan higienitas produksi; Dengan pengalaman produksi yang sudah ada, pelaku usaha dapat meningkatkan mutu tempe melalui penerapan standar kebersihan, penggunaan bahan baku berkualitas, serta pengendalian proses fermentasi yang konsisten.
- c. Pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran digital; Menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk promosi dan penjualan produk. Pemasaran digital memungkinkan produk tempe lokal dikenal secara lebih luas dan memperluas jangkauan konsumen di luar wilayah Desa Jaharun A.
- d. Peningkatan kerja sama dengan pemerintah daerah dan lembaga pelatihan; Dengan dukungan program pemerintah untuk UMKM, pelaku usaha dapat mengikuti pelatihan manajemen bisnis, pengemasan produk, dan strategi branding agar produk memiliki daya saing yang lebih baik di pasar.

2. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*)

Strategi ini bertujuan meminimalkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Fokus diarahkan pada peningkatan kapasitas usaha dan akses sumber daya.

- a. Mengakses program pembiayaan dan bantuan modal UMKM, Pelaku industri tempe dapat memanfaatkan program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), atau dana bergulir dari koperasi. Dengan tambahan modal, pelaku usaha dapat memperbarui alat produksi dan meningkatkan kapasitas output.
- b. Pelatihan inovasi produk dan manajemen usaha, Pemerintah desa bekerja sama dengan dinas perindustrian dan perguruan tinggi dapat menyelenggarakan pelatihan bagi pelaku usaha tentang manajemen keuangan, pengemasan, labeling, dan diversifikasi produk.
- c. Pengembangan kemasan modern dan branding produk, Produk tempe dapat dikemas dengan plastik vakum atau kemasan berlabel menarik, mencantumkan merek lokal seperti “Tempe Jaharun A” atau “Tempe Galang Sehat”. Branding ini dapat memperkuat identitas lokal sekaligus menarik minat pasar modern.
- d. Pemanfaatan platform e-commerce, Mengembangkan kanal distribusi melalui marketplace seperti *Tokopedia*, *Shopee*, dan *GoFood* agar produk dapat menjangkau konsumen secara global.

3. Strategi ST (*Strengths–Threats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal yang berpotensi menurunkan daya saing industri.

- a. Menjaga loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan, Dengan permintaan yang stabil dan kedekatan sosial dengan konsumen, pelaku usaha perlu menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk agar pelanggan tetap setia meskipun ada pesaing baru.
- b. Efisiensi biaya produksi untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku, Pelaku usaha dapat membeli kedelai secara kolektif melalui kelompok atau koperasi produsen tempe untuk mendapatkan harga lebih murah dan stabil.
- c. Meningkatkan jaringan kerja antar-pelaku industri tempe, Membentuk *Paguyuban Produsen Tempe Desa Jaharun A* yang berfungsi sebagai wadah berbagi informasi, mengatur distribusi bahan baku, dan memperkuat posisi tawar dalam rantai pasok.
- d. Menjaga kebersihan lingkungan produksi, Untuk menghindari masalah sanitasi yang dapat menurunkan citra produk, pelaku usaha perlu membuat sistem pengelolaan limbah cair sederhana, misalnya dengan bak penampungan dan filtrasi alami sebelum pembuangan.

4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*)

Strategi ini difokuskan untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang bisa menghambat pertumbuhan industri.

- a. Pendampingan berkelanjutan dari lembaga mitra, Pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan perguruan tinggi dapat memberikan pendampingan intensif terkait inovasi, efisiensi produksi, dan pengelolaan keuangan agar pelaku usaha mampu bertahan di tengah dinamika pasar.
- b. Regenerasi pelaku usaha melalui pelibatan generasi muda, Mendorong keterlibatan anak muda desa dalam kegiatan produksi dan pemasaran tempe dengan memberikan pelatihan kewirausahaan berbasis digital dan teknologi pangan.
- c. Penerapan sistem produksi ramah lingkungan, Memperkenalkan teknologi pengolahan limbah sederhana, seperti penggunaan air daur ulang untuk perendaman atau pembuatan pupuk cair dari sisa kedelai, guna menciptakan industri tempe yang berkelanjutan.
- d. Konsolidasi usaha melalui pembentukan koperasi produsen tempe, Koperasi dapat menjadi sarana untuk mengelola modal bersama, membeli bahan baku secara grosir, serta memasarkan produk di bawah satu merek kolektif yang kuat.

Pembahasan Strategis

Penerapan strategi di atas menunjukkan bahwa pengembangan industri tempe di Desa Jaharun A dapat dilakukan melalui pendekatan kolaboratif antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat.

- Strategi SO dan WO bersifat ofensif dan bertujuan memperluas pasar serta meningkatkan nilai tambah.
- Strategi ST dan WT bersifat defensif, diarahkan untuk menjaga keberlangsungan usaha dari ancaman eksternal seperti fluktuasi harga dan persaingan.

Keberhasilan penerapan strategi ini sangat bergantung pada komitmen pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan dukungan kelembagaan

pemerintah desa serta dinas terkait. Dengan pendekatan yang sistematis, industri tempe di Desa Jaharun A dapat menjadi contoh sukses UMKM pangan lokal yang tangguh, inovatif, dan berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan industri rumahan tempe di Desa Jaharun A, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Industri tempe di Desa Jaharun A berperan penting dalam ekonomi masyarakat lokal. Usaha ini menjadi sumber penghasilan utama maupun tambahan bagi keluarga, menciptakan lapangan kerja, serta berkontribusi terhadap ketahanan pangan daerah. Produksi dilakukan secara tradisional dengan memanfaatkan sumber daya keluarga dan bahan baku lokal, sehingga menjadi bagian integral dari perekonomian desa.
2. Kondisi internal industri tempe memiliki kekuatan yang signifikan namun juga menghadapi berbagai keterbatasan. Kekuatan utama terletak pada stabilnya permintaan pasar, kemudahan proses produksi, pengalaman turun-temurun, serta harga produk yang terjangkau. Namun demikian, terdapat kelemahan seperti keterbatasan modal, teknologi produksi yang masih sederhana, kualitas produk yang belum seragam, serta pemasaran yang masih bersifat tradisional.
3. Faktor eksternal memberikan peluang besar untuk pengembangan usaha. Tren gaya hidup sehat, dukungan kebijakan pemerintah terhadap UMKM, serta kemajuan teknologi informasi menjadi peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai tambah produk tempe. Namun, ancaman juga muncul dari fluktuasi harga kedelai, persaingan antar produsen, perubahan selera konsumen, dan minimnya regenerasi pelaku usaha muda.
4. Strategi pengembangan yang tepat perlu berbasis pada analisis SWOT.
 - a. Strategi SO diarahkan untuk memanfaatkan kekuatan internal guna merebut peluang, seperti diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan pemasaran digital.
 - b. Strategi WO menekankan peningkatan kapasitas melalui akses modal, pelatihan manajerial, dan pengembangan kemasan modern.
 - c. Strategi ST digunakan untuk menjaga loyalitas konsumen, meningkatkan efisiensi biaya, dan memperkuat kerja sama antar-pelaku usaha.
 - d. Strategi WT diarahkan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman melalui pendampingan berkelanjutan, regenerasi usaha, dan penerapan sistem produksi ramah lingkungan.
5. Keberhasilan pengembangan industri tempe bergantung pada kolaborasi multipihak. Pelaku usaha, pemerintah desa, lembaga keuangan, dan masyarakat perlu berperan aktif dalam membangun ekosistem usaha yang sehat. Dukungan berupa akses permodalan, pelatihan, inovasi teknologi, dan promosi

produk lokal sangat diperlukan agar industri tempe dapat tumbuh berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

F. SARAN

1. Bagi Pelaku Usaha Tempe:
 - a. Tingkatkan inovasi produk dan pengemasan agar lebih menarik bagi konsumen modern.
 - b. Manfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan.
 - c. Jaga kualitas dan kebersihan produk untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan.
2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait:
 - a. Berikan dukungan berupa pelatihan kewirausahaan, manajemen produksi, serta sertifikasi halal dan izin edar untuk meningkatkan daya saing.
 - b. Sediakan fasilitas bantuan modal seperti program *Kredit Usaha Rakyat (KUR)* atau dana bergulir untuk pengembangan skala usaha.
 - c. Fasilitasi pembentukan koperasi produsen tempe sebagai wadah kerja sama dan distribusi bahan baku bersama.
3. Bagi Masyarakat dan Generasi Muda Desa:
 - a. Terlibat aktif dalam pengembangan usaha tempe melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi baru.
 - b. Jadikan industri tempe sebagai peluang usaha yang potensial dan berkelanjutan, bukan sekadar pekerjaan turun-temurun.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya:
 - a. Dapat melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak ekonomi dan sosial industri tempe terhadap kesejahteraan masyarakat.
 - b. Perlu juga dilakukan studi mengenai rantai pasok dan nilai tambah produk turunan tempe agar pengembangan usaha menjadi lebih komprehensif.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. (2021). "Potensi Produk Pangan Tradisional dalam Pengembangan UMKM Pangan Lokal." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 13(2), 45–53.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson Education.
- Erlanda, Y., & Ilman, G. M. (2024). Otimalisasi potensi ekonomi lokal: Strategi penguatan dan implikasi positif peran UMKM Kelurahan Made, Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Hukum dan Tata Negara*, 2(2), Juni 2024. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

- Firdaus, Z., Surya, E. P., Imami, U. F. N., Aruna, A., & Setiawan, D. (n.d.). Pelatihan dan Inkubasi SDM Kampung Industri Tempe Sanan: Strategi Pengembangan Produk Tempe Multirasa.
- Harisudin, M. (2013). Pemetaan dan strategi pengembangan agroindustri tempe di Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 23(2), 120–128.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). Profil Industri Pengolahan Pangan Nasional. Jakarta: Kemenperin.
- Khumaera, N. I. (2020). Strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal di Kecamatan Tana Lili, Kabupaten Luwu Utara. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 9(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Oktaviani, T. K. (2018). Analisis strategi pemasaran usaha kecil pengrajin tempe (Studi Kasus: Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang) [Skripsi, Universitas Medan Area].
- Sari. 2002. Analisis efisiensi dan pendapatan pengerajin tempe anggota KOPTI. Skripsi
- Suryani, D. (2020). "Tempe Sebagai Produk Pangan Fungsional Khas Indonesia." *Jurnal Pangan dan Gizi*, 17(1), 1–8.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tefu, U. Y., Salean, D. Y., Kurniawati, M., & Amtiran, P. Y. (2024). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada usaha home industry Tempe Sukabi di Kabupaten Malaka. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*.
- UNESCO. (2021). *Tempe, Indonesian Traditional Fermented Soybean Food: Intangible Cultural Heritage Nomination File*. Paris: UNESCO.
- Widawati, E., & Gastri, A. (2021). Strategi pengembangan diferensiasi produk bagi pelaku UMKM tahu dan tempe untuk ketahanan pangan pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(8), 561–567.