

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Potensi Singkong

Singkong (*Manihot esculenta*) merupakan tanaman perdu penghasil umbi yang dapat hidup sepanjang tahun. Singkong berasal dari benua Amerika, tepatnya dari negara Brazil. Penyebaran singkong hampir ke seluruh penjuru dunia, antara lain: Afrika, Madagaskar, India, Cina, dan berkembang di negara-negara yang terkenal dengan wilayah pertaniannya salah satunya Indonesia. Singkong masuk ke Indonesia pada tahun 1852, namun masyarakat Indonesia baru mengenal singkong pada tahun 1952 (Purwono, 2009). Penyebaran singkong di Indonesia dimulai dari pulau Jawa yang kemudian tersebar hampir diseluruh nusantara. Kehadiran singkong disambut hangat oleh masyarakat Indonesia karena tanaman singkong mudah dibudidayakan dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan makanan alternatif.

Indonesia adalah negara terbesar kedua penghasil singkong setelah Nigeria dengan rata-rata total penyediaan selama lima tahun sebesar 9,67 juta ton atau sebesar 10,61% dari total penyediaan singkong dunia, diikuti dengan Negara Brazil, India dan United Republik of Tanzania masing-masing berkisar antara 8,67 – 4,96 juta ton atau sebesar 9,52% – 5,44%, selebihnya menyumbang di bawah 5,30% (Pusadatin, 2013). Perkembangan produksi singkong di Indonesia disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan produksi singkong di Indonesia

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Ku/Ha)	Produksi (Ton)
2008	1.204.933	180,57	21.756.991
2009	1.175.666	187,46	22.039.145
2010	1.183.047	202,17	23.918.118
2011	1.184.696	202,96	24.044.025
2012	1.129.688	214,02	24.177.372
2013	1.065.752	224,60	23.926.921
2014	1.075.784*	228,29*	24.558.778*

(*) : Data adalah angka ramalan

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

Indonesia masih memiliki banyak ketersediaan lahan pertanian yang kosong, sehingga produksi singkong setiap tahunnya mengalami peningkatan. Sentra lahan singkong di Indonesia dikuasai oleh provinsi Lampung dengan luas lahan panen 324,100 ha pada tahun 2012. Tahun 2013, produksi singkong di Provinsi Lampung mencapai 8,33 juta ton. Keadaan ini menjadikan Lampung sebagai penyuplai sepertiga produksi singkong nasional dari produksi nasional sebesar 23,92 juta ton. Perkembangan produksi singkong pada tahun 2008 hingga 2011 menunjukkan tren yang terus meningkat yang didukung dengan luas panen dan produktivitas singkong (Badan Pusat Statistik, 2015). Data perkembangan luas panen dan produksi singkong di Provinsi Lampung disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan singkong di Provinsi Lampung

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Ku/Ha)	Produksi (Ton)
2008	318.969	242,09	7.721.882
2009	309.047	244,92	7.569.178
2010	346.217	249,48	8.637.594
2011	368.096	249,76	9.193.676
2012	324.749	258,27	8.387.351
2013	318.107	261,84	8.329.201
2014	372.858*	260,83*	9.725.345*

(*) : Data adalah angka ramalan

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

Dalam perkembangannya, singkong tidak hanya digunakan sebagai bahan pangan yang dikonsumsi langsung namun juga digunakan sebagai bahan utama beberapa industri olahan berbahan baku singkong. Penggolongan jenis singkong dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu jenis singkong manis yang dapat dikonsumsi langsung dan singkong pahit yang perlu dilakukan pengolahan terlebih dahulu. Menurut Winarno (2004), singkong dapat dibedakan menurut warna, rasa, umur dan kandungan sianidanya (HCN), jika singkong memiliki rasa pahit maka kandungan sianidanya cukup tinggi. Karakteristik varietas unggul singkong disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik varietas unggul ubikayu/singkong

Varietas	Rasa	Warna Daging Umbi	Kadar Pati (%)	Kadar HCN (mg/kg)
Adira 1	Sedang	Kuning	45	27,5
Adira 2	Sedang	Putih	41	124
Adira 4	Pahit	Putih	18-22	680
Malang 1	Manis	Putih Kekuningan	32-36	<40
Malang 2	Manis	Kuning muda	32-36	<40
Malang 4	-	Putih	25-32	100
Malang 6	-	Putih	25-32	100
Darul Hidayah	Kenyal	Putih	25-31,52	<40
UJ-3	Pahit	Putih kekuningan	20-27	>100
UJ-5	Pahit	Kuning keputihan	19-30	>100

Sumber : Wargiono, dkk., 2006; Balitkabi, 2005 didalam Roja, 2009

Menurut Winarno (2004), pengolahan secara tradisional dapat mengurangi dan bahkan dapat menghilangkan kandungan racun. Kadar HCN dapat dikurangi atau diperkecil dengan cara perendaman, ekstraksi pati dalam air, pencucian, perebusan, fermentasi, pemanasan, pengukusan, pengeringan dan penggorengan. Disisi lain, singkong memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi, meskipun rendah akan protein (Prihatman dan Kemal, 2000).

Dikalangan masyarakat, singkong diolah menjadi bahan pangan pokok setelah beras dan jagung. Berbagai macam upaya mengenai penanganan singkong telah banyak dilakukan yaitu dengan mengolahnya menjadi produk olahan baik basah maupun kering. Selain sebagai bahan makanan pokok, berbagai produk olahan singkong yang telah dimanfaatkan oleh masyarakat luas adalah tape singkong, eyek-eyek singkong, peuyeum, opak, tiwul, kerupuk singkong, keripik singkong, kue, dan kelanting.

Berdasarkan bobot segar, singkong dapat bersaing dengan tanaman umbi lain dalam hal suplai kalori. Singkong dapat menghasilkan 150 kkal/100g bobot segar dibandingkan dengan ubi jalar yang menghasilkan 115 kkal/100g bobot segar. Singkong juga merupakan sumber vitamin C yang baik, karena mengandung 30-38 mg/100g bobot segar. Umumnya singkong memiliki kandungan serat yang rendah yaitu berkisar 1,4% dan kandungan lemak sebanyak 0,3%. Kandungan gizi singkong dalam 100 g singkong disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Kandungan gizi dalam 100 g singkong

Zat Gizi	Kandungan
Kalori (kal)	154
Karbohidrat (g)	36,8
Lemak (g)	0,3
Protein (g)	1,2
Kalsium(mg)	33
Fosfor (mg)	40
Zat Besi (mg)	0,7
Vit B (mg)	0,6
Vit C (mg)	30
Air (g)	62,5
Bagian yang dapat dimakan (%)	75

Sumber: Mahmud, dkk., 2009

2.2 Kelanting

Kelanting merupakan salah satu makanan khas tradisional yang terbuat dari singkong. Makanan ini berasal dari daerah Kebumen Jawa Tengah yang secara turun-temurun dijadikan usaha rumah tangga. Kelanting terus berkembang dan tersebar ke beberapa daerah hingga Provinsi Lampung (Sagala dkk., 2013).

Kelanting pada umumnya berbentuk angka delapan sebagai ciri khas kelanting Kebumen dengan warna merah dan putih. Seiring berkembangnya jaman, industri kelanting tidak megutamakan warna namun lebih mengutamakan variasi rasa seperti rasa jagung bakar, daging sapi, pedas, dan original.

Kelanting memiliki keunikan pada bentuk dan tekstur. Kelanting dari daerah Kebumen memiliki tekstur yang sedikit keras, sedangkan kelanting yang berkembang di Lampung memiliki tekstur yang lebih renyah dan bentuknya bulat melingkar. Tekstur kelanting yang dihasilkan dipengaruhi oleh bahan baku dan bahan tambahannya. Dalam pembuatannya, untuk menghasilkan kelanting yang memiliki tekstur renyah maka perlu penambahan tepung singkong, pengembang, dan bumbu basah/kering.

Bumbu-bumbu merupakan bahan yang sengaja ditambahkan kedalam adonan kelanting yang berguna untuk meningkatkan konsistensi, nilai gizi, cita rasa, serta untuk menetapkan bentuk dan warna produk. Dalam pembuatannya, kelanting memerlukan bahan pembantu seperti gula, garam, merica dan bawang putih. Penggunaan garam dan bahan pembantu lainnya dapat juga berfungsi sebagai penegas cita rasa sekaligus bahan pengawet.

2.3 Analisis Usaha

2.3.1. Biaya produksi

Biaya adalah nilai pengeluaran yang dapat diukur dan diperkirakan untuk menghasilkan suatu produk (Sukirno, 2002). Menurut Suparmoko (2001), biaya tetap adalah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pembiayaan dan jumlahnya tidak berubah meskipun jumlah barang yang dihasilkan berubah-ubah. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan faktor produksi, sehingga dapat berubah-ubah sesuai dengan berubahnya jumlah barang yang digunakan. Adapun total biaya produksi merupakan jumlah total pengeluaran untuk setiap kali melakukan proses produksi (Samuelson dan Nordhaus 2003). Biaya produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC : *Total Cost* (biaya total)

TFC : *Total Fixed Cost* (total biaya tetap)

TVC : *Total Variable Cost* (total biaya variabel)

2.3.2 Penerimaan usaha

Penerimaan (*revenue*) adalah jumlah pembayaran yang diterima dari hasil penjualan produk yang dihasilkan. Penerimaan total merupakan hasil dari perkalian antara jumlah barang yang dijual oleh agroindustri dengan harga produk tersebut sesuai dengan jumlah produk yang dijual (Nicholson, 2005). Penerimaan

total yang diterima produsen akan semakin besar apabila semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maupun semakin tinggi harga per unit produk yang terjual. Secara matematis penerimaan total dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TR = Q \times P$$

Keterangan :

TR : *Total Revenue* (penerimaan total)

Q : *Quantity* (jumlah produk)

P : *Price* (harga jual)

2.3.3 Keuntungan usaha

Keuntungan adalah selisih dari penerimaan total dengan biaya total. Oleh karena itu, tingkat keuntungan bergantung pada jumlah penerimaan dan biaya operasional. Jika perubahan penerimaan yang diterima lebih besar dari pada perubahan biaya operasional, maka keuntungan yang diterima akan meningkat (Siagian dkk., 2000).

Keuntungan () dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$= TR - TC$$

Keterangan :

: Keuntungan usaha yang diperoleh (Rupiah)

TR : Penerimaan total (Rupiah)

TC : Biaya total produksi (Rupiah)

2.3.4 Analisis R/C

Analisis *Revinue (R)* dan *Cost (C) Ratio (R/C)* dapat dihitung dengan cara membandingkan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi (Soekartawi, 2001). Nilai R/C menunjukkan pendapatan kotor yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam melakukan proses produksi sekaligus untuk menunjang kondisi suatu usaha. Ukuran kondisi ini sangat penting karena dapat dijadikan penilaian terhadap suatu keputusan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Secara matematis R/C dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Analisis R/C digunakan untuk melihat efisiensi tingkat keuntungan dan kelayakan dari usaha yang dijalankan. Usaha tersebut dikatakan menguntungkan apabila nilai R/C lebih besar dari satu ($R/C > 1$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap nilai rupiah yang digunakan dalam proses produksi dapat memberikan nilai penerimaan. Jika nilai R/C diatas satu rupiah yang digunakan maka akan memperoleh manfaat penerimaan lebih dari satu rupiah.

2.4 Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan untuk mengambil tindakan penentuan kinerja usaha jangka panjang. Manajemen strategi mencakup pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi

serta pengendalian manajemen strategi. Proses manajemen strategi yaitu dimulai dengan menentukan tujuan, membuat kebijakan, dan kegiatan pengambilan keputusan (Hunger dan Wheelen, 2003). Menurut David (2006), manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan untuk mencapai tujuan. Perumusan strategi merupakan suatu langkah pengembangan rencana jangka panjang yang diperoleh dari analisis kekuatan dan kelemahan. Perumusan strategi didasarkan pada analisis secara objektif terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal.

2.5 Analisis Faktor Internal-Eksternal

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dapat dimanfaatkan, serta mengetahui daftar kelemahan yang harus diatasi. Dengan demikian, kekuatan yang dimiliki dapat digunakan untuk meminimalisir kelemahan. Faktor internal yang dapat mempengaruhi perkembangan agroindustri, yaitu manajemen, pemasaran, SDM, produksi dan operasi, serta keuangan (David, 2006). Menurut Saputrayadi (2004), unsur-unsur pokok yang harus dianalisis dalam lingkungan internal yaitu, struktur organisasi, peraturan, hubungan antar pekerja, serta sumberdaya manusia, produksi, keuangan, pemasaran, penelitian dan pengembangan.

Analisis faktor eksternal dilakukan untuk mengembangkan daftar peluang dan ancaman, sehingga dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Adapun faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perkembangan

agroindustri yaitu faktor ekonomi, kebijakan pemerintah dan politik, teknologi, pesaing, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar konsumen, kekuatan tawar-menawar pemasok, serta ancaman produk substitusi (David, 2006).

Hasil identifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang diperoleh kemudian dirangkum dalam matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Matriks IFE merupakan matriks yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan didalam pengembangan agroindustri kelanting, seperti jumlah produksi, sumber daya manusia, manajemen, keuangan, dan pemasaran. Sedangkan matriks EFE bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam upaya pengembangan agroindustri kelanting. Faktor eksternal yang dianalisis yaitu kondisi perekonomian, pemerintah, sosial budaya, teknologi, pemasok, dan konsumen serta pesaing (Rangkuti, 2006).

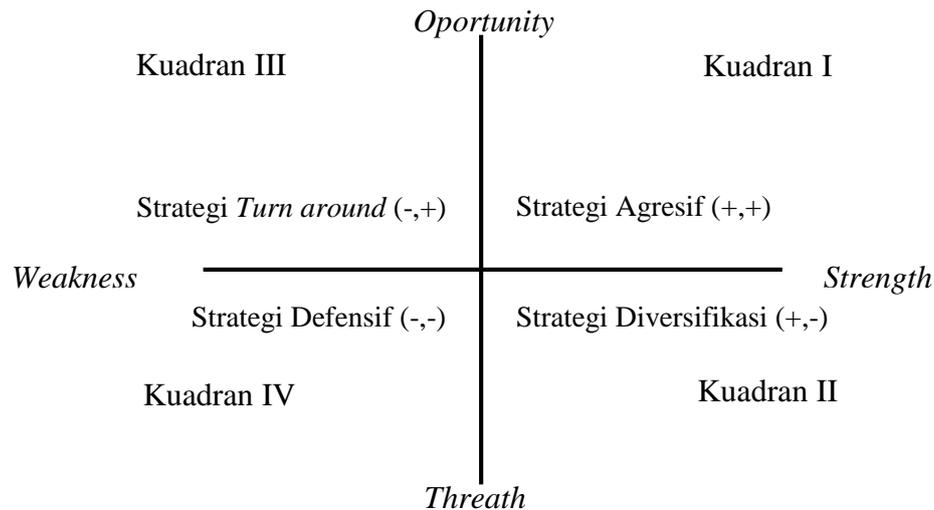
2.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor lingkungan secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Perencanaan strategi dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor strategis agroindustri baik kekuatan, peluang, kelemahan maupun ancaman (Rangkuti, 2006).

Proses pengambilan keputusan strategis sangat berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan pengembangan daerah yang bersangkutan. Perencanaan strategi harus mempertimbangkan dan menganalisis faktor-faktor strategis yang dimiliki. Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Menurut Rangkuti (2006), terdapat empat macam strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT, antara lain yaitu:

1. Strategi SO, yaitu strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, yaitu strategi yang dilakukan untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, yaitu strategi yang dilaksanakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
4. Strategi WT, yaitu strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

Kondisi usaha dari berbagai faktor yang diperoleh dapat digunakan untuk perumusan strategi yaitu melalui analisis SWOT. Secara keseluruhan, analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor internal dan eksternal sehingga dapat diketahui sampai dimana posisi agroindustri tersebut baik dalam hal menghadapi peluang maupun ancaman. Diagram analisis SWOT disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram analisis SWOT
Sumber : Rangkuti, 2006

a. Kuadran I

Strategi agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada secara optimal. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk diaplikasikan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

b. Kuadran II

Strategi diversifikasi menunjukkan kondisi masih memiliki kekuatan internal meskipun menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang tepat untuk diterapkan pada kondisi ini adalah dengan cara menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi ancaman dan memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi produk.

c. Kuadran III

Strategi *turn around* merupakan strategi yang digunakan apabila memiliki peluang pasar yang cukup besar namun disisi lain sedang mengalami berbagai

kelemahan internal. Pada posisi ini masalah internal harus diminimalkan untuk memanfaatkan peluang pasar.

d. Kuadran IV

Strategi defensif menunjukkan pada posisi yang tidak menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman bersamaan dengan masalah internal yang dimiliki. Pada kondisi ini strategi yang tepat adalah strategi bertahan dengan cara memperbaiki kondisi internal secara berkelanjutan untuk meminimalkan ancaman dan membangun kekuatan serta peluang dimasa mendatang (Rangkuti, 2006).

2.7 Penelitian Terdahulu

Hasil kajian yang dilakukan oleh Sriyana (2010), tentang “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) : Studi Kasus di Kabupaten Bantul”, terdapat berbagai masalah yang dihadapi yaitu: pemasaran, modal dan pendanaan, inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, pemakaian bahan baku, peralatan produksi, penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, rencana pengembangan usaha, dan kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Adapun strategi pengembangan yang dilakukan yaitu perlunya dukungan dari *stakeholder* serta asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, dinas/instansi terkait di lingkungan pemerintah kabupaten/kota dan provinsi, serta kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan UKM.

Hasil penelitian tentang “ Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tepung Gandum di Gapoktan Gandum, Kabupaten Bandung” oleh Panjaitan dkk. (2012), menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dikelola, dengan biaya investasi

Rp.105.000.000; IRR 35,24%; *Pay Back Periode* 2,17 tahun; BCR 1,84 dan titik impas produksi sebanyak 19.648,37 kg. Hasil matriks internal dan eksternal menunjukkan bahwa usaha berada pada kuadran II. Faktor internal dan internal memiliki nilai yang tinggi yaitu 2,802 dan 3,013. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh enam strategi efektif, yaitu: memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana unit usaha, membangaun kemitraan dan tetap menjaga mutu produk, meningkatkan produksi dan produktivitas, meningkatkan peran manajer, mengembangkan kelembagaan gapoktan, serta aktif menjalin kerjasama dengan *stakeholder* dalam menghadapi permasalahan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra dkk. (2012), tentang “Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren di Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu”, strategi yang dapat dilakukan pada agroindustri gula aren ini adalah dengan memanfaatkan lahan potensial untuk mengembangkan tanaman aren, melakukan budidaya aren secara terencana dengan adanya dukungan dari dinas terkait, memperkuat kelembagaan pengrajin melalui pembinaan dan pengarahan dari pemerintah, meraih peluang pasar dengan memanfaatkan keunggulan komperatif dan kompetitif, serta mengembangkan teknologi pengolahan produk gula aren. Hasil analisis yang dilakukan terhadap kelayakan usaha menunjukkan bahwa usaha gula aren di Desa Rambah Tengah Barat, layak dikembangkan jika dilihat dari aspek finansial dengan biaya variabel Rp.12.780.000; biaya penyusutan Rp. 13.225; biaya lain-lain Rp. 411.000; dan pendapatan bersih Rp. 37.495.775 dengan R/C sebesar 3,27.

Strategi pengembangan pada penelitian “Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Gula Tapo” oleh Azhari dkk. (2013), diperoleh alternatif strategi berada pada kuadran I, dimana strategi yang tepat berada pada strategi SO (kekuatan-peluang) yang disebut dengan strategi agresif. Adapun strategi yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan kualitas tenaga kerja melalui pelatihan usaha, memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang cukup memadai, mempertahankan keaslian cita rasa untuk sasaran pasar nasional dan agrowisata, serta meningkatkan diversifikasi rasa produk menjadi produk unggulan agrowisata.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sagala, dkk. (2013) dengan judul “Kinerja Usaha Agroindustri Kelanting di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedongtataan Kabupaten Pesawaran”, menunjukkan performa dan nilai tambah dari agroindustri kelanting. Kinerja agroindustri kelanting di Desa Karang Anyar Kecamatan Gedongtataan Kabupaten Pesawaran secara keseluruhan sudah menguntungkan. Nilai rata-rata R/C lebih dari 1 yaitu sebesar 1,24; BEP sebesar 1042,69 kg atau lebih kecil dari 1168,80 kg (output rata-rata); produktivitas sebesar 16,07 kg/HOK, dan kapasitas sebesar 0,92. Nilai tambah yang diperoleh dari hasil pengolahan singkong menjadi kelanting adalah sebesar Rp. 1.184,02 per kilogram bahan atau sebesar 34,57 %.

Penelitian tentang “Strategi Pengembangan Agroindustri Plintir Pisang di Kecamatan Arjasa Kepulauan Kangean” yang dilakukan oleh Mu’awana dkk. (2014), faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat berpengaruh pada agroindustri ini yaitu: SDM, bahan baku, produksi, modal, promosi dan pemasaran, teknologi, manajemen usaha, status perijinan, pangsa pasar besar,

pemasok, lingkungan, pelanggan, pesaing, dan harga. Adapun hasil penyesuaian dengan Integrasi Matriks IE dan Matriks SWOT diperoleh alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan usaha yaitu dengan memanfaatkan bahan baku yang berlimpah serta biaya produksi yang rendah, meningkatkan kapasitas produksi serta meningkatkan kualitas produk dan SDM, mengembangkan area pemasaran dengan mencari pelanggan di luar Kepulauan Kangean, memperluas promosi dan pemasaran, mempunyai status perijinan dan label yang resmi, menerapkan perkembangan teknologi, meningkatkan keterampilan dalam pendidikan, menaikkan harga jual, perlunya dukungan pemerintah dalam pengembangan agroindustri dan akses permodalan, serta bimbingan teknis.