

Strategi Pengembangan Usaha Krupuk Puli Melalui Analisis SWOT Desa Kalipang Kabupaten Pasuruan

Siti Prihatin Nurul Chotimah; sitiprihatin0407@gmail.com
Yufenti Oktafiah; oktaviany@gmail.com
Dyajeng Puteri Woro Subagio; dyajengsubagio@gmail.com
Universitas Merdeka Pasuruan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis berbagai mana strategi pengembangan salah satu krupuk puli di desa kalipang untuk mengetahui bagaimana pengembangan usaha krupuk puli dalam meningkatkan omset penjualan untuk memperpanjang siklus daur hidup produk dengan terlebih dahulu menganalisis atau mengetahui bagaimana keadaan perusahaan, dan juga apa saja faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Penelitian ini selain diteliti dengan pendekatan deskriptif kualitatif juga menggunakan metode analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threat). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman di lingkungan eksternal maupun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan wawancara pada pemilik Usaha krupuk puli dan observasi langsung yang dilakukan pada perusahaan. Kemudian juga dengan penambahan dari buku-buku bacaan dan juga sumber lain yang berhubungan dengan judul penelitian. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian di analisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi pengembangan yang dilakukan oleh Usaha krupuk puli. Hasil penelitian di tunjukkan dari diagram kartesius bahwa perusahaan berada pada kuadran I, yaitu progresif, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan memperbaiki sistem dan meningkatkan promosi sehingga dapat memperluas target pasar dan juga mempertahankan hubungan baik dengan para konsumen dan relasi bisnis.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, SWOT

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze various development strategies of one of the krupuk puli in Kalipang village to understand how the development of krupuk puli business in increasing sales turnover to extend the product life cycle by first analyzing or knowing how the company is doing, and also what are the internal and external factors that affect the company. This research is not only examined with a qualitative descriptive approach but also uses the SWOT analysis method (strength, weakness, opportunity, threat). SWOT analysis is an analysis used to evaluate opportunities and threats in the external environment as well as strengths and weaknesses owned internally by the company. The data collection technique carried out by researchers is by conducting interviews with krupuk puli business owners and direct observation conducted at the company. Then also with the addition of reading books and also other sources related to the title of the study. The data obtained from the results of data collection is then analyzed using SWOT analysis to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the development strategy carried out by the krupuk puli business. The results of the study show from the cartesian diagram that the company is in quadrant I, which is progressive, which is a very favorable situation. The company has the strength so that it can take advantage of existing opportunities. The marketing strategy used

is to improve the system and increase promotion so as to expand the target market and also maintain good relations with consumers and business relations.

Keywords : Development Strategy, SWOT

PENDAHULUAN

Kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan, sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah lama agar tetap bermutu. Salah satu tujuan pengusaha adalah bagaimana usahanya berhasil dan mendapatkan keuntungan. Strategi bauran pemasaran merupakan solusi untuk menangani aktivitas yang berkaitan dengan produk atau jasa untuk memperoleh keuntungan, strategi pemasaran ini penting dilakukan untuk memberikan solusi atas kemungkinan permasalahan yang dihadapi perusahaan. Desa Kalipang Kec, Grati Kab, Pasuruan merupakan salah satu sentra pembuatan krupuk puli di kota pasurusn. Perkembangan dunia usaha khususnya krupuk puli saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha kepada persaingan yang sangat ketat dalam meningkatkan penjualan, hal itu tidak menutup kemungkinan untuk perkembangan para pelaku UMKM krupuk puli di desa Kalipang dalam meningkatkan penjualan perlu yang namanya strategi guna untuk meningkatkan penjualan dan untuk mempopulerkan produk di kalangan masyarakat luas terhadap produk yang dihasilkan.

Setelah usaha yang dirintis berjalan, alangkah lebih baik apabila berfikir bagaimana cara mengembangkannya, baik pengembangan jenis produk maupun pengembangan pemasarannya. Setiap para pengusaha menginginkan agar usaha yang didirikannya berjalan dengan baik, lancar, banyak diminati oleh konsumen, bahkan konsumennya merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, perusahaan akan lebih meningkatkan nilai produk dan penjualannya. Tidak terkecuali dengan para pelaku usaha krupuk puli yang dikelola sejak lama, yang bertempat di Desa Kalipang Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan. Penjelasan para pelanggan dapat terlihat beberapa kelebihan-kelebihan produk usaha Krupuk puli pada Desa Kalipang di mana, produknya yang mempunyai cita rasa yang sangat enak, gurih, renyah, tahan lama, tidak memakai pengawet dan penyedap rasa. Begitu juga dengan harganya yang murah. Akan tetapi sangat disayangkan penjualannya hanya di sekitar Desa Kalipang dan Kabupaten Pasuruan saja yang menyebabkan usaha Krupuk puli ini masih sangat kurang dikenali masyarakat luar daerah. Sebagaimana diketahui perkembangan penjualan dan kualitas produk sangat diperlukan dalam menentukan berkembangnya suatu usaha yang didirikan. Padahal Usaha Krupuk puli di Desa Kalipang ada yang sudah berdiri lebih dari 38 tahun namun penjualannya masih di sekitar Desa Kalipang dan Kabupaten Pasuruan saja.

1. Strategi Pengembangan

Hamel dan Prahaland (2006) Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu terjadi dari “apa yang dapat terjadi”, bukan di mulai dari “apa yang terjadi”. Solihin (2012) disajikan paparan 3 macam model Strategi Generik. Untuk menjelaskan tentang strategi, Whelen dan Hunger menggunakan konsep dari General Electric. General Electric menyatakan bahwa pada prinsipnya strategi generik dibagi atas tiga macam yaitu, strategi Stabilitas (stability), ekspansi (expansion), dan penciutan (rentrencment).

2. Analisis SWOT

Rangkuti (2017) SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strength dan Weakness serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats (Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), sedangkan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara

sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats), Rangkuti (2014) Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk mengukur pernyataan – pernyataan dari penjabaran variabelnya. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada pelaku UMKM kerupuk puli di Desa Kalipang Kecamatan Grati Kbuupaten Pasuruan. Metode pengumpulan data yakni dengan melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian, wawancara kepada anggota UMKM. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor – faktor strategis perusahaan. Dimana Analisis SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT

Setelah dilakukan analisis eksternal dan internal, diketahui dari hasil kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel sebagai berikut:

Table 1. Matrik IFAS

	Internal Faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (strength)				
S1	Mengutamakan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen	0,14	4	0,56
S2	Memberikan bonus/potongan/diskon untuk setiap pembelian konsumen	0,13	2	0,26
S3	Lokasi usahanya mudah untuk dijangkau	0,14	3	0,42
S4	Bahan bakunya aman dikonsumsi	0,13	3	0,39
S5	Pelayanan yang baik	0,14	2	0,56
Subtotal		0,68		2,19
Kelemahan (weakness)				
W1	Desain produk kurang bervariasi	0,11	3	0,33
W2	Ketergantungan bahan baku	0,10	2	0,20
W3	Tidak adanya promosi via media cetak dan media sosial	0,11	3	0,33
Subtotal		0,32		0,86
Total		1		3,05

Sumber : Data diolah oleh penulis pada Tahun 2023

Dari hasil analisis pada tabel 4 faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,95. Karena total skor di atas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat. Matrik EFAS (Eksternal Faktor Analisis Summary) Setelah isemuai peluang dan ancaman diketahui akan dilakukan analisis IFAS (Eksternal Faktor Analisis Summary) dengan memberikan penilaian dan rating sebagai berikut :

Table 2. Matrik EFAS

	Eksternal Faktor	Bobot	Rating	Skor
Peluang (opportunity)				
O1	Menjadi pilihan utama perantau untuk membeli oleh-oleh khas dari kalipang	0,19	4	0,76
O2	Memperluas usaha dengan membuka cabang	0,17	3	0,51
O3	Rasa penasaran dari orang yang belum tahu	0,16	3	0,48
Subtotal		0,52		
Ancaman (threat)				
T1	Cuaca yang tidak mendukung	0,12	3	0,36
T2	Adanya Pengusaha Krupuk Puli Lainnya	0,11	2	0,22
T3	Harga produk lebih murah dari pengusaha krupuk puli lainnya	0,12	2	0,24
T4	Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi	0,13	3	0,39
Subtotali		0,48		1,21
Total		1		2,96

Sumber : Data diolah oleh penulis pada Tahun 2023

Berdasarkan pada tabel IFAS dan EFAS yang telah di hitung sebelumnya, maka dapat di ketahui bahwa pada matrik IFAS di usaha krupuk puli memperoleh nilai total skor sebesar 3,05 sedangkan nilai total skor EFAS sebesar 2,96.

Table 3. Matrik Analisis SWOT

	Kekuatan (Strenght) 1. Mengutamakan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen 2. Memberikan bonus/ potongan/diskon untuk setiap pembelian konsumen 3. Lokasi usahanya mudah untuk dijangkau 4. Bahan bakunya aman dikonsumsi 5. Pelayanannya sangat baik	Kelemahan (Weakness) 1. Desain produk yang kurang bervariasi 2. Ketergantungan bahan baku 3. Tidak adanya promosi via mediacetak dan media sosial
Peluang (Opportunity) 1. Menjadi pilihan utama perantau untuk membeli oleh-oleh khas dari Grati 2. Meperluas usaha dengan membuka cabang 3. Rasa penasaran dari orang yang belum tahu	Strategi SO (Skor=4,54) Diversifikasi Produk (S1, S2, S5, O1, O3)	Strategi WO (Skor=1,87) Pengembangan Pasar dan Promosi (W1, W3, O2)
Ancaman (Threat) 1. Cuaca yang tidak menentu 2. Adanya pengusaha krupuk pul lainnya 3. Harga produk lebih murah dari pengusaha krupuk puli lainnya 4. Pelanggan bosan dengan produk yang tidak bervariasi	Strategi ST (Skor=4,73) Kerjasama (S3, S4, T1, T3)	Strategi WT (Skor=2,36) Peningkatan Kualitas produk (W2, T4)

Kombinasi kedua faktor IFAS dan EFAS yang ditunjukkan dalam tabel Matrik Analisis SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strength – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh usaha krupuk puli dengan menggunakan strategi Diversifikasi Produk (S1, S2, S5, O1, O3).

2. Strategi ST (Strength – Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu dengan melakukan berbagai kegiatan melalui Kerjasama (S3, S4, T1, T3)

3. Strategi WO (Weakness – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu dengan melakukan perbaikan terhadap Kualitas Kemasan dan melakukan Promosi (W1, W3, O2).

4. Strategi WT (Weakness – Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Threat). Strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu dengan usaha untuk Peningkatan Kualitas produk (W2, T4):

5. Pencocokan Matrik Internal dan Eksternal

Matrik internal dan internal (IE) merupakan matrik yang digunakan untuk mengetahui posisi usaha krupuk puli dalam tampilan 9 sel. Matrik ini didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total rata-rata tertimbang IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Berdasarkan hasil pencocokan antara faktor internal dan eksternal, maka diketahui bahwa nilai IFAS adalah sebesar 2,95 dan EFAS adalah sebesar 3,65.

Selanjutnya, total skor kedua matriks ini digunakan untuk mengetahui posisi dan strategi perusahaan pada matriks IE. Dengan demikian posisi usaha krupuk puli Grati saat ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Matrik Internal dan Eksternal (IE)

Total nilai EFAS yang diberi bobot	Total nilai IFAS yang diberi bobot		
	Kuat	Rata-rata	Lemah
	4,0 – 3,0	2,99 – 2	1,99 – 1
4	3	2	1
4,0 – 3,0 Tinggi	I	II	III
3 2,9 – 2,0 Sedang	IV	V	VI
2 1,9 – 1,0 Rendah	VII	VIII	IX
1			

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas memberikan pengertian bahwa usaha krupuk puli Grati menempati kuadran II pada matrik IE. Berdasarkan teori matrik IE (internal dan eksternal) menyatakan bahwa strategi yang sesuai untuk perusahaan yang hasil analisis SWOT diperoleh posisi perusahaan pada Kuadran II (positif, negative). Posisi ini membuktikan bahwa sebuah usaha krupuk puli Grati berada pada posisi kuat tapi menghadapi tantangan yang besar. Saran taktik yang diberi yaitu Diversifikasi Strategi. Maksudnya adalah organisasi berada pada situasi mantap namun juga menghadapi sejumlah tantangan berat, sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar jika hanya bergantung pada taktik sebelumnya. Oleh karena itu, usaha krupuk puli Grati disarankan untuk mulai memperbanyak variasi strategi taktisnya.

Jadi pertumbuhan usaha krupuk puli Grati harus dilakukan secara internal yang berfokus pada peningkatan pelayanan terhadap konsumen melalui berbagai variasi dan kualitas aneka olahan produk yang diberikan sesuai dengan kekuatan pada usaha krupuk puli Grati. Peningkatan pelayan tersebut juga harus memperhatikan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan, seperti banyaknya pesaing dengan produk yang sama dan proses pengolahan yang lebih modern serta ancaman yang disebabkan karena kelangkaan/keterbatasan bahan baku. Dengan memperhatikan ancaman yang ada di usaha krupuk puli Grati akan memberikan kepuasan yang lebih baik pada konsumen yang berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen.

2. Matrik SWOT

Penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mengandalkan pengamatan dan kepada pengusaha kerupuk puli ibu Sainah dalam pengumpulan data di lapangan. Setelah mewawancarai Ibu Saniah selaku pengusaha krupuk puli, diketahui hasil dari beberapa metode analisis SWOT bahwa memiliki enam kekuatan (strength), dan memiliki empat kelemahan (weakness) dari pihak internal. Serta memiliki tiga peluang (opportunities), dan memiliki empat ancaman (threat) dari pihak eksternal. Dan setelah dimasukkan pada tabel IFAS diketahui bahwa posisi Internal perusahaan kuat, dan setelah dimasukkan pada tabel EFAS diketahui juga bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam idiagram hasil analisis SWOT sebagai berikut :

a. Strategi SO (Strength – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu :

- 1) Memberikan bonus kepada setiap pembelian
- 2) Meningkatkan kualitas ketahanan produk

b. Strategi ST (Strength – Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Strength) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi STi yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu :

- 1) Mempertahankan dengan memberikan bonus pada setiap pembelian
- 2) Menambah Menu tanpa menghilangkan menu khasnya yaitu krupuk puli

c. Strategi WO (Weakness – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu :

- 1) Membuat desain produk agar lebih bervariasi
- 2) Menjadikan via media sosial untuk mempromosikan produk

d. Strategi WT (Weakness – Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Threat). Strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh oleh usaha krupuk puli yaitu :

- 1) Memberikan bahan baku yang benar-benar aman untuk dikonsumsi
- 2) Menambah menu pada produk yang lebih variatif dan inovatif

Berdasarkan fakta dilapangan, perusahaan agar tetap mempertahankan pemberian bonus pada setiap pembelian, menurut Belch & Belch (2016) memberikan bonus/potongan/diskon kepada konsumen merupakan upaya untuk menarik konsumen tetap berlangganan. Sedangkan kualitas ketahanan produk harus lebih di tingkatkan, menurut Aisyah (2015), pengusaha harus mempertahankan dan meningkatkan standar yang lebih baik. Dan juga membuat desain produk yang lebih bervariasi, menurut Firmansyah (2019), kunci kesuksesan dalam persaingan bisnis adalah keragaman produk. Dan segera menambah promosi dari via social untuk meningkatkan jumlah pelanggan, menurut Prihadi & Susilowati (2018), strategi promosi melalui sosial media akan meningkatkan penjualan. Perusahaan juga harus tetap memberikan konsumen menu dengan bahan baku yang berkualitas bagus dan menambah variasi serta kreatifitas yang inovatif guna untuk memikat konsumen agar mau Kembali menikmati produk yang dibeli.

3. Pencocokan Matrik Internal dan Eksternal

Usaha krupuk puli Grati menempati kuadran II pada matrik IE. Berdasarkan teori matrik IE (internal dan eksternal) menyatakan bahwa strategi yang sesuai untuk perusahaan yang hasil analisis SWOT diperoleh posisi perusahaan pada Kuadran II (positif, negative). Posisi ini membuktikan bahwa sebuah usaha krupuk puli Grati berada pada posisi kuat tapi menghadapi tantangan yang besar. Saran taktik yang diberi yaitu Diversifikasi Strategi. Maksudnya adalah organisasi berada pada situasi mantap namun juga menghadapi sejumlah tantangan berat, sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar jika hanya bergantung pada taktik sebelumnya. Oleh karena itu, usaha krupuk puli Grati disarankan untuk mulai memperbanyak variasi strategi taktisnya.

Pertumbuhan usaha krupuk puli Grati harus dilakukan secara internal yang berfokus pada peningkatan pelayanan terhadap konsumen melalui berbagai variasi dan kualitas aneka olahan produk yang diberikan sesuai dengan kekuatan pada usaha krupuk puli Grati. Peningkatan pelayanan tersebut juga harus memperhatikan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan, seperti banyaknya pesaing dengan produk yang sama dan proses pengolahan yang lebih modern serta ancaman yang disebabkan karena kelangkaan/keterbatasan bahan baku. Dengan memperhatikan ancaman yang ada di usaha krupuk puli Grati akan memberikan kepuasan yang lebih baik pada konsumen yang berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen.

KESIMPULAN

Hasil analisis SWOT tentang strategi pengembangan usaha krupuk puli Grati, didapati beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil perhitungan IFAS didapatkan hasil kondisi internal Usaha Krupuk Puli Grati memperoleh skor faktor kekuatan sebesar 2,19 dan faktor kelemahan sebesar 0,86 dengan nilai total skor tabel IFAS sebesar 3,05 sehingga menunjukkan bahwa usaha krupuk puli Grati kekuatannya lebih besar daripada kelemahan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan EFAS didapatkan hasil kondisi eksternal usaha krupuk puli Grati memperoleh skor faktor peluang sebesar 1,75 dan faktor ancaman sebesar 1,21 dengan nilai total skor tabel EFAS sebesar 2,96 sehingga menunjukkan bahwa peluang usaha krupuk puli Grati lebih kecil daripada ancaman.

3. Berdasarkan Kuadran Kuantitatif Analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi usaha krupuk puli Grati berada di posisi kuadran II. Posisi ini membuktikan bahwa usaha krupuk puli Grati berada pada posisi kuat tapi menghadapi tantangan yang besar.
4. Strategi utama yang dihasilkan dari Matrik SWOT dari pemanfaatan kekuatan untuk mengambil peluang adalah strategi diversifikasi (S1, S2, S5, O1, O3). Sedangkan strategi untuk mengatasi masalah dan ancaman yaitu melalui strategi pengembangan pasar dan promosi (W1, W3, O2) kemudian strategi dengan melakukan kerjasama (S3, S4, T1, T3) dan selanjutnya melakukan strategi peningkatan kualitas produk (W2, T4).
5. Hasil Usaha Krupuk Puli pada matrik IE menempatkan usaha krupuk puli Grati pada kuadran II strategi yang sesuai untuk perusahaan adalah Growth and Stability. Strategi Growth and Stability yang dapat diaplikasikan oleh perusahaan antara lain penetrasi pasar, pengembangan produk serta pengembangan pasar.

REFERENSI

- Moleong, Lexi J, Metodologi Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004
- Rangkut, Freddy, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis – Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21, Jakrta: Gramedia Pustaka Utama, 1997
- Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: GramediaPustaka Utama, 2003
- Rofi, Aunur, Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan, jakarta: Republik Penerbit,2014
- Sakinah Nur, Strategi Pengembangan Industri Kuliner kreatif Berbasis IT Dengan Metode Analisis Swot skripsi, universitas islam negeri, 2017
- Stanton, William J, Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Wilhelmus W. Boowatun, Jakarta: Erlangga, 1991
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2012
- Sukirno, Sadono, Pengantar Bisnis, Jakarta: Kencana, 2004
- Sunsarto,dan Jajuk Herawati (ed.) MSDM Strategik, Yogyakarta: Amus Yogyakarta, 2004
- Supriyono, Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, yogyakarta: BPFE, 1991
- Supriadi, et. al., Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng Pada UMKM Usaha Bersama di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biomaru Kabupaten Sigi dalam jurnal Agrotekbis, ISSN: 2338-3011, Agustus 2013
- Tambunan, Tulus T.H., Perekonomian Indonesia, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003
- Tarigan, Azhari Akmal. DKK. Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Medan: LaTansa Press, 2011