

ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK RUMAHAN DI UD. SUMBER ABADI TANGGULANGIN

Anfal Ainul Yaqin

E-mail korespondensi: anfalyaqin1997@gmail.com

Teknik Industri, Fakultas Teknik

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menentukan strategi pengembangan di UD. Sumber Abadi dengan menggunakan metode analisis SWOT. Data dikumpulkan dengan cara kuesioner dan wawancara. Hasil dari penelitian ini diperoleh faktor internal kekuatan utama yaitu letak produksi berdekatan dengan agen snack atau toko makanan. Sedangkan hasil faktor eksternal peluang utama yaitu produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah. Untuk hasil perhitungan didapatkan nilai pertimbangan IFE sebesar 3,04 . sedangkan hasil perhitungan nilai pertimbangan EFE didapatkan sebesar 3,05 . pada matriks SWOT mendapatkan 13 strategi yang didapat dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Untuk diagram analisis SWOT menunjukkan posisi di kuadran 1 yaitu agresif. Dari analisis antara IFE, EFE, Matriks SWOT, dan Diagram SWOT mendapatkan 3 strategi alternative dari penyelarasan analisis tersebut yaitu Memanfaatkan bantuan dari pemerintah, Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk memperbarui konsumen, dan Memperbanyak varian produk dengan harga terjangkau.

Kata kunci: analisis SWOT, strategi pengembangan usaha snack

ABSTRACT

This research is to determine the development strategy at UD. Sumber Abadi using the SWOT analysis method. Data were collected by means of questionnaires and interviews. The results of this study obtained that the main internal strength factor is the location of the production close to a snack agent or food shop. Meanwhile, the result of external factors is the main opportunity, namely the product has the legality of licensing from the government. For the calculation results, the IFE consideration value is 3.04. while the results of the calculation of the value of the consideration of EFE obtained at 3.05. In the SWOT matrix, 13 strategies are obtained from the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The SWOT analysis diagram shows a position in quadrant 1 which is aggressive. From the analysis between IFE, EFE, SWOT Matrix, and SWOT Diagram, we get 3 alternative strategies from the alignment of the analysis, namely Utilizing assistance from the government, Expanding market and distribution networks to update consumers, and Expanding product variants at affordable prices.

Keywords: SWOT analysis, snack business development strategy

PENDAHULUAN

UD. Sumber Abadi merupakan industry rumahan yang bergerak di bidang produksi makanan snack kerupuk dan keripik di daerah Tanggulangin, kabupaten Sidoarjo. Bahan utama yang digunakan yaitu umbi-umbian serta berbagai tepung. Hasil produksi makanan snack kerupuk dan keripik UD. Sumber Abadi ini banyak diminati oleh kalangan masyarakat, khususnya di daerah kabupaten sidoarjo dan sekitarnya. bisnis industri dalam bidang makanan dan minuman relatif mudah karena dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis bisa memanfaatkan bahan baku yang tersebar luas dan menggunakan teknologi atau alat yang sederhana, sehingga bisnis ini kebanyakan yang melakukan yaitu pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) (Ermaya and Darna 2019). Industri makanan merupakan industri yang perkembangannya sangat positif dan memberikan

kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Pramono 2015).

Akan tetapi dengan berjalannya waktu sering mengalami kendala-kendala dalam proses pembuatan kerupuk, kurangnya kompetensi karyawan sehingga tidak memenuhi target dan mengalami pasang surut penjualan kerupuk yang tidak pasti. Sehingga pada akhirnya perusahaan mengalami kerugian waktu, tenaga, dan modal.

Maka diperlukan analisis SWOT agar bisa mengetahui kelebihan dan kekurangan usaha dagang sumber abadi. Dengan mengetahui semua tersebut bisa ditentukan strategi yang tepat bagi perusahaan dalam memperlancar produksi, meminimalisir kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha dagang sumber abadi dan meningkatkan kuantitas produksi secara optimal. Pengembangan industri rumahan atau kecil dan menengah sebagai upaya perbaikan perekonomian,

karena potensi yang didapatkan sangat besar dalam menggerakkan perekonomian nasional (Prasnowo, Khomaruddin, and Hidayat 2017).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode SWOT. Riset menampilkan kalau kinerja industri bisa ditetapkan oleh gabungan aspek internal serta eksternal. Kedua aspek tersebut wajib dipertimbangkan dalam analisis swot. Analisis swot menyamakan antara aspek eksternal peluang (opportunities) serta ancaman (threats) dengan aspek internal kekuatan (strengths), serta kelemahan (weaknesses)(Cruz 2013). Beberapa pendekatan mengikuti proses dalam manajemen strategi dengan menyesuaikan kebutuhan dalam penelitian ini. Adapun sebagai berikut :

Matriks IFE dan EFE

Observasi lingkungan internal dan eksternal menggunakan matriks IFE dan EFE untuk mencari aspek kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi perusahaan (Adriansyah 2019). IFE merupakan perangkat formulasi strategis yang meringkas serta mengevaluasi faktor internal perusahaan yaitu faktor kekuatan dan faktor kelemahan. EFE merupakan perangkat formulasi strategis yang meringkas serta mengevaluasi faktor eksternal perusahaan yaitu faktor peluang dan faktor ancaman.

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat untuk pencocokan data penting yang bisa membantu manajer perusahaan untuk mengembangkan empat tipe strategi : SO (*strengths-opportunities*) Strategies, WO (*weaknesses-opportunities*) Strategies, ST (*strengths-threats*) Strategies, and WT (*weaknesses-threats*) Strategies (David 2016). Untuk mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu di jalankan oleh perusahaan. Matrik ini dibuat dengan mengelompokkan masing-masing unsur masalah SWOT ke dalam tabel matriks. Karena matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk meringkas faktor-faktor strategis perusahaan, maka matriks tersebut nantinya dapat dengan jelas menggambarkan bagaimana menyesuaikan peluang perusahaan dan ancaman eksternal berdasarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Diagram kartesius SWOT

Untuk menentukan dimana letak kuadran yang tepat untuk bisnis perusahaan adalah dengan cara menghitung selisih nilai dari kedua faktor internal dan kedua faktor eksternal. Jika selisih sudah ditemukan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan letak titik dari hasil selisih nilai tersebut. Untuk faktor internal, apabila hasilnya adalah positif (+), maka titik pertama terletak pada garis horizontal sebelah kanan nilai 0, begitupula sebaliknya. Sedangkan untuk faktor eksternalnya, apabila hasilnya adalah positif (+), maka

titik kedua terletak pada garis vertikal disebelah bawah nilai 0, begitupula sebaliknya. Kemudian, jika 2 titik ini dihubungkan, maka akan terpilih daerah kuadran yang nantinya akan dipilih untuk mengetahui strategi apa yang tepat, yang akan digunakan oleh perusahaan tersebut (Pitaloka and Aji 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai berikut ini hasil pengolahan data yang menggunakan pendekatan manajemen strategi serta matriks SWOT.

Matriks IFE dan EFE

Mengetahui kondisi faktor internal yang ada di UD. Sumber Abadi dengan tujuan bisa melakukan identifikasi faktor-faktor internal bersama stake holder perusahaan. Serta bisa mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UD. Sumber abadi. Adapun indentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam faktor internal yang didapat hasil diskusi bersama stake holder perusahaan UD. Sumber Abadi sebagai berikut :

Tabel 1. Kekuatan dan Kelemahan UD. Sumber Abadi

No	Kekuatan
1	Brand dikenal masyarakat luas
2	Harga terjangkau
3	Letak produksi dari agen snack atau toko makanan
4	Distribusi mudah
5	Jenis produk yang ditawarkan cukup variatif
No	Kelemahan
1	Tidak adanya kerjasama antara industri rumahan dengan produksi krupuk lainnya
2	Jam kerja yang tidak menentu
3	Masih menggunakan alat tradisional atau manual
4	SDM yang kurang mumpuni
5	SDM sering resign
6	Belum lengkapnya peraturan pelaksanaan pengelolaan dana, serta standar operasi dan prosedur
7	Keterbatasan modal dalam menjalankan usaha dagang ini

Dari hasil indentifikasi faktor internal di atas, maka bisa menggunakan analisa matriks IFE yang dapat menentukan nilai bobot dan rating dari setiap indikator pada tabel 1 di atas.

Matriks IFE didapatkan dari kuesioner yang dinilai oleh responden atau stake holder yang terkait dalam penelitian ini, Dari hasil kuisisioner yang diperoleh informasi untuk mengenai faktor-faktor internal yang menjadi parameter, kemudian melakukan pembobotan dan rating terhadap setiap indikator faktor internal UD. Sumber Abadi. Sehingga bisa dibentuk matriks evaluasi faktor internal seperti pada tabel berikut :

Tabel 2. Data Matriks IFE untuk UD. Sumber Abadi

NO.	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR (BxR)
	KEKUATAN			
1	Brand dikenal masyarakat luas	0,09	3,80	0,34
2	Harga terjangkau	0,09	3,80	0,33
3	Letak produksi berdekatan dengan agen snack atau toko makanan	0,10	3,80	0,37
4	Distribusi mudah	0,08	3,80	0,32
5	Jenis produk yang ditawarkan cukup variatif	0,08	3,00	0,24
NO.	KELEMAHAN			
1	Tidak adanya kerjasama antara industri rumahan dengan produksi krupuk lainnya	0,09	1,80	0,16
2	Jam kerja yang tidak menentu	0,08	2,30	0,18
3	Masih menggunakan alat tradisional atau manual	0,08	2,10	0,16
4	SDM yang kurang mumpuni	0,08	2,10	0,17
5	SDM sering resign	0,08	2,70	0,21
6	Belum lengkapnya peraturan pelaksanaan pengelolaan dana, serta standar operasi dan prosedur	0,08	2,40	0,20
7	Keterbatasan modal dalam menjalankan usaha dagang ini	0,08	2,60	0,22
TOTAL		1,00		2,88

Bedasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa total skor bobot matriks IFE sebesar 2,88. Kemudian nilai bobot terbesar pada indikator kekuatan terdapat pada kriteria yaitu "Letak produksi berdekatan dengan agen snack atau toko makanan" nilai sebesar 0,10. Sedangkan bobot terbesar dalam indikator kelemahan terdapat pada "Tidak adanya kerjasama antara industri rumahan dengan produksi krupuk lainnya" dengan nilai sebesar 0,09. Berdasarkan perbandingan bobot tersebut bahwa UD. Sumber Abadi dapat secara efektif memanfaatkan

faktor kekuatan untuk meminimalkan faktor kelemahan yang di miliki oleh UD. Sumber Abadi.

Sedangkan untuk mengetahui kondisi faktor eksternal yang ada di UD. Sumber Abadi dengan tujuan bisa melakukan identifikasi faktor-faktor eksternal bersama stake holder perusahaan. Serta bisa mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki oleh UD. Sumber abadi. Adapun identifikasi peluang dan ancaman dalam faktor eksternal yang didapat hasil diskusi bersama stake holder perusahaan UD.

Tabel 3. Peluang dan Ancaman UD. Sumber Abadi

No	Peluang
1	Ketersediannya beberapa aplikasi jual beli online
2	Berada di lingkungan yang banyak toko menjual makanan ringan
3	Produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah
4	Kebijakan pemerintah yang mendukung UKM
5	Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu atau cuaca tertentu
6	Omset yang dihasilkan menjanjikan
No	Ancaman
1	Adanya pesaing yang menjual produk sama di daerah sekitar perusahaan
2	Ketersediaan bahan baku terbatas atau tidak menentu
3	Adanya pesaing yang menawarkan harga produk lebih murah
4	Pesaing yang memiliki bisnis pendukung untuk pendistribusian
5	Pesaing bisa mengklaim produk yang sama
6	Cuaca yang berubah-ubah sehingga mengganggu proses penjemuran
7	Pesaing menggunakan alat produksi yang lebih canggih
8	Konsumen usia remaja tidak tertariknya dengan produk makanan krupuk
9	Konsumen pada even tertentu beralih ke produk makanan lain

Dari hasil indentifikasi faktor eksternal di atas, maka bisa menggunakan analisa matriks EFE yang dapat menentukan nilai bobot dan rating dari setiap indikator pada tabel 3 di atas.

Matriks EFE didapatkan dari kuesioner yang dinilai oleh responden atau stake holder yang terkait dalam penelitian ini, Dari hasil kuisisioner yang diperoleh informasi untuk mengenai faktor-faktor eksternal yang

menjadi parameter, kemudian melakukan pembobotan dan rating terhadap setiap indikator faktor eksternal UD.

Sumber Abadi. Sehingga bisa dibentuk matriks evaluasi faktor eksternal seperti pada tabel berikut :

Tabel 4. Data Matriks EFE untuk UD. Sumber Abadi

NO.	FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR (BxR)
	PELUANG			
1	Ketersediannya beberapa aplikasi jual beli online	0,07	2,90	0,21
2	Berada di lingkungan yang banyak toko menjual makanan ringan	0,07	3,80	0,26
3	Produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah	0,08	3,80	0,29
4	Kebijakan pemerintah yang mendukung UKM	0,07	3,80	0,28
5	Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu atau cuaca tertentu	0,07	4,00	0,27
6	Omset yang dihasilkan menjanjikan	0,07	3,90	0,29
	ANCAMAN			
1	Adanya pesaing yang menjual produk sama di daerah sekitar perusahaan	0,06	2,20	0,14
2	Ketersediaan bahan baku terbatas atau tidak menentu	0,06	2,80	0,18
3	Adanya pesaing yang menawarkan harga produk lebih murah	0,07	2,50	0,17
4	Pesaing yang memiliki bisnis pendukung untuk pendistribusian	0,06	2,60	0,15
5	Pesaing bisa mengklaim produk yang sama	0,06	2,60	0,16
6	Cuaca yang berubah-ubah sehingga mengganggu proses penjemuran	0,07	2,70	0,18
7	Pesaing menggunakan alat produksi yang lebih canggih	0,06	2,50	0,15
8	Konsumen usia remaja tidak tertariknya dengan produk makanan krupuk	0,06	2,70	0,16
9	Konsumen pada even tertentu beralih ke produk makanan lain	0,07	2,40	0,16
	TOTAL	1,00		3,05

Bedasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa total skor bobot matriks EFE sebesar 3,05. Kemudian nilai bobot terbesar pada indikator peluang terdapat kreteria yaitu "Produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah" nilai sebesar 0,08. Sedangkan bobot terbesar dalam indikator ancaman terdapat tiga kreteria yaitu "Adanya pesaing yang menawarkan harga produk lebih murah, cuaca yang berubah-ubah sehingga mengganggu proses penjemuran, dan konsumen pada even tertentu beralih ke produk makanan lain" dengan nilai sebesar 0,07. Berdasarkan perbandingan bobot tersebut bahwa UD. Sumber Abadi dapat memanfaatkan faktor peluang untuk meminimalkan faktor ancaman yang di miliki oleh UD. Sumber Abadi.

Matriks SWOT

Matriks SWOT ialah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Pada tahap ini bisa menggambar dengan jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan internal perusahaan yang dimiliki untuk menyesuaikan peluang dan ancaman

Sumber Abadi menggunakan kekuatan agar bisa memanfaatkan peluang yang ada dengan semaksimal mungkin, sedangkan untuk ancaman yang dimiliki UD. Sumber Abadi, dihadapi dengan melakukan peluang-peluang yang dimiliki agar bisa mampu meminimalisir kelemahan perusahaan tersebut. Adapun tabel matriks SWOT sebagai berikut :

Tabel 5. Matriks SWOT

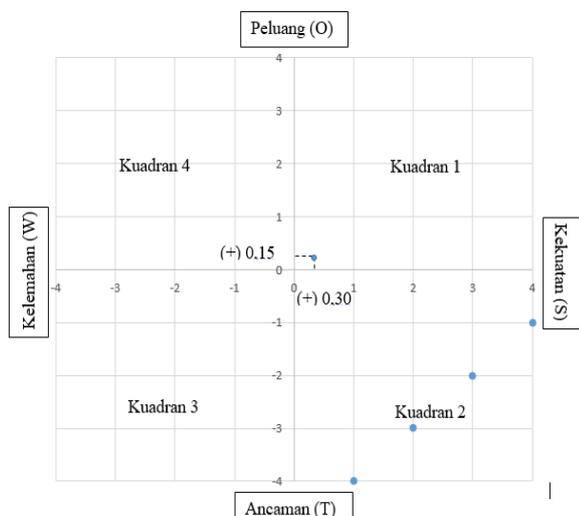
INTERNAL	<u>KEKUATAN (S)</u>	<u>KELEMAHAN (W)</u>
EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand dikenal masyarakat luas 2. Harga terjangkau 3. Letak produksi berdekatan dengan agen snack atau toko makanan 4. Distribusi mudah 5. Jenis produk yang ditawarkan cukup variatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya kerjasama antara industri rumahan dengan produksi krupuk lainnya 2. Jam kerja yang tidak menentu 3. Masih menggunakan alat tradisional atau manual 4. SDM yang kurang mumpuni 5. SDM sering resign 6. Belum lengkapnya peraturan pelaksanaan pengelolaan dana, serta standar operasi dan prosedur 7. Keterbatasan modal dalam menjalankan usaha dagang ini
<u>PELUANG (O)</u>	<u>STRATEGI (S-O)</u>	<u>STRATEGI (W-O)</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediannya beberapa aplikasi jual beli online 2. Berada di lingkungan yang banyak toko menjual makanan ringan 3. Produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah 4. Kebijakan pemerintah yang mendukung UKM 5. Jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu atau cuaca tertentu 6. Omset yang dihasilkan menjanjikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan bantuan dari pemerintah (S1,S2, S5,O3,O4,O5) 2. Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk memperbarui konsumen (S1,S2,S3,S4,S5, O1,O2,O3,O4,O5) 3. Memperbanyak varian produk dengan harga terjangkau (S1,S2,S3,S4,S5, O1,O2,O4,O5,O6) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin bekerja sama dengan industri yang produksi krupuk untuk meningkatkan produktivitas (W1,W7,O1,O2, O5,O6) 2. Mengikuti pelatihan bagi pengusaha dan karyawan yang diadakan pemerintah untuk mengembangkan potensi karyawan guna bisa maksimal dalam produktivitas (W2,W3,W4,W5, W6,O3,O4,O5) 3. Membeli alat canggih guna meningkatkan hasil produk (W3,W7, O4,O5,O6)
<u>ANCAMAN (T)</u>	<u>STRATEGI (S-T)</u>	<u>STRATEGI (W-T)</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang menjual produk sama di daerah sekitar perusahaan 2. Ketersediaan bahan baku terbatas atau tidak menentu 3. Adanya pesaing yang menawarkan harga produk lebih murah 4. Pesaing yang memiliki bisnis pendukung untuk pendistribusian 5. Pesaing bisa mengklaim produk yang sama 6. Cuaca yang berubah-ubah sehingga mengganggu proses penjemuran 7. Pesaing menggunakan alat produksi yang lebih canggih 8. Konsumen usia remaja tidak tertariknya dengan produk makanan krupuk 9. Konsumen pada even tertentu beralih ke produk makanan lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat varian produk baru dan harga terjangkau serta distribusi diperluas sehingga terjangkau oleh konsumen (S1,S2,S3 ,S4,S5, T1,T3,T4, T8,T9) 2. Memperbanyak jaringan pemasok bahan baku guna tidak kesulitan untuk bahan baku dan bisa meminimalisir modal serta bisa optimal dalam produksi (S5, T1,T2, T6) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbarui sarana prasarana produksi untuk pengembangan produk serta bisa bersaing (W3,W7, T1,T3,T6,T7) 2. Memperbaiki pemasaran yang kurang optimal dengan memanfaatkan mengikuti even-even yang ada dan bekerja sama dengan dengan perusahaan lain (W1,T1,T3,T4, T5,T8,T9) 3. Memaksimalkan manajemen operasional guna bisa meningkatkan profitabilitas perusahaan (W1,W2,W3,W6, W7,T1,T2,T6,T7)

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Untuk menemukan titik koordinat diagram kartesius analisis SWOT yang didapatkan dari hasil IFA dan EFA. Hasil total skor dari kondisi faktor internal yaitu 2,88 yang didapatkan dari nilai faktor kekuatan sebesar 1,59 dan nilai faktor kelemahan sebesar 1,29.

kemudian hasil total faktor skor dari kondisi faktor eksternal yaitu 3,05 yang didapatkan dari nilai faktor peluang sebesar 1,60 dan nilai faktor ancaman sebesar 1,45.

Selanjutnya menentukan titik koordinat dengan cara menghitung selisih dari masing-masing faktor. Untuk faktor kekuatan dan peluang dengan nilai positif (+) setelah itu untuk faktor kelemahan dan ancaman dengan nilai negative (-), sehingga mendapatkan hasil nilai (+) 0,30 untuk faktor internal dan hasil nilai (+) 0,15 untuk faktor eksternal. Sebagai



berikut gambar yang sudah ditemukan titik koordinat diagram kartesius analisis SWOT :

Gambar 1. Diagram Cartesius SWOT

Pada gambar 1 diagram SWOT yang letak koordinatnya pada kuadran 1 atau posisi agresif. Hal ini merupakan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Sehingga perusahaan bisa memanfaatkan peluang yang ada serta juga kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Posisi tersebut bisa memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar bisnis dan memaksimalkan keuntungan.

Berdasarkan hasil tersebut pada gambar 1 diagram SWOT, maka diperoleh strategi pada UD. Sumber Abadi yaitu strategi S-O yang berupa: memanfaatkan bantuan dari pemerintah, memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk memperbarui konsumen, dan memperbanyak varian produk dengan harga terjangkau.

Sedangkan dari analisis strategi yang dihasilkan oleh matriks SWOT sebagai berikut :

1. Memanfaatkan bantuan dari pemerintah.
2. Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk memperbarui konsumen.
3. Memperbanyak varian produk dengan harga terjangkau.
4. Menjalin bekerja sama dengan industri yang produksi krupuk untuk meningkatkan produktivitas.
5. Mengikuti pelatihan bagi pengusaha dan karyawan yang diadakan pemerintah untuk mengembangkan potensi karyawan guna bisa maksimal dalam produktivitas.
6. Membeli alat canggih guna meningkatkan hasil produk.

7. Membuat varian produk baru dan harga terjangkau serta distribusi diperluas sehingga terjangkau oleh konsumen.
8. Memperbanyak jaringan pemasok bahan baku guna tidak kesulitan untuk bahan baku dan bisa meminimalisir modal serta bisa optimal dalam produksi.
9. Memperbarui sarana prasarana produksi untuk pengembangan produk serta bisa bersaing.
10. Memperbaiki pemasaran yang kurang optimal dengan memanfaatkan mengikuti even-even yang ada dan bekerja sama dengan dengan perusahaan lain.
11. Memaksimalkan manajemen operasional guna bisa meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Dari berbagai alternatif di atas dijelaskan terdapat tiga alternatif yang dihasilkan dengan menyelaraskan matriks SWOT dengan diagram SWOT, yaitu :

- Alternatif 1: Memanfaatkan bantuan dari pemerintah
- Alternatif 2: Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk memperbarui konsumen
- Alternatif 3: Memperbanyak varian produk dengan harga terjangkau

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh sebagai berikut :

1. Lingkungan internal pada UD. Sumber Abadi diidentifikasi lima hal yang menjadi kekuatan perusahaan yaitu : brand dikenal masyarakat luas, harga terjangkau, letak produksi berdekatan dengan agen snack atau toko makanan, distribusi mudah, dan jenis produk yang ditawarkan cukup variatif. Setelah itu UD. Sumber Abadi diidentifikasi memiliki tujuh hal yang menjadi kelemahan perusahaan yaitu : tidak adanya kerjasama antara industri rumahan dengan produksi krupuk lainnya, jam kerja yang tidak menentu, masih menggunakan alat tradisional atau manual, SDM yang kurang mumpuni, SDM sering resign, belum lengkapnya peraturan pelaksanaan pengelolaan dana, serta standar operasi dan prosedur, dan keterbatasan modal dalam menjalankan usaha dagang ini. Sedangkan untuk lingkungan eksternal pada UD. Sumber Abadi diidentifikasi enam hal yang menjadi peluang perusahaan yaitu : ketersediannya beberapa aplikasi jual beli online, berada di lingkungan yang banyak toko menjual makanan ringan, produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah, kebijakan pemerintah yang mendukung UKM, jumlah permintaan tinggi pada waktu tertentu atau cuaca tertentu, dan omset yang dihasilkan menjanjikan. Kemudian itu UD. Sumber Abadi diidentifikasi memiliki sembilan hal yang menjadi ancaman perusahaan yaitu : adanya pesaing yang menjual produk sama di daerah

sekitar perusahaan, ketersediaan bahan baku terbatas atau tidak menentu, adanya pesaing yang menawarkan harga produk lebih murah, pesaing yang memiliki bisnis pendukung untuk pendistribusian, pesaing bisa mengklaim produk yang sama, cuaca yang berubah-ubah sehingga mengganggu proses penjemuran, pesaing menggunakan alat produksi yang lebih canggih, konsumen usia remaja tidak tertariknya dengan produk makanan krupuk, dan konsumen pada even tertentu beralih ke produk makanan lain.

2. Dari hasil analisis didapat strategi agresif, yaitu 3 alternatif strategi sebagai berikut : memanfaatkan bantuan dari pemerintah, Memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk memperbarui konsumen, dan memperbanyak varian produk dengan harga terjangkau.

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis ingin memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk strategi yang sudah ditentukan yang lainnya bisa dijadikan substitusi terhadap strategi yang sudah didapatkan sebelumnya, apabila strategi yang sudah ditentukan belum tepat.
2. Melakukan kajian luas, agar bisa mendapatkan model strategi yang baik serta menyeluruh.
3. Diharapkan hasil yang sudah direncanakan dapat menjadi rekomendasi bagi UD. Sumber Abadi Tanggulangin.

DAFTAR PUSTAKA

Adriansyah, G., & Pramono, A. (2019). Perencanaan

Strategi PT. X dengan Pendekatan Manajemen StrategI. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 2(1), 37-42.

Cruz, Anna Paula Soares. 2013. "Bab Ii Landasan Teori." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689-99.

David, R. Fred. 2016. "Managemen Strategik." *Buku I* 12-30.

Ermaya, Sir Kalifatullah and Nana Darna. 2019. "Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk)." *Journal Business Management and Entrepreneurship* 1(September):201-18.

Pitaloka, Della Sukma and Tony Seno Aji. 2020. "Analisis SWOT Pada Prospek Gadai Emas IB Barokah Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(2):263.

Pramono, O. 2015. "Formulasi Strategi Usaha Makanan Ringan." *Agora* 3(2):665-74.

Prasnowo, M. Adhi, Arif Khomaruddin, and Khoirul Hidayat. 2017. "Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produksi Krupuk." *Teknika: Engineering and Sains Journal* 1(1):17.