

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SUSU KEDELAI DI DESA KEDUNG BOTO KECAMATAN TAMAN

Oda Setiawan

Teknik Industri, Fakultas Teknik
Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia
e-mail : oda-setiawan@student.umaha.ac.id

ABSTRAK

Strategi pengembangan pada bisnis susu kedelai dapat digunakan sebagai upaya untuk menjadikan bisnis susu kedelai sebagai bisnis yang tangguh dan mampu bersaing, sehingga bisnis tersebut mampu menjadikan nilai tambah bagi lingkungan sekitar maupun bagi para pengusaha susu kedelai. Pada pengembangan bisnis susu kedelai teknik yang digunakan sebagai pengumpulan data ialah data primer dan sekunder yaitu dengan cara melakukan wawancara, membagikan kuisioner dan laporan usaha. Tahap pertama adalah input data penentuan nilai EFE dan IFE, setelah mengetahui hasil dari analisis EFE dan IFE, selanjutnya menggunakan matriks SWOT untuk mencari alternative strategi, kemudian diagram analisis SWOT maupun matriks IE di gunakan sebagai alat untuk mengetahui posisi bisnis susu kedelai. Berdasarkan uraian tersebut memperoleh hasil bahwa prioritas strategi bisnis susu kedelai adalah strategi, SO: penetrasi pasar, memberikan harga lebih rendah dari pesaing dan menerima bantuan dari pemerintah.

Kata kunci : *EFE, IFE, SWOT, Matriks IE*

PENDAHULUAN

Peran usaha kecil di kabupaten Sidoarjo sangatlah dibutuhkan. Usaha kecil mampu menambah lahan pekerjaan di daerah Sidoarjo. Di desa Kedung boto, Kecamatan Taman merupakan sentra produksi tahu, tempe dan susu kedelai terbesar di kabupaten Sidoarjo. Sebagian besar penduduk di desa Kedung boto rata rata menggantungkan perekonomian sebagai pembuat atau pun penjual tahu, tempe dan susu kedelai.

Saat ini prospek usaha susu kedelai di kabupaten Sidoarjo sangat bagus, banyaknya manfaat dari susu kedelai merupakan salah satu alasan masyarakat untuk mengkonsumsi susu kedelai, namun potensi tersebut tidak bisa di manfaatkan oleh pengusaha susu kedelai di kecamatan Taman dengan baik, rendahnya kualitas produk susu kedelai yang di hasilkan dan kurangnya inovasi pada produk susu kedelai merupakan masalah utama yang di hadapi para pengusaha susu kedelai di desa Kedung Boto saat ini.

Seiring dengan berjalannya waktu, bisnis susu kedelai mengalami perubahan yang tidak dapat di kendalikan oleh pengusaha susu kedelai, munculnya pesaing baru dengan kualitas dan produk yang berkualitas membuat bisnis susu kedelai di desa Kedung Boto terus menurun, strategi pengembangan bisnis pada susu kedelai

saat ini sangat di perlukan dalam menghadapi persaingan.

Maka dari itu diperlukan pengembangan bisnis pada susu kedelai dan di dasari upaya yang keras untuk terus berinovasi agar produk yang di hasilkan memiliki keunggulan dari para pesaingnya. Sehingga dapat menjadikan bisnis susu kedelai sebagai bisnis yang tangguh.

Penelitian- penelitian yang terkait dengan pengembangan usaha pernah dilakukan oleh (Rambe, 2018) Skripsi berjudul, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Di Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi". matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk mengetahui faktor internal maupun eksternal pendekatan penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif , analisis SWOT akan digunakan untuk menganalisis hasil penelitian

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Afridhal, 2017) tentang strategi pengembangan usaha roti tanjung di kecamatan samalanga kabupaten bireun, metode yang digunakan adalah analisis SWOT, matriks IFE, EFE, CPM digunakan sebagai tahap input, dan tahap pengambilan keputusan menggunakan QSPM, dilanjutkan oleh (Adriansyah & Pramono, 2019) tentang perencanaan strategi PT. X dengan pendekatan manajemen strategi, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis SWOT, tahapan inputnya menggunakan IFE dan EFE dan CPM, matriks IE sebagai hasil penentuan strategi. Selanjutnya (Lubis, 2018) tentang strategi

pengembangan usaha agribisnis minyak karo. Penelitian ini fungsi untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat menjadi kekuatan, kelemahan, peluang ataupun ancaman. Metode penelitian adalah deskriptif dan penentuan lokasi secara purposive, metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dan penggabungan EFAS dan IFAS, kemudian dilanjutkan oleh (Prasnowo, Khomaruddin, & Hidayat, 2017) melakukan strategi pengembangan tentang "strategi pengembangan industry kecil menengah produksi krupuk desa terik, kecamatan krian, kabupaten sidoarjo. Metode yang digunakan pada penelitian kali ini ialah metode SWOT, tahap inputnya menggunakan IFE, EFE & CPM, sedangkan tahap pencocokannya menggunakan SWOT, SPACE, BCG & QSPM sebagai tahap pengambilan keputusan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada, maka akan dilakukan penelitian tentang "Strategi Pengembangan Bisnis Susu Kedelai Di Desa Kedung Boto Kecamatan Taman" untuk menyelesaikan masalah yang ada pada bisnis susu kedelai dan menjadikan bisnis susu kedelai sebagai bisnis yang tangguh.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif, dengan mengetahui kondisi bisnis susu kedelai yang berada di desa kedung boto kecamatan taman. Pada penelitian ini metode yang di gunakan adalah analisis SWOT, dengan beberapa pendekatan mengikuti proses dalam manajemen strategi.

Matriks IFE & EFE

Digunakan untuk menganalisa kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang bertujuan untuk mengetahui aspek kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada bisnis tersebut.

Matriks SWOT

Digunakan untuk menganalisis strategi pada bisnis susu kedelai sehingga dapat menghasilkan strategi SO, WO, ST, WT, yang selanjutnya di sesuaikan berdasarkan hasil dari diagram SWOT dan matriks IE.

Diagram SWOT

Diagram SWOT di lakukan setelah mengetahui alternative strategi yang telah di peroleh pada matriks SWOT, setelah itu di ketahui posisi bisnis susu kedelai pada kuadran diagram SWOT.

Matriks IE

Matriks IE digunakan untuk untuk mengetahui posisi perusahaan pada kuadran strategi, dimana

masing masing kuadran memiliki strategi tersendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

MATRIKS IFE

Berdasarkan hasil kuisisioner dan wawancaratelah di peroleh faktor kekuatan dan kelemahan pada kondisi lingkungan internal bisnis susu kedelai. Berikut ini adalah kondisi faktor internal pada bisnis susu kedelai.

Tabel 1. Hasil kuisisioner Kekuatan faktor internal.

No	Kekuatan	Kriteria
1	Harga	Harga lebih murah dari pesaing
2	Lokasi pemasaran	Lokasi pemasaran yang strategis
3	Proses produksi	Proses pembuatan masih secara alami
4	Pelayanan	Pelayanan yang baik kepada pelanggan
5	Tempat usaha	Tempat usaha tidak menyewa
6	Bahan baku	Bahan baku selalu tersedia

Tabel 2. Hasil kuisisioner Kelemahan faktor internal.

No	Kelemahan	Kriteria
1	Varian rasa	Varian rasa terbatas
2	Pemasaran produk	Pemasaran susu kedelai belum intensif
3	Peralatan produksi	Peralatan produksi terbatas
4	Kualitas produk	Kualitas susu kedelai masih rendah
5	Promosi	Promosi penjualan masih rendah
6	Pelatihan kerja	Belum tersedianya pelatihan kerja

Dari hasil wawancara dan kuisisioner telah diperoleh faktor internal yang akan menjadi alat ukur untuk dijadikan pembobotan, setelah itu melakukan pembobotan dan penentuan rating melalui analisis SWOT. Sehingga dibentuk matrik IFE (*Internal Factor Evalution*) dan menghasilkan perhitungan nilai seperti tabel di bawah:

Tabel 3. Faktor Kekuatan Matriks IFE

No	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (B × R)
	Kekuatan			
1	Lokasi pemasaran yang strategis	0.096	3.6	0.35
2	Pembuatan secara alami	0.096	3.2	0.31
3	Pelayanan yang baik kepada pelanggan	0.096	3.4	0.33
4	Tempat usaha tidak menyewa	0.087	2.8	0.24
5	Harga lebih murah dari pesaing	0.087	3.2	0.28
6	Bahan baku selalu tersedia	0.079	3.4	0.27
Kelemahan				
1	Varian rasa terbatas	0.079	1.8	0.14
2	Pemasaran belum intensif	0.074	1.6	0.12
3	Peralatan produksi terbatas	0.066	3	0.20
4	Kualitas susu kedelai masih rendah	0.087	1	0.09
5	Belum adanya promosi	0.083	2.4	0.20
6	Belum tersedianya pelatihan kerja	0.070	1.6	0.11
Jumlah		1.00		2.63

Bisnis susu kedelai di Desa Kedung boto memiliki enam kekuatan yang bisa di manfaatkan (tabel 4.9). Faktor kekuatan terbesar yang dimiliki adalah lokasi pemasaran yang strategis dengan skor (0.35), lokasi pemasaran yang strategis adalah faktor paling menentukan kelancaran penjualan sebuah produk dan kelancaran sebuah usaha. Faktor kekuatan diikuti dengan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan skor (0.33), hal ini akan mempengaruhi daya beli pelanggan. Kemudian pembuatan secara alami dengan skor (0.31), proses pembuatan secara alami merupakan hal paling penting bagi kesehatan dan jangka panjang para konsumen susu kedelai.

Bisnis susu kedelai juga memiliki faktor kelemahan yaitu kualitas susu kedelai masih sangat rendah dengan (0.09), rendahnya susu kedelai merupakan suatu permasalahan terbesar yang harus di perbaiki karena menyangkut kepuasan pelanggan maupun jangka panjang bisnis susu kedelai tersebut. Kelemahan lainnya yang ada pada bisnis susu kedelai adalah belum adanya pelatihan kerja (0.11), pelatihan kerja sangatlah penting bagi sebuah bisnis maupun usaha karena menyangkut sebuah proses produksi yang lebih baik maupun inovasi sebuah produk itu sendiri. Yang terakhir adalah pemasaran belum intensif dengan skor (0.12), salah satu sulit berkembangnya bisnis susu kedelai adalah pemasaran susu kedelai yang belum intensif.

Total skor IFE (*Internal Factor Evaluation*) pada bisnis susu kedelai sebesar 2.63 menggambarkan bahwa posisi internal perusahaan berada di atas nilai rata rata 2.50. oleh sebab itu para pengusaha susu kedelai harus memanfaatkan kekuatan kekuatan untuk mengatasi kelemahan kelemahan utama sehingga perusahaan bisa terus berkembang.

MATRIKS EFE

Berdasarkan hasil kuisioner dan wawancara telah di peroleh faktor yang menjadi peluang dan faktor yang menjadi ancaman pada kondisi lingkungan eksternal bisnis susu kedelai. Berikut ini adalah kondisi faktor eksternal pada bisnis susu kedelai:

Tabel 4. Hasil kuisioner peluang faktor eksternal.

No	Peluang	Kriteria
1	Potensi perluasan pasar	Tingginya permintaan pasar
2	Konsumen tetap	Memiliki banyak konsumen tetap
3	Perkembangan teknologi	Munculnya mesin yang lebih canggih
4	Pemerintah	Bantuan dari pemerintah
5	Peningkatan daya beli	Meningkatnya daya beli masyarakat

Tabel 5. Hasil kuisioner ancaman faktor eksternal

No	Ancaman	Kriteria
1	Pesaing	Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama
2	Pergantian cuaca	Pergantian cuaca dapat mempengaruhi penjualan susu kedelai
3	Harga bahan baku	Harga bahan baku tidak tetap
4	Daya tawar	Daya tawar pembeli
5	Bencana alam	Terjadinya bencana alam dapat mempengaruhi usaha dan penjualan susu kedelai

Hasil kuisioner dan wawancara telah diperoleh faktor eksternal yang akan menjadi alat ukur untuk dijadikan pembobotan, setelah itu melakukan pembobotan dan penentuan rating melalui analisis SWOT. Sehingga dibentuk matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dan menghasilkan perhitungan nilai seperti tabel di bawah.

Tabel 6. MatriksEFE (Eksternal Factor Evaluation)

No	Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor (B × R)
	Peluang			
1	Tingginya permintaan pasar	0.109	4	0.44
2	Memiliki banyak konsumen tetap	0.114	3.4	0.39
3	Munculnya mesin yang lebih canggih	0.109	3.6	0.39
4	Bantuan dari pemerintah	0.109	3.2	0.35
5	Meningkatnya daya beli masyarakat	0.114	3	0.34
Ancaman				
1	Munculnya pesaing dengan produk yang sama	0.087	1.2	0.10
2	Pergantian cuaca	0.087	2.4	0.21
3	Harga bahan baku tidak tetap	0.098	2	0.20
4	Daya tawar pembeli	0.098	1.8	0.18
5	Terjadinya bencana alam	0.076	1.2	0.09
		1.00		2.68

Bisnis susu kedelai di Desa Kedung boto memiliki lima peluang yang bisa di dimanfaatkan untuk pengembangan usaha (Tabel 4.8). Faktor peluang dapat di dimanfaatkan oleh para pengusaha dengan hasil skor tertinggi adalah tingginya permintaan pasar dengan skor 0.44. hal ini di karenakan masih minimnya penjual susu kedelai. Selanjutnya memiliki konsumen loyal sangat penting dengan skor 0.39, memiliki konsumen loyal sangat penting karena konsumen loyal sangat berpengaruh untuk jangka panjang bisnis susu kedelai. Kemudian di ikuti dengan munculnya peralatan maupun mesin yang lebih canggih dengan skor 0.39, karena jika adanya mesin pembuatan susu kedelai lebih canggih dapat memperbaiki kualitas dari susu kedelai tersebut.Selanjutnya bisnis susu kedelai di Desa Kedung boto memiliki lima ancaman. Ancaman terbesar pada bisnis susu kedelai adalah bencana alam (0.09), karena terjadinya karena terjadinya bencana alam dapat mempengaruhi penjualan susu kedelai dan dampak negatif kepada bisnis tersebut. Kemudian munculnya pesaing dengan produk yang sama (0.10), karena dengan munculnya pesaing baru dengan produk yang sama dapat menurunkan omset penjualan dan menimbulkan persaingan bisnis yang berat. Daya tawar pembeli (0.18) daya tawar pembeli dapat menurunkan/ mengurangi tingkat keuntungan bagi pengusaha susu kedelai.

Total skor EFE (Eksternal Factor Evaluation) pada bisnis susu kedelai di Desa Kedung boto adalah sebesar 2.68 menggambarkan bahwa kondisi eksternal bisnis susu di atas

rata rata 2.50. oleh sebab itu para pengusaha susu kedelai harus mampu memanfaatkan semua peluang yang ada untuk mengatasi segala ancaman yang ada sehingga perusahaan masih terus berkembang.

MATRIKS SWOT

Setelah mengetahui hasil dari analisa EFE dan IFE, selanjutnya melakukan formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks ini menghasilkan beberapa alternative strategi : strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT yang dapat di jalankan dan diterapkan oleh pengusaha susu kedelai .

Tabel 7. Matriks SWOT

IFE EFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	
		1. Lokasi pemasaran yang strategis 2. Proses pembuatan secara alami 3. Pelayanan baik kepada pelanggan 4. Tempat usaha tidak menyewa 5. Harga lebih murah dari pesaing	1. Varian rasa terbatas 2. Pemasaran belum intensif 3. Peralatan produksi terbatas 4. kualitas susu kedelai masih rendah 5. belum adanya Promosi 6. Belum adanya pelatihan kerja
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO	
	1. Tingginya permintaan pasar 2. Memiliki banyak konsumen tetap 3. Munculnya mesin yang lebih canggih 4. Bantuan dari pemerintah 5. Daya beli masyarakat	1. Penetrasi pasar (S1, S5, O1, O5) 2. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan (S2,S3, O2) 3. Memanfaatkan bantuan dari pemerintah (S4, O3, O4)	1. Memperluas wilayah pemasaran(W2, W5, O1.O2.O4) 2. Pengembangan produk (W1, W3,W4,O3, O4.O5) 3. Mengadakan pelatihan Bagi para pengusaha (W1,W4, W6, O3,O4)
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT	
	1. Munculnya pesaing dengan produk yang sama 2. Pergantian cuaca 3. Harga bahan baku tidak tetap 4. Daya tawar pembeli 5. Terjadinya bencana alam	1. Meningkatkan kepuasan pelanggan (S2, S3,S5, T1,T4) 2. lokasi usaha yang strategis (S1,S4,T2,T3,T5)	1. Melakukan pengembangan produk, meningkatkan kualitas produk(W1, W3, W4,W6, T1, T2)

Berdasarkan hasil dari matriks SWOT diatas diperoleh alternative strategi sebagai berikut :

Strategi SO

1. Melakukan penetrasi pasar dengan cara memperbanyak atau meningkatkan promosi dengan menggunakan media sosial untuk

meningkatkan potensi perluasan pasar (S1, S5, O1, O5)

2. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan (S2, S3, O2), Dengan memberikan diskon kepada pelanggan dan disediakanya cash on delivery pada pembelian dengan jumlah banyak.
3. Menerima bantuan pemerintah dalam hal pinjaman modal usaha maupun program program pelatihan dari pemerintah sekitar (S4, O3, O4).

Strategi WO

1. Meningkatkan kegiatan promosi secara optimal, memasang banner ataupun pembagian brosur dan menambah wilayah pemasaran susu kedelai (W2, W5, O4).
2. Melakukan pengembangan produk dengan cara menambah varian rasa susu kedelai dan meningkatkan kualitas susu kedelai (W1, W4, O3, O4)
3. Mengikuti pelatihan kerja dan program program yang berkaitan dengan pengembangan suatu usaha yang telah diadakan instansi/lembaga pemerintahan (W1,W4, W6, O3,O4).

Strategi ST

1. Meningkatkan kepuasan kepuasan pelanggan, untuk menjaga konsumen loyal beralih kepada pesaing (S2,S3, S5, T1,T4).
2. lokasi usaha yang strategis, untuk menjaga kelangsungan jangka panjang bisnis tersebut (S1,S4,T2,T3,T5).

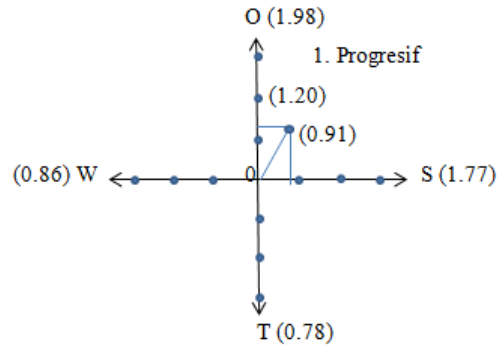
Strategi WT

1. pengembangan produk atau meningkatkan kualitas produk Dengan cara memanfaatkan bantuan pemerintah baik dari pengadaan peralatan yang lebih canggih maupun pelatihan program program pengembangan bisnis susu kedelai (W1, W3, W4, W6, T1, T2).

Diagram SWOT

Setelah didapatkan hasil dari bobot dan rating (Matriks EFE & Matriks IFE) maka di peroleh skor peluang 1.98 dan ancaman memperoleh skor sebesar 0.78 menandakan bahwa kemampuanbisnis susu kedelai dalam merespon peluang tergolong baik. Sedangkan dari total skor IFE didapatkan skor kekuatan sebesar 1.77 dan diperoleh skor kelemahan sebesar 0.86 menandakan bahwa bisnis tersebut mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasikelemahan. Untuk menentukan posisi perusahaan maka digunakan diagram analisis SWOT.

Berdasarkan hasil di atas, dapat di ketahui nilai strengths lebih tinggi dari weaknesses dengan selisih (+) 0.91 dan nilai oppurtunitie mempunyai selisih dengan threat (-) 1.20, dari hasil tersebut bisa di gambarkan pada diagram SWOT.



Gambar 1: Posisi bisnis susu kedelai pada diagram analisis SWOT

Bisnis susu kedelai berada dalam posisi progresif. Artinya bisnis susu kedelai berada pada posisi kuat dan berpeluang sehingga sangat memungkinkan untuk terus ber ekspansi maupun memperbesar bisnis tersebut dan memaksimalkan keuntungan.

Berdasarkan hasil tersebut maka diperoleh prioritas strategi pada bisnis susu kedelai adalah strategi SO : penetrasi pasar, memberikan harga yang lebih murah dari pesaing, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan memanfaatkan bantuan dari pemerintah.

Matriks Internal Eksternal (IE)

Hasil dari masing masing skor yang di dapat dari matriks IFE ataupun EFE adalah nilai dari IFE =2.63, sedangkan skor EFE=2.68. skor tersebut kemudian di evaluasi dengan menggunakan matriks IE, berikut adalah hasil evaluasi posisi bisnis susu kedelai di desa kedung boto kecamatan taman.

Tabel 8. Matriks IE bisnis susu kedelai

	Total Skor IFE		
	Tinggi (3.0-4.0)	Sedang (2.0-2.99)	Rendah (1.0-1.99)
Tinggi (3.0-4.0)	I	II	III
Sedang (2.0-2.99)	IV	V	VI
Rendah (1.0-1.99)	VII	VIII	IX

Hasil dari matrik IE diatas menunjukkan bahwa posisi bisnis susu kedelai berada pada posisi sel V. Strategi pertahankan, pelihara adalah strategi yang

sangat tepat digunakan bagi bisnis susu kedelai yaitu dengan strategi penetrasi pasar dan juga strategi pengembangan produk.

Strategi Penetrasi Pasar

Pengertian strategi penetrasi pasar yaitu mencakup memberikan harga serendah rendahnya, melakukan promosi dengan gencar. Untuk meningkatkan pangsa pasar penjualan susu kedelai dapat dilakukan beberapa hal dengan meningkatkan daya beli masyarakat/pelanggan. Hal itu dapat dilakukan dengan cara memberikan harga lebih rendah dari pesaing dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Strategi pengembangan produk

Pengertian strategi pengembangan produk merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan dan mengembangkan produk atau jasa yang telah ada saat ini. Strategi pengembangan

produk pada bisnis susu kedelai bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan daya saing. Diferensiasi produk dengan mengembangkan produk yang akan dijual, baik dari segi varian rasa, kemasan produk, maupun kualitas susu kedelai secara tidak langsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data dan analisa dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan bisnis susu kedelai menggunakan metode analisis SWOT.
2. Strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT adalah strategi SO yaitu : penetrasi pasar, memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan memanfaatkan bantuan dari pemerintah.
3. Berdasarkan diagram analisis SWOT di ketahui posisi bisnis susu kedelai berada pada posisi progresif, yaitu kuat dan berpeluang sehingga bisa terus melakukan ekspansi .

4. Matriks IE menunjukkan posisi bisnis susu kedelai pada posisi sel V yaitu perthankan dan pelihara dengan cara melakukan strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

Berikut ini adalah saran-saran yang dapat di berikan kepada para pengusaha susu kedelai dan penelitian selanjutnya

1. Para pengusaha harus melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan.
2. Para pengusaha harus mengikuti pelatihan agar tujuan strategi pengembangan bisnis dapat hasil yang maksimal sehingga ampu bersaing
3. Para pengusaha harus gencarmelakukan promosi.

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.
- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 1(3).
- Lubis, M. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Minyak Karo.
- Prasnowo, M. A., Khomaruddin, A., & Hidayat, K. (2017). Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produksi Krupuk. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 17-24.
- Rambe, I. (2018). Analisis strategi pengembangan usaha pembuatan tahu pada pengrajin tahu bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.