



UNIVERSITAS WIRARAJA

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus : Jl. Raya Sumenep Pamekasan KM. 5 Patean, Sumenep, Madura 69451 Telp : (0328) 664272/673088
e-mail : lppm@wiraraja.ac.id Website : lppm.wiraraja.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Nomor : 213/SP.HCP/LPPM/UNIJA/VI/2023

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Anik Anekawati, M.Si
Jabatan : Kepala LPPM
Instansi : Universitas Wiraraja

Menyatakan bahwa :

1. Nama : Imam Darul Firmansyah, SE., M.Ak
Jabatan : Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Nama : Moh. Kurdi, SP., MM., C.HRA
Jabatan : Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Nama : Nurdody Zakki, SE., M.SM
Jabatan : Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Telah melakukan cek plagiasi ke LPPM menggunakan *software turnitin.com* untuk artikel dengan judul "**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT PADA PABRIK KRIPIK SINGKONG SUMENEP**" dan mendapatkan hasil similarity sebesar 13%.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Sumenep, 05 Juni 2023

Kepala LPPM

Dr. Anik Anekawati, M.Si
NIDN. 0714077402

PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT PADA PABRIK KRIPIK SINGKONG SUMENEP

by Moh. Kurdi, Sp., Mm., C.hra

Submission date: 05-Jun-2023 01:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 2109254383

File name: 0730078602-4591-Artikel-Plagiasi-05-06-2023.pdf (250.76K)

Word count: 3576

Character count: 21800

PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT PADA PABRIK KRIPIK SINGKONG SUMENEP

Imam Darul Firmansyah¹⁾, Moh. Kurdi²⁾, Nurdody Zakki³⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja, Program Studi Akuntansi

^{2,3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja, Program Studi Manajemen

Email: imamdarulfirmansyah@wiraraja.ac.id

Abstract

The economic development of a nation is a benchmark for the progress of a nation itself, so it is necessary to improve the economy and one of the indicators for improving the economy is how to improve several business unit developments carried out by the community while sticking to solutions and policies from the government. Government policy as a control in carrying out economic activities so that it can run well and can be controlled. This research provides several alternative strategic solutions in the fields of business that are engaged in by small and medium enterprises that have developed so that they continue to develop more intensively in the future. This research also aims to increase market share and better income by first conducting an in-depth study of analysis, problems and challenges that will be faced by the cassava chip business, with an emphasis on qualitative research with a SWOT analysis process to get some expected conclusions which are then found some conclusions from the SWOT analysis on cassava chip business. In solving existing problems, the analytical method used in this study uses SWOT analysis as a tool to solve the problems encountered. Based on the results of research conducted using SWOT analysis, it shows that the position of the cassava factory in Sumenep Regency is in quadrant I, namely Agressive Strategy, where companies must more optimally seize opportunities with their strengths. Then the strategy that can be implemented for the development of a cassava chip factory in Sumenep Regency is to expand the range of products in marketing both locally and imported marketing, increase product innovation so that more profits can be obtained from sales, and make more efforts to make this product more advanced and better known. wider again.

Keywords: Business Strategy, SWOT, Cassava Chips

Abstrak

Perkembangan perekonomian suatu bangsa merupakan tolak ukur kemajuan suatu bangsa itu sendiri maka perlunya dan peningkatan perekonomian dan salah satu indikator peningkatan perekonomian tersebut adalah bagaimana meningkatkan beberapa pengembangan unit usaha yang dilakukan oleh masyarakat dengan tetap pada solusi dan kebijakan dari pemerintah. Kebijakan pemerintah sebagai kontrol dalam melakukan kegiatan perekonomian sehingga dapat berjalan dengan baik dan dapat dikontrol. Penelitian ini memberikan beberapa alternatif solusi strategi pada bidang usaha yang digeluti oleh usaha kecil menengah yang telah berkembang sehingga tetap pada pengembangan yang lebih intensif lagi kedepannya, penelitian ini juga bertujuan untuk bagaimana meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan yang lebih baik dengan terlebih dahulu melakukan kajian mendalam tentang analisis, permasalahan dan tantangan yang akan dihadapi oleh usaha kripik singkong tersebut, dengan menekankan pada penelitian kualitatif dengan proses analisis SWOT untuk mendapatkan beberapa kesimpulan yang diharapkan yang kemudian ditemukan beberapa kesimpulan dari analisis SWOT tersebut pada usaha kripik singkong. Dalam memecahkan permasalahan yang ada, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi pabrik singkong di Kabupaten Sumenep berada pada kuadran I yaitu Agressive Strategy, dimana perusahaan harus lebih optimal menangkap peluang dengan kekuatan yang dimiliki. Maka Strategi yang bisa diterapkan untuk pengembangan pabrik kripik singkong di Kabupaten Sumenep adalah memperluas jangkauan produk di pemasaran baik di lokal maupun pemasaran impor, memperbanyak lagi inovasi produk agar bisa lebih banyak lagi laba dari penjualan, dan berusaha lagi agar produk ini semakin maju dan lebih dikenal luas lagi.

Kata kunci: Strategi Bisnis, SWOT, Kripik Singkong

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin cepat dengan munculnya beberapa fasilitas teknologi harus diimbangi dengan beberapa permasalahan yang ada, tentunya berbagai bidang tertentu seperti tingkat perekonomian dan industri pada berbagai lapisan masyarakat di negara ini. Perlunya kontribusi penelitian yang baik dalam menjamin kemajuan perekonomian yang lebih efektif harus diimbangi dengan berbagai alternatif strategi. Usaha masyarakat pada bidang bisnis usaha kecil atau menengah memberikan kontribusi positif pada perekonomian bangsa ini, adapun usaha-usaha tersebut sebagaimana menjadi topik permasalahan penelitian ini yakni usaha pada kripik singkong yang telah berproduksi cukup lama dan telah mengembangkan berbagai produk. Usaha tersebut perlu adanya solusi dan strategi tertentu demi tercapainya peningkatan keuntungan dari berbagai produk yang dipasarkan, sehingga produk dari usaha singkong ini dapat bersaing pada pangsa pasar lokal maupun nasional. Usaha pengembangan perlu dilaksanakan sebagai kebutuhan dari usaha tersebut, sebagaimana tercantum dalam KBBI V Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Sedangkan definisi lainnya sebagaimana dijelaskan dalam KBBI

pengembangan berarti berkembang, dan juga kata berkembang secara terang-terangan berarti subur atau meningkat, menjadi besar, luas dan mewah, dan menjadi sempurna dalam kepribadian, pemikiran, pengetahuan, dll. (Istiqomah, 2017). Jadi perlunya pengembangan tidak luput dari proses bagaimana usaha tersebut lebih meluas dengan berbagai cara ekspansi pangsa pasar. Adapun strategi bisnis sangat penting demi tercapainya pola pikir manajemen usaha tersebut dalam mencapai kesinambungan produksi yang menghasilkan produk yang lebih baik, sebagaimana dijelaskan manajemen strategik sendiri menurut David (2017) adalah seni dan ilmu merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Pernyataan ini menekankan bahwa strategi pada hakekatnya adalah cara sistematis yang dikembangkan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sedangkan beberapa ahli juga menyatakan sebagaimana pendapat David (2017), ¹² Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang secara bersama-sama. ¹⁴ Strategi bisnis dapat berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, masuk pasar, rasionalisasi staf, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan. Adapun Hitt (2016) strategi

tersebut adalah seperangkat ⁸ komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi utama dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Adapun definisi strategi bisnis menurut David (2017), ³ Strategi bisnis adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Sebuah perusahaan harus berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif secara berkelanjutan dengan (1) terus beradaptasi dengan perubahan tren eksternal dan internal keterampilan, kemampuan dan sumber daya; dan (2) perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi kunci yang efektif. Menurut Umar dalam Cinthya (2017), ⁶ strategi bisnis hampir selalu didasarkan pada apa yang bisa terjadi, bukan apa yang telah terjadi. Kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan kebiasaan konsumen membutuhkan kompetensi inti. Perubahan perlu mencari keahlian untuk mencari keahlian inti dalam bisnis yang dikelola.

Analisis lingkungan dibagi menjadi dua lingkungan yakni lingkungan berada pada internal dan lingkungan eksternal. Menurut David (2017), Audit internal memerlukan pengumpulan dan integrasi informasi dari manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, manufaktur/operasi, penelitian dan pengembangan. Dalam

menganalisis lingkungan internal ini peneliti menggunakan ⁷ fungsi bisnis yaitu fungsi pemasaran, fungsi keuangan, fungsi produksi atau operasional, dan sumber daya manusia. Sedangkan faktor lingkungan eksternal Menurut David (2017), yakni Faktor-faktor yang ada di lingkungan eksternal. ⁷ Persaingan antara perusahaan sejenis, potensi masuknya pesaing baru, peluang untuk mengembangkan produk pengganti, daya tawar pemasok dan daya tawar konsumen

Analisis SWOT adalah teknik yang dikenal secara historis yang digunakan manajer untuk ⁵ mendapatkan gambaran singkat tentang situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif berasal dari kesesuaian yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan situasi eksternal (peluang dan ancaman). (Pearce dan Robinson, 2013). Matriks SWOT merupakan alat ⁴ penting yang membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu SO, WO, ST dan WT (Cinthya, 2017).

2. Tinjauan Pustaka

Pada dasarnya strategi adalah cara yang digunakan untuk membantu dan mempermudah pemecahan masalah,

disamping langkah-langkah khusus yang dapat diambil untuk memecahkan masalah.

Strategi adalah arah perusahaan dalam jangka panjang untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan dalam manajemen personalia (Wibowo, 2017).

Menurut strategi pengembangan, menurut David Afridhal (2017), strategi pengembangan memiliki fungsi formatif karena mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Adapun sifat dari strategi pembangunan, oleh karena itu perlu untuk fokus pada masa depan. Menurut Pardede (2022), manajemen stratejik juga dapat diartikan sebagai pendefinisian sekumpulan keputusan dan kegiatan yang berkaitan dengan arah perjalanan masa depan perusahaan dan menetapkan atau menyesuaikan tujuan setiap bagian perusahaan, mengelola bidang sumber daya sesuai dengan lingkungannya. dan untuk membuat strategi yang tepat dan benar, dirancang untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis adalah subjek yang kompleks dan harus diperlakukan setidaknya dari dua aspek, seperti situasi internal dan eksternal perusahaan (Permana, 2002).

Manajemen dan strategi pemasaran perusahaan ini adalah memberikan pemahaman kepada konsumen tentang semen merah putih dan keunggulan semen

merah putih ini dibanding merek semen lainnya. Tujuan utama memberikan kepuasan pelanggan adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen di bidang material (Kurdi, 2022).

Analisis SWOT merupakan analisis yang dimulai oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-1970. SWOT adalah singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Menurut Freddy Rangkut, Analisis SWOT ini secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor untuk membentuk strategi perusahaan. SWOT ini pada dasarnya tentang memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Untuk merumuskan strategi suatu perusahaan perlu disusun misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan baik internal maupun eksternal, karena merupakan acuan perencanaan strategi ke depan (Rangkuti, 2014).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dengan pendekatan kualitatif sebagaimana menurut Cooper dalam Rendy (2017) Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan alasan, misalnya. B. Bagaimana dan mengapa masalah muncul dalam penelitian. Penelitian kualitatif sendiri melibatkan teknik interpretatif yang menelaah suatu masalah

sehingga peneliti dapat mendeskripsikan dan menginterpretasikan data untuk mencapai suatu kesimpulan. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam ke berbagai informan yang berkaitan dengan penelitian ini dengan penetapan narasumber dan informan dengan teknik purposive sampling yakni pada pertimbangan tertentu dalam menetapkan narasumber atau informan penelitian ini. Adapun teknik analisis data dengan mengacu pada teori miles dan huberman dalam sugiyono (2013) yakni dengan 3 Teknik analisis data yang melibatkan pengolahan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta pengujian.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis SWOT

1. Strength (kekuatan) :

- Usaha kripik ini mampu menembus pasaran lokal.
- Penghasilan dari laba yaitu 28.000.000,- perbulannya, perhasilan dalam 1 hari bisa mencapai 1.000.000-2.500.000,- jika lancar bisa mencapai 3.000.000,- juta.
- Mampu meningkatkan ekonomi keluarga
- Modal awal hanya 500.000,-.

2. Weakness (Kelemahan) :

- Produk tersebut (keripik) mudah hancur.

- Mudah alot, jika terkena angin terus menerus.
- Kurangnya varian rasa yang menarik untuk konsumen

3. Opportunity (peluang) :

- Banyak peminat/konsumen
- Pemasaran masih bisa menembus pasaran internasional dengan inovasi produk terbarunya
- Peluang usaha keripik Singkong cukup besar
- Keripik singkong merupakan makanan ringan dan praktis yang di sukai oleh semua konsumen.

4. Threat (Ancaman) :

- Persaingan perusahaan.
- Di daerah tersebut, juga banyak penjual produk keripik.
- Cuaca juga mempengaruhi proses pengeringan.

Penentuan Strategi

- Menurut pendapat kami, Pertama yang harus dikembangkan ialah produknya yaitu memperbanyak varian rasa dan juga punya rasa khas antar produk yang lain.
- Menurut kami dari segi lokasi juga kurang strategis, karena tempat tersebut ada di kedalaman desa di Pamolokan sehingga mempersulit konsumen dalam pembeliannya.

- Dari segi pasokan bahan utamanya juga, perusahaan tersebut harus menjangkau daerah desa manding untuk mengambil pasokan tersebut, karena di tempat tersebut susah untuk mendapat tanah lapang untuk proses budidaya singkong sebagai bahan utamanya.
- Dari segi ke higienisan, perusahaan tersebut masih dibidang kurang, mungkin karena pembuatannya menggunakan tenaga manusia bukan tenaga mesin.

Lingkungan Internal

Lingkungan internal analisis SWOT ini meliputi gambaran kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Agribisnis Keripik Gayam. Adapun poin-poin yang dapat diidentifikasi untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan agroindustri keripik gayam adalah sebagai berikut:

Kekuatan : (1) Usaha kripik ini mampu menembus pasaran local, (2) Penghasilan dari laba yaitu 28.000.000,- perbulannya, perhasilan dalam 1 hari bisa mencapai 1.000.000-2.500.000,- jika lancar bisa mencapai 3.000.000,- juta, (3) Mampu meningkatkan ekonomi keluarga, (4) Modal awal hanya 500.000,-.

Kelemahan : (1) Produk tersebut (keripik) mudah hancur, (2) Mudah alot, jika terkena angin terus menerus, (3) Kurangnya varian rasa yang menarik untuk konsumen.

Lingkungan Eksternal

Lingkungan Eksternal dalam Analisis SWOT ini memberikan gambaran mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi Industri Serbuk Kayu. Untuk mengetahui seberapa besar peluang dan resiko dalam agroindustri wood chip dapat diidentifikasi aspek-aspek sebagai berikut:

Peluang : (1) Banyak peminat/konsumen, (2) Pemasaran masih bisa menembus pasaran internasional dengan inovasi produk terbarunya, (3) Peluang usaha keripik Singkong cukup besar, (4) Keripik singkong merupakan makanan ringan dan praktis yang di sukai oleh semua konsumen.

Ancaman : (1) Persaingan perusahaan, (2) Di daerah tersebut, juga banyak penjual produk keripik, (3) Cuaca juga mempengaruhi proses pengeringan

Penentuan Bobot ALI dan ALE

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, langkah selanjutnya adalah menentukan bobot matriks SWOT. Bobot matriks SWOT dihasilkan dari penentuan faktor analisis lingkungan internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) yang paling penting, yang kemudian ditambahkan dan dihitung dalam persentase. Penentuan bobot analisis lingkungan internal (kekuatan, kelemahan)

dan eksternal (peluang, ancaman) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Penentuan bobot ALI

ALI	Faktor yang Lebih Urgen							Jumlah	Bobot
	A	B	C	D	E	F	G		
Strength	A	A	A	D	A	A	G	4	19
	B	A	C	B	B	F	B	3	14,3
	C	A	C	C	C	C	C	5	23,3
	D	D	B	C	E	D	D	3	14,3
Weakness	E	A	B	C	E	E	E	3	14,3
	F	A	F	C	D	E	G	1	4,8
	G	G	B	C	D	E	G	2	9,5
Total								10	100

Sumber: diolah peneliti (2023)

Tabel 2. Penentuan Bobot ALE

ALE	Faktor yang Lebih Urgen					Jumlah	Bobot
	A	B	C	D	E		
Opportunity	A	A	A	A	E	3	30
	B	A	B	B	B	3	30
	C	A	B	C	C	2	20
Threat	D	A	B	C	D	1	10
	E	E	B	C	D	1	10
Total						10	100

Sumber: diolah peneliti (2023)

Penentuan Skor ALI dan ALE

Penilaian analisis median internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) ditentukan dengan mengalikan bobot dan grade. Evaluasi dilakukan dengan memberikan nilai evaluasi, yaitu. H. Nilai 4 = sangat efektif, 3 = efektif, 2 = kurang efektif dan 1 = tidak berpengaruh. Penilaian analisis median internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Matriks Pembobotan, Rating dan Skor untuk Faktor-faktor Internal

Faktor internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Usaha kripik ini mampu menembus pasaran local	19	4	76
Penghasilan 28 juta perbulan	14,3	3	42,9
Mampu meningkatkan ekonomi keluarga	23,8	3	71,4
modal awal kecil	14,3	2	28,6
Total faktor kekuatan	71,4	12	218,5
Kelemahan			
Produk tersebut (kripik) mudah hancur	14,3	3	42,9
Mudah alot, jika terkena angin terus menerus	4,8	3	14,4
Kurangnya varian rasa yang menarik untuk konsumen	9,5	3	28,5
Total faktor kelemahan	28,5	9	85,8
Total	100	21	304,7

Sumber: diolah peneliti (2023)

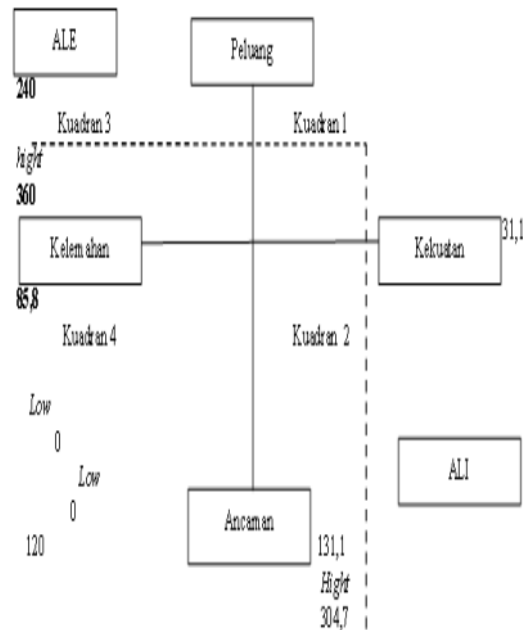
Tabel 4. Matriks Pembobotan, Rating dan Skor untuk Faktor-faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Banyak peminat/konsumen	30	4	120
Pemasaran masih bisa menembus pasaran internasional dengan inovasi produk terbarunya	30	4	120
Total faktor peluang	60	8	240
Ancaman			
Persaingan perusahaan	20	3	60
Di daerah tersebut juga banyak penjual produk kripik	10	3	30
Cuaca juga mempengaruhi proses pengeringan	10	3	30
Total faktor ancaman	40	9	120
Total	100	17	360

Sumber: diolah peneliti (2023)

Analisis Matriks Posisi SWOT

Faktor internal dan eksternal yang dimiliki peneliti didasarkan pada hasil analisis sebelumnya tentang groindustri



Gambar 1. diagram matrik SWOT

Sumber: diolah peneliti (2023)

keripik gayam dapat dikombinasikan kedalam matriks posisi SWOT usaha. Agar Dari hasil perhitungan skor total analisis lingkungan internal (ALI) yang terdiri atas kekuatan dan Kelemahan dengan skor total 304,7.

Sedangkan Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) yang terdiri dari peluang dan ancaman memiliki skor keseluruhan 360. Dari hasil perhitungan skor yang diperoleh, kemudian ditampilkan dalam bagan matriks posisi SWOT sehingga kita bisa mendapatkan gambaran agroindustri keripik singkong “BABY”.

Berdasarkan gambar matriks posisi SWOT diatas dapat diketahui bahwa posisi agroindustri keripik gayam dapat mengetahui posisi usaha pada saat ini melalui matriks posisi SWOT.

agroindustri berada pada kuadran I, yang artinya agroindustri keripik singkong “Baby” berada pada posisi yang menguntungkan.

Formulasi Strategi

Berdasarkan gambar 1. diagram matrik SWOT diatas, maka dapat dirumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi lingkungan internal dan eksternal agroindustri keripik gayam sebagai berikut:

ALI ALE	<p>Strengths (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usaha kripik ini mampu menembus pasaran lokal. - Penghasilan 28.000.000,- perbulannya - Mampu meningkatkan ekonomi keluarga - Modal awal kecil 	<p>Weaknesses (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk tersebut (keripik) mudah hancur. - Mudah alot, jika terkena angin terus menerus. - Kurangnya varian rasa yang menarik untuk konsumen
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyak peminat/konsumen - Pemasaran masih bisa menembus pasaran internasional dengan inovasi produk turunannya. - Peluang usaha keripik Singkong cukup besar - Keripik singkong merupakan makanan ringan dan praktis yang di sukai oleh semua konsumen. 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memperluas jangkauan produk di pemasaran baik di lokal maupun pemasaran impor - Memperbanyak lagi inovasi produk agar bisa lebih banyak lagi laba dari penjualan. - Berusaha lagi agar produk ini semakin maju dan lebih dikenal luas lagi 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lebih berfikir lagi kedepannya agar bagaimana menciptakan produk tersebut tahan lama tanpa bahan pengawet. - Memberikan banyak terobosan varian rasa lagi agar konsumen bisa tertarik.
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persaingan perusahaan. - Di daerah tersebut, juga banyak penjual produk keripik. - Cuaca juga mempengaruhi proses pengeringan 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dengan adanya varian rasa yang akan diciptakan nantinya, diharapkan untuk bisa menang bersaing dengan para usaha-usahawan yang lain. - Lebih banyak lagi inovasi untuk produk tersebut agar tidak kalah dari pesaing. - Dan juga dari segi pelayanan kepada para pembeli/ pelanggan agar lebih dioptimalkan lagi agar pelanggan suka terhadap pelayannya. 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dengan adanya kelemahan diatas, produk ini akan diperbaiki lebih sempurna lagi dari semua kelemahannya. - Dan dari segi keawetan produk, masih dicari cara agar produk tersebut bisa awet lagi supaya bisa bersaing dengan produk usaha usaha yang lain.

Sumber: dolah peneliti 2023

Gambar 2. Diagram Matriks SWOT

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan:

Dan hasil analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa posisi pabrik singkong di Kabupaten Sumenep berada pada kuadran I yaitu *Agressive Strategy*, dimana perusahaan harus lebih optimal menangkap

peluang dengan kekuatan yang dimiliki.

Maka Strategi yang bisa diterapkan untuk pengembangan pabrik keripik singkong di Kabupaten Sumenep adalah:

1. Memperluas jangkauan produk di pemasaran baik di lokal maupun pemasaran impor

2. Memperbanyak lagi inovasi produk agar bisa lebih banyak lagi laba dari penjualan.
3. Berusaha lagi agar produk ini semakin maju dan lebih dikenal luas lagi

5.2.Saran

- Dari segi pasokan bahan utamanya, usaha kripik singkong tersebut harus menjangkau di berbagai daerah dalam mengambil bahan baku karena jaringan supplier dapat memberikan kontribusi yang baik bagi kelangsung suatu produk
- Dalam proses produksi sebagaimana perkembangan teknologi dan bahan baku harus tetap terjaga kebersihannya, maka perlunya alat teknologi yang dapat menjadikan proses produksi tersebut lebih efektif dan efisien dan bahan baku harus tetap higienis sampai konsumen akhir
- Jaringan distribusi dan konsumen seperti sarana promosi yang kuat dengan tetap menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yakni fasilitas jaringan online harus tetap dimanfaatkan sebaik mungkin demi tercapainya produk tetap meningkat dan kompetitif di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Cinthya Elika Putri Gunawan. 2017. analisis strategi bisnis pada pt. omega internusa

sidoarjo. AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)

David, F. (2017). Manajemen Strategis 2: Kasus (ed. 10). Penerbit Salemba.

David, F. R., & David, F. R. (2017). Manajemen Konsep Strategik.

David, F. R., & David, F. R. (2017). Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concept, and Cases (ed.). Harlow, Essex, England: Pearson Education Limited.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization. Cengage Learning.

Istiqomah dan Irsad Andriyanto. Analisis SWOT dalam pengembangan bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). BISNIS, Vol. 5, No. 2, Desember 2017. Hal.363.382

KBBI. 2016-2020. Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI

Kurdi, M. (2018). Analysis and Business Development Strategy Agroindustry Herbal. Agricultural Science, 2(1), 45-56.

Kurdi, M. (2022). Strategi pemasaran semen merah putih untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada cv. Adicandra sumekar kabupaten sumenep. Journal of Social Sustainability Management, 3(1), 32-39.

Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE. Jurnal Sains Sosio Humaniora, 4(2), 569-575.

Pardede, E. Y. R., & Simanjuntak, M. (2022). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design

- Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 119-113.
- Pearce II, John A. & Robinson, Richard B. Jr, 2013, *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi 12 buku 1
- Permana, E., & Herlan, H. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Di Sentra Ukm Fashion Bulak Timur, Kota Depok. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 11(1), 20-35.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI.
- Rendy Indra Susanto. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada PT. Patrinsaka. *Agora Vol. 5, No. 1*, (2017)
- Wibowo, S. S. A., Handayani, Y., & Lestari, A. R. (2017). Strategi bersaing perusahaan dan kinerja perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 143-151.

PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT PADA PABRIK KRIPIK SINGKONG SUMENEP

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unib.ac.id Internet Source	3%
2	interoperabilitas.perpusnas.go.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	repository.fisip-untirta.ac.id Internet Source	1%
5	es.scribd.com Internet Source	1%
6	pasca-umi.ac.id Internet Source	1%
7	adoc.tips Internet Source	1%
8	vianisilv.wordpress.com Internet Source	1%
9	digilib.uns.ac.id Internet Source	1%

10	wzcmumbai.com Internet Source	1 %
11	ap2ikomwiljatim.wordpress.com Internet Source	<1 %
12	jurnal.umt.ac.id Internet Source	<1 %
13	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
14	vdocuments.site Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 15 words

Exclude bibliography On