



---

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI  
ANALISIS (SWOT) PADA USAHA RUMAHAN KERUPUK KIPAS DI  
DESA LABUHAN KECAMATAN SRESEH**

Iqbal Halim  
Pendidikan Ekonomi  
STKIP PGRI Bangkalan  
[Ballimpong16@gmail.com](mailto:Ballimpong16@gmail.com)

**ABSTRAK**

Halim, Iqbal. 2022. *Analisis Strategi Pengembangan Produk Melalui Analisis (SWOT) Pada Usaha Rumahan Kerupuk Kipas Di Desa Labuhan Kecamatan Sreseh*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi. STKIP PGRI Bangkalan. Pembimbing: (1) Dr, Manah Tarman, M,Si, dan (2) Drs, Subandy Widjaya, M,Pd.

Kata-Kata Kunci: Strategi Pengembangan, SWOT

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui profil kecil industri dan menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri kecil kerupuk kipas yang ada di desa Labuhan. Penelitian ini akan membahas permasalahan yang akan diselesaikan dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada di lapangan. Dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan kepada para pelaku usaha industri rumahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, usaha rumahan kerupuk kipas labuhan berada dalam keadaan yang cukup baik dalam tingkat kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan baik dan meminimalisir kelemahan. dan hal ini dapat dijadikan acuan bagi pengusaha dalam menetapkan kebijakan baru mengembangkan usaha kerupuk kipas Labuhan

**ABSTRACT**

Halim, Iqbal. 2022. *Analysis of Product Development Strategy Through Analysis (SWOT) on Fan Crackers Home Business in Labuhan Village, Sreseh District*. Thesis. Economic Education Study Program. STKIP PGRI Bangkalan. Advisors: (1) Dr, Manah Tarman, M,Si, and (2) Drs, Subandy Widjaya, M,Pd.

Keywords: Development Strategy, SWOT

*This study was made to determine the profile of small industries and analyze the appropriate development strategy to be applied to the small fan cracker industry in Labuhan village. This study will discuss the problems that will be solved using SWOT analysis to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the Labuhan fan cracker home business.*

*The method used in this research is descriptive qualitative research. This study seeks to collect facts in the field. The data collection techniques carried out by researchers are observation, interviews, and documentation. Interviews were conducted with domestic industry entrepreneurs.*

*The results of the study indicate that the port-based fan cracker home business is in a fairly good condition in terms of strength so that it can take advantage of existing opportunities and minimize weaknesses. and this can be used as a reference for entrepreneurs in setting new policies to develop the Labuhan fan cracker business.*

**PENDAHULUAN**

**LATAR BELAKANG**

Industri kecil merupakan kegiatan industri yang mampu memperluas lapangan kerja dan berperan dalam proses peningkatan pendapatan masyarakat, bahkan dimasa krisis industri kecil dikenal mampu bertahan dalam pertumbuhan ekonomi. Industri kecil memiliki peran yang strategis dalam perekonomian nasional, hal itu terlihat dalam kontribusi yang cukup signifikan dalam menyediakan lapangan kerja dan lapangan usaha.

Industri kecil juga merupakan suatu unit usaha yang banyak di kelola oleh masyarakat dan tersebar hampir ke berbagai plosok tanah air, (KOMPAS.com 2019). Industri kecil dalam strategi pengembangan produk pada usaha rumahan kerupuk kipas di desa Labuhan salah satunya suatu usaha rumahan kerupuk kipas yang dijalankan oleh ibu rumah tangga di desa Labuhan untuk memenuhi kebutuhan hidup pesisir.



Produk menurut Saidi dalam (Siti Mukarromah, 2018) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Setelah penjelasan di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa produk mencakup apa saja yang biasa dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan. Produk menjadi salah satu faktor penting dalam bidang pemasaran. Produk dalam strategi usaha rumahan kerupuk kipas di desa Labuhan merupakan produk rumahan buatan sendiri yang dikelola sedemikian bentuk rasa.

Strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah” (Siregar, 2018). Berdasarkan penjelasan di atas strategi merupakan suatu kunci yang dipakai dalam memenejemen suatu kinerja yang melibatkan sumber daya yang sangat penting.

Pengembangan Strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah” (Siregar, 2018). Pengembangan produk usaha rumahan kerupuk kipas di desa Labuhan perlu dikembangkan lagi dari produk dan juga strategi pemasaran agar ada pengembangan kedepannya.

Usaha kecil aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap oleh perusahaan. usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d 99 orang. Usaha rumahan kerupuk kipas di desa labuhan dalam proses produksi dikelola 2- 4 orang dalam pengerjaannya dilakukan dirumah dan di pasarkan dirumah.

Saat ini kerupuk kipas sangat digemari oleh masyarakat. Konsumsi masyarakat akan kerupuk kipas dalam berbagai cara dan selera telah membuktikan bahwa kerupuk kipas telah memasyarakat, konsumen kerupuk kipas tidak hanya dikalangan ekonomi menengah kebawah, tapi juga kalangan ekonomi menengah keatas. Jadi dapat dikatakan kerupuk kipas dikonsumsi oleh berbagai kalangan dan berbagai lapisan masyarakat. Kerupuk kipas umumnya banyak dikonsumsi sebagai makanan pelengkap seperti digunakan dalam masakan soto, rujak, dan sebagai pendamping semua makanan. Namun pada umumnya pengonsumsi krupuk kipas mayoritas masih masyarakat sekitar Sreseh. Karena strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha rumahan krupuk kipas saat ini masih kurang, dengan promosi yang dilakukan hanya mulut ke mulut dan jangkauan pemasaran yang masih terbatas, modal yang digunakan terbatas dan pengusaha ruumahan kerupuk kipas adalah orang-orang tua yang masih minim memahami teknologi, hal ini membuat penjualan kerupuk kipas tidak stabil.

Perkembangan usaha rumahan kerupuk kipas dalam proses produksi mengalami pasang surut bisa disebut musiman karena usaha ini meningkat dan banyak konsumen yang berminat seperti di hari raya besar dan dan hari-hari besar lainnya dan dengan ini penulis menggunakan pengembangan analisis (SWOT) dan hal ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian karena penulis ingin **Menganalisis Strategi Pengembangan Produk Melalui Analisis (SWOT) Pada Usaha Rumahan Kerupuk Kipas Di Desa Labuhan Kecamatan Sreseh.**

### **Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana Profil industri kecil Krupuk kipas di Desa Labuhan Kecamatan Sreseh?
- 2) Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri Krupuk kipas baik dilihat dari kekuatan dan kelemahannya atau peluang dan ancamannya?

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Mengetahui gambaran industri kecil kerupuk kipas di Desa Labuhan Kecamatan Sreseh.
2. Menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri kecil kerupuk kipas di Desa Labuhan Kecamatan Sreseh.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

### **Manfaat Teoritis**

1. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca pada khususnya bidang pemberdayaan industri kecil menengah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan strategi pemberdayaan industri kecil.



3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan STKIP PGRI Bangkalan.

#### **Manfaat secara praktis**

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan pemberdayaan industri kecil untuk meningkatkan perkembangan usaha, serta meningkatkan pemberdayaan industri kecil.
2. Bagi Pemerintah Kabupaten Sampang, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga lembaga yang terkait pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan perkembangan industri kecil.

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Strategi Pengembangan**

Strategi pengembangan adalah tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004) dalam Afridhal (2017:2).

#### **Industri Rumahan**

Pengertian Industri Rumahan (*home industry*) Menurut Sumoatmojo industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi (*manufacturing industry*). Industri rumahan daur ulang terpal termasuk industri yang mengolah bahan setengah jadi (karena rusak/*second*) untuk dijadikan barang jadi kembali, pengerjaannya dilakukan di lingkungan rumah yang memiliki industri rumahan ini. Sehingga dapat disebut sebagai industri rumahan (*home industry*) dalam arti industri rumah tangga yang dimiliki oleh keluarga dan dikerjakan di rumah sendiri. Industri rumah tangga (*home industry*), menggunakan tenaga kerja 1-4 orang.

#### **Produk**

Pengertian produk Produk merupakan suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*).

#### **Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)**

Rangkuti (2016:19-20) Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Berdasarkan dari jenis permasalahan dan juga tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, atau *setting* sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Arti dalam penulisannya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dari pada angka. Dalam penulisan laporan penelitian kualitatif berisi kutipan kutipan data (fakta) yang diungkap dilapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya Albi & Johan (2018:11). Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai Strategi pengembangan melalui analisis *strength weakness opportunity threat (SWOT)* pada Usaha rumahan



kerupuk kipas Labuhan secara mendalam. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian “strategi pengembangan melalui analisis strength weakness opportunity threat (SWOT) pada usaha rumahan kerupuk kipas” dilakukan di Desa Labuhan, Kecamatan Sreseh, Kabupaten Sampang.

### **Informan Penelitian**

Informan penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi dalam penelitian yang dilakukan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kerupuk kipas itu sendiri yang akan diwawancarai seputar penelitian yang dibutuhkan penulis.

### **Jenis Data**

#### **Data Primer**

Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisioner (daftar pertanyaan). Situmorang (2010:1). Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berdasarkan fokus mengenai strategi pengembangan melalui analisis strength weakness opportunity threat (SWOT) pada usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan, maka peneliti menentukan sumber data yang didapat dari penelitian ini berasal dari narasumber penelitian melalui wawancara langsung dan observasi langsung di Desa Labuhan Sreseh.

### **Metode Pengumpulan Data**

#### 1. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun kelapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi di Desa Labuhan Kecamatan Sreseh Kabupaten Sampang. Objek dalam observasi ini tidak terbatas kepada orang, melainkan juga bisa berupa objek-objek lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

#### 2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Karena menyangkut data maka wawancara salah satu elemen penting dalam proses penelitian. Wawancara dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi dari responden secara bertanya langsung bertatap muka. Adapun metode wawancara penelitian ini ditujukan untuk menggali data terkait strategi pengembangan melalui analisis *strength, weakness, opportunity, threat* (SWOT) pada Usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan, dalam hal ini informan yang akan dituju adalah pemilik industri rumahan yang sudah berdiri lebih dari 5 tahun, pemerintah kecamatan dan pemerintah desa. Wawancara terlampir.

#### 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang bertujuan untuk melengkapi serta memperkuat bukti dari wawancara dan observasi yang dilakukan untuk meneliti sesuatu yang berkaitan dengan Strategi pengembangan melalui analisis strength weakness opportunity threat (SWOT) pada usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan. Dokumentasi bisa berupa gambar, foto, video, rekaman suara maupun catatan lama yang berhubungan dengan penelitian ini. Seperti yang dikemukakan Moeloeng (2018:216) bahwa dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber lain, dimana sumber tersebut terdiri dari rekaman dan dokumentasi.

### **Keabsahan Data**

Helaluddin & hengki (2019: 103) Keabsahan data dapat dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi data adalah pengecekan data dengan cara pengecekan atau pemeriksaan ulang. Dalam istilah sehari hari, dan triangulasi.

### **Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisis permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif yakni dengan mendeskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha kerupuk kipas Labuhan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian

---



yang menggambarkan bagaimana keadaan, gejala, dan persoalan di suatu daerah dan selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan, dalam penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan. Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari penguaha untuk menganalisis kondisi usahanya, selanjutnya merumuskan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif taktik.

**Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)**

IFAS dan EFAS dapat membantu untuk mengatur faktor-faktor strategi kedalam kategori-kategori kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penggunaan bentuk IFAS dan EFAS melibatkan langkah-langkah berikut: Rangkuti (2016:27-28)

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.)
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor). berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata Industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata Industri, Aaytag Reberadaan emah nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3. untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4 Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini. menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

**Tabel 3.1  
(IFAS)**

No	INDIKATOR INTERNAL	PENILAIAN KONDISI SAAT INI						URGENSI PENANGANAN			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
<b>KEKUATAN</b>											
	1										
	2										
	3										
<b>KELEMAHAN</b>											
	1										
	2										
	3										



Tabel 3.2  
(EFAS)

No	INDIKATOR EKTERNAL	PENILAIAN KONDISI SAAT INI						URGENSI PENANGANAN			
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4
<b>PELUANG</b>											
1											
2											
3											
<b>ANCAMAN</b>											
1											
2											
3											

**Matriks SWOT.**

Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pengusaha. Matriks swot akan menghasilkan empat jenis strategi, seperti disajikan:

Faktor-faktor eksternal	Faktor-faktor internal	Kekuatan (S) Tentukan kekuatan faktor-faktor internal	Kelemahan (W) Tentukan kelemahan faktor-faktor internal
	Peluang (O) Tentukan peluang eksternal	Strategi (SO) membuat strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Membuat strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Ancaman (T) Tentukan ancaman eksternal	faktor-faktor internal	Strategi (ST) Membuat strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Membuat strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Keterangan:

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar mungkin.

2. Strategi ST

Strategi ini dibuat menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO



Strategi ini digunakan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat refensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta menghindari ancaman yang ada.

**HASIL PENELITIAN**

**Hasil Wawancara**

Karakteristik responden yang dilaksanakan di desa Labuhan Sreseh yang berupa observasi dan wawancara. Pertemuan antar satu orang dengan orang lainnya yang bertujuan mencari informasi dengan tanya jawab. Hal ini dilakukan pada enam orang informan yang sudah terpilih dan masuk spesifikasi peneliti untuk diwawancarai.

Berikut data dari 6 responden pengusaha Rumahan kerupuk kipas tersebut :

**Tabel 4.1** Profil Responden

NO	NAMA	ALAMAT	UMUR	PENDIDIKAN TERAKHIR	LAMA USAHA BERDIRI
1	Siti Jannah	Labuhan Tengah	55 Th	Sekolah Dasar	16 Th
2	Rukayah	Cokgunung Labuhan	50 Th	Sekolah Dasar	18 Th
3	Hj Sofiah	Labuhan Timur	60 Th	Sekolah Dasar	13 Th
4	Hj. Masruroh	Labuhan Barat	49 Th	SMP	10 Th
5	Nur Hayati	Labuhan Timur	52 Th	Sekolah Dasar	15 Th
6	Muslimah	Labuhan Tengah	55 Th	Sekolah Dasar	13 Th

Dikelola oleh peneliti tahun 2022

Berikut data hasil wawancara dari responden satu sampai delapan.

**Pertanyaan pemilik usaha :**

1. Apa yang melatar belakangi berdirinya usaha rumahan kerupuk kipas?

*Jawaban?*

*Responden 1:* “Yang melatar belakangi berdirinya usaha ini pada awalnya hanya mencari kerjaan sampingan sambil lalu membantu perekonomian suami dan memanfaatkan hasil tangkapan suami.

*Responden 2:* “Waktu kecil dulu sering membantu orang tua dalam pengerjaan pembuatan kerupuk kipas dan setelah orang tua meninggal saya pun berinisiatif untuk melanjutkan usaha ini.

*Responden 3:* “Sebelum saya memulai usaha ini saya bantu-bantu sodara dan berkat dukungan dari sodara saya akhirnya mencoba mendirikan usaha sendiri.

*Responden 4:* “Untuk menambah penghasilan suaminya dan memanfaatkan hasil tangkapan ikan yang Kecil atau tidak masuk timbangan jadi saya olah untuk dibuat kerupuk saja.

*Responden 5:* “Dari kecil saya sudah terbiasa membantu ibu membuatnya jadi ketika saya sudah berkeluarga dan menetap disini dan saat itu saya mulai membuatnya sendiri sebab suami saya nelayan jadi bahan baku dari hasil tangkapan suami.

*Responden 6:* “Awalnya ibu saya yang membuat kerupuk kipas ini saya belajar banyak dari ibu untuk pengolahannya dan sekarang saya dipasrahkan untuk melanjutkannya.

2. Berapa penghasilan yang didapat dalam sekali produksi?

*Jawaban!*

*Responden 1:* “Kurang lebih 6/7 ratus ribu karna saya hanya memproduksi sedikit.

*Responden 2:* “Kurang lebih 6/7 ratus ribu karna saya hanya memproduksi sedikit.

*Responden 3:* “Untuk penghasilan yang saya dapat kurang lebih sekitar satu juta dua ratus an.

*Responden 4:* “Untung Yang saya dapat sekitar 600 an ribu rupiah.

*Responden 5:* “Penghasilan yang saya dapat cuman sedikit sebab saya tidak membuatnya begitu banyak sekitar 400 an ribu rupiah.

*Responden 6:* “Ya tidak menentu sebab saya membuat ketika ada waktu lowong saja jadi untuk penghasilannya sendiri kadang 400 sampai 500 an.



3. Bagaimana strategi Promosi yang diterapkan usaha rumahan kerupuk kipas untuk menarik konsumen?

*Jawaban!*

*Responden 1:* “Saya hanya langsung menjual atau menyeter ke toko-toko dan pasar.

*Resnponden 2:* “Ke toko-toko terdekat, pasar dan orang-orang yang membeli langsung kesini atau pesan dan ada konsumen tetap juga, kadang keluar kota.

*Responden 3:* “Ke toko-toko terdekat, pasar dan orang-orang yang membeli langsung kesini atau pemborong.

*Responden 4:* “Dijual sendiri atau langsung dan disetorkan ke toko-toko terdekat saja.

*Responden 5:* “Ke toko terdekat yang bisa dititipkan kadang ke pemborong di hari-hari tertentu.

*Responden 6:* “Saya jual sendiri dirumah sebagian dititipkan ke toko terdekat dan pasar.

4. Bagaimana strategi harga yang diterapkan usaha rumahan kerupuk kipas untuk menarik konsumen?

*Jawaban!*

*Responden 1:* “Saya menjual dengan harga sesuai pasaran yaitu 8000 rupiah perbungkusnya.

*Responden 2:* “Menjual dengan harga yang relatif murah 8000 rupiah dan untuk pemborong yang akan dijual kembali saya kasih harga yang lebih murah.

*Responden 3:* “Saya menjualnya dengan harga sesuai pasaran kecuali bahan baku susah atau naik baru ada kenaikan sedikit dari harga sebelumnya.

*Responden 4:* “Saya menjualnya harga murah kalo mahal siapa yang mau membelinya.

*Responden 5:* “Harga 8000 sesuai dengan yang lain dan kualitas tetap sama.

*Responden 6:* “Dengan menjual harga yang murah namun kualitas tetap.

**Pertanyaan tentang SWOT :**

1. Apa saja yang menjadi kekuatan dari usaha rumahan kerupuk kipas labuhan?

*Jawaban!*

*Respondent 1:* “Bahan bakunya gampang dan berkualitas, saya tidak menggunakan pengawet, harganya murah, rasanya enak, lahan produksi yang luas.

*Responden 2:* “Bahan baku gampang dicari, tanpa menggunakan pengawet, harga relatif murah dan lahan tempat produksi luas.

*Responden 3:* “Bahan bakunya gampang dan berkualitas, saya tidak menggunakan pengawet, harganya murah, rasanya enak, lahan saya lebar untuk produksi.

*Responden 4:* “Untuk bahan baku gampang dan murah untuk dibeli, harga jualnya pun murah.

*Responden 5:* “Pengolahannya yang tidak begitu rumit serta bahan baku yang murah dan gampang didapat dan tanpa bahan pengawet.

*Responden 6:* “Terutama bahan bakunya mudah didapat, harga yang murah dan tempat yang luas buat produksi.

2. Apa yang menjadi kelemahan di usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan?

*Jawaban!*

*Respondent 1:* “Tidak tau cara mempromosikannya yang tepat dan keterbatasan modal.

*Responden 2:* “Saya kekurangan tenaga kerja, dan usaha saya belum memiliki izin resmi.

*Responden 3:* “usaha saya tidak memiliki izin, saya tidak tau mempromosikan usaha saya.

*Responden 4:* “Tidak paham dengan pemasaran yang bagus jadi saya hanya sederhana saja.

*Responden 5:* “Kurang peminat tentang mempromosikannya yang baik seperti apa.

*Responden 6:* “Tidak tau cara mempromosikannya jadi saya lakukan setaunya saja.

3. Apa saja yang menjadi peluang usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan?

*Jawaban!*

*Responden 1:* “Ketika bulan-bulan tertentu banyak permintaan kerupuk kipas dan toko sekitar sini mau dititipkan kerupuk saya untuk dijual.

*Resnponden 2:* “Pada musim atau bulan-bulan tertentu banyak permintaan kerupuk kipas dari pembeli dan toko sekitar sini mau dititipkan kerupuk saya untuk dijual.

*Responden 3:* “Pada bulan-bulan tertentu banyak permintaan kerupuk kipas itu sendiri.

*Respondent 4:* “Pada musim tertentu banyak pesanan atau pembeli yang membeli kerupuk kipas ini.

*Responden 5:* “Untuk peluang disaat hari raya atau nikahan banyak orang membelinya.

*Responden 6:* “ Di musim-musim tertentu seperti musim nikahan dan hari raya lumayan banyak pembeli kerupuk kipas.

4. Apa saja yang menjadi ancaman usaha rumahan kerupuk kipas Labuhan?

---





Jawaban!

*Responden 1:* “Faktor cuaca yang tidak mendukung untuk melakukan penjemuran kerupuk, harga terkadang naik dan laba yang diperoleh semakin sedikit.

*Responden 2:* “Kenaikan harga bahan baku dan faktor cuaca yang kadang berubah-ubah juga menjadi faktor ancaman.

*Responden 3:* “Jika hujan saya tidak bisa menjemur kerupuk, harga bahan baku terkadang naik dan laba yang diperoleh semakin sedikit.

*Responden 4:* “Dimusim penghujan kadang cuaca tidak bagus jadi susah untuk menjemur.

*Responden 5:* “Faktor cuaca dan kadang kalau angin timur itu nelayan tidak mencari ikan jadi bahan baku sedikit susah.

*Responden 6:* “Kalau cuacanya kurang bagus kerupuk tidak dapat dijemur kadang bahan baku sedikit.

### **Strategi Pengembangan Usaha kerupuk Kipas Labuhan**

Dari hasil penelitian dan wawancara yang peneliti lakukan dengan para pengusaha rumah kerupuk kipas Labuhan, yang sudah lama menggeluti usaha skala kecil ini, peneliti merangkum bahwa strategi pengembangan usaha yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah dengan memproduksi kerupuk kipas Labuhan yang berkualitas, menjual dengan harga yang murah, meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang pas serta dengan mengembangkan strategi pemasarannya, dimana sekarang banyak sekali makanan modern yang langsung terkenal dan laris manis sejak pertama kali dimunculkan. Kerupuk kipas Labuhan ini merupakan makanan tradisional yang harus kita kembangkan untuk dapat bersaing dengan makanan modern di industri kuliner.

### **Strategi Produk**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada bisnis termasuk usaha rumah kerupuk kipas Labuhan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, perlu mengadakan beberapa upaya dan usaha penyempurnaan serta perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Produk yang dipasarkan dapat dilihat oleh konsumen dari segi kemasan, pemanfaatan atau pemakaiannya, maka dalam kebijakan dan strategi produk perlu ditentukan sifat-sifat atau unsur-unsur penonjolan dari suatu produk yang sesuai dengan keinginan para konsumennya. Kerupuk kipas Labuhan di Desa Labuhan terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas. Karena bahan utama yang digunakan mempunyai kualitas yang baik sehingga menghasilkan kerupuk kipas yang gurih dan enak, kerupuk kipas Labuhan memiliki variasi warna dengan corak merah di pinggirnya.

### **Strategi Harga**

Strategi harga adalah strategi utama yang diterapkan dalam pemasaran produk Kerupuk kipas Labuhan Sreseh. Harga sebuah produk merupakan faktor kunci dalam keputusan pembelian. Harga produk kerupuk kipas Labuhan Sreseh sangat mempengaruhi penjualan maupun laba. Jika harga terlalu mahal, maka penjualan dan laba akan mendapatkan kesulitan. Harga produk kerupuk kipas Labuhan Sreseh dapat mengukur seberapa banyak uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan kerupuk kipas Labuhan Labuhan. Dalam menetapkan harga jual produknya tergantung pada persaingan di pasar. Strategi lain yang diterapkan oleh pengusaha rumah kerupuk kipas Labuhan Sreseh berkaitan dengan harga yaitu menjual dengan harga yang relatif murah karena kebanyakan pelanggan dari Usaha rumah kerupuk kipas Labuhan Sreseh merupakan pemborong yang menjual kembali kerupuk kipas Labuhan Sresehnya.

### **Strategi Promosi**

Promosi merupakan kegiatan dengan tujuan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada masyarakat dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dalam mempromosikan produknya, pengusaha kerupuk kipas Labuhan Sreseh memilih beberapa alternatif berikut:

1. Sistem (*door to door*) yakni sistem promosi langsung bertatap muka dengan calon pelanggan.
2. Sistem mulut ke mulut (*mouth to mouth*) yakni sistem promosi dengan mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada pelanggan baru tentang kerupuk kipas Labuhan Sreseh.

### **Strategi tempat**

Dalam menentukan pilihan tempat usaha, kerupuk kipas Labuhan Sreseh menentukan tempat strategis yaitu tempat yang ada halaman yang luas untuk menjemur kerupuk kipas Labuhan tersebut. Letak usaha rumah kerupuk kipas Labuhan Sreseh juga tidak jauh dari pasar sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh pelanggan. Selain tempat yang strategis, Usaha rumah kerupuk kipas Labuhan Sreseh juga didukung dengan sarana dan prasarana yang cukup memadai untuk mendukung kegiatan produksi kerupuk kipas Labuhan Sreseh.

### **Analisis SWOT strategi Pengembangan kerupuk kipas Labuhan Sreseh**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan



peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Data yang diambil dari penulisan skripsi ini adalah data primer berupa data-data masyarakat dengan berbagai personal yang terkait dalam strategi pengembangan kerupuk kipas Labuhan Sreseh. Untuk dapat mengetahui pangsa pasar yang sedang dihadapi saat ini dan lebih jauh mengenai bagaimana analisis terhadap strategi kerupuk kipas Labuhan Sreseh dalam meningkatkan pemasarannya. Maka peneliti akan menyajikan data-data yang peneliti peroleh mengenai lingkungan usaha baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa strategi dalam mengembangkan produk Kerupuk kipas Labuhan desa Labuhan kecamatan Sreseh kabupaten Sampang yang baik adalah dengan menggunakan strategi SO, WO, ST, dan WT, seperti penjelasan di bawah ini.

1. Strategi SO (membuat strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang pada kerupuk kipas Labuhan) pengusaha rumahan membuat kerupuk kipas Labuhan lebih banyak untuk dijual di toko-toko sekitar, dapat memenuhi permintaan pasar.
2. Pengusaha rumahan kerupuk kipas Labuhan harus tetap mempertahankan rasa yang sangat khas yang dimiliki kerupuk kipas Labuhan, tidak menggunakan pengawet dan sebisa mungkin harganya tetap stabil serta dapat memenuhi permintaan pemborong dibulan-bulan tertentu.
3. Pengusaha rumahan membuat kerupuk kipas Labuhan yang bervariasi untuk mengembangkan produknya.
4. Strategi WO (Membuat strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan)
  - a. Memanfaatkan toko sekitar, permintaan pasar yang meningkat dan peningkatan jumlah pemborong untuk meningkatkan laba agar dapat menambah modal.
  - b. Meningkatkan strategi yang selama ini sederhana untuk lebih menarik agar tingkat daya beli masyarakat meningkat. Memulai untuk membuat strategi yang jelas agar dapat mengembangkan usahanya sehingga dapat meningkatkan permintaan jumlah pemborong.
  - c. Strategi ST (Membuat strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)
    - 1) karena bahan baku kerupuk kipas Labuhan gampang di dapat jadi lebih baik memproduksi kerupuk kipas Labuhan lebih banyak supaya ketika hujan tidak menjadi ancaman.
    - 2) menjual dengan harga yang murah meskipun bahan baku sedang naik supaya permintaan tetap stabil
    - 3) Bekerja sama dengan pemerintah untuk mengurus izin usaha.
  - d. Strategi WT (Membuat strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)
    - 1) Meningkatkan promosi dan strategi pemasaran supaya bisa lebih berkembang dan lebih dikenal oleh masyarakat.
    - 2) Pengusaha rumahan kerupuk kipas Labuhan sebaiknya mengurus perizinan usaha agar usaha bisa lebih berkembang
    - 3) tetap menjaga kualitas dengan rasa yang khas dan tanpa menggunakan pengawet untuk meningkatkan penjualan dan menjaga kesehatan konsumen.

### **Saran**

Untuk mengembangkan produk Kerupuk kipas Labuhan sebaiknya menggunakan cara pemasaran menggunakan online karena memang sekarang zamannya serba online, pemilik usaha alangkah baiknya mendaftarkan dan mengurus surat izin usaha kerupuk kipas agar dapat menjual ke wilayah yang lebih luas, dan menempelkan stiker label agar lebih menarik. supaya menarik pelanggan lebih banyak dengan mempertahankan kualitas produk dan harga yang murah.

Dan untuk pemilik usaha rumahan kerupuk kipas labuhan baiknya melakukan kordinasi terhadap pemerintah desa, dengan begitu pemerintah desa akan memberikan dukungan serta bantuan berupa permodalan, alat alat produksi, dan memfasilitasi dalam perizinan agar Kerupuk kipas Labuhan semakin berkembang luas, karena peran pemerintah juga sangat dibutuhkan untuk perkembangan Kerupuk kipas Labuhan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggito, Albi dan Setiawan, Johan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: CV Jejak.
- Arief, Mohammad. 2017. Development Strategy for SMES in Madura Island based on Environmental Analysis. International Business Management
- Budiman, I., dkk. (2018). Developing Business Strategies Using SWOT Analysis in A Color Crackers Industry. *Journal of Physics: Conf. Series 1007 (2018) 012023*
- Fattah, Mochammad dan Purwanti, Pudji. 2017. Manajemen Industri Perikanan. Malang: UB Press.
- Kotler, P dan Armstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran terjemahan, Edisi 1. Jakarta: Erlangga



- Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 94
- Mukhtar, Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif, (Jakarta: GP Press Group, 2013), h. 10-11
- Nazaruddin, Rizwan., Suryahadi., Sarma, Ma'mun. (2011). Analisis Strategi Pemasaran Peternakan Ayam CV Intan Jaya Abadi Sukabumi. *Jurnal Manajemen IKM, September (125-132) Vol. 6 No.2 ISSN 2085-8418*.
- Raharjo , Rido Insan. (2018). "Strategi pengembangan melalui analisis strength weakness opportunity threat (Swot) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi". Skripsi. FIK, Ilmu Keolahragaan, UNY, Yogyakarta
- Rangkuti,Freddy, 2016. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Rukin, 2019. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia
- Sanny, Lim., dkk. (2018). Business Strategy Selection Using SWOT Analysis with ANP and Fuzzy TOPSIS for Improving Competitive Advantage. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum. 26 (2): 1143 – 1158*
- Setyorini, Hany., Effendi, Mas'ud., Santoso, Imam., (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Volume 5 Nomor 1: 46-53*
- Sugiono, 2016. Metode Penelitian Kualitatif ,Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyarto., Sarwani. (2018). Analisis Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Daya Saing Serta Kualitas Produk dengan Integrasi Swot dan Balance Scorecard (Studi Kasus Pt. Purnamajaya Bhakti Utama). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen P-ISSN 2356-2005 E-ISSN 2598-4950*
- Yunus, Eddy, 2016. Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET