



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK SALAK PT. SALAKU CARA ENAK MAKAN SALAK DI KOTA BEKASI

DEVELOPMENT STRATEGY OF SALAK CRACKERS PT. SALAKU DELICIOUS WAYS TO EAT SALAK IN BEKASI CITY

Siti Annisa Adjanasari^{1*}, Abubakar Abubakar², Ekalia Yusiana³.

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang

¹*email: 1910631200019@student.unsika.ac.id

²abubakar@faperta.unsika.ac.id

³ekalia.yusiana@faperta.unsika.ac.id

*Penulis Korespondensi: 1910631200019@student.unsika.ac.id

ABSTRAK

PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah brand lokal yang fokus mengolah buah salak menjadi makanan dan minuman kemasan sejak tahun 2016. PT. Salaku Cara Enak Makan Salak memiliki beberapa permasalahan dalam pengembangan usahanya. Tujuan penelitian ini untuk: (1) mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha Kerupuk Salak. (2) merumuskan strategi alternatif dalam upaya mengembangkan usaha Kerupuk Salak. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dan kualitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 13 responden yang diambil dengan teknik purposive sampling. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan: faktor kekuatan utama yang dimiliki PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah ketersediaan bahan baku dan sarana produksi yang memadai. faktor kelemahan yang harus diatasi adalah modal usaha yang terbatas. peluang utama yang dapat dimanfaatkan oleh PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah adanya bazar pengenalan produk pengolahan buah salak di event tertentu. faktor ancaman yang harus diatasi adalah intensitas persaingan. Terdapat 8 rumusan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Salaku Cara Enak Makan Salak diperoleh berdasarkan hasil analisis SWOT.

Kata Kunci: *Kerupuk Salak, Strategi Pengembangan, SWOT*

ABSTRACT

PT. Salaku Delicious Ways to Eat Salak is a local brand that has focused on processing salak fruit into packaged food and drinks since 2016. The purpose of this research is to: (1) identify internal and external factors that influence the development of the Salak Crackers business. (2) formulate alternative strategies in an effort to develop the Salak Crackers business. The methods used in research are quantitative and qualitative methods. The sample used in this research consisted of 13 respondents taken using purposive sampling technique. Data analysis in this study used SWOT analysis. The results of this research show: (1) the main strength factors owned by PT. Salaku The delicious way to eat salak is the availability of raw materials and adequate production facilities. (2) The weakness factor that must be overcome is limited business capital. (3) main opportunities that can be exploited by PT. Salaku A delicious way to eat salak is a bazaar introducing salak processing products at certain events. (4) The threat factor that must be overcome is the intensity of competition. there are 8 formulations of alternative strategies that can be implemented by PT. Salaku How to Eat Delicious Salak obtained based on the results of the SWOT analysis.

Keywords: *Salak Crackers, Development Strategy, SWOT.*

PENDAHULUAN

Komoditas pertanian adalah komoditas yang mudah rusak apabila tidak langsung dikonsumsi, diperlukan proses pengolahan lebih lanjut. Dengan proses pengolahan lebih lanjut akan memberikan nilai tambah terhadap komoditas tersebut. Disamping itu selain adanya kegiatan pengolahan lebih lanjut terhadap produk pertanian, maka kegiatan perekonomian akan berkembang. Hal tersebut ditunjukkan dengan Usaha Kecil Menengah (UKM), yang mampu mengakomodasi keberadaan sumber daya manusia. Salah satu kegiatan usaha pengolahan lebih lanjut komoditas pertanian ialah menjadikan sebagai makanan atau kuliner (Harahap, 2019)

Triastuti & Priyanti (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa salah satu produk pertanian yang bisa ditingkatkan nilai tambahnya adalah buah salak. Salak merupakan komoditas yang dapat dipanen sepanjang tahun. Buah salak adalah produk yang menguntungkan karena mudah untuk dibudidayakan dan mudah dipasarkan. Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai perkebunan salak cukup luas. Dengan demikian Indonesia memiliki peluang sebagai negara produsen salak yang baik. Produksi buah salak cukup melimpah tetapi salak mudah mengalami kebusukkan, hal ini tentu menjadi masalah tersendiri bagi masyarakat. Diperlukan penanganan lebih lanjut agar salak tidak sampai dibuang percuma yakni melalui kegiatan pengolahan hasil komoditas salak menjadi produk olahan makanan. Pengolahan buah salak ini bertujuan agar daya tahannya lebih lama dan awet. Selama ini untuk buah salak segar biasanya hanya bisa bertahan dan dapat disimpan selama kira-kira 3-7 hari saja.

PT. Salaku Cara Enak Makan Salak merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Dengan olahan makanan berbahan dasar salak yang mulai cukup dikenal oleh masyarakat Bekasi dan sekitarnya. Berdasarkan dari survei lokasi, pemilik dari PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah Ibu Shelly. Ia merintis usahanya dari nol dengan modal sendiri yang ia miliki pada saat itu. PT. Salaku Cara Enak Makan Salak melihat peluang yang cukup menjanjikan karena belum ada pesaing dalam usaha makanan olahan buah salak di Bekasi. PT. Salaku Cara Enak Makan Salak sendiri memasok buah salak dari Kabupaten Bekasi yang merupakan salah satu sentra penghasil buah salak di Bekasi. Berdasarkan data dari Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian (Diskominfo) Kota Bekasi (2020) PT. Salaku Cara Enak Makan Salak merupakan salah satu dari 150 bisnis kuliner Bekasi yang bersertifikat halal.

Berbagai hasil makanan dan minuman yang dihasilkan dari produk olahan buah salak di PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah Brownlak (Brownies Salak), Bopislak (Bolu Lapis Salak), Cooklak (Cookies Salak), Pielak (Pie Salak), Sinlak (Asinan Salak), Keruplak (kerupuk salak), Sambalak (Sambal Ebi Salak), Teh kulit salak dan Kopi biji salak. Salah satu produk unggulan PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yang ingin lebih dikembangkan adalah Keruplak (kerupuk salak) dengan karakter rasa gurih dan renyah. Tersedia dalam 2 varian rasa original dan pedas yang berharga Rp. 15.000/50gr. Kerupuk hasil inovasi olahan dengan tepung bebas gluten berpadu dengan olahan salak dan bumbu khas Indonesia yang membuat karakter rasa Keruplak (Kerupuk Salak) unik dan khas. Berdasarkan survei peneliti menemukan permasalahan yang dihadapi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah pemasaran yang dilakukan masih belum optimal karena PT. Salaku Cara Enak Makan Salak berfokus pada pemasaran bazaar dan pameran menurut ibu Shelly dengan mengikuti berbagai bazaar dan pameran bisa mengetahui respon konsumen secara langsung, ketidaktahuan masyarakat terkait produk olahan buah salak banyak masyarakat yang masih awam dengan produk olahan buah salak, terutama kerupuk salak. Permasalahan lain yaitu sumber daya manusia yang digunakan terbatas karena masih dalam ruang lingkup keluarga.

Berdasarkan beberapa permasalahan tersebut membuat peneliti merasa perlu melakukan penelitian lebih dalam untuk mengembangkan usaha pengolahan kerupuk salak, mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usahanya. Tujuan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha Kerupuk Salak pada PT. Salaku Cara Enak Makan Salak dan menganalisis alternatif strategi pengembangan usaha Kerupuk Salak yang dapat diterapkan pada PT. Salaku Cara Enak Makan Salak.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan (Sugiyono, 2019). Kriteria untuk sampel dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli produk PT. Salaku Cara Enak Makan Salak dan dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Sampel yang digunakan dalam

penelitian ini berjumlah 13 orang. Metode pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Proses yang dilakukan dalam penelitian adalah pengumpulan data tentang faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan matriks IFE dan EFE, matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum

PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah brand lokal yang fokus dan konsisten mengolah salak sejak tahun 2016. Pelopor olahan serba salak pertama yang berbasis zero waste dengan varian terlengkap. PT. Salaku Cara Enak Makan Salak mengolah salak menjadi aneka makanan dan minuman kemasan yang mengutamakan rasa yang enak dan komposisi bahan baku terbaik. Ibu Shelly adalah pemilik PT. Salaku cara Enak Makan Salak yang merintis usahanya dengan tabungan yang ia miliki pada saat itu. Berawal dari melihat banyak orang enggan mengonsumsi salak karena memiliki kulit yang kasar dan tajam sehingga malas mengupasnya. PT. Salaku Cara Enak Makan Salak menjadi salah satu solusi bagi penyuka buah salak yang dikemas dalam bentuk lain.

Salaku memulai promosinya menggunakan media sosial seperti Facebook, targetnya adalah menjangkau rekan-rekan Shelly. Tak disangka, perkembangannya cukup pesat, produk olahan salaku kini sudah sampai di beberapa kota besar seperti Jabodetabek, Bali, Yogyakarta, Pontianak bahkan beberapa hingga ke luar negeri. Selain itu salak juga memiliki 7 kandungan yang bermanfaat karena termasuk dalam jenis tanaman palma yang secara fungsional semua bagiannya memiliki manfaat. Mulai dari masalah pencernaan sehingga dapat mencegah kanker, semua dapat diobati dengan khasiat dari buah salak.

b. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) adalah perangkat untuk meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam suatu perusahaan. Data yang diperlukan untuk matriks ini dapat didapatkan dengan melihat kinerja dari aspek fungsional perusahaan seperti manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, dan pengembangan perusahaan.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Matriks IFE PT. Salaku Cara Enak Makan Salak

No.	Faktor Strategi Internal	Rata-rata		
		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Pengawasan dan keamanan efektif	0,20	3,38	0,68
2.	Ketersediaan bahan baku dan sarana produksi yang memadai	0,20	3,54	0,71
3.	Lokasi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak dekat dengan perkotaan	0,20	3,54	0,71
Total Skor Kekuatan				2,09
Kelemahan				
1.	Varian rasa Keruplak yang masih sedikit	0,10	1,77	0,18
2.	Keterbatasan SDM	0,09	1,54	0,14
3.	Kurangnya promosi di media sosial	0,10	1,77	0,18
4.	Modal usaha terbatas	0,11	1,85	0,20
Total Bobot		1,00		
Total Skor Kelemahan				0,70
Total skor IFE				2,79

Sumber: Data primer diolah, 2023

Nilai total skor yang diperoleh dari matriks IFE sebesar 2,79. Menurut David (2016) posisi nilai tersebut berada di atas rata-rata 2,50. Kondisi tersebut menunjukkan secara internal posisi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak saat ini mampu dalam memanfaatkan kekuatan dan berupaya untuk mengatasi kelemahan yang ada dalam rencana untuk mengembangkan usahanya dan merumuskan strategi yang akan dilaksanakan. Adapun kekuatan yang merupakan kekuatan utama adalah ketersediaan bahan baku dan sarana produksi yang memadai mendapat skor sebesar 0,71.

Siti Annisa Adjanasari, Abubakar Abubakar, Ekalia Yusiana; STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK SALAK PT. SALAKU CARA ENAK MAKAN SALAK DI KOTA BEKASI) (Hal 614 – 620)

Kekuatan selanjutnya Lokasi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak dekat dengan perkotaan mendapat skor sebesar 0,71 lalu pengawasan dan keamanan mendapat skor sebesar 0,68. Faktor kelemahan yang dianggap memberikan pengaruh kepada pengembangan PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah keterbatasan SDM mendapat skor sebesar 0.14, varian rasa keruplak yang masih sedikit mendapat skor sebesar 0.18, kurangnya promosi di media sosial mendapat skor sebesar 0,20 dan modal usaha terbatas yang terbatas mendapat skor sebesar 0,20.

c. Analisis Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang berpengaruh terhadap perusahaan. Informasi yang dikumpulkan meliputi persoalan dibidang sosial-ekonomi, budaya, politik, kebijakan, hukum, teknologi dan para pesaing.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Matriks EFE PT. Salaku Cara Enak Makan Salak

No.	Faktor Strategi Eksternal	Rata-rata		
		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Potensi pasar yang besar	0,17	2,85	0,48
2.	Adanya dukungan pemerintah setempat	0,16	2,69	0,43
3.	Perkembangan teknologi	0,19	3,31	0,63
4.	Adanya bazar pengenalan produk pengolahan buah salak di event tertentu	0,20	3,54	0,71
Total Skor Peluang				1,54
Ancaman				
1.	Bermunculan produk olahan makanan dengan berbagai variasi produk	0,08	1,38	0,11
2.	Terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai produk olahan buah salak	0,10	1,69	0,17
3.	Intensitas persaingan	0,10	1,69	0,17
Total Bobot		1,00		
Total Skor Ancaman				0,45
Total Skor EFE				1,99

Sumber: Data primer diolah, 2023

Nilai total skor yang diperoleh dari matriks EFE sebesar 1,99. Menurut David (2016) posisi nilai tersebut berada di bawah rata-rata 2,50. Kondisi tersebut menunjukkan secara eksternal posisi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak saat ini masih kurang dalam memanfaatkan peluang dan berupaya untuk mengatasi ancaman yang ada. Dari penilaian tersebut, didapatkan bahwa faktor yang menjadi peluang utama yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah adanya bazar pengenalan produk pengolahan buah salak di event tertentu mendapat skor sebesar 0,71. Peluang selanjutnya perkembangan teknologi mendapat skor sebesar 0,63, potensi pasar yang besar mendapat skor sebesar 0.48 dan adanya dukungan pemerintah setempat mendapat skor sebesar 0,43. Faktor yang menjadi ancaman adalah bermunculan produk olahan makanan dengan berbagai variasi produk 0,11, intensitas persaingan mendapat skor sebesar 0,17 dan terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai produk olahan buah salak mendapat skor sebesar 0,17.

d. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Analisis matriks SWOT pada strategi pengembangan usaha PT. Salaku Cara Enak Makan Salak menghasilkan 8 (delapan) alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh pengusaha PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil perhitungan Matriks SWOT PT. Salaku Cara Enak Makan Salak

INTERNAL	Kekuatan atau <i>Strengths</i> (S)	Kelemahan atau <i>Weaknesses</i> (W)
EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak dekat dengan perkotaan 2. Ketersediaan bahan baku dan sarana produksi yang baik 3. Pengawasan dan Keamanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Varian rasa Keruplak yang masih sedikit 2. Sumber daya manusia yang terbatas 3. Kurangnya promosi di media sosial 4. 4. Modal usaha terbatas
Peluang atau <i>Opportunities</i> (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pasar yang besar 2. Adanya dukungan pemerintah setempat 3. Perkembangan teknologi 4. Adanya bazar pengenalan produk pengolahan buah salak di event tertentu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan dukungan pemerintah setempat untuk mensosialisasikan kerupuk salak (S1, O2, O4) 2. Mempertahankan kualitas produk dengan pemanfaatan perkembangan teknologi untuk menjaga kepercayaan konsumen (S2, O1, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan potensi SDM untuk memenuhi permintaan hasil produk olahan dan bekerjasama dengan lembaga permodalan untuk meningkatkan produksi dengan memanfaatkan sarana pembuatan produk yang lebih modern. (W2, O3, O2, W4) 2. Membuat produk kerupuk salak dalam berbagai varian rasa dengan kemasan yang lebih menarik sehingga konsumen memiliki banyak pilihan rasa dalam rangka meraih pangsa pasar yang lebih luas (W1, O1, O2, O3)
Ancaman atau <i>Threats</i> (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Bermunculan produk olahan makanan dengan berbagai variasi produk 2. Terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai produk olahan buah salak 3. Intensitas persaingan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kekuatan cita rasa yang khas dan mencari lokasi pasar yang lebih strategis untuk memperkenalkan produk agar lebih mudah (S1, S2, T1, T2, T3) 2. 2. Meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke produk lain (S2, S3, T1, T2, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan loyalitas terhadap konsumen untuk memperluas pasar sehingga menambah pendapatan agar mempertahankan posisi perusahaan dari pesaing (W4, T1, T3) 2. 2. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperluas jangkauan promosi keruplak agar produk tersebut dapat lebih dikenal secara luas (W1, W3, T2)

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil analisis matriks SWOT memperoleh 8 (delapan) alternatif strategi bagi perusahaan PT. Salaku Cara Enak Makan Salak. Alternatif-alternatif yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Strategi S-O (Strengths-Opportunities)

Menurut David (2016) strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal. Terdapat dua alternatif strategi yang digunakan dalam usaha pengembangan kerupuk salak pada PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yaitu dengan memanfaatkan dukungan pemerintah setempat untuk mensosialisasikan kerupuk salak, adanya dukungan dalam usaha kerupuk salak ini dapat meraih peluang pasar yang besar. Selain itu, strategi kedua adalah mempertahankan kualitas produk dengan pemanfaatan perkembangan teknologi untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan penggunaan teknologi yang modern perusahaan dapat mengoptimalkan produksinya sehingga mampu bersaing dengan usaha lain (Diva, 2019).

2. W-O (Weakness-Opportunities)

Menurut David (2016) strategi WO bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal suatu perusahaan dengan mengoptimalkan peluang eksternal yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam strategi ini terdapat dua strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yaitu dengan memaksimalkan potensi SDM untuk memenuhi permintaan hasil produk olahan dan bekerjasama dengan lembaga permodalan untuk meningkatkan produksi dengan memanfaatkan sarana pembuatan produk yang lebih modern. Strategi ini dapat diatasi dengan merekrut tenaga kerja yang sesuai pada bidangnya dan memanfaatkan adanya program-program pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah terkait untuk proses manajemen yang baik. Selain itu, alternatif terakhir adalah membuat produk kerupuk salak dalam berbagai varian rasa dengan kemasan yang lebih menarik sehingga konsumen memiliki banyak pilihan rasa dalam rangka meraih pangsa pasar yang lebih luas sehingga menarik minat konsumen dengan menyediakan beragam pilihan produk yang ditawarkan (Destama, 2020).

3. Strategi S-T (Strengths-Threats)

Menurut David (2016) strategi ST bertujuan untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal perusahaan. Terdapat dua alternatif bagi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yaitu menjaga kekuatan cita rasa yang khas dan mencari lokasi pasar yang lebih strategis untuk memperkenalkan produk agar lebih mudah maka perusahaan akan mampu meningkatkan daya saingnya di pasar karena konsumen dapat menilai produk yang dihasilkannya. Strategi yang kedua adalah meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke produk lain. Dalam mempertahankan kualitas produk perusahaan dapat melakukan pengawasan mutu yang lebih ketat dalam hal pemilihan bahan baku utama yaitu buah salak dan tapioka serta pengawasan agar proses produksi higienis, karena mutu produk kerupuk ini sangat berkaitan dengan sifat-sifat yang dapat dilihat seperti ketahanan produk, keseragaman pencetakan, nilai gizi dan rasa (Juliamitra, 2021).

4. Strategi W-T (Weakness-Threats)

Menurut David (2016) strategi W-T adalah strategi yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Dalam strategi ini terdapat dua alternatif bagi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yaitu meningkatkan loyalitas terhadap konsumen untuk memperluas pasar sehingga menambah pendapatan agar mempertahankan posisi perusahaan dari pesaing dengan memberikan diskon harga apabila konsumen melakukan pembelian dalam jumlah besar, serta dapat mempertahankan harga produk di bawah pesaing. Selain itu, strategi yang terakhir adalah memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperluas jangkauan promosi kerupuk agar produk tersebut dapat lebih dikenal secara luas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini yaitu menggunakan internet sebagai basis pemasaran media komunikasi dan informasi untuk mengetahui tren yang berkembang dipasar saat ini (Lestari, 2018).

KESIMPULAN

1. Lingkungan internal, faktor kekuatan utama yang dimiliki PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah ketersediaan bahan baku dan sarana produksi yang memadai, sedangkan faktor kelemahan yang harus diatasi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah modal usaha yang terbatas. Lingkungan eksternal, peluang utama yang dapat dimanfaatkan dengan baik oleh PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah adanya bazar pengenalan produk pengolahan buah salak di event tertentu, sedangkan faktor ancaman yang harus diatasi PT. Salaku Cara Enak Makan Salak adalah intensitas persaingan.
2. Analisis matriks SWOT menghasilkan 8 strategi alternatif di antaranya yaitu: 1) memanfaatkan dukungan pemerintah setempat untuk mensosialisasikan kerupuk salak. 2) mempertahankan kualitas produk dengan pemanfaatan perkembangan teknologi untuk menjaga kepercayaan konsumen. 3) memaksimalkan potensi SDM untuk memenuhi permintaan hasil produk olahan dan bekerjasama dengan lembaga permodalan untuk meningkatkan produksi dengan memanfaatkan sarana pembuatan produk yang lebih modern. 4) membuat produk kerupuk salak dalam berbagai varian rasa dengan kemasan yang lebih menarik sehingga konsumen memiliki banyak pilihan rasa dalam rangka meraih pangsa pasar yang lebih luas. 5) menjaga kekuatan cita rasa yang khas dan mencari lokasi pasar yang lebih strategis untuk memperkenalkan produk agar lebih mudah. 6) meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke produk lain. 7) meningkatkan loyalitas terhadap konsumen untuk memperluas pasar sehingga menambah

pendapatan agar mempertahankan posisi perusahaan dari pesaing. 8) memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperluas jangkauan promosi keruplak agar produk tersebut dapat lebih dikenal secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Bapak Abu Bakar dan Ibu Ekalia Yusiana atas bimbingan dan saran selama proses penelitian dan penyusunan. Terima kasih juga kepada PT. Salaku Cara Enak Makan Salak yang telah memberikan saya izin untuk dijadikan tempat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. 2016. *Manajemen strategik: suatu pendekatan keunggulan bersaing, edisi 15*. Salemba Empat, Jakarta.
- Destama, A.W. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah CV. Enam Putri Jakarta. *Skripsi*. Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Dinas Tanaman Pangan dan Holtikultura. 2021. Data produksi salak berdasarkan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat tahun 2021. Dinas Tanaman Pangan dan Holtikultura.
- Diva, G. 2019. *Mengembangkan UKM Melalui Pemberdayaan Peran Pemerintah*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Harahap, R. 2019. Strategi Pemasaran Olahan Buah Salak (Studi Kasus: Ukm Salakka Desa Tobotan, Kecamatan Angkola Barat, Kabupaten tapanuli Selatan). *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Juliamitra, F. Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Di Desa Keban Kecamatan Moro Kabupaten Karimun (Kasus Pada Usaha Al-Abror). *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Lestari, N. F. I. 2018. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Serta Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Bawang Di Koota Bandar Lampung (Studi Kasus pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas lampung, Bandar Lampung.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif r&d*. Alfabeta, Bandung.
- Triastuti, U. Y., & Priyanti, E. 2017. Pelatihan Pengolahan Buah Salak untuk Meningkatkan Potensi Salak (*Training of Snake Fruit Processing to Increase The Potency Of Snake Fruit*). *Teknobuga*, 5(2), 24–33 5 (2) : 19 – 28.