



STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHA OLAHAN NANAS: PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN MATRIKS IFAS-EFAS

MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY FOR PINEAPPLE PROCESSED BUSINESS: SWOT ANALYSIS APPROACH AND IFAS-EFAS MATRIX

Indri Murniawaty¹, Tri Wangiyanti², Nina Farliana³

^{1,2,3}Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

¹indri@mail.unnes.ac.id, ²triwangiyanti@gmail.com, ³ninafarliana@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi lingkungan intenal dan eksternal serta strategi pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh usaha olahan nanas madu. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di UMKM nanas madu Tri Sekawan, yang beralamat di Desa Beluk Rt 08/03 Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Informan penelitian ini adalah pelaku UMKM berjumlah 3 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matriks SWOT dan Matriks IE. Perumusan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT dihasilkan empat alternatif pengembangan pemasaran Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan yaitu (1) Mempertahankan harga produk yang sesuai dengan pangsa pasar dan mempererat hubungan dengan pemerintah Kabupaten Pemalang; (2) Mempertahankan harga produk yang sesuai dengan pangsa pasar dan meningkatkan inovasi jenis olahan nanas madu; (3) Meningkatkan pemasaran produk agar lebih optimal dan mempererat hubungan dengan pemerintah Kabupaten Pemalang; (4) Meningkatkan pemasaran produk agar lebih optimal dan meningkatkan inovasi jenis olahan nanas madu.

Kata Kunci; Pengembangan UMKM; Usaha Olahan; Analisis SWOT; Matriks IE

Abstract

The research aimed to analyze the internal and external environmental conditions as well as the marketing development strategy carried out by the honey pineapple processing business. This type of research is descriptive qualitative. The location of the research was carried out at the MSME honey pineapple Tri Sekawan, which is located at Beluk Village Rt 08/03 Belik District, Pemalang Regency. The informants of this research are the perpetrators of MSMEs totaling 3 people. Data collection methods is done by observation, interviews, questionnaires and documentation. Data analysis was carried out using the SWOT matrix and IE matrix analysis. The formulation of alternative strategies using the SWOT matrix resulted in four alternative marketing developments for Tiga Sekawan's Honey Pineapple Business, namely (1) Maintaining product prices in accordance with market share and strengthening relations with the Pemalang Regency government; (2) Maintaining product prices in accordance with market share and increasing innovation in processed types of honey pineapple; (3) Improving product marketing to make it more optimal and strengthen relations with Pemalang Regency government; (4) Improving product marketing so that it is more optimal and increasing innovation of processed types of honey pineapple.

Keywords; MSME development; Processed Business; SWOT analysis; IE Matrix

Detail Artikel:

Diterima: 24 Januari 2022

Disetujui: 23 Mei 2022



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara besar yang terdiri dari puluhan ribu pulau dan merupakan negara kaya akan sumber daya. Indonesia juga dikenal sebagai negara maritim, negara yang memiliki banyak pulau dan dikelilingi oleh perairan. Selain itu, Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani (Andriani, 2018; Murhaini & Ludang, 2020). Pertumbuhan ekonomi menjadi indikator utama yang sangat penting untuk mengetahui tingkat pencapaian perekonomian suatu negara. Pertumbuhan ekonomi juga dapat dilihat dari peningkatan output masyarakat. Indikator pertumbuhan ekonomi tidak hanya mengukur tingkat pertumbuhan output dalam suatu perekonomian, namun sesungguhnya juga memberikan indikasi tentang sejauh mana aktivitas perekonomian yang terjadi pada suatu periode tertentu telah menghasilkan pendapatan bagi masyarakat (Fretes, 2017; Siregar, et al, 2021).

Pembangunan industri tidak hanya selalu ditekankan pada industri yang besar yang mempunyai teknologi canggih dan kapasitas produksi yang besar saja, tetapi pembangunan industri juga perlu dikembangkan pada industri kecil dan rumah tangga yang jumlahnya pada saat ini cukup banyak (Rizal, Fajar & Rosidah, 2019). Industri kecil atau yang sering disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ini telah mampu menghidupkan kegiatan ekonomi rakyat, hal ini terlihat ketika masa krisis ekonomi dimana pemerintah mengangkat kembali sektor-sektor usaha kecil dan menengah masyarakat dengan mekanisme memberikan pinjaman dana dengan prioritas bunga yang rendah. Tujuannya adalah untuk mengurangi dampak negatif krisis ekonomi bagi penduduk berpenghasilan rendah, menyehatkan sistem lembaga perbankan dan memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan Indonesia, merestrukturisasi hutang luar negeri sehingga pemerintah dapat melakukan perpanjangan waktu dalam pembayaran hutang luar negeri Indonesia dan mendorong ekspor.

Perkembangan sektor UMKM memegang peranan dalam perekonomian Indonesia. Peranan UMKM dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja (Lie & Kis, 2008; Setiana, 2015). Salah satu sektor yang menopang perekonomian di Indonesia adalah dari sektor UMKM, karena melalui sektor ini semua aspek yang berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mula dari sektor konsumsi, pangan, dan papan, sebagai contoh dalam segi konsumsi banyak sekali usaha-usaha



UMKM yang berperan aktif seperti usaha pengolahan hasil pertanian, gabah, produksi pangan dan lain sebagainya. Dengan adanya UMKM juga membantu tingkat perekonomian masyarakat.

UMKM memiliki peran strategis dalam pendapatan nasional dan pengurangan pengangguran sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008 bab III yang berbunyi “meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan”. Salah satu yang menjadi pokok permasalahan dalam ekonomi makro adalah pengangguran dan membahas tentang pendapatan nasional atau pertumbuhan ekonomi. UMKM memainkan perannya, diantaranya dalam mengurangi pengangguran UMKM telah berperan aktif menyerap tenaga kerja, yang secara tidak langsung mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, dan juga dalam hal pendapatan nasional (Hasni, 2013; Kristiyanti & Rahmasari, 2015; Sudarismiyati & Ibrahim, 2017). UMKM juga mempunyai kontribusi diantaranya melalui pajak yang harus dikeluarkan. Melihat pentingnya keberadaan UMKM saat ini bagi penggerak ekonomi masyarakat, pemerintah menjadikan UMKM sebagai salah satu alternatif untuk mendukung terciptanya perekonomian daerah.

Terdapat lima produksi tertinggi tanaman buah-buahan di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2015-2018 yaitu pisang dengan rata-rata pertahun 5.973.299kw, salak dengan rata-rata pertahun 4.548.634kw, mangga dengan rata-rata pertahun 4.3.909.345kw, nanas dengan rata-rata pertahun 1.479.813kw dan nangka dengan rata-rata pertahun 1.161.450kw. Nanas merupakan salah satu dari lima produksi terbesar tanaman hortikultura jenis buah-buahan. Buah nanas masuk pada lima besar hasil produksi tanaman buah-buahan hortikultura di Jawa Tengah. Pada perkembangannya produksi buah nanas di Jawa Tengah masih cenderung fluktuatif. Hal tersebut dianggap wajar, karena satu ciri dari tanaman hortikultura adalah tidak menentu dalam produktivitas jumlahnya karena dipengaruhi oleh kondisi yang tidak menentu.

Jumlah produksi nanas per kwintal (kw) pada tahun 2015-2018 di 35 kota dan kabupaten yang ada di Jawa Tengah, menunjukkan bahwa jumlah produksi nanas terbesar di Jawa Tengah adalah di Kabupaten Pemalang dengan hasil produksi di tahun terakhir sejumlah 588.296kw. Selain itu, selama kurun waktu lima tahun terakhir Kabupaten Pemalang mendominasi perolehan nanas tertinggi di Jawa Tengah. Kabupaten Pemalang terdapat sentra industri kecil yang mengolah nanas madu yaitu buah khas dari Kabupaten Pemalang menjadi berbagai macam jenis makanan berupa cemilan. Kabupaten



Pemalang merupakan salah satu wilayah di Jawa Tengah yang sebagian besar masyarakat bercocok tanam, berkebun dan bertani.

Kabupaten Pemalang merupakan tempat yang sangat strategis wilayahnya jika digunakan untuk bercocok tanam mulai dari buah-buahan dan sayur-sayuran termasuk nanas madu, karena letaknya yang berada dijalur pantura dan dibagian selatan merupakan daerah pegunungan yang perbatasan dengan Kabupaten purbalingga serta berada dikaki Gunung Slamet. Seharusnya dengan adanya keunikan dan adanya ciri khas yaitu penghasil buah nanas madu terbanyak di Jawa Tengah hal tersebut bisa menjadikan Kabupaten Pemalang kedalam salah satu wilayah yang besar dalam pertumbuhan ekonominya, dan dengan adanya ciri khas tadi yaitu nanas madu juga bisa menutup banyaknya pengangguran yang ada di Kabupaten Pemalang.

Melihat jumlah produksi nanas madu paling besar di Provinsi Jawa Tengah adalah Kabupaten Pemalang, maka pada tahun 2016 Bupati Pemalang Bapak Junaidi S.H., MM. menetapkan nanas madu sebagai produk unggulan Kabupaten Pemalang sekaligus sebagai ikon Kota Pemalang yang diwujudkan dalam replika patung nanas berwarna kuning emas yang berdiri kokoh di tengah alun-alun kota. Selain itu, Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pertanian juga telah menetapkan nanas madu sebagai variates paten milik Kabupaten Pemalang (Dispertan Kab. Pemalang, 2019). Dengan ditetapkannya nanas madu sebagai produk unggulan Kabupaten Pemalang tentunya menjadi hal yang positif bagi masyarakat petani nanas madu Kabupaten Pemalang untuk ikut serta dalam memperkenalkan produk unggulan daerahnya.

Nanas di Kabupaten Pemalang merupakan jenis nanas yang berbeda dibandingkan dengan nanas didaerah lain. Nanas dijumpai di Kabupaten Pemalang adalah jenis nanas madu. Nanas madu Kabupaten Pemalang memiliki keunikan rasa tersendiri, nanas madu ini memiliki rasa yang lebih manis dibandingkan dengan nanas-nanas pada umumnya. Rasa manis tersebut dipengaruhi oleh kondisi geografis wilayah yang berada di lereng gunung Slamet dan gunung Mendelem dengan kadar air yang sedikit. Nanas madu merupakan buah dengan cita rasa yang manis dan menyegarkan, tetapi dengan ciri khas rasa tersebut ternyata belum membuat nanas madu menjadi terkenal dikalangan masyarakat selain Kabupaten Pemalang.

Olahan nanas madu ini belum menjadikan makanan yang bisa menyejahterakan masyarakat di Kecamatan Belik terutama di Kabupaten Pemalang. Dalam mengembangkan usaha olahan ini yang



terbilang masih kecil hingga kategori besar, tentunya pengusaha telah melalui berbagai rintangan dan kendala yang tidak mudah, mulai dari naik turunnya permintaan, produktivitas, kenaikan bahan baku serta masalah yang sedang dialami yaitu usaha yang cenderung stagnan. Beberapa wilayah di Kabupaten Pemalang memang terkenal dengan tanaman nanas madunya. Namun, untuk jumlah luas lahan dan jumlah produksi terbesar penghasil nanas madu adalah Kecamatan Belik. Seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Nanas di Kabupaten Pemalang Tahun 2016-2018

Kecamatan	Luas Panen	Produksi	Luas Panen	Produksi	Luas Panen	Produksi
	(Pohon)	(Ton)	(Pohon)	(Ton)	(Pohon)	(Ton)
	2016		2017		2018	
Moga	1.547	49	75.000	407	448.400	171,68
Warungpring	-	-	-	-	-	-
Pulosari	25.000	28	275.000	295	1.025.200	2.087,50
Belik	22.400.000	28.615	25.026.500	22.013,2	25.316.400	35.581,88
Watukumpul	428	457	7.250	10	76.400	84,90
Bodeh	-	-	-	-	-	-
Bantarbolang	-	-	-	-	-	-
Randudongkal	-	-	-	-	-	-
Pemalang	-	-	-	-	-	-
Taman	-	-	-	-	-	-
Petarukan	-	-	-	-	-	-
Ampelgading	-	-	-	-	-	-
Comal	-	-	-	-	-	-
Ulujami	-	-	-	-	-	-
Total se Kabupaten Pemalang	22.426.975	29.149	25.373.750	22.715	26.866.400	37.925,96

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Pemalang, 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi nanas terbesar Kabupaten Pemalang adalah di Kecamatan Belik, hal tersebut tidak terlepas dari luasnya lahan yang tersedia untuk menanam nanas. Terlihat pada tahun 2016, jumlah produksi nanas di Kecamatan Belik adalah 29.149 ton, pada tahun 2017 dengan produksi hanya mencapai 22.715 ton, kemudian naik pada tahun 2018 dengan produksi mencapai 37.952,96 ton. Adanya fluktuasi ini dianggap tidak wajar karena salah satu faktor dari produktivitasnya tanaman adalah adanya cuaca yang tidak menentu.



Kabupaten Pematang Jaya khususnya di Kecamatan Belik ada beberapa tempat produksi industri Nanas Madu. Tempat-tempat produksi tersebut mengolah berbagai macam olahan yang berbahan dasar dari Nanas Madu yaitu berupa sirup nanas, selai nanas, keripik nanas, stik nanas, manisan nanas, dodol nanas, wajik nanas, bola-bola nanas dan lain-lain. Beberapa industri nanas madu yang masih eksis saat ini adalah Usaha pengolahan Tiga Sekawan, Usaha Pengolahan Vitanas, Usaha Pengolahan Nanas Madu Jaya, dan Usaha Pengolahan Nanas Sodong. Tetapi disini peneliti akan meneliti satu dari empat produksi tersebut yaitu Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan.

Kenapa peneliti memilih tempat produksi Tiga Sekawan, karena usaha olahan tersebut merupakan olahan yang paling banyak memproduksi olahan nanas madu setiap bulannya dengan macam bentuk olahan yang variannya paling banyak dan juga usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan mempunyai *brand* atau merk untuk produknya sendiri yaitu bernama nanas madu Cita Rasa. Dengan adanya produksi nanas madu ini akan menciptakan diversifikasi produk makanan dan meningkatkan nilai dari produk olahan nanas tersendiri. Setelah nanas madu diolah, harganya bisa mencapai kisaran Rp. 60.000-100.000/kg atau sekitar Rp. 7.000-20.000/kemasan dari harga semula yaitu Rp. 2.000/buah nanas segar. Disisi lain, adanya usaha pengolahan pangan ini akan menambah ketersediaan lapangan kerja khusus bagi masyarakat sekitar yang akan berpengaruh terhadap tersedianya kesempatan kerja.

Berdasarkan observasi awal dengan Ibu Jariyah salah satu pengrajin dan ketua pengolahan Nanas Madu Tiga Sekawan pada tanggal 13 Januari 2020 menjelaskan bahwa permasalahan yang dialami oleh industri nanas madu adalah cenderung menurunnya daya jual produk atau pemasarannya, pemasaran disini masih dilakukan secara konvensional dengan langsung ke toko-toko yang ada di kawasan belik serta pematang kota dan tempat wisata di Guci. Artinya masih mencari pasar sendiri, selain itu sumberdaya manusia juga masih menjadi hambatan, dimana kecakapan dalam bekerja masih berkurang. Permodalan juga masih menjadi permasalahan pada usaha ini.

Observasi awal yang dilakukan yaitu permasalahan terletak pada cara pengusahanya dalam mengembangkan usahanya, pengusaha merasa bahwa usaha yang seharusnya berkembang tetapi lebih cenderung stagnan, para pengusaha hanya akan memproduksi jika ada pesanan dari konsumen sedangkan pemasarannya masih disekitar Kabupaten Pematang Jaya saja, dan juga dapat dilihat bahwa jumlah produksi nanas madu ini sudah banyak namun lambat laun jumlahnya semakin sedikit. Maka penelitian ini akan difokuskan pada pemasarannya, karena dibidang pemasaran yang menjadi



permasalahan paling dominan hingga mengakibatkan usaha olahan nanas madu ini kurang berkembang bahkan lebih cenderung stagnan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kondisi lingkungan internal dan kondisi lingkungan eksternal serta strategi pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh usaha olahan nanas madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di UMKM nanas madu Tri Sekawan, yang beralamat di Desa Beluk Rt 08/03 Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Informan penelitian ini adalah pelaku UMKM nanas madu Tri Sekawan berjumlah 3 orang, yaitu ketua Ibu Jariyah serta Ibu Nur dan Ibu Karsiti sebagai anggota. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi secara langsung, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Kegiatan observasi dilakukan pada pengusaha olahan nanas madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi lapangan yang terjadi pada produksi olahan nanas madu seperti keadaan produksi, keuangan, sumberdaya, pemasaran dan lain sebagainya. Dari informasi dan data yang didapatkan peneliti akan mengetahui masalah-masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh pengusaha olahan nanas madu.

Analisis dan pengolahan data dilakukan secara kualitatif melalui pendekatan konsep manajemen strategis. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan perusahaan terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu menggunakan analisis SWOT dalam penentuan alternatif strategi. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi olahan nanas madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang.

PEMBAHASAN

Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan merupakan usaha yang berdiri dan dibentuk oleh kelompok yang bernama Tiga Sekawan. Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dalam bidang manajemen masih dilakukan secara sederhana, yaitu mulai dari struktur organisasinya sampai dengan melakukan pencatatan keuangan. Struktur organisasi dari usaha olahan nanas madu Tiga sekawan yaitu diketuai oleh Ibu Jariyah dan mempunyai dua anggota yaitu Ibu Nur dan Ibu Karsiti kemudian ada tenaga kerja yang juga terlibat dalam proses produksi dan juga pemasaran.

Sedangkan di bidang lain seperti pemasaran usaha olahan nanas madu hanya memasarkan didaerah-daerah sekitar Kecamatan. Usaha olahan nanas madu belum menggunakan teknologi secara maksimal



dalam melakukan produksinya maupun pemasarannya. Proses perencanaan manajemen dibidang pemasaran oleh usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dilakukan dengan cara proses produksi dan pengemasan yang baik, usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan memberikan brand pada label kemasan produknya yaitu Cita Rasa yang ditempel pada bagian kemasannya. Brand Cita Rasa tersebut digunakan sebagai salah satu fokus manajemen dibidang pemasaran. Wawancara yang peneliti lakukan dengan ketua usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan menyatakan bahwa:

“usaha kami ini masih dibidang sangat sederhana dalam sistem tatanan managemennya, mulai dari struktur usahanya kami hanya ada ketua dan anggota, ketuanya adalah saya sendiri dan anggotanya ada ibu Nur dan ibu Karsiti, sedangkan untuk urusan manajemen dibidang lain kami masih belajar untuk sampai sekarang, kami juga tidak terlalu paham dengan manajemen usaha yang baik dan benar seperti apa, makanya kami hanya melakukan seadanya secara sederhana sesuai dengan kemampuan kami, sedangkan untuk hal-hal lain seperti pembukuan juga kami lakukan secara manual tulis tangan. Usaha kami juga dalam proses perencanaan pemasaran kami menggunakan *brand* sendiri yaitu Cita Rasa yang kami tempelkan pada bagian kemasan produk kami. Kalau untuk pemasarannya kami memang belum memperluas karena kekurangan pengetahuan dibidang pemasaran juga, kami hanya baru memasarkan disekitar Belik dan tempat wisata yang ada di sekitar Belik.”

Usaha yang dimiliki oleh anggota yang berjumlah tiga orang, pertama kali usaha ini didirikan mendapatkan modal yang berjumlah Rp. 100.000. Modal tersebut merupakan hasil iuran dari setiap pemilik usaha yaitu Ibu Jariyah, Ibu Nur dan Ibu Karsiti. Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dalam bidang keuangan juga melakukan pembukuan, akan tetapi pembukuan tersebut dilakukan secara manual yaitu dengan cara tulis tangan. Sedangkan disetiap kegiatan usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan hanya melakukan pencatatan keuangan pada saat ada kegiatan tertentu, seperti seperti kegiatan pemasaran pameran, expo dan lain-lain. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik usaha yaitu Ibu Jariyah mengungkapkan bahwa:

“Usaha yang kami dirikan ini berawal dari pelatihan, kemudian modal awal yang kami gunakan hanya Rp.100.000 dan modal tersebut didapat dari iuran saya sendiri kemudian Ibu Nur dan Ibu Karsiti. Sedangkan untuk pembukuan, kami melakukan pembukuan tetapi hanya secara manual dan seadanya yang kami bisa. Untuk disetiap kegiatan yang kami cantumkan di pencatatan keuangan hanya pada kegiatan pemasaran seperti expo dan pameran.”

Usaha olahan ini memiliki jumlah tenaga kerja yaitu 15 tenaga kerja. Dalam mencari tenaga kerja, usaha olahan nanas madu ini tidak mengalami kesulitan karena tidak ada spesifikasi keahlian yang harus dimiliki oleh tenaga kerja. Tenaga kerja yang dibutuhkan bisa dari kalangan remaja sampai ibu



rumah tangga dan tidak ada batasan usia. Tenaga kerja yang ada di usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan hanya masyarakat sekitar yang tempat tinggalnya tidak jauh dari tempat usaha, biasanya mereka yang bertempat tinggal masih disekitar Kecamatan Belik. Tenaga kerja yang bekerja di usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan bekerja dari pagi yaitu pukul 07.00 sampai dengan pukul 16.00. Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Jariyah menyatakan bahwa:

“usaha kami memiliki 15 karyawan dan disini kami tidak membatasi usia dalam pemilihan tenaga kerja, kami juga tidak mengalami kesulitan dan pencarian tenaga kerja, karena kami juga tidak ada spesifikasi keahlian dalam mencari tenaga kerja. Sedangkan karyawan yang ada di usaha kami bertempat tinggal tidak jauh dari tempat produksi, mereka tinggal di Belik. Untuk jam kerja kami mulai dari jam 07.00-16.00 itu dalam satu minggu full bekerja. Jika karyawan kami ada yang menghendaki ingin libur, maka kami persilahkan dengan cacatan alasan yang jelas dan hanya bisa libur sehari dalam satu minggu.”

Produk dari usaha ini dipasarkan pada tempat-tempat wisata yang ada disekitar Kecamatan Belik, kemudian juga ditempat pusat oleh-oleh yang ada di Kabupaten Pematang Jaya. Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan juga melakukan pemasarannya dalam kegiatan pameran-pameran serta expo, usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan belum melakukan penjualan menggunakan media online, hal tersebut dikarenakan mereka belum bisa menggunakan media teknologi yang ada.

Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan ini sudah mempunyai merk sendiri pada kemasan produknya yaitu bernama Cita Rasa. Hal tersebut adalah salah satu cara yang digunakan untuk menarik minat konsumen agar konsumen senantiasa mengingat produk dari usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dan juga pembeda dari produk lainnya yang belum mempunyai brand sendiri pada produknya. Harga dari setiap jenis produk olahan sangat terjangkau serta bervariasi tergantung dari jenis produk olahannya. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik usaha menyatakan bahwa:

“produk usaha kami hanya kami pasarkan disekitar Belik dan pusat oleh-oleh yang ada di Kabupaten Pematang Jaya. Kami juga mengikuti kegiatan pemasaran produk seperti pameran dan expo. Kami memang belum melakukan kegiatan penjualan online karena keterbatasan pengetahuan serta tenaga kerja, jadi mungkin itu yang membuat usaha kami tidak berkembang karena pemasaran kami yang kurang optimal. Sedangkan untuk harga dari produk olahan nanas madu kami cukup terjangkau, bisa dijangkau oleh masyarakat karna harganya murah dan bervariasi tergantung dari jenis produk olahannya.”

Usaha yang beralamat di Desa Beluk Kecamatan Belik Kabupaten Pematang Jaya, dimana Kecamatan Belik adalah penghasil buah nanas madu terbanyak dari tahun ke tahun di Kabupaten Pematang Jaya. Hal tersebut menjadikan bahan utama dari pembuatan produk di usaha olahan nanas Madu Tiga Sekawan ini sangat mudah didapat. Bahkan bahan baku utama ini tidak pernah kehabisan stok untuk pembuatan



produk olahan nanas madu. Nanas madu yang didapat berasal dari hasil kebun petani-petani nanas madu yang ada di Kecamatan Belik. Sedangkan untuk bahan pelengkap lainnya didapat dari toserba yang ada di Kabupaten Pemalang.

Proses produksi dari produk olahan nanas madu ini juga terbilang mudah dibuat, mulai dari pemilihan buah nanas madu yang bagus kemudian pengelupasan kulit buah nanas madu sampai menjadi produk olahan nanas. Dalam satu minggu usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan bisa memproduksi sebanyak 10 jenis produk olahan nanas dengan jumlah 30kg permasing-masing jenis produk olahan atau tergantung dengan pesanan yang ada. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik usaha menyatakan bahwa:

“untuk bahan baku kami tidak mendapatkan kesulitan, karena petani-petani disini hamper semua kebunnya digunakan untuk menanam nanas madu, sedangkan bahan pelengkap kami pasok dari toserba yang ada di Kabupaten Pemalang. Proses produksinya juga kami sangat mudah, mulai dari penyortiran bahan pembuatan olahan nanas sampai barang siap dipasarkan. Setiap minggu kami bisa memproduksi kurang lebih 10 jenis olahan nanas dengan berat 30kg permasing-masing jenis olahan nanas, tetapi jumlah tersebut bisa berubah-ubah tergantung pesanan yang ada.”

Usaha ini sedikitnya bisa menghasilkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Kecamatan Belik. Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan ini juga salah satu usaha yang memperkenalkan bahwa buah nanas madu bisa dikonsumsi menjadi sebuah makanan bukan hanya sekedar buah nanas segar. Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan juga sedikit meningkatkan tingkat perekonomian di Kabupaten Pemalang dengan menghasilkan produk yang unik yaitu produk olahan nanas madu yang bisa dijadikan oleh-oleh khas dari Kabupaten Pemalang. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan menyatakan bahwa:

“usaha kami setidaknya bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang ada di Kecamatan Belik, walaupun tidak banyak tetapi bisa membantu masyarakat yang tidak mempunyai pekerjaan. Sedangkan untuk produk olahan nanas madu kami setidaknya bisa memperlihatkan kepada masyarakat luar Kabupaten Pemalang bahwa di Kabupaten Pemalang ada produk olahan makanan yang terbuat dari nanas madu yang menjadi ciri khas dari Kabupaten Pemalang.”

Usaha yang berlokasi di Desa Beluk Rt 08/03 Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang kurang strategis karena tidak berada di pinggir jalan raya, lokasinya masuk kedalam permukiman warga Desa Beluk. Dengan adanya usaha olahan nanas madu ini setidaknya bisa meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi buah nanas yang dapat dikonsumsi dalam bentuk olahan makanan. Masyarakat



yang dahulunya hanya mengkonsumsi nanas madu hanya dalam bentuk buah, sedangkan untuk sekarang ini masyarakat bisa mengkonsumsi dalam bentuk olahan makanan yang enak. Wawancara yang dilakukan oleh Ibu Jariyah sebagai ketua pemilik Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan menyatakan bahwa:

“Usaha kami ini kurang strategis, usaha kami terletak tidak tipinggir jalan raya yang mudah dijangkau oleh konsumen. Usaha kami terletak pada permukiman warga dan masuk-masuk kedalam gang. Kami sebenarnya sedang mencari tempat usaha yang lebih strategis agar mudah dijangkau oleh pembeli. Untuk usaha kami ini setidaknya sekarang bisa meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi nanas madu. Karena pada biasanya nanas madu hanya dikonsumsi dalam bentuk buah nanas madu segar akan tetapi masyarakat sekarang bisa mengkonsumsi dalam bentuk olahan makanan yang enak dan bergizi.”

Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan adalah usaha yang dibina langsung oleh Diskoperindag Kabupaten Pemalang. Usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan juga mendapatkan bantuan berupa peralatan produksi serta bangunan berupa dapur untuk tempat produksi. Hal tersebut adalah salah satu bentuk perhatian dan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Pemalang untuk mensejahterakan dan mendukung usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan yang ada di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan yaitu Ibu Jariyah menyatakan bahwa:

“Usaha kami ini adalah usaha binaan dari Diskoperindag Kabupaten Pemalan. Kami juga mendapatkan bantuan dari pemerintah Kabupaten Pemalang berupa peralatan produksi serta bangunan berupa dapur untuk tempat produksi.”

Proses produksi pembuatan olahan nanas madu terbilang cukup cepat tergantung dengan pesanan yang ada. Proses dari mulai pemilihan buah nanas madu sampai dengan produk siap diperjualbelikan. Sedangkan alat yang digunakan untuk produksi tidak semua menggunakan alat atau mesin kecuali mesin press kemasan dan oven. Sedangkan untuk proses mengupas kulit buah nanas masih menggunakan tenaga manusia. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan menyatakan bahwa:

“Proses dalam pembuatan produk kami tidak membutuhkan waktu lama kecuali berapa banyak pesanan yang ada, sedangkan alat produksi yang kami gunakan yang menggunakan mesin hanya pada mesin press kemasan serta oven saja, sedangkan untuk proses pengupasan kami masih menggunakan tenaga manusia.”



Dengan melimpahnya hasil buah nanas madu di Kecamatan Belik, mengakibatkan adanya pesaing yang mendirikan usaha membuat olahan nanas madu. Pesaing yang ada di Kecamatan Belik antara lain adalah Usaha Olahan Nanas Madu Jaya, Usaha Olahan Nanas Madu Vitanas, dan Usaha Olahan Nanas Madu Sodong. Usaha-usaha tersebut adalah usaha yang sama-sama mengolah buah nanas madu menjadi produk olahan makanan, produk dari usaha-usaha tersebut juga ada beberapa jenis produk yang sama di Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan. Wawancara yang dilakukan dengan ketua pemilik Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan yaitu Ibu Jariyah menyatakan bahwa:

“Pesaing dari usaha kami ini tempatnya masih di Kecamatan Belik, usaha-usaha tersebut sama-sama membuat produk olahan dari buah nanas madu. Mereka memproduksi olahan nanas madu mungkin karena adanya bahan baku yang mudah didapat dan produk dari usaha-usaha itu ada beberapa jenis produk yang sama dengan produk yang kami produksi.”

Matriks evaluasi faktor internal (IFAS), digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan pemasaran usaha (Aliyah, Gumilar & Maulina, 2015; Rahmayati, 2015; Widiastuti et al., 2017). Berdasarkan analisis penilaian lingkungan internal terhadap pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan, maka matriks IFAS dijabarkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Matriks IFAS Pemasaran Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan

No	Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor Bobot
Kekuatan				
1.	Sistem manajemen masih tradisional	3	0,103	0,309
2.	Harga produk terjangkau	4	0,138	0,552
3.	Merk sudah dikenal masyarakat	4	0,112	0,448
4.	Bahan baku mudah didapat	3	0,138	0,414
Kelemahan				
1.	Pemasaran produk kurang optimal	2	0,138	0,272
2.	Hanya memiliki satu cabang	1	0,121	0,121
3.	Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual	2	0,121	0,242
4.	Lokasi usaha kurang strategis	2	0,129	0,258
Jumlah		21	1,00	2,616

Sumber: Data Diolah, 2020



Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang menggambarkan kondisi internal dalam strategi pengembangan pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan. Kekuatan utama dalam pengembangan pemasaran dengan skor tertinggi 0,552 adalah harga produk terjangkau. Hasil tersebut sesuai dengan yang dituturkan oleh ketua pemilik usaha yaitu harga produk mudah dijangkau masyarakat dan mudah dibeli oleh setiap kalangan dari remaja sampai orang dewasa.

Kelemahan utama dalam pengembangan pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dengan skor tertinggi 0,272 adalah pemasaran produk kurang optimal. Hasil tersebut sesuai dengan yang dituturkan oleh ketua pemilik bahwa produk dari usaha mereka hanya dipasarkan ke toko-toko dan tempat wisata yang ada disekitar Kecamatan Belik dan belum di pasarkan ke luar dari Kabupaten Pemalang. Analisis faktor-faktor internal menghasilkan angka 2,616. Berdasarkan nilai skor matriks IFE tersebut mengidentifikasi bahwa faktor internal berada dalam posisi sedang karena berada pada skor antara 2,0 – 2,99 (David, 2012). Hal ini mengidentifikasi bahwa usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan telah mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan dalam memasarkan olahan nanas madu yang menjadi ciri khasnya.

Matriks evaluasi faktor eksternal (EFAS) merupakan matriks guna mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan (Badarab, Trihayuningtyas & Suryadana, 2017; Rizal, Fajar & Rosidah, 2019). Evaluasi tersebut berupa aspek pemasaran untuk menyimpulkan peluang dan ancaman dari usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan. Pembobotan matriks EFAS diukur menggunakan faktor yang paling krusial berhubungan dengan eksternal perusahaan, dimana pembobotan didapat dari analisis dengan narasumber yaitu pemilik usaha dalam mengidentifikasi lingkungan eksternal usaha olahan nanas madu. Berdasarkan analisis penilaian lingkungan eksternal terhadap pemasaran, maka matriks EFAS usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dijabarkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Matrik EFAS Pemasaran Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan

No	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor Bobot
Peluang				
1	Proses produksi mudah dilakukan	3	0,126	0,378
2	Adanya dukungan dari pemerintah	4	0,143	0,572
3	Meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi olahan nanas	4	0,126	0,504
4.	Meningkatkan jumlah perekonomian di Kabupaten Pemalang	3	0,109	0,327
Ancaman				
1	Persaingan usaha tinggi	2	0,117	0,234
2	Adanya persaingan produk sejenis/tiruan	2	0,135	0,270
3.	Belum ada kecakapan dalam bidang teknologi	1	0,143	0,143
4.	Belum memiliki pangsa pasar yang luas	2	0,101	0,202
Jumlah		21	1,0	2,63

Sumber: Data Diolah, 2020

Faktor peluang dan ancaman merupakan faktor yang menggambarkan kondisi eksternal dalam strategi pengembangan pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan. Peluang utama dalam pengembangan pemasaran dengan skor tertinggi 0,572 adalah adanya dukungan dari pemerintah. Hasil tersebut sesuai dengan yang dituturkan oleh ketua pemilik usaha bahwa usaha mereka adalah usaha naungan dari Diskoperindag Kabupaten Pemalang serta juga mendapatkan bantuan berupa peralatan produksi dan bangunan berupa dapur untuk tempat produksi.

Ancaman utama dalam pengembangan pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dengan skor tertinggi 0,270 adalah adanya persaingan produk sejenis/tiruan. Hasil tersebut sesuai dengan yang dituturkan oleh ketua pemilik usaha bahwa ada beberapa pesaing yang membuat produk sejenis atau tiruan dikarenakan bahan baku yang melimpah dan mudah didapat menjadikan pesaing memproduksi produk yang sejenis. Analisis faktor eksternal menghasilkan angka 2,63. Berdasarkan skor matriks EFAS tersebut mengidentifikasi bahwa faktor eksternal berada dalam posisi sedang karena berada pada skor antara 2,0 – 2,99 (David, 2012). Hal ini mengidentifikasi bahwa usaha olahan nanas madu



Tiga Sekawan telah mampu memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman dalam memproduksi olahan nanas madu.

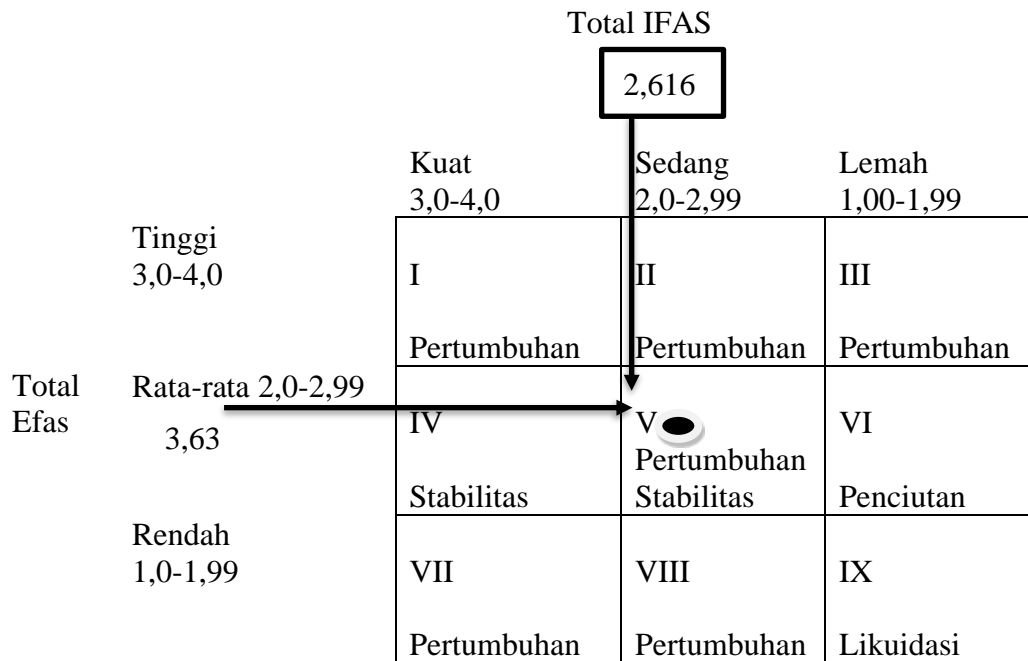
Berdasarkan perolehan hasil dari Matriks IFAS dan EFAS, maka dapat disusun Matriks IE (*Internal-Eksternal Matrix*) yang dapat memposisikan usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan dalam tampilan 9 sel. Pada sumbu x dari matriks IE, skor bobot IFAS pemasaran usaha adalah sebesar 2,616 lebih kecil dari skor bobot EFAS sebesar 2,63. Nilai tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor internal kekuatan sistem manajemen masih secara tradisional, harga produk terjangkau, merk sudah dikenal masyarakat, dan bahan baku mudah didapat serta kelemahan pemasaran produk kurang optimal, hanya memiliki satu cabang, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan lokasi usaha kurang strategis menjadi hambatan strategi pengembangan pemasaran bagi usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan.

Skor bobot total internal (IFAS) sebesar 2,616 dan skor bobot total eksternal (EFAS) sebesar 2,63 menunjukkan pada titik koordinat yang terletak pada daerah V seperti terlihat pada Gambar 1. Berdasarkan analisa melalui IE matriks tersebut maka dapat diperoleh bahwa usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan berada pada kuadran V. Usaha yang berada pada kuadran V termasuk perusahaan yang digambarkan sebagai *Growth Strategy*. Pada kuadran ini strategi yang digunakan adalah strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal yaitu suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi lain dan meningkatkan jenis produk.

Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan (Sari & Oktafianto, 2017; Sutiarkoro, 2018; Sukatmadiredja & Rosita, 2019).

Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk mengembangkan 4 tipe strategi, yaitu SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weaknes-Opportunity*), ST (*Strength-Threath*), dan WT (*Weaknes-Threath*) yang mengacu pada

posisi perusahaan di matriks IE (Aysa, 2020; Dharasta, Dyahjatmayanti & Nieamah, 2017; Hamidah & Haqi, 2019). Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Berikut adalah matriks SWOT pengembangan pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan.



Gambar 1. Matriks IE Pemasaran Usaha Olahan Nanas Madu Tiga Sekawan

Sumber: Data Diolah, 2020

Keterangan:

- I : Strategi konsentrasi melalui integritas vertikal
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal
- III : Strategi turn around
- IV : Strategi stabilisasi
- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal dan stabilisasi
- VI : Strategi divestasi
- VII : Strategi divesifikasi konsentrik
- VIII : Strategi diversifikasi konglomerat
- IX : Strategi likuiditas/bangkrut



Tabel 4. Analisis Matriks SWOT Pemasaran

IFAS	Kekuatan/Strengths (S)	Kelemahan/Weakness (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem manajemen masih secara tradisional 2. Harga produk terjangkau 3. Merk sudah banyak dikenal masyarakat 4. Bahan baku mudah didapat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran produk kurang optimal 2. Hanya memiliki satu cabang 3. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual 4. Lokasi usaha kurang strategis
	Peluang/Opportunity (O)	Strategi S-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksi mudah dilakukan 2. Adanya dukungan dari pemerintah 3. Meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi olahan nanas 4. Meningkatkan jumlah perekonomian di Kabupaten Pematang 	Mempertahankan harga produk yang sesuai dengan pangsa pasar dengan mempererat hubungan kepada pemerintah di Kabupaten Pematang	Meningkatkan pemasaran produk agar lebih optimal dengan mempererat hubungan kepada pemerintah di Kabupaten Pematang
Ancaman/Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan usaha tinggi 2. Adanya persaingan produk sejenis/tiruan 3. Belum ada kecakapan dalam bidang teknologi 4. Belum memiliki pangsa pasar yang luas 	Mempertahankan harga produk yang sesuai dengan pangsa pasar dengan meningkatkan inovasi jenis Olahan Nanas Madu	Meningkatkan pemasaran produk agar lebih optimal dengan meningkatkan inovasi jenis Olahan Nanas Madu

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa alternatif-alternatif strategi yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan dari pemasaran usaha olahan nanas Madu Tiga Sekawan. Pengembangan strategi bersaing bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan faktor eksternal, yang sangat penting untuk memperoleh



keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada.

Alternatif strategi pengembangan pemasaran yang dihasilkan dari Matriks SWOT antara lain (1) Mempertahankan harga produk yang sesuai dengan harga pasar dan mempererat hubungan dengan pemerintah Kabupaten Pemalang, (2) Mempertahankan harga produk yang sesuai dengan pangsa pasar dengan meningkatkan inovasi jenis olahan nanas madu, (3) Meningkatkan pemasaran produk agar lebih optimal dan mempererat hubungan dengan pemerintah Kabupaten Pemalang, (4) Meningkatkan pemasaran produk agar lebih optimal dan meningkatkan inovasi jenis olahan nanas madu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh simpulan sebagai berikut: hasil identifikasi kondisi internal dan eksternal pemasaran usaha olahan nanas madu Tiga Sekawan, bahwa kekuatan utama terletak pada harga produk terjangkau dengan kelemahan utama yaitu pemasaran produk kurang optimal, sedangkan identifikasi kondisi eksternal menghasilkan bahwa peluang utama pemasaran yaitu adanya dukungan dari pemerintah dengan ancaman utama yaitu adanya persaingan produk sejenis/tiruan. Perumusan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT dihasilkan alternatif pengembangan pemasaran usaha yaitu: mempertahankan harga produk yang sesuai dengan pangsa pasar, mempererat hubungan dengan pemerintah Kabupaten Pemalang, meningkatkan inovasi jenis olahan nanas madu, lebih mengoptimalkan pemasaran produk.

Saran dari penelitian ini bagi pihak pengusaha olahan nanas Tri Sekawan hendaknya selalu berupaya meningkatkan kinerja pemasaran secara konsisten, dengan cara memiliki akses, lingkungan yang nyaman dan fasilitas pemasaran yang tepat dan efektif untuk meningkatkan terwujudnya kepuasan bagi konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas variabel penelitian, salah satunya dengan peneledkatan kuantitatif, karena pada dasarnya masih banyak variabel penelitian di luar penelitian ini yang mampu mempengaruhi strategi pemasaran, serta mampu memperluas objek penelitian dan memperbanyak jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

REFERENSI

- [1] Aliyah, R., Gumilar, I., & Maulina, I. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon di Kota Bandung). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 6(2).



- [2] Andriani, A. (2018). *Saya Indonesia, Negara Maritim Jati Diri Negaraku*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- [3] Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121–138. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337>
- [4] Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togeang Provinsi Sulawesi Tengah. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(2), 97–112. <https://doi.org/10.17509/thej.v7i2.9016>
- [5] David, F. R. (2012). *Manajemen Strategis*. Salemba Empat.
- [6] Dharasta, Y. S. M. A., Dyahjatmayanti, D., & Nieamah, K. F. (2017). Analisis SWOT Desa Wisata di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 42–50.
- [7] Fretes, P. N. D. (2017). Pengaruh dana perimbangan, pendapatan asli daerah, dan pertumbuhan ekonomi terhadap indeks pembangunan manusia di Kabupaten Kepulauan Yapen. *Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE. UN PGRI Kediri*, 2(2), 1–33. <https://doi.org/10.29407/jae.v2i2.864>
- [8] Hamidah, N. A., & Haqi, M. S. (2019). Strategi Pemasaran dan Analisis SWOT sebagai Pengembangan Usaha Kedai. *MARGIN ECO*, 3(2), 14–29. <https://doi.org/10.32764/margin.v3i2.841>
- [9] Hasni, T. R. (2013). *Faktor yang mempengaruhi Volume Penyaluran Kredit Mikro, Kecil, dan Menengah (MKM) di PT Bank Sumatra Utara*. Doctoral dissertation, UNIMED.
- [10] Indrayani, L. (2019). Upaya Strategis Pengelolaan Limbah Industri Batik Dalam Mewujudkan Batik Ramah Lingkungan. *In Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 1(1).
- [11] Kristiyanti, M., & Rahmasari, L. (2015). Website sebagai media pemasaran produk-produk unggulan umkm di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 186–196.
- [12] Lie, L., & Kis, I. (2008). Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dengan Program–Program Berbasis Knowledge Management. *Dinamika Ekonomi*, 1(1), 24484.
- [13] Mahrany, Y. (2012). Pengaruh Indikator Komposit Indeks Pembangunan Manusia terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sulawesi Selatan. *Jurnal: Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makassar*.
- [14] Murhaini, S., & Ludang, Y. (2020). Sociological Aspects of Transferred Land to Settlements in Indonesia. *International Journal of Management (IJM)*, 11(3), pp. 247–255
- [15] Rahmayati, R. (2015). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara. *Jurnal Galung Tropika*, 4(1), 60–67.
- [16] Rizal, A., Fajar, M., & Rosidah, R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Benih Ikan Patin (*Pangasius sp*) di Pembenihan Ikan Farm Ita, Jakarta Selatan. *Akuatika Indonesia*, 4(1), 17–23. <https://doi.org/10.24198/jaki.v4i1.23485>
- [17] Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS-EFAS Pada CV. *Dinasty*. *In Seminar Nasional IENACO*, 238–245.
- [18] Setiana, R. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Skala Usaha UMKM Sektor Pertanian Di Kecamatan Ciawigebang–Kuningan (Studi pada UMKM Sektor Pertanian Binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kuningan)*. Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- [19] Siregar, R. T., Purba, T., Manurung, T. S., Albaihaqi, U., Pulungan, U. Y. S., Purba, V. A., ... & Ginting, W. R. B. (2021). *Ekonomi Pembangunan: Tinjauan Manajemen dan Implementasi Pembangunan Daerah*. Yayasan Kita Menulis.



- [20] Sudarismiati, A., & Ibrahim, M. Y. (2017). Strategi Pemberdayaan UMKM PENGHASIL Kerajinan Kerang dan Kayu Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi Kasus UMKM di Kec. Panarukan Kab. Situbondo). *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 1(1), 59–72.
- [21] Sukatmadiredja, N. R., & Rosita, W. M. (2019). Strategi Pemasaran Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Kopi Lokal. *Ecopreneur*, 12(2), 12–25. <http://dx.doi.org/10.51804/econ12.v2i2.497>
- [22] Sutiarkoro, A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Katalog Rainbow Creative Semarang Dengan Menggunakan Metode Swot. *Industrial Engineering Online Journal*, 7(2).
- [23] Widiastuti, T., Rusydiana, A. S., & Firmansyah, I. (2017). Development Strategy for Islamic Microfinance Institution in Indonesia: Ifas-Efas Matrix Approach. In *1st International Conference on Islamic Economics, Business and Philanthropy Becomes, Iciebp* (Vol. 707711).