

## Analisis Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Rumah Tangga Dempo Pisang Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana

**Marnida Marnida**

Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email: [nidamarnida79@gmail.com](mailto:nidamarnida79@gmail.com)

**Suwarto Suwarto**

Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email: [sunandarsuwarto@gmail.com](mailto:sunandarsuwarto@gmail.com)

**Niar Astaginy**

Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Email: [niaralfatah24@gmail.com](mailto:niaralfatah24@gmail.com)

Korespondensi penulis: [nidamarnida79@gmail.com](mailto:nidamarnida79@gmail.com)

**Abstract:** *This research aims to determine the potential and obstacles in developing the Dempo Banana home industry in Bombana Regency. The reason for choosing the research topic is that the commodity in Bombana Regency is bananas, which makes the banana demo product a typical snack in Bombana Regency which still needs to be developed. And to develop a development strategy, the type of research used is descriptive qualitative, namely an analysis used to describe or solve problems systematically using the SWOT analysis method, namely an analysis intended to see the extent of the implementation of the Dempo Banana Home Industry Development Strategy based on strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats, after analyzing the four SWOT indicators, we then developed appropriate alternative strategies to be applied to the domestic banana dumpling industry. The results of this research show that strategies that can be implemented include: (A). Utilizing Capital Assistance from the Government to Support the Development of the Dempo Banana Home Industry. (b). Utilizing the special characteristics of Banana Dempo as a typical banana snack that is famous throughout Indonesia. (C). Utilizing the Abundant Availability of Raw Materials as a Means of Running a Production Process That Supports Product Availability in the Industry. (D). Maintain consumer/customer loyalty by maintaining the quality of existing products and continuing to innovate so that consumers do not get bored with the taste, appearance and quality of the product. (E). Must maintain good product quality in terms of hygiene, halal, packaging and price so that customers do not Turn to Other Products.*

**Keywords:** *Dimensions of Service Quality, Customer Satisfaction, Strategy, MSME Development, SWOT Analysis*

**Abstrak:** Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui Potensi Dan Hambatan Dalam Pengembangan Industri Rumah Tangga Dempo Pisang Di Kabupaten Bombana. Alasan pemilihan topic penelitian yaitu komoditi yang ada di Kabupaten Bombana adalah buah pisang yang menjadikan produk dempo pisang sebagai cemilan khas Kabupaten Bombana yang masih perlu dikembangkan. Dan Untuk Menyusun Strategi Pengembangannya, Jenis Penelitian Yang Digunakan Adalah Deskriptif Kualitatif Yaitu Suatu Analisa Yang Digunakan Untuk Menggambarkan Atau Memecahkan Masalah Secara Sistematis Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT Yaitu Analisa Yang Dimaksud Untuk Melihat Sejauh Mana Penerapan Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Dempo Pisang Yang Berdasarkan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman, setelah melakukan analisa ke empat indikator SWOT selanjutnya dilakukan penyusunan alternative strategi yang tepat untuk diterapkan pada industry rumah tangga dempo pisang. Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Strategi Yang Dapat Diterapkan Antara Lain: (A). Memanfaatkan Bantuan Modal Dari Pemerintah Sebagai Penunjang Pengembangan Industri Rumah Tangga Dempo Pisang. (B). Memanfaatkan Ciri Khas Dempo Pisang Sebagai Cemilan Khas Pisang Yang Terkenal Diseluruh Wilayah Indonesia . (C). Memanfaatkan Ketersediaan Bahan Baku Yang Melimpah Sebagai Sarana Dalam Melancarkan Proses Produksi Yang Mendukung Ketersediaan Produk Dalam Industri. (D). Mempertahankan Loyalitas Konsumen/ Pelanggan Dengan Cara Mempertahankan Kualitas Produk Yang Ada Dan Terus Berinovasi agar Konsumen Tidak Jenuh Pada Rasa, Tampilan, Dan Kualitas Produk.(E).Harus Mempertahankan Kualitas Produk Baik Dari Segi Kehigienisan, Kehalalan, Kemasan, Dan Harga Agar Pelanggan Tidak Berpaling Pada Produk Lain.

**Kata Kunci:** Dimensi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Strategi, Pengembangan UMKM, Analisis SWOT

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang usaha kecil Tarigan, (2013). Salah satu prioritas pembangunan dalam, Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian Nasional (Stiadi et al., 2021). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya Ariani dan Utomo, (2017).

Di Kabupaten Bombana tanaman pisang cukup banyak dibudidayakan khususnya di Kecamatan Poleang yang menjadi sentra penghasil pisang terbesar di Kabupaten Bombana yang masyarakatnya membudidayakan tanaman pisang di area pekarangan rumah dan perkebunan sebagai komoditi yang banyak ditanam di Kabupaten Bombana khususnya daerah Poleang Pisang memiliki prospek kedepan yang cukup baik untuk mengisi peluang pasar lokal, nasional maupun internasional, untuk mendapatkan daya saing produk pisang maka diperlukan pengolahan produk pisang agar dapat memperoleh nilai tambah dan keuntungan dalam hal ini dempo pisang.

Jumlah industri dempo pisang di Kabupaten Bombana cukup banyak, banyaknya produsen dempo pisang maka jumlah pesaing pun bertambah. Secara umum persaingan yang terjadi pada produk dempo pisang adalah persaingan pangsa pasa, mutu produk dan harga jual produk, persaingan pangsa pasar terjadi jika jumlah pelaku UMKM dempo pisang yang beroperasi semakin banyak sehingga para pelaku usaha harus jeli dalam menentukan daerah atau pasar yang dapat dimasuki untuk memasarkan produknya, disamping itu juga terdapat persaingan mutu produk persaingan ini terjadi karena setiap pelaku usaha dempo pisang bersaing *Service quality* memiliki 5 dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* (Apriani & Nurcahyo, 2021). *Tangible* adalah suatu pelayanan yang dalam mempromosikan produk yang dijualnya agar dapat diterima oleh konsumen baik melalui kualitas rasa, variasi bentuk dan variasi ukuran. Oleh karna itu agar produknya dapat diterima dengan baik oleh konsumen maka para pelaku usaha harus mampu melihat selera konsumen mengenai produk dempo pisang yang diinginkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Niar Astaginy & Sudarnice, (2019) usaha dempo pisang di Kabupaten Bombana berada pada kuadran III, yang

menunjukkan bahwa kuadran tersebut merupakan usaha yang memiliki posisi lemah, sehingga diharapkan mengubah strategi sebelumnya karena strategi lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus meningkatkan kinerja organisasi bisnis dempo pisang di Kabupaten Bombana. Pada posisi seperti ini sangat berbahaya jika tidak melakukan perubahan strategi pada usaha dempo pisang. Dari hasil penilaian usaha dempo pisang harus meningkatkan kualitas produk dan sumber daya manusia dengan tetap menjaga kekuatan dan harus memanfaatkan peluang yang ada diantaranya dukungan Pemerintah dan pemanfaatan teknologi dalam merancang produk dempo pisang dalam mewujudkan produk unggul di Kabupaten Bombana

Sedangkan berdasarkan observasi yang penulis lakukan, dempo pisang yang dihasilkan sebagian besar pelaku usaha industri rumah tangga dempo pisang masih kurang berkembang baik dari segi kemasan yang kurang menarik serta varian rasa yang masih tetap sama sepanjang produk ini dikenal di Kabupaten Bombana, pemasarannya masih antar kota dan minimnya permodalan sehingga menghambat inisiatif dan kreatifitas mereka. Oleh karena itu berdasarkan kondisi diatas maka pemerintah Kabupaten Bombana yakni Kepala Dinas Perindagkop dan UKM Bombana, Asis Fair mengatakan pihaknya merencanakan pengembangan produk dempo pisang melalui bantuan permodalan hingga peralatan berupa mesin pengering yang direncanakan produk dempo pisang dan akan dikembangkan secara meluas melalui sebuah pergerakan yang dikenal dengan istilah, Gerakan Masyarakat untuk Meningkatkan Industri Rumah Tangga (GEMAR KDRT). Namun hal ini kembali ke pelaku usaha itu sendiri dilihat dari sejauh mana mereka mengelola usaha secara mandiri ungkap Asis Fair di Rumbia, Kamis (5/7/2019).

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penyusunan skripsi ini penulis mengambil judul **“Analisis Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Rumah Tangga Dempo Pisang Kelurahan Bambia Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana”**

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

- ✓ Belum optimalnya pemasaran produk dempo pisang dan manajemen produksi yang tidak maksimal.
- ✓ Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada industri rumah tangga dempo pisang.

Strategi pengembangan industri rumah tangga dempo pisang

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diuraikan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan: bagaimanakah strategi pengembangan industri rumah tangga dempo pisang di Kelurahan Bambaia Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana?

## **Batasan Masalah**

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu luas maka peneliti membatasi masalah yaitu pada UMKM industri rumah tangga dempo pisang yang terletak di Kelurahan Bambaia Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana.

## **KAJIAN TEORI**

### **Definisi Strategi**

Ditinjau dari segi etimologi, kata strategi berasal dari kata bahasa Yunani yaitu *Strategos* yang diambil dari kata *Strator* yang berarti militer dan juga berarti memimpin. Pada awalnya, strategi diartikan sebagai *Generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.

Menurut George Stainner dan Jhon Minner adalah penempatan misi, penempatan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal dalam perumusan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan utama organisasi tercapai

Sedangkan menurut pandangan Nickols (2012) strategi adalah jembatan antara kebijakan atau tujuan tingkat tinggi di satu sisi dan taktik atau tindakan konkret di sisi lain. Strategi adalah istilah yang merujuk pada jaringan pemikiran, gagasan, wawasan, pengalaman, tujuan, keahlian, ingatan, persepsi dan harapan yang kompleks dan menyediakan panduan umum untuk tindakan spesifik dalam mengejar tujuan tertentu. Strategi adalah jalan yang ditempuh, perjalanan yang dibayangkan dan pada saat yang sama, jalan itu dikendalikan merupakan perjalanan yang sebenarnya yang memiliki tujuan, hasil, dan akhir yang harus diperhatikan. Artikel Euromed Marseille *School of management* disebutkan bahwa langkah selanjutnya untuk menemukan definisi untuk taktik dan strategi dapat diketahui melalui keputusan strategis dan taktis yang diambil. Pengambilan keputusan terjadi di semua tingkatan dalam suatu organisasi.

### **Jenis- Jenis Strategi**

#### a) Strategi Sebagai Rencana

Strategi didefinisikan sebagai panduan untuk tindakan tertentu namun karena masa depan tidak dapat diketahui itu hanya bisa menjadi ungkapan niat, proposal untuk jalur antara

kondisi saat ini dan kondisi masa depan yang diinginkan. Pandangan ini yang dipelopori oleh George Steiner adalah salahsatu deskripsi strategi tertua dan paling umum.

b) Strategi Sebagai Posisi

Strategi didefinisikan sebagai cerminan dari keputusan untuk menawarkan produk atau layanan dipasar tertentu, mengambil pandangan ini strategi ditentukan terutama yang terjadi diluar perusahaan antara pelanggan, pemasok dan pesaing, peran pembuat keputusan adalah untuk menganalisis dan menyesuaikan dengan lingkungan kompetitif, pandangan ini terlihat dalam karya-karya Michael Porter.

**Definisi Pengembangan Usaha**

Pengembangan bisnis yang berkelanjutan merupakan pusat perhatian perusahaan yang dapat dicapai dengan mengadopsi strategi dan aktivitas bisnis yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta para pemegang saham sembari melindungi, mempertahankan dan memperkuat sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Konsep pengembangan usaha muncul dari sektor swasta menitikberatkan pada upaya mengidentifikasi kesempatan bisnis ditengah pasar. Secara umum, tujuan pengembangan bisnis adalah menciptakan keuntungan melalui penciptaan bisnis dalam rangka memanfaatkan pasar dan kesempatan bisnis, serta untuk menciptakan lapangan pekerjaan *Central Otago District Center (2013: 5)*.

**Strategi Pengembangan Usaha**

Berikut merupakan beberapa strategi yang dapat digunakan untuk memajukan dan mengembangkan suatu usaha agar dapat bertahan dalam jangka panjang dalam (Pearce, B, & Robinson, 2013), yaitu:

- a.) Strategi pengembangan pasar Suatu strategi utama untuk memasarkan sebuah produk yang ada kepada konsumen, sering kali terkait hanya dengan modifikasi tipis, dengan cara menambah saluran distribusi atau dengan cara menambah konten iklan atau promosi.
- b.) Strategi pengembangan produk Dalam strategi pengembangan produk juga dibutuhkan modifikasi terhadap suatu produk yang ada saat ini atau penciptaan produk yang baru, namun masih terkait yang dapat dipasarkan pada pelanggan saat ini melalui saluran distribusi yang sudah ada. Dengan cara ini perusahaan dapat mampu bertahan, memperkuat posisi dan memperluas pangsa pasar dengan menghadirkan produk-produk baru yang dipasarkan
- c.) Strategi inovasi Strategi ini merupakan strategi untuk meraih keuntungan yang tinggi berkaitan dengan penciptaan atau penerimaan pelanggan atau produk baru atau yang telah diperbaiki.

## Analisis SWOT

Untuk mengembangkan sebuah strategi terlebih dahulu diperlukan analisis. jurnal entrepreneur (2020) mengemukakan bahwa Strength, Weakness, Opportunity, Threat atau bisa dikenal dengan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang penting dilakukan pada perusahaan untuk melakukan penyusunan strategi, penjualan produk maupun ide bisnis baru Menurut jurnal entrepreneur (2020).

Menurut Pahlevi (2018), tujuan melakukan analisis SWOT adalah membantu untuk memahami bisnis yang dimiliki dengan menghadirkan sudut pandang operasi perusahaan dari sudut yang berbeda. Dalam bisnis yang baru, analisis ini sangat penting dilakukan untuk membantu proses perencanaan usaha artinya analisis SWOT membantu usaha baru berada di rel yang benar. Perencanaan ini dapat berupa produk baru proyek ataupun strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan Melalui penggunaan yang sederhana dan tepat, analisis SWOT mampu membantu perusahaan untuk memahami dinamika dan situasi yang terjadi, adapun contoh SWOT disajikan pada tabel dibawah ini:

EFAS IFAS	<i>Strength (S)</i> menentu-kan beberapa factor kekuatan internal	<i>Weakness (W)</i> menent-ukan beberapa faktor kelemahan internal
<i>Opportunity(O)</i> Menentukan Beberapa factor peluang eksternal	<i>Strategi (S O)</i> mencip-takan situasi yang menggunakan kekuatan, untuk memanfaatkan peluang	<i>Strategi (WO)</i> Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treaths (T)</i> menentukan b-berapa faktor ancaman ek-ternal	<i>Strategi (ST)</i> mengg-unakan kekuatan unt-uk mengatasi ancama-n	<i>Srategi(WT)</i> meminimal-kan kelemahan dan meng-hindari ancaman

*Sumber: Rangkuti*

## Karangka Pikir

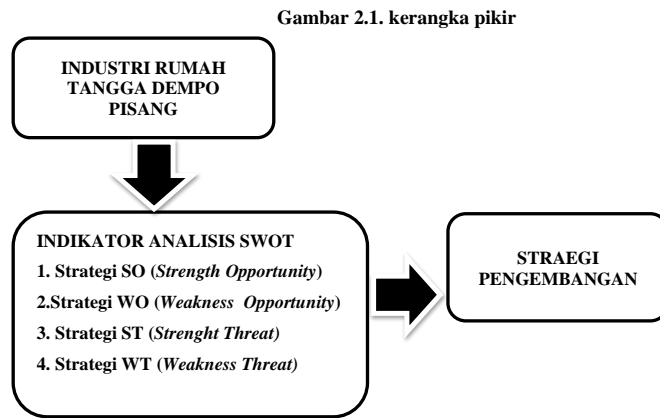
Karangka pikir adalah suatu abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisa- sikan suatu pengertian, oleh sebab itu karangka pikir tidak dapat diukur dan diamati secara langsung agar dapat diamati dan dapat diukur maka karangka pikir tersebut harus dijabarkan ke dalam variabel-vaibel dari variabel itulah karangka pikir dapat diamati dan diukur, Soekidjo (2010)

Analisis SWOT adalah sebagai strategi penentu masa depan keberlangsungan bisnis perusahaan dan menjalankan strategi misinya untuk mencapai tujuan (Fisi) perusahaan. Manfaatnya adalah dapat beradaptasi dengan teknologi dan zaman, mengatasi masalah internal perusahaan, memperluas jaringan dan membangun relasi bisnis, menghindari kerugian, membuat inovasi dan mengembangkan perusahaan, serta untuk kepentingan analisis keuangan perusahaan.

Jadi untuk kepentingan penelitian ini, maka sesuai pokok permasalahan telaah pustaka dan teori dan tinjauan empiris dari penelitian - penelitian terdahulu, maka kerangka konsep penelitian ini yaitu menentukan strategi pengembangan usaha terutama terkait manajemen,

produksi, volume penjualan, pemasaran, dan ide baru melalui analisis SWOT.

Jadi penelitian ini menggunakan konsep yaitu untuk menetapkan alternatif strategi bagi pengembangan usaha melalui analisis SWOT, yang secara ringkas digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Rangkui

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian ini digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena atau keadaan sosial.

Merupakan salah satu jenis metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menafsirkan / menginterpretasi objek sesuai dengan situasi Tasyah, Amelia et al.,(2021:21-33). Pada umumnya, tujuan utama penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat. Adapun alasan menggunakan metode ini yaitu, metode deskriptif kualitatif sangat berguna untuk mendapatkan variasi permasalahan yang berkaitan dengan tingkah laku manusia maupun bidang pendidikan.

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini sejak tanggal dikeluarkan- nya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 3 (Tiga) bulan, lebih kurang 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Adapun fokus penelitian yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini yaitu, Kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada pada industri rumah tangga dempo pisang Penentuan strategi dengan menganalisa faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang, ancaman). Informan dalam penelitian kualitatif adalah orang-orang yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tidak hanya

secara pasif tetapi secara aktif berinteraktif secara aktif dengan peneliti seperti yang peneliti tentukan.

Alat analisis data yang digunakan dalam merumuskan sebuah strategi pengembangan industri rumah tangga dempo pisang Kelurahan Bambaesa Kecamatan Poleang timur Kabupaten Bombana sebagai berikut:

a. Matriks Faktor Internal

b. Table 3.1 Tabel IFAS

No	Strength	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (c)
1.				
2.	Dst			
	Total kekuatan			
No	Weakness	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (c)
1.				
2.	Dst			
	Total kelemahan			
	TOTAL	1,00		
Selisih Total kekuatan – Total Kelemahan = S – W = x				

Sumber : (Rangkuti F, 2013)

Berdasarkan tabel diatas, cara untuk mengisi pada kolom bobot, rating, dan skor yang terdapat pada table IFAS diatas peneliti harus mengetahui strategi faktor internal dengan cara sebagai berikut :

- a. Menentukan faktor-faktor yang termasuk dalam kelemahan dan kekuatan
- b. Beri bobot (a) masing-masing faktor dengan syarat total bobot sama dengan 1,0. Bobot berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting).
- c. Hitung rating (b) untuk masing-masing faktor dengan angka mulai dari 1 sampai 4/5
- d. Perhitungan rating untuk skor untuk kekuatan dan kelemahan adalah dengan pemberian +4 untuk kekuatan yang semakin besar (sangat kuat) dan kecil diberi +1 (sangat lemah).
- e. Kalikan antara bobot dan rating untuk memperoleh nilai skor (c)
- f. Jumlahkan skor untuk memperoleh total skor pembobotan. Total skor

b. Matriks Faktor Eksternal

Table 3.2 Tabel EFAS

No	Opportunity	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (c)
1.				
2.	Dst			
	Total Peluang			
No	Treath	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (c)
1.				
2.	Dst			
	Total Ancaman			
	TOTAL	1,00		
Selisih Total kekuatan – Total Kelemahan = O – T = y				

Sumber : (Rangkuti F, 2013)



Berdasarkan tabel diatas, cara untuk mengisi pada kolom bobot, rating, dan skor yang terdapat pada tabel EFAS diatas peneliti harus mengetahui strategi faktor internal dengan cara sebagai berikut :

1. Menentukan faktor-faktor yang termasuk dalam peluang dan ancaman
2. Beri bobot masing-masing faktor dengan syarat total bobot (a) sama dengan 1,0. Berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting)
3. Hitung rating (b) untuk masing-masing faktor dengan angka mulai dari 1 sampai 4. Perhitungan rating untuk skor peluang dan ancaman adalah dengan pemberian +4 untuk kekuatan yang semakin besar (sangat kuat) dan kecil diberi +1 (sangat lemah).
4. Kalikan antara bobot dan rating untuk memperoleh nilai skor (c)
- 5 .Jumlahkan skor untuk memperoleh total skor pembobotan. Total skor pembobotan ini digunakan reaksi industri dempo pisang terhadap faktor eksternalnya, Total ini juga untuk membandingkan objek wisata satu dengan lainnya.

## **HASIL ANALISIS DATA**

Industri rumah tangga dempo pisang dikelurahan Bambaesa merupakan usaha persorangan dan telah beroperasi sejak tahun 2018. Awalnya usaha ini menghasilkan produk dempo pisang yang memang pada dasarnya sudah mengalami sedikit perkembangan dibandingkan industri rumah tangga dempo pisang lainnya, membangun tempat produksi sendiri dan telah mempekerjakan karyawan. Namun nampaknya usaha di Desa tersebut masih perlu lebih dikembangkan agar memiliki ciri khas dan keunggulan kompetitif serta mempunyai *value added*. Berdasarkan pengamatan dan wawancara industri rumah tangga dempo pisang tersebut telah cukup berkembang, namun diperlukan usaha dan pengetahuan untuk lebih memajukannya, diantaranya: Meningkatkan manajemen produksi dan memperluas jaringan pemasaran.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategi internal pada industri rumah tangga dempo pisang kelurahan Bambaesa dan data faktor-faktor strategi internal dimasukkan pada tabel analisis faktor strategi internal (IFAS) dan dilakukan pemberian skor. Matrik IFAS pada industri rumah tangga dempo pisang kelurahan Bambaesa dapat dilihat pada tabel (4.12) sebagai berikut :

Tabel 4.12 Matriks IFAS Usaha dempo Pisang

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor
	<b>Kekuatan</b>			
1.	Kondisi Modal Yang Relatif Tercukupi	0,14	3	0,42
2.	Produk yang berkualitas	0,14	4	0,56
3.	Harga sesuai dengan kualitas produk	0,11	2	0,22
4.	Sudah Memiliki Sertifikat Halal dan Izin Depkes	0,12	3	0,36
5.	Kemasan produk yang cukup bagus	0,12	3	0,36
6.	Lokasi yang strategis	0,14	2	0,28
7.	Bebas bahan pengawet	0,09	2	0,18
	Jumlah	0,86		2,38
	<b>Kelemahan</b>			
8.	Manajemen produksi yang belum optimal	0,14	3	0,42
9.	Promosi belum maksimal	0,12	2	0,24
	Jumlah	0,26		0,66
	<b>Total keseluruhan</b>	1		3,04

*Sumber: Data primer di olah tahun 2022*

Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa faktor kunci internal yang mempunyai faktor kekuatan tinggi adalah kualitas produk Dempo pisang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai bobot sebesar 0,14 dengan rating 4 dan skor sebesar 0,56. Faktor kunci ini merupakan peluang utama bagi usaha dempo pisang, ini karena kualitas produk dempo pisang memiliki tingkat kepentingan terbesar bagi pengembangan usahanya kedepan. Selain identifikasi terhadap kekuatan internal industri rumah tangga dempo pisang matriks IFAS juga menunjukkan berbagai kelemahan yang selama ini dimiliki usaha dempo pisang. Faktor kunci internal yang menjadi kelemahan terbesar usaha ini adalah tidak optimalnya manajemen produksi, yang memiliki bobot 0,14 dengan rating 0,42

Hasil analisis matriks IFAS pada usaha dempo pisang ini yang meliputi seluruh faktor kunci internal (kekuatan dan kelemahan) adalah nilai skor sebesar 3,04. Total nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha dempo pisang ini berada pada level rata-rata didalam kekuatan internal seluruhnya, sehingga usaha ini dituntut lebih optimal dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan yang ada dalam mencapai keberhasilan usahanya.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategi internal pada idustri rumah tangga dempo pisang Kelurahan Bambiae dan data faktor-faktor strategi eksternal dimasukkan pada tabel analisis faktor strategi eksternal (EFAS) dan dilakukan pemberian skor. Matriks EFAS pada idustri rumah tangga dempo pisang kelurahan Bambiae dapat dilihat pada tabel (4.13) Sebagai berikut :

Tabel 4.13 Matriks EFAS Usaha dempo Pisang

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor
	<b>Peluang</b>			
1.	Merupakan produk makanan / cemilan khas Indonesia	0,15	2	0,3
2.	Fasilitas kredit bagi UMKM dari pemerintah	0,17	2	0,34
3.	Memiliki lebih dari satu pemasok / <i>supplier</i>	0,14	3	0,42
4.	Konsumen sering membeli produk dalam jumlah banyak	0,16	3	0,48
	Jumlah	0,62		1,54
	<b>Ancaman</b>			
5.	Persaingan antar UMKM khususnya untuk produk yang sejenis	0,11	2	0,24
6.	Jaringan pemasaran pesaing lebih luas	0,13	2	0,26
7.	Barang substitusi tinggi	0,14	1	0,14
	Jumlah	0,38		0,64
	<b>Total keseluruhan</b>	1		2,18

Sumber: Data primer di olah tahun 2022

Pada Tabel 4.13 Menunjukkan bahwa faktor kunci eksternal yang memberikan peluang terbesar bagi usaha dempo pisang adalah konsumen sering membeli produk dalam jumlah banyak dalam hal ini ada sesuatu dari produk dempo pisang yang harus dipertahankan atau dikembangkan lagi baik dari segi kualitas produk atau dari harga dan faktor lainnya yang menjadi pendukung untuk mempertahankan loyalitas konsumen, hal ini dapat membangkitkan sektor industri yang dibuktikan besarnya Bobot yang ditunjukkan pada faktor kunci eksternal ke 4.

Faktor kunci eksternal yang memberikan ancaman terbesar bagi usaha dempo pisang ini adalah jaringan pemasaran pesaing lebih luas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai bobot 0,13 dengan rating 2 dan skor 0,26. Kondisi ini menunjukkan bahwa jaringan pemasaran pesaing lebih luas memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengembangkan produk dempo pisang.

### **Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Dempo Pisang Di Kelurahan Bambiae, Kecamatan Poleang Timur, Kabupaten Bombana**

Untuk mengetahui arah dan bentuk pengembangan industri rumah tangga dempo pisang maka diperlukan informasi-informasi mengenai faktor-faktor internal maupun eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi industri rumah tangga dempo pisang. Informasi tersebut diperoleh dari wawancara *owner* (pemilik) industri rumah tangga dempo pisang, karyawan industri demp pisang, pemerintah Kelurahan Bambiae dan wawancara pelanggan produk dempo pisang . Dari hasil wawancara diperoleh beberapa informasi yang menjadi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pengembangan industri rumah tangga dempo pisang.

Adapun strategi pengembangan yang dilakukan oleh industri rumah tangga dempo pisang berdasarkan hasil wawancara yaitu :

a. Produk dempo pisang yang sebelumnya menampilkan kemasan yang sangat sederhana dan

dikembangkan menjadi produk dalam bentuk kemasan yang kekinian disertai dengan label halal dari MUI sehingga memiliki daya saing antar industri,

b. Proses pengolahan produk dempo pisang yang sebelumnya diolah dengan alat-alat yang sederhana dan tradisional kini telah dikembangkan menjadi proses pengolahan produk dempo pisang yang modern dan menjadi salahsatu penunjang kualitas produk dempo pisang,

c. Pemasaran yang sebelumnya dilakukan hanya dipasar–pasar sentral dan antar produsen kini dikembangkan dengan membuka pangsa pasar yang baru dan meluas yaitu mempromosikan produk dempo pisang dimedia sosial sehingga volume penjualan pada produk dempo pisang meningkat,

d. Pengembangan cita rasa yang sebelumnya hanya 3 varian rasa paada produk dempo pisang dikembangkan menjadi 9 varian rasa agar konsumen tidak bosan dengan varian rasa yang seelumnya sehingga konsumen bebas memilih varian sesuai dengan apa yang diinginkan.

### **Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan**

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal maka dapat didefinisikan strategi pengembangan dengan melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan Industri Rumah Tangga Dempo Pisang. Analisis matriks SWOT dengan alternatif strategi. Matriks SWOT adalah matriks yang akan digunakan untuk menyusun berbagai alternatif strategi pengembangan usaha dempo pisang melalui strategi SO, WO ,ST, WT. Alternatif strategi produk dempo pisang dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut:

Faktor Internal	<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kondisi modal yang relative tercukupi</li> <li>➤ Produk yang berkualitas</li> <li>➤ Harga sesuai dengan kualitas produk</li> <li>➤ Sudah memiliki Sertifikat Halal dan izin Depkes</li> <li>➤ Kemasan produk yang cukup bagus</li> <li>➤ Lokasi yang strategis</li> <li>➤ Bebas bahan pengawet</li> </ul>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Manajemen produksi yang belum optimal</li> <li>➤ Promosi belum maksimal</li> </ul>
Faktor Eksternal	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan ciri khas produk sebagai cemilan jenis pisang yang dikenal seluruh masyarakat Indonesia terutama daerah Bombana sendiri dengan memperlihatkan variasi, designe dan kualitas dari produk dempo pisang serta membuktikan bahwa produk dempo pisang merupakan cemilan yang enak, sehat, halal, dan mengandung banyak vitamin dengan harga yang terjangkau.</li> <li>2. Memanfaatkan bantuan modal dari pemerintah sebagai penunjang pengembangan industri rumah tangga dempo pisang</li> <li>3. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang melimpah sebagai sarana dalam</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perlu adanya evaluasi terhadap karyawan mengenai pengetahuannya tentang manajemen produksi dan perlu adanya pelatihan dan pengetahuan mengenai manajemen produksi lebih mendalam agar dapat mencegah terjadinya <i>(Not production)</i> produksi terhenti .</li> <li>2. Perlu dimaksimalkannya promosi pada media sosial bukan hanya pada akun Facebook dan Instagram namun perlu memaksimalkannya lagi dengan cara menambah akun perbelanjaan atau membuka toko-toko online di akun perbelanjaan masyarakat Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia,</li> </ol>
<p><b>Peluang (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Merupakan produk makanan / cemilan khas Indonesia</li> <li>➤ Fasilitas kredit bagi UMKM dari Pemerintah</li> <li>➤ Memiliki lebih dari satu pemasok / <i>supplier</i></li> <li>➤ Konsumen sering membeli produk dalam jumlah banyak</li> </ul>		

	<p>melancarkan proses produksi yang mendukung ketersediaan produk dalam industri.</p> <p>4. Mempertahankan loyalitas konsumen dengan cara mempertahankan kualitas produk yang ada dan terus berinovasi sebagai alat agar konsumen tidak jenuh pada rasa, tampilan, dan kualitas produk.</p>	Bukalapak, Blibli, dan masih banyak lainnya.
<p>Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Persaingan antar UMKM khususnya untuk produk yang sejenis</li> <li>➤ Jaringan pemasaran pesaing lebih luas</li> <li>➤ Barang substitusi tinggi</li> </ul>	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harus mempertahankan kualitas produk baik dari segi ke higienisan, kehalalan, kemasan, dan harga agar pelanggan tidak berpaling pada produk lain terutama pada produk yang sejenis.</li> <li>• Perlunya memanfaatkan keunggulan produk dengan memperluas pemasaran agar keunggulan produk tidak hanya diketahui oleh masyarakat sekitar namun diketahui seluruh masyarakat Indonesia, dan perlunya Diversifikasi produk atau perluasan produk baik berupa barang atau jasa dalam rangka meningkatkan pertumbuhan, penjualan, dan keuntungan perusahaan.</li> </ul>	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah wawasan atau pengetahuan dalam mengelolah atau mengoperasikan mesin agar tidak mengalami hambatan dalam proses produksi sehingga tidak menghambat penjualan.</li> <li>2. Memaksimalkan atau memperbanyak promosi dibandingkan pesaing sebagai alat untuk memperluas jaringan pemasaran sehingga pesaing dengan produk yang sejenis bisa bersaing dengan produk dan kualitas yang beda dengan yang lain dan memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri sehingga pelanggan akan lebih tertarik pada produk dempo pisang di industri rumah tangga dempo pisang Kelurahan Bambaia kecamatan poleang timur.</li> <li>3. Diharapkan melakukan penambahan jenis produk pada industri rumah tangga dempo pisang hal ini bertujuan agar pengganti dari produk dempo pisang bisa dinetralisir atau diatasi dengan memproduksi produk baru yang sejenis dengan produk pengganti dempo pisang, seperti keripik pisang dll</li> </ol>

Sumber: Data primer di olah tahun 2022

Berdasarkan pengelolaan faktor internal dan pengelolaan faktor eksternal industri rumah tangga dempo pisang di Kelurahan Bambaia Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana diperoleh skor masing-masing faktor sebagai berikut:

1. Skor untuk faktor kekuatan = 2,38
2. Skor untuk faktor kelemahan = 0,66
3. Skor untuk faktor peluang = 1,54
4. Skor untuk faktor ancaman = 0,64

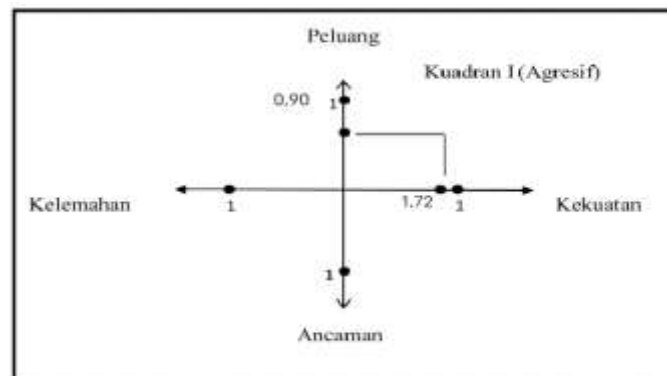
Untuk menentukan titik koordinat pada strategi pengembangan industri rumah tangga dempo pisang perlu dilakukan perhitungan terhadap faktor internal dan faktor eksternal dengan diagram analisis SWOT.

- Sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal dan diperoleh nilai koordinat (X) sebesar  $X = 2,38 - 0,66 = 1,72$
- Sumbu vertikal (y) sebagai faktor eksternal dan diperoleh nilai koordinat (Y) sebesar  $Y = 1,54 - 0,64 = 0,90$

Nilai koordinat pada diagram SWOT bernilai positif, pada sumbu horizontal(X) sebesar 1,72 dan pada sumbu vertikal (Y) diperoleh sebesar 0,90. Diagram analisis SWOT

(*Matriks Grand Strategy*) dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut :

Gambar 4.2. Diagram analisis SWOT (*Matriks Grand Strategi*)



Sumber : Data primer di olah tahun 2022

### Strategi Pengembangan Berdasarkan Analisis SWOT

Dari analisis SWOT peneliti mendapatkan alternatif strategi pengembangan yaitu pada kuadran I. Pada kuadran ini perusahaan berada disituasi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang, strategi yang akan diterapkan pada kuadran ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi-strategi yang dapat dilakukan atau dijalankan adalah sebagai berikut :

- ✓ Memanfaatkan bantuan modal dari pemerintah sebagai penunjang pengembangan industri rumah tangga dempo pisang
- ✓ Memanfaatkan ciri khas dempo pisang sebagai cemilan khas pisang yang terkenal diseluruh wilayah Indonesia dengan membuat inovasi terbaru setiap tahunnya
- ✓ Memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang melimpah sebagai sarana dalam melancarkan proses produksi yang mendukung ketersediaan produk dalam industri.
- ✓ Mempertahankan loyalitas konsumen / pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas produk yang ada dan terus berinovasi sebagai sarana agar konsumen tidak jenuh pada rasa, tampilan, dan kualitas produk.
- ✓ Harus mempertahankan kualitas produk baik dari segi kehygienisan, kehalalan, kemasan, dan harga agar pelanggan tidak berpaling pada produk lain terutama pada produk yang sejenis.
- ✓ Perlunya memanfaatkan keunggulan produk dengan memperluas pangsa pasar agar keunggulan produk tidak hanya diketahui oleh masyarakat sekitar namun diketahui seluruh masyarakat se Indonesia seperti membuka toko-toko *online* di Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli.com, dan lain sebagainya.

- ✓ Meningkatkan promosi melalui berbagai media yang tersedia, seperti media cetak maupun elektronik seperti menyebar brosur dan lainnya, promosi besar-besaran agar menarik perhatian konsumen.

Dari hasil penelitian yang diperoleh peneliti maka sinkronisasi antara teori dan justifikasi hasil penelitian yaitu strategi yang dapat digunakan untuk memajukan dan mengembangkan suatu usaha agar dapat bertahan dalam jangka panjang dalam (Pearce, B, & Robinson, 2013), sebagai berikut:

- a. Strategi pengembangan pasar suatu strategi utama untuk memasarkan sebuah produk yang ada kepada konsumen, sering kali terkait hanya dengan modifikasi tipis, dengan cara menambah saluran distribusi atau dengan cara menambah konten iklan atau promosi.
- b. Strategi pengembangan produk Dalam strategi pengembangan produk juga dibutuhkan modifikasi terhadap suatu produk yang ada saat ini atau penciptaan produk yang baru, namun masih terkait yang dapat dipasarkan pada pelanggan saat ini melalui saluran distribusi yang sudah ada. Dengan cara ini perusahaan dapat mampu bertahan, memperkuat posisi dan memperluas pangsa pasar dengan menghadirkan produk-produk baru yang dipasarkan
- c. Strategi inovasi Strategi ini merupakan strategi untuk meraih keuntungan yang tinggi berkaitan dengan penciptaan atau penerimaan pelanggan atau produk baru atau yang telah diperbaiki

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Dempo Pisang di kelurahan Bambaia Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana, dapat di simpulkan melalui hasil dari analisis SWOT yaitu diperoleh nilai kordinat yang terletak di kuadran I yaitu strategi agresif, yang artinya usaha berada di situasi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang besar dibandingkan kelemahan dan ancaman yang dimiliki. Strategi yang diterapkan pada kuadran ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Untuk menghindari suatu ancaman yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki Industri Rumah Tangga Dempo Pisang dengan menggunakan strategi WT antara lain :

- a. Memanfaatkan bantuan modal dari pemerintah sebagai penunjang pengembangan industri rumah tangga dempo pisang.
- b. Memanfaatkan ciri khas dempo pisang sebagai cemilan khas pisang yang terkenal diseluruh wilayah Indonesia .
- c. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang melimpah sebagai sarana dalam melancarkan proses produksi yang mendukung ketersediaan produk dalam industri.

d. Mempertahankan loyalitas konsumen/ pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas produk yang ada dan terus berinovasi sebagai alat agar konsumen tidak jenuh pada rasa, tampilan, dan kualitas produk.

e. Harus mempertahankan kualitas produk baik dari segi ke higienisan, kehalalan, kemasan, dan harga agar pelanggan tidak berpaling pada produk lain terutama pada produk yang sejenis.

f. Perlunya memanfaatkan keunggulan produk dengan memperluas pemasaran agar keunggulan produk tidak hanya diketahui oleh masyarakat sekitar namun diketahui seluruh masyarakat Indonesia sebagai sarana untuk menunjang volume perluasan pemasaran dan volume penjualan dengan cara membuka toko-toko online di beberapa aplikasi yang terkenal di Indonesia sebagai salahsatu layanan perbelanjaan masyarakat Indonesia yang luas, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli.com, dan lain sebagainya.

### Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk meningkatkan strategi pengembangan industri rumah tangga dempo pisang di Kelurahan Bambiae Kecamatan Poleang Timur Kabupaten Bombana adalah :

- ✓ Sebaiknya pengembangan pasar dilakukan dengan meningkatkan promosi dan membuka pangsa pasar baru untuk mendapatkan pelanggan baru terutama pelanggan di berbagai kota
- ✓ Perllunya mempertahankan kualitas produk dempo pisang dan sebaiknya menambah jenis produk yang berbahan dasar pisang, seperti keripik pisang dan lain sebagainya.
- ✓ Sebaiknya membuka toko-toko *online* di beberapa situs *online* seperti shopee, Lazada, Tokopedia dan lain sebagainya, agar produk dempo pisang khas daerah Bombana dikenal seluruh Indonesia dan untuk menunjang volume penjualan produk tersebut.

### DAFTAR PUSTAKA

- Astaginy, Niar & Sudarnice. (2019). “Strategi Pengembangan Usaha Dempo Pisang Sebagai Produk Keunggulan Daerah. *Bisei: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 4(02), 68-74. <https://doi.org/10.33752/bisei.v4i02.606>
- Ariani, A, dkk (2017). Kajian Strategi Pengembanagan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).
- Amirulloh M, Muchtar N, H, (2017). Strategi Peningkatan Usaha Melalui Perlindungan Merek Bagi UMKM Sale Pisang Di RW 09 Desa Sayang Kec. Jatinangor Kab.Sumedang, *Jurnal Aplikasi Iptek* 03. 132-140
- Arikunto, (2010) “ *Integrasi Keterampilan Abad 21 Dalam Mudul Sociolinguistics: Keterampilan 4c (Collaboration, Communication, Critical, Thingking, Dan Creatifity).*” Jurnal muara pendidikan 4.2 455-466
- Harefa, “Masalah Dan Tantangan Implemnetasi Program Kredit Usaha Rakyat Di Provinsi Sulawesi Selatan Dan Jawa Tengah.” *Kajian* 20.4 (2015) 3443-366



- Hendro, Raden Intan Lampung (2011) Penerapan Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan usaha dalam prespektif ekonomi islam (studi pada desa jatirenggo kecamatan pringsewu kabupaten pringsewu).
- Inna.M, Geo.Lao, Gafaruddin. A, (2018). Analisis Nilai Tambah Sale Pisang Pada Industri Rumah Tangga “Kejar Usaha Lestari” di Desa Pallimae Kecamatan Poleang Kabupaten Bombana, *Jurnal ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian* : 138-139.
- Kemenkeu,Bakti Sosial UMKM Bangkit “Rengganis *Jurnal Pengabdian Masyarakat*” 2.1 (2022): 102-106
- Kemenkeu, *Modul Perbankan LMS Edukasi Keuangan Level Intermediate* (2020)
- Mulyana. I, Sujana. D, Sulanjana.A.R, (2020). Strategi Meningkatkan Pejualan Keripik Dan Sale Pisang Amalia Melalui Digital Marketing. *Jurnal Dharmha Bhakti*: (5).
- Muhammad jamal (2019). Dempo pisang, cemilan khas Bombana Yang Mulai Dikembangkan <https://zonasultra.com/dompo-pisang-cemilan-khas-Bombana>
- Mubyarto.(2010). Mengatasi Krisis Moneter Melalui Penguatan Ekonomi Rakyat.” *Jurnal of indiesian economy end business (JIEB)* 16.2: 97-110
- Mintzberg. (2011) Startegi Pemasaran Produk Maknan Di Tinjau Dari Merketing Syariah (*Studi Kasus Kober*) 126-130
- Moleong, (2016) Meteodologi Penelitian Kualitatif. vol. 2448.
- Nurainy, F., Hidayati, S., Koesoemawardani, D., & suroso, E. (2017) Penyuluhan Dan Pelatihan Pengolahan Sale Pisang Kelompok Usaha Bersama Aisyah Di Desa Sukajawa Kecamatan Bumi Ratu Nuban Kabuten Lampung Tengah. 2012, 11-13.
- Nurfuadi. (2021). Analisis Strategi Saluran Distribucsi Produk Sale Pisang Dalam Meningkatkan Folume Penjualan (Studi Pada Industri Produk Sale Pisang 3 Putra Jaya Desa Bangun Sari Pamarican Ciamis), *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Prof. KH .zaifuddin Zuhri, Purwokerto*
- Nicholas, Windri. “Faktor Domestik Dan Internasional Sebagai Determinan Keterlambatan Reformasi Ekeonomi Kuba Ditahun (2012) *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* 6.2 (2012): 285-294
- Nazir, Metode Penelitian.” Jakarta Ghalia Indonesi (2014)
- Pahlevi. Strategi Of Ruminansia Animal Husehold Managemen (Rph-R) Mopah In Improving Real Regional Revenue (Pad) Regency Of Merauke . Hassanudin *Journal Of Applied Business And Enterpreneurship*, (2018)
- Rismawati. (2020). Strategi Pengembangan Amriani. Analisis Strategi Pengembanagan Usaha Kripik Pisang ‘kuporai’ Desa Tarengge Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, *skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, Makssar*.
- Rangkuti, F. Swot – *Balanced Scorecard. Gramedia Pustaka Utama* (2013)
- Rangkuti, (2015) *Costumer Care Exelince Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plis Analisis Kasus Jasa Raharja*. Gramedia Ajasa Utama
- Rangkuti, *Perhitungan Bobot Dan Rating Dalam Tows Matrix* hal. 36-40
- Siti Mardiyanti. (2018). Strategi pengembangan Usaha Industri Keripik Pisang Gosong (Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar, Kecamatan Sei Balai, kabupaten Batu Bara), *skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Medan*.

- Smahita, dkk. “ Tarigan, Nurpratiwi, Anisa. Analisis persepsi wajib pajak pemilik UMKM terhadap penetapan kebijakan pajak penghasilan final sesuai peraturan pemereintah No.46 tahun (2013) (*studi pada KPP pratama malang utara*) diss. *Brawijaya university*.
- Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). PELATIHAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM PENGEMBANGAN PEMASARAN BAGI PELAKU UMKM. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8–11.
- Tika, metode penelitian. Bandung Tarsito (2005)
- Tamara, A. (2016) “Implementasai Analisis SWOT Dalam Strategi Pemesaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*.
- Tasyah, Amaelia, Et Al. “*Best Practice Kebijakan E-Goverenment Dalam Mengimplementasikan Pelayanan Publik Di Era New Normal.*” *Jurnal Studi Ilmu Sosisl Dan Imlu Politik* (2021)
- Yuli Putri Pramis Wari. (2018). Analisis Nilai Tambah Dan strategi pengembangan Agro Industri pengolahan Keripik Pisang ( stud kasus di UD. Anisa Jaya Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Jawa Timur ), *skripsi*. Fakultas Pertanian Uiversitas Brawijaya Malang, Malang.
- Yuliana. “*penggunaan internet dalam berbisnis.*”*jurnal akuntansi dan keuangan* 2.1 (2000) ): 36-52