Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 0000-0000

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

STRATEGI PEMASARAN KERUPUK NASI DI KELURAHAN LEPASAN KECAMATAN BAKUMPAI KABUPATEN BARITO KUALA (Studi Kasus Kerupuk Nasi Cap Jembatan Rumpiang)

Marketing Strategy of Kerupuk Nasi Manufacture Industry in Lepasan Bakumpai District Barito Kuala Regency

Komariah *, Usamah Hanafie dan Nina Budiwati

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kerupuk nasi cap Jembatan Rumpiang sebagai salah satu produk olahan, yang dijual langsung ke pembeli. Sehingga perlu strategi pemasaran agar terjadi peningkatan jumlah penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi pembuatan kerupuk nasi, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kerupuk nasi cap Jembatan Rumpiang, dan menentukan strategi pemasaran kerupuk nasi menggunakan analisis SWOT. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari sumber atau objek yang diteliti melalui pengisian kuesioner dan wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait, seperti Dinas Koperasi dan Industri Perdagangan Kabupaten Barito Kuala. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan matriks IE, posisi perusahaan industri kerupuk nasi cap Jembatan Rumpiang berada pada sel I yaitu tumbuh dan membangun (*growth and build*). Sedangkan berdasarkan diagram SWOT posisi usaha industri kerupuk nasi cap Jembatan Rumpiang untuk pemasaran produk terletak di kuadran I.

Kata Kunci
Kepuasan; Proses pembuatan kerupuk, analisis SWOT, alternatif strategi.

Korespondensi
Corresponding author
E-mail:
komariahk952@gmail.com

Diterima: Oktober 2022
Disetujui: 18 Oktober 2022
Diterbitkan on-line: 1 Desember 2022

PENDAHULUAN

Tingkat perkembangan sektor industri di Indonesia masih relatif rendah. Namun disadari bahwa untuk pengembangan usaha industri kecil tidak saja penting bagi suatu jalur ke arah pemerataan hasil-hasil pembangunan, tetapi juga sebagai suatu unsur pokok dari seluruh struktur industri di Indonesia yang dengan investasi kecil dapat berproduksi secara efektif dan dapat pula menyerap tenaga kerja. (Tambunan, 1999: 20).

Kabupaten Barito Kuala terdapat beberapa jumlah industri Per Kecamatan salah satunya Kecamatan Bakumpai. Kecamatan Bakumpai adalah salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Barito Kuala. Memiliki berbagai UMKM yang bergerak di bidang industri pengolahan makanan yaitu kerupuk. Beragam jenis kerupuk dikembangkan UMKM di daerah tersebut. Ada kerupuk nasi berbagai rasa yang berbahan dari nasi, ada pula yang berbahan

dasar ikan lokal seperti kerupuk pipih, kerupuk gabus, kerupuk sanggang (*Tawes*), dan kerupuk kalabau (*Osteochilus*), dan berbagai jenis kerupuk lainnya. Berbagai kreasi masyarakat memanfaatkan bahan baku yang tersedia di daerah tersebut untuk dijadikan bahan olahan.

Tujuan dan Kegunaan

Dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat tiga tujuan. Pertama, untuk mengetahui proses produksi pembuatan kerupuk nasi di Kelurahan Lepasan Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala. Kedua, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran kerupuk nasi di Kelurahan Lepasan Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala. Ketiga Menentukan strategi pemasaran kerupuk nasi di Kelurahan Lepasan Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala. Dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat empat kegunaan. Pertama, Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai wadah untuk pengembangan dan pengaplikasian keilmuan yang diperoleh mahasiswa sebagai sarana pengabdian civitas akademik. Kedua, untuk usaha industri kerupuk, sebagai bahan masukan bagi industri Kerupuk Nasi Cap Jembatan Rumpiang dalam menentukan strategi pemasaran usaha tersebut. Ketiga sebagai informasi bagi pengusaha pengolahan kerupuk nasi dan pihak – pihak yang berkepentingan. Keempat sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lepasan Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala mulai dari September 2021 sampai Februari 2022.

Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari sumber atau objek yang telah diteliti dengan cara mengisi kuesioner dan wawancara langsung dengan pemilik usaha Pengolahan Kerupuk Nasi Asli Bakumpai. Sedangkan data sekunder didapat dari instansi yang terkait, seperti Dinas Koperasi dan Industri Perdagangan Kabupaten Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu “Studi Kasus”. Studi kasus merupakan deskripsi mengenai suatu pengalaman dalam kehidupan nyata, berkaitan dengan bidang yang sedang dikaji atau dilatihkan, yang digunakan untuk menetapkan poin-poin penting, memunculkan masalah atau bahkan meningkatkan pemahaman dan pengalaman belajar dari peserta.

Analisis Data

Menjawab tujuan satu dan kedua, untuk mengetahui proses pembuatan kerupuk nasi cap jembatan rumpiang dan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran kerupuk nasi cap jembatan rumpiang melalui wawancara langsung pada pengrajin usaha industri kerupuk nasi. Agar dapat mengetahui secara langsung proses pembuatan kerupuk nasi dan mengetahui faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman oleh usaha industri kerupuk nasi.

Setelah mengetahui proses pembuatan kerupuk nasi dan bermacam faktor, menjawab tujuan Ketiga dengan menentukan alternatif strategi. Yang pertama kali dilakukan adalah membuat matriks internal dan eksternal pada Tabel 1. Untuk membuat perhitungan matriks faktor internal dan eksternal yaitu dengan memasukkan faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi industri kerupuk nasi dalam kolom 1, setelah itu berikan ranting berdasarkan respon terhadap faktor tersebut pada kolom 2. Untuk mendapatkan kekuatan dan peluang 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju), dan 1 (sangat tidak setuju). Sedangkan faktor kelemahan dan ancaman pada rating 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju). Selanjutnya memberi bobot masing-masing faktor tersebut yang jumlahnya tidak lebih dari skor total 1,00 pada kolom 3. Lalu untuk memperoleh skor pada kolom 4 dengan cara mengalikan setiap bobot dengan ranting. Dari total nilai skor pada matriks internal dan eksternal, lalu dapat dibuat matriks IE seperti Tabel 2, matriks IE digunakan untuk menentukan letak perusahaan.

Tabel 1. Matriks internal dan eksternal

Faktor Strategi Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan/Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Peluang/Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total			

Sumber: Rangkuti, 1997: 26-27

Tabel 2. Matriks IE

		Total Nilai IFE yang Diberi Bobot		
EFE	IFE	Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2 ,99	Lemah 1,0-1,99
Total Nilai EFE yang Diberi Bobot	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	XI

Sumber: David, 2004: 305

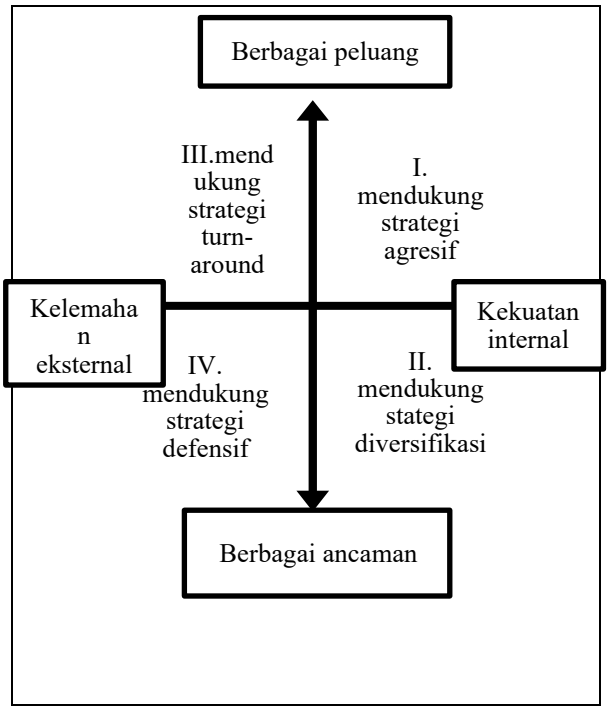
Dengan: Sel I,II, IV Tumbuh dan guna

Sel III, V, VI Pertahankan dan pelihara

Sel VI, VIII, IX Panen atau divestasi

Untuk menentukan strategi menggunakan analisis SWOT yang kemudian menghasilkan diagram SWOT. Menurut Rangkuti, 1997: 20 diagram SWOT ini digunakan untuk melihat posisi strategi pada industri.

Selanjutnya diperoleh posisi titik koordinat yang ada pada matriks posisi. Matriks posisi ini memperoleh empat kuadran yang berbeda-beda, yaitu kuadran I mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif*, kuadran II mendukung strategi *diversifikasi*, kuadran III mendukung strategi *turn-around*, kuadran IV mendukung strategi *defensive.*



Gambar 1. Analisis SWOT
Sumber: Rangkuti, (1997:20)

Nilai X dan nilai Y didapat melalui matriks faktor internal dan eksternal.

X= $\frac{S-W}{2}$ dan Y= = $\frac{O-T}{2}$

dengan: S Strength (Kekuatan)
W Weaknesses (Kelemahan)
O Opportunities (Peluang)
T Threats (Ancaman)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Pembuatan Kerupuk Nasi Cap Jembatan Rumpiang

Adapun proses pembuatan kerupuk nasi cap jembatan rumpiang yaitu:

1. Menyiapkan bahan yang perlu dipersiapkan untuk membuat kerupuk nasi berupa bahan baku yaitu nasi dan bahan penolong lainnya seperti garam, tepung kanji, bawang putih serta pewarna makanan.
2. Menghaluskan bahan seperti bawang putih menggunakan blender dan nasi diblender sampai halus atau nasi dimasak sampai menjadi bubur.

3. Mencampur semua bahan yang sudah dihaluskan seperti bawang putih 1 ½ kg dan nasi 3 kg lalu campurkan bahan penolong lainnya seperti garam ½ kg dan tepung kanji 30 kg.
4. Pembentukan adonan menggunakan plastik sehingga menghasilkan kerupuk yang berbentuk bulat. Kerupuk nasi ada yang berukuran besar dan ada yang berukuran sedang tergantung diameter plastik yang digunakan. Apabila diameter plastik yang digunakan besar maka menghasilkan kerupuk bulat besar, dan sebaliknya bila diameter plastik yang digunakan sedang maka menghasilkan kerupuk nasi bulat sedang. Selain kerupuk nasi berbentuk bulat kerupuk nasi juga bisa dibentuk menjadi berukuran kotak.
5. Perebusan masukkan adonan ke dalam panci yang berisi air mendidih lalu diamkan kurang lebih 3 jam. Ciri adonan yang sudah masak dapat dilihat dengan memasukkan lidi yang bersih kedalam adonan, apabila sudah tidak lengket saat ditusuk berarti adonan sudah matang dan perebusan sudah selesai. Setelah adonan matang letakkan adonan tersebut di dalam raga berukuran besar, lalu jemur adonan kerupuk tersebut selama 1 hari dengan cuaca yang panas. Setelah selesai adonan siap di hiris.
6. Pengirisan dan penjemuran adonan dihiris tipis-tipis menggunakan pisau, setelah adonan selesai diiris tipis-tipis lalu disusun di tempat penjemuran kerupuk menggunakan tikar. Penjemuran kerupuk nasi dilakukan kurang lebih 3 hari pada saat cuaca panas. Setelah penjemuran selesai kerupuk tersebut disimpan ke dalam tong dan siap untuk dikemas.
7. Pengemasan dilakukan menggunakan plastik yang cukup tebal agar kerupuk nasi mampu bertahan lama 5-6 bulan. Sebelum kerupuk nasi dikemas dengan rapi terlebih dahulu kerupuk nasi di timbang dengan berat 200 gram/bungkus setelah di timbang kerupuk nasi di pres menggunakan alat pres plastik.

Bauran Pemasaran

Adapun bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu: Produk (*Product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Identifikasi IFE (*Internal Factor Evaluation)*
Faktor Kekuatan

1. Mempunyai surat izin usaha perdagangan dan sertifikat
2. Pengawasan mutu produk yang ketat,
3. Memiliki pelanggan tetap
4. Memiliki tenaga kerja tetap
5. Produksi menggunakan alat-alat tradisional
6. Produk mampu bertahan lama tanpa bantuan bahan pengawet
7. Distribusi produk yang luas
8. Peralatan produksi mudah didapat atau diperbaiki kalau rusak

Identifikasi IFE (*Internal Factor Evaluation)*
Faktor Kelemahan

1. SDM yang kurang berpengalaman
2. Promosi belum optimal
3. Harga jual yang mengikuti harga bahan baku
4. Meningkatnya harga bahan baku
5. Penjemuran masih bergantung pada panas matahari
6. Alat pengangkutan hasil produksi terbatas
7. Pada musim hujan jumlah industri kerupuk nasi terbatas

Identifikasi EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)
Faktor Peluang

1. Lokasi industri yang terkenal sebagai kampung memproduksi kerupuk
2. Banyaknya event-event yang diadakan pemerintah atau dinas terkait
3. Memiliki alat produksi tradisional
4. Varian rasa yang beragam
5. Bahan baku mudah di dapat

Identifikasi EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)
Faktor Ancaman

1. Harga produk sejenis lebih murah
2. Banyaknya industri yang sama menyebabkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk dari pesaing
3. Meningkatnya harga bahan baku dan bahan bakar
4. Kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi proses produksi dan dapat mengakibatkan penurunan jumlah produksi
5. Banyaknya pesaing sejenis yang bermunculan

Alternatif Strategi

Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaloation*). Matriks IFE menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan bobot dan ranting yang diambil berdasarkan kuesioner seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Strategi Internal			
Kekuatan	Rating	Bobot	Skor
kerupuk nasi cap jembatan rumpiang memiliki surat atau sertifikat lainnya	4	0,083	0,332
Pengawasan mutu yang ketat (Menggunakan peralatan yang bersih serta tidak menggunakan bahan pengawet makanan)	3	0,062	0,186
Memiliki pelanggan tetap (Toko oleh-oleh dan warung)	4	0,083	0,332
Memiliki tenaga kerja yang tetap	3	0,062	0,186
Produksi sudah menggunakan alat-alat modern	2	0,042	0,084
Produk mampu bertahan lama tanpa bantuan bahan pengawet	4	0,083	0,332
Distribusi produk yang luas	3	0,062	0,186
Peralatan produksi mudah didapat atau diperbaiki kalau rusak	2	0,042	0,084
Kelemahan			
SDM yang kurang berpendidikan	3	0,062	0,186
Promosi tidak dilakukan secara optimal	4	0,083	0,332
Harga jual yang tidak bisa mengikuti harga bahan baku	4	0,083	0,332
Alat produksi masih bersifat tradisional	2	0,042	0,084
Penjemuran masih bergantung pada panas matahari	2	0,042	0,084
Alat pengangkutan hasil produksi terbatas	2	0,042	0,084
Jangkauan pemasaran belum sampai ke pasar modern	2	0,042	0,084
Produk mudah rusak	4	0,083	0,332
JUMLAH	48	1.00	3,24

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Tabel 4. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor-faktor eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
Lokasi industri yang terkenal sebagai kampung industri pengrajin kerupuk	2	0,064	0,128
Banyaknya event-event yang diadakan pemerintah/dinas terkait yang berpeluang untuk kegiatan promosi	4	0,129	0,516
Memiliki alat produksi yang tradisional	4	0,129	0,516
Varian rasa yang beragam	4	0,129	0,516
Harga bahan baku meningkat	3	0,097	0,291
Ancaman			
Harga produk pesaing lebih murah	2	0,064	0,128
Banyaknya industri yang sama menyebabkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk dari pesaing	2	0,064	0,128
Meningkatnya peraturan pemerintah (Kenaikan harga bahan baku dan bahan bakar)	4	0,129	0,516
Kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi proses produksi dan dapat mengakibatkan penurunan jumlah produksi	3	0,097	0,291
Banyaknya pesaing sejenis yang bermunculan	3	0,097	0,291
JUMLAH	31	1.00	3,32

Sumber: pengolahan data primer, 2021

Hasil dari analisis matriks IFE di Tabel 3 menunjukkan faktor yang menjadi kekuatan utama di industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah adalah kerupuk nasi cap jembatan rumpiang memiliki surat atau sertifikat lainnya, Memiliki pelanggan tetap, Produk mampu bertahan lama tanpa bantuan bahan pengawet, total skor 0, 332. dan kelemahan yang dimiliki usaha industri kerupuk

nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah adalah Alat produksi masih bersifat tradisional, penjemuran masih bergantung pada panas matahari, alat pengangkutan hasil produksi terbatas, jangkauan pemasaran belum sampai ke pasar modern, skor 0,084.

Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Matriks EFE menggambarkan kondisi eksternal perusahaan melalui peluang dan ancaman yang dihitung melalui bobot dan ranting yang diambil berdasarkan kuesioner seperti Tabel 4.

Hasil dari analisis matriks EFE pada Tabel 4. menunjukkan bahwa faktor yang menjadi peluang usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah adalah banyak event-event yang diadakan oleh dinas terkait, memiliki alat produksi tradisional, varian rasa beragam, total skor 0, 516. Dan ancaman utama yang dimiliki usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah adalah harga produk pesaing lebih murah, banyaknya industri yang sama, total skor 0,128.

Matriks IE. Matriks IE adalah perpaduan dari skor total matriks IFE dan skor total matriks EFE yang dipetakan hingga dapat diketahui letak perusahaan pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks IE Usaha Industri Kerupuk

		Total Nilai IFE yang Diberi Bobot		
		Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Total Nilai EFE Yang Diberi Bobot	Tinggi 3,0-4,0	I *Grow and Build*	II *Grow and Build*	III *Hold and Maintain*
	Sedang 2,0-2,99	IV *Grow and Build*	V *Hold and Maintain*	VI *Harvest or Divest*
	Rendah 1,0-1,99	VII *Hold and Maintain*	VIII *Harvest or Divest*	XI *Harvest or Divest*

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Pada Tabel 5. Skor pada IFE 3,24 yang mana industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang berada pada kondisi kuat didalam melakukan kegiatan pemasaran dan total skor EFE 3,32 memperlihatkan bahwa respon yang diberikan perusahaan terhadap lingkungan eksternal tergolong tinggi. Apabila total skor IFE dan EFE diposisikan pada matriks IE, maka posisi perusahaan saat ini berada pada sel I tumbuh dan membangun (*grow and build*). Posisi perusahaan untuk sel ini memberikan strategi yang tepat buat perusahaan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar) atau strategi integratif (integrasi kedepan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal). Strategi yang dipilih berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan adalah strategi intensif. Strategi intensif yang dapat dilakukan industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar.

Matriks SWOT. Sebelum melakukan penyusunan hasil diagram SWOT, yang dilakukan adalah dengan analisis menyusun faktor strategi pada matriks SWOT. Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengetahui strategi apa yang bisa dipakai dalam penentuan strategi pemasaran yang sesuai untuk usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang. Diperoleh hasil Pemetaan matriks SWOT berikut

STRATEGI SO

1. Meningkatkan kualitas produksi kerupuk nasi dengan mempertahankan harga yang tetap untuk memenuhi kepuasan konsumen
2. Melakukan kerjasama dengan pasar modern sehingga pemasaran produk bisa dilakukan secara luas
3. Memaksimalkan penggunaan label halal dan merek pada kemasan produk agar mempermudah kegiatan pemasaran dan promosi produk

STRATEGI WO

1. Melakukan kerja sama dengan pemerintah untuk mendapatkan promosi pemasaran sehingga pemasaran produk yang lebih luas
2. Pembaharuan alat-alat produksi

STRATEGI ST

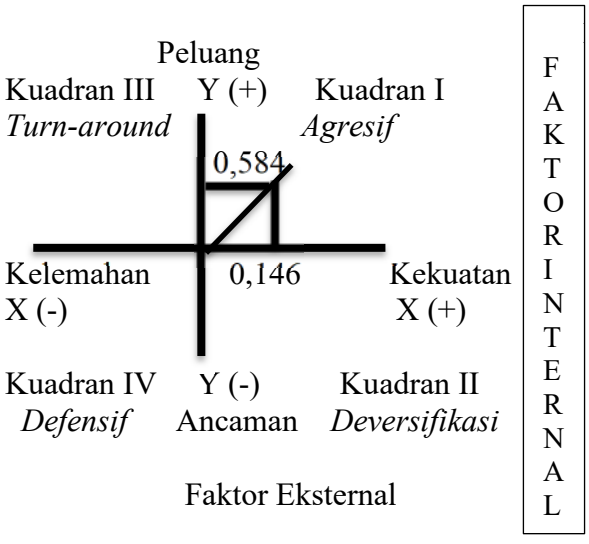
1. Mempertahankan pelanggan tetap dengan cara menjaga mutu dari produk kerupuk nasi yang ditawarkan dan menjalin banyak kerjasama baru

2. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan

STRATEGI WT

1. Mengoptimalkan promosi
2. Meningkatkan jumlah produksi pada cuaca panas

penggabungan antara faktor strategi internal dan eksternal. Penggabungan matrik faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal menunjukkan posisi strategis pemasaran pada industri rumah tangga kerupuk nasi ibu Hamdatul Aisyah. Posisi strategi pemasaran perusahaan dapat diketahui berdasarkan hasil yang diperoleh nilai X (selisih antara faktor kekuatan dan kelemahan) dan nilai Y (selisih antara faktor peluang dan ancaman), maka didapat posisi titik koordinat yang ada pada matriks posisi. posisi strategis pemasaran yang ada pada usaha kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah yang dianalisis menggunakan matriks posisi, sehingga menghasilkan titik koordinat (x,y). Nilai x diperoleh dari selisih faktor strategi internal (kekuatan-kelemahan) yaitu 0,146 dan nilai y diperoleh dari selisih faktor strategi eksternal (peluang-ancaman) yaitu 0,584. Sehingga posisi strategis untuk kegiatan pemasaran industri pengolahan kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah.



Gambar 2. Diagram SWOT
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil pada Gambar 2. Menunjukkan bahwa posisi usaha industri rumah tangga kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah dalam pemasaran produknya berada pada kuadran 1. Kuadrat 1 menggambarkan bahwa situasi yang sangat baik karena dapat menggunakan peluang yang dimiliki untuk dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Artinya di posisi ini menandakan bahwa keadaan industri posisi yang sangat menguntungkan. Kerupuk nasi cap jembatan rumpiang memiliki kekuatan dan peluang hingga dapat memanfaatkan peluang dengan memaksimalkan seluruh kekuatan yang ada pada industri rumah tangga pengolahan kerupuk nasi cap jembatan rumpiang. Untuk ini dapat digunakan alternatif strategi 1 yaitu pengembangan strategi agresif atau strategi SO (*Strength and Opportunities*)

Penentu Alternatif Strategi. Alternatif strategi bertujuan untuk menentukan strategi yang bisa dijalankan oleh industri dan menentukan strategi mana yang menjadi prioritas untuk dilaksanakan. Berdasarkan matriks IE, letak pengrajin usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang terletak di sel 1, tumbuh dan membangun (*growth and build*). Yang mana di sel I alternatif baik untuk perusahaan berupa strategi intensif yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Sedangkan berdasarkan diagram SWOT, letak pengrajin industri rumah tangga kerupuk nasi cap jembatan rumpiang dalam pemasaran produknya ada pada kuadran I. Yang mana posisi menandakan bahwa kerupuk nasi cap jembatan rumpiang ini memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang dengan memaksimalkan seluruh kekuatan yang ada. Adapun alternatif strategi yang tepat berdasarkan kuadran I yaitu strategi agresif atau SO (*Strength and Opportunities*), yaitu melakukan inovasi produk olahan kerupuk nasi, mengoptimalkan saluran distribusi untuk memperluas pemasaran produk, mempertahankan dan meningkatkan cipta rasa produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang, maka diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan kerupuk nasi cap jembatan rumpiang menggunakan bahan-bahan seperti nasi, tepung kanji, bawang putih, garam, dan

penyedap rasa. Adapun proses pembuatan kerupuk nasi yaitu, menyiapkan bahan-bahan, menghaluskan bahan, mencampurkan semua bahan, pembentukan adonan, perebusan, pengirisan, penjemuran dan pengemasan.

2. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada matriks IFE dan matriks EFE, di mana IFE merupakan kekuatan internal usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang yaitu memiliki surat izin usaha atau sertifikat lainnya, pengawasan mutu yang ketat (menggunakan peralatan yang bersih serta tidak menggunakan bahan pengawet makanan), memiliki pelanggan tetap, memiliki tenaga kerja tetap, produk mampu bertahan lama 5-6 bulan, distribusi produk yang luas, peralatan produk mudah didapat. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama internal usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang yaitu SDM kurang berpengalaman, promosi belum optimal, harga jual yang mengikuti harga bahan baku, alat produksi tradisional, penjemuran bergantung dengan panas matahari, alat pengangkutan terbatas, pada musim hujan jumlah produksi terbatas. Dan yang menjadi peluang eksternal pada hasil analisis matriks EFE usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang yaitu lokasi terkenal sebagai kampung industri pengrajin kerupuk, banyaknya event-event yang diadakan pemerintah terkait, memiliki alat produksi tradisional, varian rasa beragam, kerupuk makanan yang disukai oleh masyarakat. Sedangkan yang menjadi ancaman utama eksternal usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang yaitu harga produk pesaing lebih murah, banyaknya industri yang sama, meningkatnya harga bahan baku dan bahan bakar, kondisi cuaca dapat mempengaruhi produksi, banyaknya produksi yang sejenis.

3. menentukan alternatif strategi pada matriks IE berupa strategi Intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Dan alternatif strategi dengan diagram SWOT berupa strategi SO (*Strength and Opportunities*), yaitu melakukan inovasi produk olahan kerupuk nasi, mengoptimalkan seluruh distribusi untuk memperluas pemasaran produk, menjaga dan memperkuat citra produk.

Saran

Terdapat beberapa saran tentang hasil penelitian strategi pemasaran kerupuk nasi cap jembatan rumpiang yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memaksimalkan pemasaran disarankan usaha industri kerupuk nasi cap jembatan rumpiang milik ibu Hamdatul Aisyah melakukan promosi lebih optimal lagi dengan menggunakan berbagai platform media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp yang mana banyak sekarang ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan muda hingga tua saat ini serta marketplace lainnya seperti shopee, lazada dan tokopedia untuk memperluas jangkauan pemasaran.

2. Saran yang bisa diberikan untuk faktor kekuatan usaha industri kerupuk nasi cap jambatan rumpiang adalah mempertahankan semua kekuatan yang dimiliki seperti menggunakan peralatan yang bersih, mempertahankan jumlah pelanggan tetap dengan cara mempertahankan rasa dan kualitas produk yang dijual, melakukan promosi pemasaran yang lebih baik agar masyarakat tertarik untuk membeli kerupuk nasi, mempertahankan ketersediaan produk yang tersedia setiap hari untuk memuaskan pelanggan, memaksimalkan jangkauan pemasaran produk sehingga dapat dipasarkan di pasar-pasar modern seperti indomaret, alfamart, dan supermarket.

DAFTAR PUSTAKA

David, Fread R. 2004. Manajemen Strategi Konsep. Jakarta:PT. Prenhallindo:305

Rangkuti, Freddy., 1997, Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta: 19 – 28

Tambunan,Tulus., 1999, Perekonomian Industri Skala Kecil di Indonesia, P.T. Mutiara Sumber Widya: 20