

STRATEGI PENINGKATAN DAYA TARIK PRODUK PADA INDUSTRI MAKANAN (Studi Kasus Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggara)

Dea Kurnia Warni¹, Eva Noorhya Akhmar Ramadhan Putri², Septira Dewi³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tenggara

[*deakurniawarni789@gmail.com](mailto:deakurniawarni789@gmail.com)

Article Info

Received 16 July 2024
Accepted 7 October 2025
Available online 30 Agustus 2025

Keywords:

strengths, weaknesses,
opportunities, threats,
strategy

Abstract

The purpose of this study was to determine and assess the condition of Mrs. Lilis Rice Crackers Business in Tenggara from the position of strengths, weaknesses, opportunities and threats and to find out the right strategy to be applied to Mrs. Lilis Rice Crackers Business in Tenggara. This study uses quantitative data obtained from questionnaire data. The number of research samples was 100 people with the method of taking random sampling. The analysis tool uses SWOT analysis. Based on the SWOT matrix, it is obtained that the current position / strategy of Mrs. Lilis' Rice Crackers Business in Tenggara is a stabilization / turn around strategy located in quadrant III, meaning that the company faces enormous market opportunities, but on the other hand Mrs. Lilis' Rice Crackers Business faces several internal weaknesses. The focus of the strategy that must be applied in this condition is to minimize the company's internal problems so that it can seize better market opportunities. Alternative strategies that can be carried out by Mrs. Lilis Rice Crackers Business in Tenggara by looking at its position, namely the WO (weaknesses - opportunities) combination are as follows a. promotion using social media, b. adding stock variations of product results, c. expanding the distribution network with delivery services, d. Increasing business capital with low-interest bank loans, dan e. increase product shelf life



This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution-
ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, jumlah pelaku UMKM di Indonesia tembus 8,71 juta unit usaha pada 2022. Jumlah pelaku UMKM di Provinsi Kalimantan Timur tercatat sebanyak 279.721 unit usaha pada tahun 2020 (Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, 2023). Di Kabupaten Kutai Kartanegara pada tahun 2023 terdapat 69.150 pelaku UMKM yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara, termasuk diantaranya di Kecamatan Tenggara (Pemkab Kutai Kartanegara, 2023). Pada faktanya yang bisa di lihat sekarang ini banyak Usaha Kecil dan Menengah di

wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara sulit untuk berkembang dalam waktu lama dan banyak pula yang gagal untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Beberapa kelemahan yang di alami UMKM seperti akses pada informasi dan perluasan pangsa pasar, pemupukan modal, informasi dan teknologi, manajemen organisasi dan kelemahan dalam pembentukan jaringan usaha, rendahnya kualitas produk dan jasa sehingga kurang memiliki daya saing dan lain sebagainya. Maka kelemahan seperti ini harus segera di tangani agar UMKM bisa berkembang lebih baik lagi. Peran pemerintah daerah juga sangat di perlukan dalam pengembangan UMKM yang lebih baik lagi.

Usaha Kerupuk Beras adalah sebuah usaha kecil menengah yang bergerak dibidang pengolahan kerupuk beras yang berdiri sejak tahun 2013 dengan nomor surat usaha 517/480/Pemb/6/2022. Usaha Kerupuk Beras di dirikan oleh Ibu Lilis Suryani beralamatkan di jalan Lai nomor 31 Kelurahan Panji Tenggara. Rata-rata hasil produksi tiap pada usaha Kerupuk Beras ini sekitar 25 kilogram dengan harga jual Rp. 30.000/kg dan telah di jual hingga ke Loa Kulu, Loa Janan, Tenggara Seberang hingga ke Samarinda. Kerupuk Beras merupakan kerupuk yang berbahan dasar beras, kerupuk beras terbuat dari adonan nasi yang di beri bumbu penambah rasa. Untuk menambah kekenyalan di tambahkan bleng (sejenis garam kuning). Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis ini adalah produksi rumahan yang telah di produksi dengan turun temurun.

Usaha ini masih menggunakan pengolahan produk dengan cara tradisional sehingga hasil produksi yang terbatas juga tiap bulannya. Permasalahan yang sekarang terjadi pada Usaha Kerupuk Beras masih kurang bisa mengembangkan usaha menjadi lebih baik, di mana hampir sudah sepuluh tahun berdiri usaha ini hanya stagnan tanpa ada perkembangan yang berarti. Memang setiap bulan Usaha Kerupuk Beras ini masih rutin beroperasi namun jumlah produksi yang di dihasilkan tidaklah bisa banyak karena memang masing menggunakan bahan dan peralatan yang masih tradisional serta kekurangan karyawan. Hal lainnya adalah usaha ini masih terkendala masalah kekurangan dana investasi untuk berkembang yang paling tidak menurut pemilik di butuhkan dana sekitar Rp. 50.000.000 lebih dan itu masih sulit untuk di dapatkan secara mandiri.

Namun selain ada hal kelemahan sebetulnya Usaha Kerupuk Beras juga ada kelebihan seperti hasil kerupuk beras yang bisa di simpan tahan lama hingga lebih dari satu bulan, harganya cukup terjangkau untuk semua konsumen yakni hanya Rp. 30.000/kg serta bahan baku produksi cenderung alami dan bebas bahan pengawet. Untuk peluang sendiri Usaha Kerupuk Beras ini masih cukup terbuka mengingat usaha ini industri rumah mandiri dan bisa beroperasi kapan saja serta masih punya segmen konsumen peminat kerupuk beras yang cukup banyak di kota Tenggara dan sekitarnya. Terakhir untuk ancaman bisa datang dari pesaing yang hampir tiap tahun bertambah di bidang yang sama, inflasi ekonomi yang tidak menentu serta penurunan pendapatan masyarakat juga bisa menjadi ancaman bagi Usaha Kerupuk Beras ini ke depannya.

Maka agar Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis ini bisa berkembang sesuai yang di diharapkan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat salah satunya menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Analisis SWOT pertama kali di perkenalkan oleh Albert. S. Humprey pada tahun 1960an di *Stanford Research Institute*. Metode utama dari analisis SWOT adalah melihat seberapa banyak kekuatan / keunggulan dari suatu perusahaan dan kemudian berusaha untuk meminimalkan kelemahan perusahaan. Kedua unsur kekuatan dan kelemahan ini kemudian di sebut dengan istilah internal perusahaan. Kemudian unsur eksternal perusahaan terdiri dari dua unsur juga yaitu peluang perusahaan dalam berusaha merebut pangsa pasar seluas luasnya serta bisa tangguh menghadapi faktor ancaman yang salah satunya adalah pesaing yang sejenis, inflasi ekonomi yang tidak menentu, peraturan pemerintah dan faktor-faktor lainnya.

RUMUSAN MASALAH

Yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana strategi pemasaran produk yang tepat untuk meningkatkan daya tarik produk pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggara?"

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji kondisi Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong dari posisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta mengetahui strategi yang tepat untuk diterapkan pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Menurut Assauri (2017:168) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan.

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah keadaan sosial budaya dan keadaan politik Assauri (2017:169). Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau hambatan/ancaman bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran meliputi keuangan/pembelanjaan pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Sedangkan faktor eksternal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pemimpin perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya (*control-lable factors*) yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi dan pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:95), pengertian keunggulan bersaing adalah, keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. ada tiga pilihan strategi generik yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing

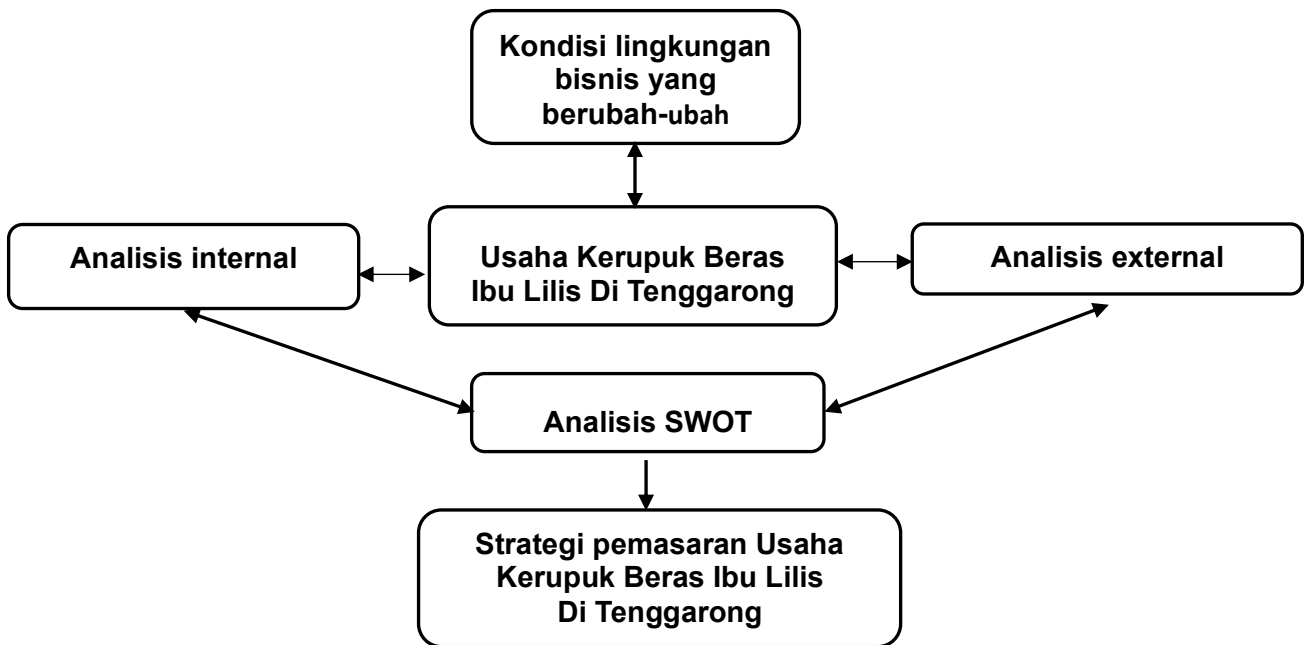
ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*), dan ancaman (*Thearts*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*oppurtinities*) dan hambatan atau gangguan (*threats*). Tujuan mengadakan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk menentukan aktivitas perusahaan berdasarkan kekuatan yang dimiliki, untuk mengeksploitasi peluang dan kesempatan yang ada, dengan mengurangi atau menghilangkan ancaman dan gangguan yang membahayakan posisi perusahaan di pasar, dalam rangka mempertinggi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba.

Menurut (Rangkuti, 2019:19), analisis SWOT adalah Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Kotler dan Keller (2016:114) analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Menurut (Agustinus, 2016 : 18)



Sumber : Rangkuti (2019) dan indikator di olah peneliti dari dasar teori

Gambar 1. Kerangka Konseptual

TEKNIK PENGUMPULAN DATA, POPULASI & SAMPEL, SERTA ALAT ANALISIS

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini diambil dari pembeli pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong dalam satu bulan minimal satu kali. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong. Karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti dari dari populasi konsumen Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis, maka peneliti menggunakan rumus dari Rao Purba (2015:40) :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (0,1)^2}$$

= 96,04 dibulatkan menjadi 100 sampel

Dimana :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel (95% =1,96)

moe = *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi

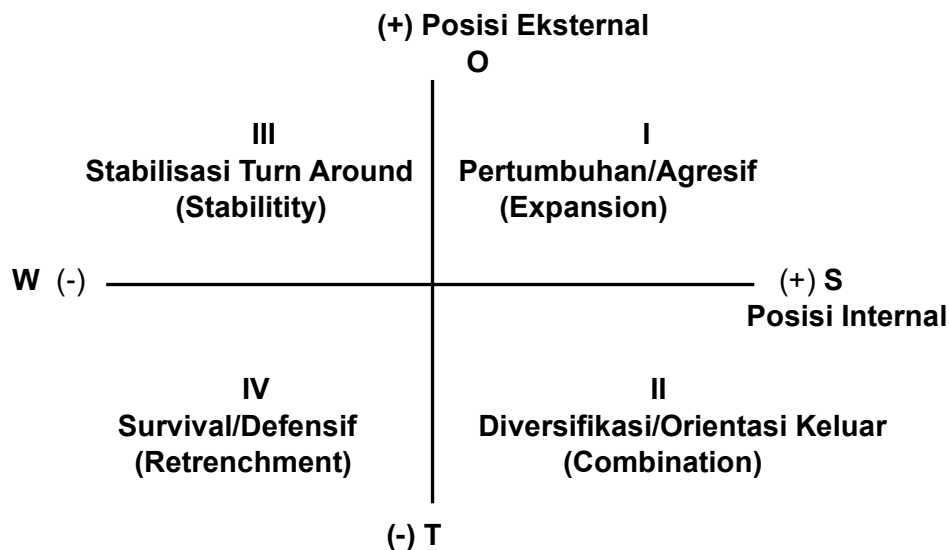
Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode analisis kualitatif dan analisisnya menggunakan analisis SWOT. Dipilihnya analisis matriks SWOT dengan instrumen analisis matrik SWOT dalam perumusan strategi pemasaran Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggaraong didasari oleh beberapa pertimbangan seperti diungkapkan Zulkifliansyah (2015, 74-75). Tahap analisis dilakukan dengan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, setelah faktor-faktor teridentifikasi maka dilakukan pembobotan serta ranking. Penentuan bobot dilakukan dengan mengajukan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal terhadap nara sumber kunci. Metode ini menunjukkan nilai perbandingan antar indikator (horizontal-vertikal) dalam skala 1, 2 dan 3.

Nilai 1 = jika indikator horizontal kurang penting daripada faktor vertikal.

Nilai 2 = jika indikator horizontal sama penting daripada faktor vertikal.

Nilai 3 = jika indikator horizontal lebih penting daripada faktor vertikal.

Masing-masing bobot faktor internal dan eksternal yang diperoleh kemudian dientry dalam matriks IFE dan EFE untuk dianalisis. Jumlah bobot untuk *opportunity* dan *threats* adalah 1,00 demikian pula jumlah *strength* dan *weaknesses* juga 1,00. Pemberian nilai rating setiap faktor mulai dari angka 1 (dibawah rata-rata), 2 rata-rata 3 (diatas rata-rata) dan 4 (sangat baik), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan skor yang diperoleh kemudian dihitung selisih nilai kekuatan dan kelemahan untuk menentukan titik kordinat X (internal) dan dihitung selisih nilai peluang dan ancaman untuk menentukan titik kordinat Y (eksternal) yang kemudian dituangkan dalam matriks analisis space yang menghasilkan 4 kuadran.



Sumber : Rangkuti (2019:19)

Gambar 2. Diagram SWOT

HASIL ANALISIS

Tabel 1. Skor Nilai Jawaban Responden

Indikator SWOT	Nilai skor penilaian saat ini	Nilai skor urgensi penanganan
Strenght / kekuatan :		
- Harga produk terjangkau	2,62	2,30
- Kualitas produk	2,46	2,90
- Bahan produksi	2,34	2,42
- Produk tahan lama	2,46	2,40
Rata-rata	2,47	2,50

Kelemahan (Weaknesses)		
- Modal investasi untuk ekspansi	3,10	3,04
- Variasi / jumlah produksi	3,14	2,40
- Promosi kurang	3,00	3,16
- Jalur distribusi	2,30	2,92
Rata-rata	2,88	2,88
Peluang (Opportunities)		
- Bidang investasi yang menguntungkan	3,14	3,24
- Jumlah penduduk	3,26	3,36
- Trend kuliner	3,14	3,28
- Lokasi pemasaran	3,14	3,34
Rata-rata	3,17	3,30
Ancaman (Threats)		
- Dana investasi	2,86	2,70
- Kompetisi yang tinggi dengan pesaing	3,10	2,58
- Pertumbuhan pasar yang lamban	2,56	2,84
- Penurunan inflasi ekonomi	2,96	2,68
Rata-rata	2,87	2,70

Sumber : diolah peneliti

Tabel 2. Penentuan nilai bobot indikator SWOT Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis

Kekuatan & kelemahan	DF	Bobot	Peluang & ancaman	DF	Bobot
2.30	0,0464	0,1068	3,24	0.0416	0,1349
2.90	0,0464	0,1346	3,36	0.0416	0,1399
2.42	0,0464	0,1124	3,28	0.0416	0,1366
2.40	0,0464	0,1114	3,34	0.0416	0,1389
3.04	0,0464	0,1412	2,70	0.0416	0,1124
2.40	0,0464	0,1114	2,58	0.0416	0,1075
3.16	0,0464	0,1467	2,84	0.0416	0,1183
2.92	0,0464	0,1355	2,68	0.0416	0,1115
21.54		1	24,02		1
Nilai DF diperoleh dengan rumus : Nilai 1 : total skor kekuatan dan kelemahan = $1 / 21,54 = 0,0464$			Nilai DF diperoleh dengan rumus : Nilai 1 : total skor peluang dan ancaman $= 1 / 24,02 = 0,0416$		

Sumber : diolah peneliti

Tabel 3. Analisis Faktor Internal Perusahaan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis

Variabel Internal	Bobot	Nilai	Skor
Kekuatan			
1. Harga produk terjangkau	0,1068	2,62	0,279
2. Kualitas produk	0,1346	2,46	0,331
3. Bahan produksi	0,1124	2,34	0,263
4. Produk tahan lama	0,1114	2,46	0,274
			1,147
Kelemahan			
1. Modal investasi untuk ekspansi	0,1412	3,10	0,437
2. Variasi / jumlah produksi	0,1114	3,12	0,347
3. Promosi kurang	0,1467	3,14	0,460
4. Jalur distribusi	0,1355	3,00	0,406
			1,650
Total	1,00		-0,503

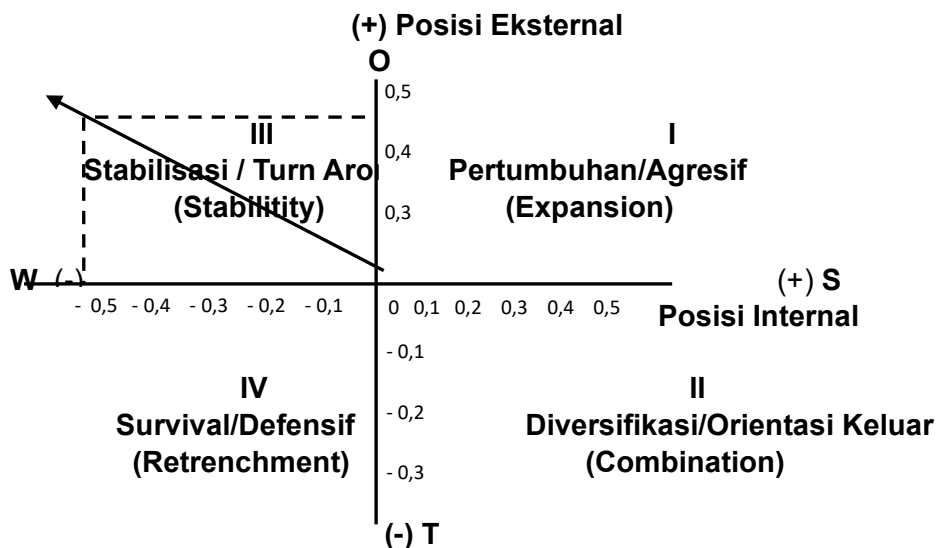
Sumber : diolah peneliti

Tabel 4. Analisis Faktor Eksternal Perusahaan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis

Variabel Eksternal	Bobot	Nilai	Skor
Peluang			
1. Bidang investasi yang menguntungkan	0,1349	3,14	0,423
2. Jumlah penduduk	0,1399	3,26	0,456
3. Trend kuliner	0,1366	3,14	0,428
4. Lokasi pemasaran	0,1389	3,14	0,436
			1,743
Ancaman			
1. Dana investasi	0,1124	2,86	0,321
2. Kompetisi dengan pesaing	0,1075	3,10	0,333
3. Pertumbuhan pasar yang lamban	0,1183	2,56	0,302
4. Penurunan inflasi ekonomi	0,1115	2,96	0,330
			1,286
Total	1,00		0,457

Sumber : diolah peneliti

Untuk menentukan arah dan sasaran perusahaan diperlukan penentuan strategi/posisi perusahaan yang merupakan kedudukan nyata. Strategi yang dapat digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan adalah dari hasil matrik SWOT. Kondisi internal dan eksternal perusahaan merupakan keunggulan (*Strenght*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), serta ancaman (*Threats*) dalam usaha perencanaan pengembangan perusahaan. Untuk mengetahui posisi perusahaan, maka informasi yang digunakan adalah informasi yang telah uraikan di atas. Sebelum matrik SWOT dibuat, maka terlebih dahulu harus diketahui berapa nilai kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang ada. Dari hasil analisis SWOT pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di atas diperoleh jumlah faktor internal = - 0,503 dan nilai faktor eksternal = 0,457. Kemudian dilakukan pencarian posisi strategi perusahaan saat ini dengan matrik SWOT seperti berikut ini.



Gambar 3. Bagan/Grafik SWOT Perusahaan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis

Berdasarkan matrik SWOT di atas diperoleh posisi/strategi perusahaan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong saat ini yaitu strategi stabilisasi / *turn around* yang terletak pada kuadran III, maksudnya perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis menghadapi beberapa kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.. Alternatif strategi yang dapat dilakukan

Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis dengan melihat posisinya yaitu kombinasi WO (*weaknesses - opportunities*)

Berdasarkan gambar matrik internal - eksternal SWOT diatas, maka dapat dihasilkan informasi bisnis Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong sebagai berikut dibawah ini

Tabel 4. Matrik SWOT

	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Harga produk terjangkau b. Kualitas produk c. Bahan produksi d. Produk tahan lama 	<p>Weaknesses (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Modal investasi untuk ekspansi b. Variasi / jumlah produksi c. Promosi kurang d. Jalur distribusi
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bidang investasi yang menguntungkan b. Jumlah penduduk c. Tren kuliner d. Lokasi pemasaran 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Harga produk di sesuaikan dengan targer pasar yang di tuju b. Peningkatan kualitas produk c. Memperluas jangkauan pemasaran ke luar daerah d. Peningkatan daya tahan produk e. Terus melakukan ekspansi pasar 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Promosi menggunakan media sosial b. Penambahan stok variasi hasil produk c. Memperluas jaringan distribusi dengan jasa pengiriman d. Penambahan modal usaha dengan pinjaman bank bunga rendah e. Menambah kemampuan daya simpan produk
<p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dana investasi b. Kompetisi tinggi dengan pesaing c. Pertumbuhan pasar yang lamban d. Inflasi ekonomi 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan kualitas produksi b. Produksi yang banyak dengan harga yang terjangkau c. Mencari dana investasi dari investor / pengusaha. d. Lebih mengincar segmen konsumen dalam lingkup terdekat e. Menerapkan harga dibawah produk pesaing 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menerapkan strategi bisnis baru yang lebih efisien dan efektif b. Membuat produk khusus yang lebih banyak di gemari oleh konsumen c. Efisiensi manajemen dan dana investasi d. Persiapan dana investasi untuk menjaga kondisi inflasi yang tidak menentu

PEMBAHASAN

Berdasarkan matrik SWOT di atas diperoleh posisi/strategi Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong kota saat ini yaitu strategi stabilisasi / *turn around* yang terletak pada kuadran III, maksudnya perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis menghadapi beberapa kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.. Alternatif strategi yang dapat dilakukan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis dengan melihat posisinya yaitu kombinasi WO (*weaknesses - opportunities*) adalah sebagai berikut :

1. Promosi menggunakan media sosial

Salah satu cara efektif untuk meningkatkan pendapatan adalah memperluas informasi produk yang di hasilkan ke masyarakat / konsumen seluas mungkin dengan menggunakan promosi yang efektif. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan

untuk menyakinkan para calon konsumen atas barang dan jasa, sedangkan yang menjadi tujuan dari promosi adalah untuk memperoleh perhatian, mengajak, membujuk, dan menyakinkan konsumen. Maka dalam menjalankan strategi promosi agar efektif dan efisien perlu di perhatikan jenis promosi apa yang paling tepat untuk dipakai. Promosi juga mesti memperhatikan besarnya dana yang diperlukan, sifat pasar dan jenis produk yang dipasarkan

Dengan promosi pemasaran melalui media sosial *facebook, Instagram, Twiter, Whataaps* dan lain sebagainya diharapkan produk yang dipasarkan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong akan dikenal oleh masyarakat luas dan membangun *image* yang kuat serta memiliki identitas yang dapat menggambarkan suatu *value* yang akan menancap dalam benak konsumen, serta dapat menarik minat beli konsumen atau calon pembeli sehingga tercapai tujuannya yaitu meningkatkan volume penjualan.

2. Penambahan stok dan variasi hasil produk

Pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong selama ini melakukan teknik produksi produk dengan cara sederhana atau minim menggunakan alat modern. Sehingga jumlah produk yang di hasilkan juga terbatas baik jumlah atau variasi produk yang di hasilkan. Sehingga perlu bagi pelaku Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis disini membuat inovasi dari produk baru yang di hasilkan seperti varians rasa baru seperti balado, jagung bakar, BBQ dan lain sebagainya. Dengan semakin banyaknya variasi produk baru yang bisa di hasilkan akan meningkatkan pilihan konsumen dan akan meningkatkan peluang penjualan. Maka penting bagi pelaku Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis untuk bisa berinovasi membuat produk kuliner baru yang di minati konsumen.

Maka untuk prospek bisnis yang baik untuk kedepannya maka pelaku Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis bisa menerapkan teknik produksi dengan mesin yang lebih modern agar bisa meningkatkan hasil produksi sesuai permintaan pasar dan bisa menghasilkan produk yang lebih baik lagi dengan efisiensi waktu yang baik pula. Jika terlalu berat masing-masing anggota membeli peralatan modern maka pemilik bisa menggabungkan modal usaha untuk menyediakan mesin produksi yang bisa di pakai bersama, dengan cara ini bisa efektif untuk meringankan beban keuangan pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis nantinya.

3. Memperluas jaringan distribusi dengan jasa pengiriman

Salah satu cara efektif untuk meningkatkan pendapatan adalah memperluas jaringan distribusi produk hingga mencakup semua area pemasaran. Untuk selama ini Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong hanya fokus melakukan pemasaran di Tenggarong, Loa Kulu, Loa Janan, Tenggarong Seberang hingga ke Samarinda saja dan untuk wilayah desa lainnya jarang karena keterbatasan masalah jaringan distribusi.

Padahal di zaman modern yang sekarang ini jaringan distribusi selalu berkembang pesat dan bisa menjangkau daerah yang jauh dengan jasa pengiriman, apalagi di wilayah Kecamatan Tenggarong dan sekitarnya hampir seluruh wilayah bisa di capai dengan jalan darat dan tidak terisolir total. Dengan mencoba memperluas distribusi hingga ke desa lainnya Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis relatif tidak terlalu menghadapi banyak kompetitor mengingat di desa lainnya tidak terlalu begitu banyak saingan yang aktif. Maka pemilik Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis bisa dengan cerdas mengambil peluang usaha dengan berusaha memperluas jaringan pemasaran yang jika berhasil di lakukan bisa meningkatkan pendapatan mereka sendiri nantinya

4. Penambahan modal usaha dengan pinjaman bank bunga rendah.

Selama ini hal inilah yang menjadi titik lemah vital Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong dalam mengembangkan usahanya. Dana investasi yang dimiliki Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis saat ini baru mencapai 40 juta dan untuk dapat mengembangkan pemasaran yang lebih diperlukan modal investasi melebihi 80 juta. Dana investasi yang dimiliki sebagian besar dari milik sendiri dan untuk menambah dana investasi tidaklah mudah karena harus melihat prospek penjualan tiap bulan apakah mengalami tren kenaikan atau malah penurunan. Alternatifnya Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong perlu mencari

investor luar untuk menanamkan modal berupa uang kas atau pengurus bisa mengajukan proposal biaya bantuan dari dana desa dari bank setempat agar dapat Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis bisa menjadi berkembang luas lagi.

Fakta lain yang terlihat pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong masih mengalami kesulitan. Hal ini berdampak pada pendapatan dan kelangsungan hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) itu sendiri. Di daerah Tenggarong pendapatan rata-rata para pelaku usaha masih tergolong rendah. Hal ini tentu tidak terlepas dari beberapa faktor salah satu diantaranya adalah permodalan. Permodalan sebagai faktor utama dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih menjadi penghambat bagi para pelaku usaha di kota Tenggarong.

5. Menambah kemampuan daya simpan produk

Salah satu kendala selain keterbatasan menambah jumlah produk adalah masalah daya simpan produk. Produk yang di hasilkan disini umumnya daya tahan simpan maksimal 4 bulan. Tentunya jika Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis bisa membuat daya simpan produk yang panjang maka ini akan menjadi lebih baik bagi UMKM ini karena produk bisa di simpan lama dan tidak perlu langsung buru-buru untuk di konsumsi sekaligus serta bisa di taruh di rak penjualan dalam waktu lama. Untuk membuat daya simpan produk yang lama tentunya di perlukan bahan pengawet makanan yang baik, kemasan yang gaus serta peralatan yang menunjang agar proses pembuatan produk bisa menjadi lebih baik, kendala inilah yang di alami oleh Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong karena masih sebagian besar menggunakan alat tradisional dan untuk menambah mesin moderen masih memerlukan waktu dan dana investasi yang harus cukup terkumpul.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian SWOT yang telah peneliti lakukan pada Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong maka dapat diperoleh kesimpulan :

1. Berdasarkan matrik SWOT diperoleh posisi/strategi Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong saat ini yaitu strategi stabilisasi / *turn around* yang terletak pada kuadran III, maksudnya perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis menghadapi beberapa kelemahan internal.
2. Fokus strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Alternatif strategi yang dapat dilakukan Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong dengan melihat posisinya yaitu kombinasi WO (*weaknesses - opportunities*) adalah sebagai berikut
 - a. Promosi menggunakan media sosial.
 - b. Penambahan stok variasi hasil produk.
 - c. Memperluas jaringan distribusi dengan jasa pengiriman.
 - d. Penambahan modal usaha dengan pinjaman bank bunga rendah.
 - e. Menambah kemampuan daya simpan produk

SARAN

Dalam bagian ini akan dikemukakan beberapa saran yang mungkin berguna bagi Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis di Tenggarong

1. Pentingnya menambahkan peralatan modern dalam upaya meningkatkan hasil produk Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis sehingga bisa menghasilkan produk yang berkualitas dan banyak untuk memenuhi permintaan konsumen.
2. Agar bisa menjadi UMKM mandiri tanpa harus terus tergantung kucuran dari Bank, pengurus Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis bisa menarik investor untuk menanamkan modal di UMKM atau mengajukan proposal bantuan dana ke Pemerintah daerah setempat.

3. Perlunya memperluas jaringan pemasaran ke luar kota hingga ke seluruh kelurahan yang masuk Kecamatan Tenggarong dan sekitarnya mengingat potensi peluang yang besar dan persaingan yang masih tidak terlalu ketat jika di dibandingkan menjual ke pusat kota kecamatan lainnya.
4. Untuk dapat lebih mengenalkan lebih luas kepada masyarakat produk Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis bisa menerapkan promosi di media sosial.
5. Pentingnya peningkatan SDM Usaha Kerupuk Beras Ibu Lilis agar bisa terus bersaing dengan usaha lainnya serta perlunya keterlibatan OPD terkait untuk pengurusan legalitas dan izin usaha untuk UMKM ini.
6. Saran peneliti selanjutnya adalah agar bisa meneliti dua atau tiga UMKM lain yang sejenis sekaligus sebagai untuk perbandingan analisis SWOT yang di dihasilkan nantinya dan untuk menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus. (2016). *Konsep-Konsep Dasar Analisis SWOT*, Cetakan ketiga. Jakarta : PT. Gramedia.
- Alma, B. (2016). *Pengantar Bisnis*, edisi 19. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Press.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (dasar dan konsep)* (Issue June).
- Guswar, A. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM “Mandiri Bekerja Kita Maju” di Desa Loa Kulu Kota Kecamatan Loa Kulu*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
- Handoko.T, H. (2017). *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Hasibuan, SP, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Lestari, E. (2016). “*Strategi Pemasaran Penjualan Pakaian Pada Toko Farhan Fashion Di Tenggarong Seberang*” Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tenggarong.
- Maidah, N. (2018). “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Pada Pengolahan Ikan Naga Jaya Di Desa Liang Ilir Kecamatan Kota Bangun*” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep, Perencanaan, Strategis Untuk Menhadapi Abad 21*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____.(2019). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian. P, S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Jakarta : Penerbit CV. Alfabeta.
- Swastha, B. DH., Hani H. (2015). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Triton, PB, (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perpektif Partnership Dan Kolektivitas*. Yogyakarta : Penerbit Tugu Publisher.
- Zulkifliansyah. (2015). *Manajemen Strategi : Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta : LPFE.