

JURNAL PEMBANGUNAN AGRIBISNIS

(Journal Of Agribusiness Development)

Website : <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/jpa>

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG PADA INDUSTRI SOFIE LOCALFOOD DI KOTA PALU

Business Development Strategy of Banana Chips at Sofie Localfood Industry In Palu City

Rahmat Alfarizqi¹⁾, Marhawati Mappatoba²⁾, Husnul Khatimah²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

Jl. Soekarno-Hatta Km 9, Tondo-Palu 94118, Sulawesi Tengah. Telp. 0451-29738

ABSTRACT

This research aims to identify internal factors (Strengths and Weaknesses) and External factors (Opportunities and Threats) in supporting the development of banana chips business, determine alternative strategies based on analysis of internal and external environmental factors and choose the most appropriate strategy applied by the industryindustri Sofie local food in Palu City. Determination of the location was determined purposively with consideration because the location is one of the IKM that sell banana chips products in Palu City. The research was conducted from September to October with a total of 5 respondents, namely the owner of Sofie localfood, 1 employee of Sofie Localfood, 1 consumer, 1 person from a competing industry, and 1 employee of the Industry and Trade Office of Palu City. The analysis used in this research is SWOT analysis. SWOT analysis is an analysis used to identify situations that are categorized as strengths, weaknesses, opportunities and threats of a business unit. SWOT analysis is important in order to determine the right strategy for the business. Based on the results of the study, it shows that the right alternative strategy to be applied in supporting and developing the Banana Chips Business at Sofie localfood is using the SO strategy. SO (Strengths-Opportunities) strategy, which is to maintain good product quality by using qualified human resources to utilize easily available raw materials, using IT-based information systems to reach a wide market share by utilizing the development of promotional media. using a strategic location by taking advantage of the development of promotional media to increase market share.

Keywords: Banana Chips, Development Strategy, SWOT Analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) dalam mendukung perkembangan usaha keripik pisang, merumuskan alternatif strategi berdasarkan analisis faktor lingkungan internal dan eksternal dan memilih strategi yang paling tepat diterapkan oleh industri Sofie localfood di Kota Palu. Penentuan lokasi ditentukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan karena lokasi tersebut merupakan salah satu IKM yang mengusahakan produk keripik pisang di Kota Palu. Penelitian dilakukan mulai bulan September hingga Oktober dengan jumlah responden sebanyak 5 orang, yaitu pemilik Sofie localfood, 1 Karyawan Sofie Localfood, 1 konsumen, 1 orang dari industri pesaing, serta 1 orang karyawan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palu. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi situasi yang dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari sebuah satuan bisnis. Analisis SWOT penting dilakukan agar dapat menentukan strategi yang tepat untuk usaha . Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa

strategi alternatif yang tepat untuk diterapkan dalam mendukung dan mengembangkan Usaha Keripik pisang di Sofie localfood yaitu dengan menggunakan strategi SO. Strategi SO (Strenghts-Opportunities), yaitu mempertahankan kualitas produk yang baik dengan menggunakan SDM yang berkualitas untuk memanfaatkan bahan baku mudah didapatkan, menggunakan sistem informasi berbasis IT untuk menjangkau pangsa pasar yang masih luas dengan memanfaatkan berkembangnya media promosi. menggunakan lokasi yang strategis dengan memanfaatkan berkembangnya media promosi guna meningkatkan pangsa pasar.

Kata Kunci : Keripik Pisang, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan suatu bentuk kegiatan atau aktivitas yang mengolah bahan baku yang berasal dari tanaman maupun hewan. Agroindustri memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan pertanian. Hal ini dapat dilihat dari kontribusinya dalam hal meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, penyerapan tenaga kerja, meningkatkan devisa, dan mendorong tumbuhnya industri lain. Pengembangan agroindustri secara tidak langsung telah membantu meningkatkan perekonomian para petani sebagai penyedia bahan baku untuk industri (Aulia G.R, 2012). Upaya peningkatan nilai tambah melalui agroindustri, selain meningkatkan pendapatan, juga berperan dalam penyediaan pangan yang beragam dan bermutu. Teknologi merupakan salah satu faktor menunjang keberhasilan pengembangan sistem agroindustri dengan aspek tepat guna, efisien dan mudah diterapkan. Dampak dari agroindustri tersebut dapat diwujudkan melalui keterkaitan yang saling menguntungkan antara petani produsen dengan industri pengolahan hasil pertanian (Lestari, 2017).

Agroindustri didefinisikan sebagai semua kegiatan industri yang terkait dengan kegiatan pertanian yang meliputi: (i) industri pengolahan hasil produk pertanian dalam bentuk setengah jadi dan produk akhir; (ii) industri penanganan hasil pertanian segar; (iii) industri pengadaan sarana produksi pertanian; dan (iv) industri pengadaan alat-alat pertanian (Saragih, 2010). Selain itu Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan

peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri sebagai pengolah komoditas pertanian primer menjadi produk olahan baik produk akhir (*Finish Product*) maupun produk antara (*Intermediate Product*) (Aji, 2012).

Produk pertanian umumnya rentan karena memiliki sifat yang mudah rusak, maka produk pertanian harus segera dipasarkan dalam bentuk segar atau diolah menjadi sesuatu yang lebih tahan simpan. Agroindustri yang menggunakan produk pertanian sebagai bahan baku akan sangat menunjang perkembangan pada budidaya tanaman produk pertanian terutama tanaman pangan (Irawan, 2014).

Kementerian Pertanian telah menetapkan tujuh belas komoditas yang menjadi prioritas pembangunan pertanian di Indonesia yaitu padi, jagung, kedelai, kelapa, cengkeh, tanaman obat, pisang, jeruk, bawang merah, anggrek, sapi, kambing dan domba, unggas, kelapa sawit, karet dan kakao. Tujuh belas komoditas tersebut menjadi mandat prioritas Puslitbang yang berada di bawah Badan Litbang Pertanian. Teridentifikasi tujuh komoditas yang memiliki prospek untuk dikembangkan agroindustri yaitu padi, jagung, kelapa, cengkeh, pisang, jeruk dan hasil ternak (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2014).

Salah satu dari tujuh komoditas yang paling memiliki prospek baik untuk dikembangkan sebagai produk olahan yaitu pisang. Pisang merupakan tanaman yang kaya akan nutrisi. Pisang memiliki kandungan karbohidrat, vitamin, lemak, protein, dan mineral. Kalium, fosfor, zat besi, magnesium, kalsium, vitamin A, B, dan C adalah kandungan energi yang terdapat didalamnya (Sutomo, 2008). Pisang merupakan salah satu tanaman hortikultura

yang penting di dunia karena potensi produksinya cukup besar dan bernilai gizi tinggi serta mengandung vitamin C yang dapat mencegah gusi berdarah atau sariawan. (Dewi, 2018). Berbagai jenis pisang yang ditanam di Indonesia, antara lain : pisang kepok, pisang ambon, pisang tanduk, pisang raja, pisang ijo, pisang puri ayu, pisang kuning, pisang susu, pisang mas, pisang cavendish dan lain-lain. sebagai bahan pangan biasanya pisang disajikan dalam bentuk segar sebagai buah-buahan (Winarti, 2010).

Ketersediaan tanaman pisang di Indonesia membuka peluang usaha yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia. Pisang mudah tumbuh dengan subur disebagian besar wilayah. Berbagai jenis pisang tumbuh dan menjadi tanaman yang cukup mudah ditemui (Bayu, 2012). Makanan ringan dari pisang sangat populer bagi masyarakat diperkotaan maupun pedesaan. Keripik pisang mempunyai peluang bisnis yang cukup tinggi jika diolah dengan benar dan dipasarkan secara tepat di Kota Palu (Irene, 2018).

Sektor industri mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sektor pertanian, sehingga keduanya tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Salah satu hubungan itu adalah usaha pembuatan keripik dengan ketersediaan buah sebagai bahan baku, salah satu buah yang digunakan sebagai bahan baku keripik yaitu pisang (Irwansyah, 2014)

Ada beberapa industri keripik pisang di Kota Palu salah satunya keripik pisang Sofie localfood yang telah lama mengushakan keripik pisang yakni sejak 2005. Dari semua produk yang ada di industri Sofie localfood, keripik pisang termasuk salah satu produknya. Adapun permasalahan yang dihadapi saat ini ialah kurangnya inovasi produk keripik pisang dimana hanya memiliki 1 varian produk dan juga penjualan yang rendah. oleh karena itu diperlukan alternatif strategi yang tepat yang dapat mendukung pengembangan usaha keripik pisang pada industri Sofie Localfood. Strategi merupakan tindakan yang bersifat kontinyu dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang

tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Sehingga dibutuhkan kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumsi para konsumen yang didukung oleh kompetensi inti (core competencies) perusahaan tersebut (Aulia D, 2012).

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha untuk melihat strategi apa yang tepat digunakan untuk pengembangan usaha keripik pisang ini melalui analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan antara lain :

1. Mengidentifikasi faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) dalam mendukung perkembangan usaha keripik pisang.
2. Merumuskan alternatif strategi berdasarkan analisis faktor lingkungan internal dan eksternal.
3. Memilih strategi yang paling tepat diterapkan oleh industri Sofie localfood.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada industri “Sofie localfood” di Kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan karena lokasi tersebut merupakan salah satu IKM yang mengushakan produk keripik pisang di Kota Palu. Dari semua produk yang ada di industri Sofie localfood, keripik pisang termasuk salah satunya namun penjualannya masih rendah. Oleh karena itu di perlukan strategi pengembangan agar usaha keripik pisang dapat berkembang serta bisa mengatasi permasalahan yang ada. Penelitian dilakukan mulai bulan September hingga Oktober tahun 2020. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (purposive), Menurut Arikunto (2006) purposive sampling yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal dengan melakukan wawancara secara langsung. Jumlah responden yang

diwawancarai terdiri dari 5 orang yang dipilih dari pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal terdiri dari 1 orang pimpinan industri, 1 orang karyawan, sedangkan responden dari pihak eksternal terdiri dari 1 orang konsumen, 1 orang dari industri pesaing, dan 1 orang dari dinas perindustrian dan perdagangan. Hal ini didasarkan dengan pertimbangan bahwa responden tersebut sangat berkompeten untuk memberikan informasi yang sesuai dengan penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT yang digunakan untuk membuat strategi dalam pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha keripik pisang pada Industri Sofie localfood di Kota Palu, dari sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh industri, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha. Menurut Rangkuti (2008), tahapan analisis IFAS dan EFAS yaitu dengan memberi nilai rating dan bobot. Lebih lanjut dijelaskan tahapan analisis pemberian nilai rating dan bobot dalam tabel IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut :

- a. Susunlah faktor-faktor internal dan eksternal (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).
- b. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai dengan skala 4 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang bersifat positif (jika semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- c. Tentukan bobot dari setiap rating dengan menggunakan rumus :

d.

$$Bi = \frac{Ri}{\sum Ri}$$

- e. Setelah pemberian rating dan bobot selanjutnya tentukan nilai skor dengan mengalikan antara bobot dan rating.

Posisi perusahaan/institusi dapat dikelompokkan dalam 4 kuadran, yaitu: kuadran I, II, III, dan IV. Kuadran 1 strategi yang sesuai adalah strategi agresif, kuadran II yakni strategi diversifikasi, kuadran III strategi turn around dan kuadran IV strategi defensif. Posisi perusahaan yang telah diketahui dengan melihat kuadran yang tepat maka perusahaan dapat mengambil keputusan dengan lebih tepat (Rangkuti, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sofie Localfood bertempat di kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu Selatan Kotas Palu merupakan IKM yang memproduksi Bawang Goreng, aneka Sambal, aneka Kue, aneka Abon, aneka Keripik, dan lainnya. Usaha ini didirikan oleh Ibu Sofie sejak tahun 2005. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisah kegiatan pekerja antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa (Sena,2012).

Industri Sofie Localfood memiliki struktur organisasi yang sederhana, yaitu hanya dipimpin oleh satu orang pimpinan yaitu Ibu Sofi yang membawahi 2 orang karyawan admin dan 6 orang karyawan bagian produksi. Usaha keripik pisang pada IKM Sofie Localfood saat ini menerapkan strategi yaitu pelaksanaan proses produksi yang baik dengan komitmen untuk selalu menjaga kualitas produksinya sesuai dengan pola Good Manufacturing Product (GMP), sehingga dapat menghasilkan produk keripik pisang yang berkualitas mampu bersaing di pasaran.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Identifikasi faktor internal suatu perusahaan dapat dilakukan dengan pendekatan fungsional meliputi aspek keuangan, pemasaran, produksi/operasi, sumberdaya manusia, sistem informasi manajemen umum dan organisasi, serta penelitian dan pengembangan (David, 2004). Sedangkan lingkungan eksternal dibagi menjadi 2 kategori yaitu lingkungan jauh yang meliputi faktor ekonomi, sosial budaya, politik, teknologi dan lingkungan industri yang meliputi tingkat persaingan industri, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, adanya produk substitusi (Umar, 2003).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung pada responden maka didapatkan beberapa faktor yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha keripik pisang pada IKM Sofie Localfood, terlihat pada Tabel 1.

Faktor Internal. Setelah faktor- faktor strategi internal pada Sofie Localfood teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary), berdasarkan hasil perhitungan setiap rating, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai rating faktor internal terlihat pada tabel 2. Berdasarkan

hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha keripik pisang pada Sofie Localfood, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (Strength) dikurangi dengan total bobot x rating faktor kelemahan (Weakness) maka diperoleh sumbu horizontal yaitu $2,378 - 0,809 = 1,569$ maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,569.

Faktor Eksternal. Setelah faktor-faktor eksternal pada usaha industri keripik pisang Sofie Localfood teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary). Berdasarkan hasil perhitungan setiap rating, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai rating faktor eksternal disajikan dalam Tabel 3. Hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan Eksternal yang didapat akan digunakan untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha keripik pisang pada Sofie Localfood, yaitu total bobot x rating faktor Peluang (Opportunity) dikurangi dengan total bobot x rating faktor Ancaman (Treath) maka diperoleh sumbu vertical yaitu $2,280 - 1,287 = 0,993$ maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 0,993.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Keripik Pisang pada Sofie Localfood

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
Kualitas produk yang baik Lokasi yang strategis Sistem informasi berbasis IT Kualitas SDM yang baik	Bahan baku mudah didapatkan Berkembangnya media promosi Pangsa pasar yang masih luas
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Ancaman (<i>Threaths</i>)
Produksi yang tidak tetap Produk mudah ditiru Kurang variasi produk	Adanya pesaing produk sejenis Menurunnya daya beli masyarakat Selera konsumen yang mudah berubah

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2020

Tabel 2. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Usaha Keripik Pisang Pada IKM Sofie Localfood, 2020.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Kekuatan (Strengths)</i>			
Kualitas produk yang baik	0,190	4	0,760
b. Lokasi yang strategis	0,190	4	0,760
c. Sistem informasi berbasis IT	0,143	3	0,429
Kualitas SDM yang baik	0,143	3	0,429
Sub Total	0,670	14	2,378
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
Produksi yang tidak tetap	0,143	3	0,429
Produk mudah ditiru	0,095	2	0,190
Kurangnya variasi produk	0,095	2	0,190
Sub Total	0,330	7	0,809
Total (1+2)	1.00	21	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Usaha Keripik Pisang Pada IKM Sofie Localfood, 2020.

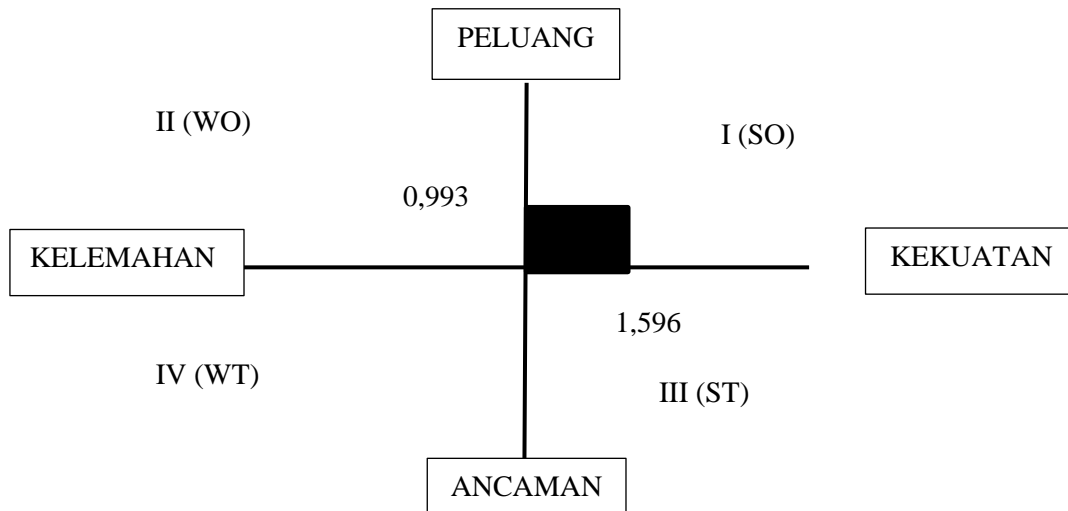
Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
Bahan mudah didapatkan	0,190	4	0,760
b. Berkembangnya media promosi	0,190	4	0,760
Pangsa pasar yang masih luas	0,190	4	0,760
Sub Total	0,570	12	2,280
<i>Ancaman (Treaths)</i>			
Adanya pesaing produk sejenis	0,143	3	0,429
Menurunnya daya beli masyarakat	0,143	3	0,429
Selera konsumen yang mudah berubah	0,143	3	0,429
Sub Total	0,430	9	1,287
Total (1+2)	1.00	21	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Berdasarkan skoring faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha keripik pisang pada IKM Sofie Localfood yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha keripik pisang pada Sofie Localfood berada pada Kuadran I, usaha keripik pisang pada IKM Sofie Localfood memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk

dikembangkan. Posisi Sofie Localfood berada pada kuadran 1 dimana mendukung strategi S-O yaitu menggunakan kekuatan internal IKM untuk memanfaatkan peluang eksternal, sehingga untuk menentukan strategi dapat digunakan pendekatan melalui matriks SWOT, yang bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi yang tepat digunakan oleh usaha keripik pisang pada IKM Sofie Localfood, seperti terlihat pada Tabel 4.



Gambar 1. Diagram SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang pada IKM Sofie Localfood Kota Palu.

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang pada IKM Sofie Localfood, 2020

IFAS EFAS	<u>Kekuatan (Strengths)</u> S1. Kualitas produk yang baik S2. Lokasi yang strategis Sistem informasi berbasis IT Kualitas SDM yang baik	<u>Kelemahan (Weakness)</u> . Produksi yang tidak tetap . Produk mudah ditiru . Kurang variasi produk
<u>Peluang (Opportunities)</u> Bahan baku mudah didapatkan Berkembangnya media promosi Pangsa pasar yang masih luas <u>Ancaman (Threats)</u> Adanya pesaing produk sejenis T2. Menurunnya daya beli masyarakat T3. Selera konsumen mudah berubah	<u>Strategi (SO)</u> Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi keinginan konsumen (S1,S4,O1) Meningkatkan pelayanan dan penggunaan media promosi agar dapat meningkatkan pangsa pasar (S3,O2,O3) <u>Strategi (ST)</u> Mempertahankan dan Menjaga kualitas produk guna mengantisipasi para pesaing maupun perubahan selera konsumen dengan produk lain. (S1,T1,T3) Menggunakan sistem informasi berbasis IT dengan memberi berbagai promo untuk mengatasi daya beli masyarakat yang menurun(S3,T2)	<u>Strategi (WO)</u> Mengatasi produksi yang tidak tetap dengan memanfaatkan kemudahan memperoleh bahan baku (W4,O1) Mengatasi kurangnya variasi produk memanfaatkan perkembangan media promosi dan pangsa pasar yang masih luas . (W3,O2,O3) <u>Strategi (WT)</u> Mengatasi kurangnya variasi produk yang ada untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis maupun mengatasi perubahan selera konsumen. (W3,T1,T3)

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk usaha Sofie Localfood yaitu : Faktor internal yakni kekuatan (a) Kualitas produk yang baik (b) Lokasi yang strategis (c) Sistem informasi berbasis IT (d) Kualitas SDM yang baik, Faktor kelemahan (a)Produksi yang tidak tetap (b) Produk mudah ditiru Produk mudah ditiru (c) Kurang variasi produk. Kemudian Faktor eksternal yaitu peluang (a) Bahan baku mudah didapatkan (b) Berkembangnya media promosi (c) Pangsa pasar yang masih luas. Faktor ancaman (a) Banyaknya pesaing produk sejenis (b) Menurunnya daya beli masyarakat (c) Selera konsumen yang mudah berubah.

2. Posisi strategi pengembangan usaha keripik pisang Sofie Localfood yaitu dengan menggunakan strategi S-O. dimana strategi ini menggunakan kekuatan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi yang tepat untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha keripik pisang pada IKM Sofie Localfood adalah :
 - Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi untuk memenuhi keinginan konsumen.
 - Meningkatkan pelayanan dan penggunaan media promosi agar dapat meningkatkan pangsa pasar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis menyarankan kepada Sofie Localfood untuk mulai melakukan peningkatan kualitas produk melalui berbagai inovasi dan meningkatkan pelayanan media promosi agar penjualan produk dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aulia, D. 2012 *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard*. J. Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut. Vol. 10 No. 1 Hal 2302-7320.
- Aulia, G. R. 2012. Skripsi : *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Usaha Industri Tahu Di Kota Medan*. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Aji, B.P. 2012. *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karangayar*. E-Journal Agrista Vol. 1 No. 2. Hal. 218-226.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2014. *Penetapan Tujuh Belas Komoditas yang menjadi Prioritas Pembangunan Pertanian di Indonesia*. www.litbang.pertanian.go.id. diakses pada tanggal 15 Juli 2020.
- Bayu, 2012. *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*, Jurnal Agrista. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Vol. 1 No. 2 Hal. 2302-1713.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategis*. PT. Indeks, Jakarta.

- Dewi. 2018. *Analisis Rentabilitas dan Penyerapan Tenaga Kerja Agroindustri Keripik Pisang (Studi Kasus Pada Perusahaan Keripik Pisang Sari Rasa Di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh Vol. 4 No. 2 Hal 698-704.
- Irawan, D. 2014. *Strategi Pengembangan Usaha Kacang goyang Pada Industri Rumah Tangga Primajaya di Kota Palu*. E-jurnal Agrotekbis Vol. 2 No. 6 Hal. 620-627.
- Irene. 2018. *Pengembangan Strategi Pemasaran Keripik Pisang Pada Industri Raja Bawang di Kota Palu*. E-jurnal Agrotekbis Vol. 6 No. 1 Hal. 9-17.
- Irwansyah. 2014. *Analisis Nilai Tambah Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang pada Industri Rumah Tangga Sofie di Kota Palu*. E-jurnal Agrotekbis Vol. 5 No.2 Hal 510-516.
- Lestari. 2017. *Strategi Pengembangan Agroindustri Dapoer Rendang Riry Payakumbuh*. Jurnal Online Mahasiswa Vol. 4 No. 2 Hal 1-15.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta