

## **Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Peningkatan Daya Saing Saleh Pisang Nazen Rawalo**

### ***Application of SWOT Analysis to Determine Strategies for Increasing Competitiveness of Saleh Pisang Nazen Rawalo***

**Hety Dwi Hastuti<sup>1</sup>, Laura Sari<sup>2</sup>**

Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Politeknik Negeri Cilacap  
Program Studi Teknik Informatika, Politeknik Negeri Cilacap  
[hetydwi.hastuti@pnc.ac.id](mailto:hetydwi.hastuti@pnc.ac.id) [laurasari@pnc.ac.id](mailto:laurasari@pnc.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Pertumbuhan ekonomi Indonesia turut dikembangkan oleh usaha kecil dan menengah (UKM). UKM sendiri terkadang dihadapkan kurangnya akses pasar dan berjuang untuk merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk diaplikasikan. UKM Saleh Pisang Nazen merupakan usaha makanan ringan yang berada di desa Tambaknegara Kecamatan Rawalo. Usaha ini mulai berdiri sejak tahun 2020. Makanan ringan berbahan dasar pisang ini hadir dengan cita rasa manis yang khas karena terbuat dari pisang yang matang dan manis. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan analisis SWOT terhadap strategi peningkatan daya saing Saleh Pisang Nazen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa UKM Saleh Pisang Nazen memiliki peluang yang bagus untuk dikembangkan dengan memaksimalkan branding Saleh Pisang Nazen, terus melakukan inovasi dan lebih kreatif dalam menciptakan varian rasa baru dan aneka olahan pisang, harus menjaga kualitas bahan baku yang digunakan untuk memastikan kualitas produk olahannya serta aktif melakukan promosi melalui media sosial.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Strategi Peningkatan Day Saing, Saleh Pisang Nazen

#### ***ABSTRACT***

*Indonesia's economic growth is also developed by small and medium enterprises (SMEs). SMEs themselves are sometimes faced with a lack of market access and struggle to formulate the right business strategy to apply. UKM Saleh Pisang Nazen is a snack business located in Tambaknegara village, Rawalo District. This business was established in 2020. This banana-based snack comes with a distinctive sweet taste because it is made from ripe and sweet bananas. This study aims to apply a SWOT analysis to the strategy of increasing the competitiveness of Saleh Pisang Nazen. The research method used is a qualitative descriptive method. Based on the results of the study, it was concluded that the Saleh Pisang Nazen UKM has a good opportunity to be developed by maximizing the branding of Saleh Pisang Nazen, continuing to innovate and be more creative in creating new flavors and various processed bananas, must maintain the quality of the raw materials used to ensure the quality of processed products and actively promote through social media.*

**Keywords:** *SWOT Analysis, Competitiveness, Saleh Pisang Nazen Rawalo*



## **PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian di Indonesia sangat didukung oleh adanya Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Apalagi di negara berkembang seperti Indonesia, usaha yang banyak tumbuh dan berkembang di kalangan masyarakat adalah sektor industri kecil dan menengah. Seperti diketahui bahwa UKM memiliki potensi besar untuk berkembang, sehingga ke depan harapan yang ingin dicapai adalah perkembangan UKM dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Menurut Hendrawan, Kiswanto, dan Sucahyawati, 2019; Fatimah, 2011 dalam (Sumiatin et al., 2021), sifat dari UKM yang padat karya dan masih menggunakan teknologi yang sederhana, sehingga lapangan kerja dapat ditingkatkan dan mengurangi pengangguran di lingkungan sekitar UKM, meningkatkan kesempatan usaha masyarakat, serta meningkatkan kemakmuran masyarakat yang pada akhirnya akan mendorong pembangunan daerah. Penelitian sebelumnya pun menunjukkan bahwa perekonomian ditunjang oleh UKM meskipun UKM hanya memiliki tenaga kerja, aset dan omset yang tergolong kecil namun dengan jumlah yang besar. (Hermanto et al., 2016)

Salah satu UKM yang berkembang saat ini adalah bidang kuliner terutama makanan ringan. Hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan makanan ringan baru, sehingga setiap perusahaan makanan yang ingin bertahan harus memiliki karakteristik dan strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan. Dengan kondisi tersebut, industri makanan ringan berusaha mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan di industri sejenis. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang begitu ketat, seluruh pelaku industri makanan ringan harus mampu memahami apa yang dapat mereka manfaatkan untuk tetap unggul dalam persaingan, termasuk terus berinovasi dan menggali ide-ide kreatif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dhelia et al., 2018) dikemukakan bahwa dalam menghadapi persaingan, strategi alternatif yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing UKM dengan mempertimbangkan beberapa faktor, dan strategi yang diprioritaskan adalah peningkatan produksi. Oleh karena itu, dengan meningkatnya produksi, hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil dapat bersaing dengan produk sejenis.

Paramasivan & Selvam (2013), Soedorowardi (2008), Putra, Arifin & Sunarti (2017) dalam (Rosmadi, 2019) menyatakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan perusahaan merupakan strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen dan menjadi keunggulan kompetitif tersendiri pada jenis industri serupa. Strategi peningkatan daya saing juga dapat dilakukan dengan peningkatan kualitas produk, perluasan outlet penjualan, peningkatan keterampilan karyawan, peningkatan skala produksi, dan penetapan harga jual. Kesesuaian dengan kualitas yang berasal dari inovasi dalam setiap proses produksi. (Novia et al., 2021) Selain itu, konsumen kini aktif mencari informasi tentang merek dan membuat keputusan pembelian berdasarkan informasi yang mereka terima. (Kotler et al., 2017). Sehingga setiap UKM harus jeli melihat peluang dan melihat potensi serta memahami kebutuhan dan selera konsumen. Hal lain yang harus dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing adalah dengan melakukan promosi secara online, yang dapat dilakukan dengan membuat web promosi pribadi untuk memperluas

pangsa pasar. Strategi ini pun harus dilakukan secara menyeluruh dan berkala baik dari sisi keuangan, sumber daya manusia, produksi, hingga pemasaran. (Arofahtiani & Cahyadi, 2022)

Perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) tidak terlepas dari adanya sumber daya alam pertanian yang mencukupi yang mampu menghasilkan berbagai macam produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal yang ada di masing-masing daerah. Demikian juga potensi sumber daya alam pertanian yang ada di Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas. Kecamatan Rawalo memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan berbagai produk berbahan dasar dari produk pertanian. Salah satu yang cukup banyak dihasilkan di kecamatan Rawalo adalah pisang. Di tahun 2019 saja hasil produksi buah-buahan khususnya pisang mencapai 437.558 kwintal, sedangkan untuk tahun 2020 sebanyak 19.894 kwintal.(BPS, 2021).

Mengingat besarnya potensi hasil pertanian dan buah-buahan khususnya pisang di kecamatan Rawalo, maka potensi untuk mengembangkan usaha makanan ringan berupa saleh pisang. Ketersediaan bahan baku sendiri juga menjadi faktor pendukung dalam memanfaatkan peluang dari usaha makanan ringan. (Anggraeni et al., 2017) Sementara itu menurut (Lestari et al., 2015), pelaku UMKM harus melakukan beberapa langkah untuk meningkatkan daya saing agar dapat unggul dalam persaingan, di antaranya melalui perluasan jaringan usaha, memastikan kelancaran distribusi produk, dan meningkatkan inovasi produk agar produk tersebut memiliki ciri khas dan unik sehingga memiliki keunikan yang membedakan dengan pesaing. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh pemilik usaha Saleh Pisang Nazen untuk membangun bisnis saleh pisang dengan proses pembuatan yang sedikit berbeda dan memiliki ciri khas yang unik dibanding saleh pisang yang lain. Namun, banyak usaha makanan ringan serupa di Kecamatan Rawalo menyebabkan persaingan juga sangat ketat. Daya saing di jenis usaha yang serupa inilah yang menarik untuk diteliti karena Saleh Pisang Nazen sendiri merupakan salah satu usaha Saleh Pisang yang juga mendistribusikan hasil produksinya di kios dan pedagang grosir khususnya di desa Tambaknegara Kecamatan Rawalo.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam metode ini metodologi penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan, memaparkan dan menjelaskan bagaimana UKM Saleh Pisang Nazen menghadapi persaingan di industri makanan ringan baik dari segi pemasaran maupun pengembangan usaha. Sumber data dari pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik Saleh Pisang Nazen. Lokasi penelitian UKM Sale Pisang Nazen yang terletak di Desa Tambaknegara Kecamatan Rawalo dipilih secara sengaja (*purposive*) dan berdasarkan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan lokasi ini karena di kawasan Rawalo banyak terdapat industri kecil dan aneka hasil produksi atau olahan pisang. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi mulai dari proses pemilihan bahan baku pisang hingga proses pengeringan, penggorengan dan pengemasan.

Analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi peningkatan daya saing perusahaan Saleh Pisang Nazen. Langkah pertama yang dilakukan adalah kami mengumpulkan data dari daftar pertanyaan yang dirancang sesuai dimensi dan variabel untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT adalah salah satu alat perencanaan strategis yang digunakan oleh perusahaan dan organisasi untuk memastikan bahwa suatu proyek atau usaha memiliki tujuan yang jelas dan semua faktor yang terkait dengan langkah yang diambil tepat baik secara positif maupun negatif untuk kemudian diidentifikasi dan ditangani. (Sulasih & Sulaeman, 2020)

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **a. Penyajian Data Umum**

Saleh Pisang Nazen Rawalo merupakan usaha makanan ringan yang didirikan sejak tahun 2020 di Desa Tambaknegara Kecamatan Rawalo. Nama pemilik UKM Saleh Pisang Nazen Rawalo adalah Saryati. Ide untuk memulai usaha Saleh Pisang Nazen Rawalo datang dari kesukaan pemilik usaha akan makanan Saleh Pisang yang memiliki cita rasa manis. Rasa penasaran untuk dapat membuat Saleh Pisang Nazen dengan cita rasa manis pun mengarahkan Ibu Saryati untuk mencoba membuat saleh pisang. Setelah mencoba beberapa kali akhirnya Ibu Saryati berhasil membuat saleh pisang yang sesuai dengan keinginannya.

Saleh Pisang Nazen dikelola oleh pemilik pribadi dan belum memiliki karyawan. Proses pencatatan keuangan juga dilakukan secara sederhana. Saleh Pisang Nazen masih sangat sederhana dalam pengelolannya. Dikelola oleh pemilik sendiri yaitu Saryati dan hanya memiliki 2 karyawan untuk membantu proses produksi terutama dalam proses penggorengan saleh pisang. Untuk kegiatan produksi diawali dengan proses pemilihan bahkan baku pisang yang berkualitas. Pisang yang dipilih adalah pisang yang benar-benar matang sempurna agar didapatkan rasa manis pisang yang alami. Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku yang berkualitas, baik itu minyak goreng maupun pisang yang digunakan sebagai bahan baku utamanya. Hal ini dilakukan agar saleh pisang yang dihasilkan bagus kualitasnya agar pelanggan tertarik untuk membeli kembali. Apalagi dengan cita rasanya yang manis dari pisang matang. Setelah proses pemilihan pisang, kemudian pisang tersebut dibelah menjadi dua bagian. Proses selanjutnya adalah penjemuran. Pisang dijemur dengan panas matahari langsung selama 1-2 hari. Cita rasa yang manis dan khas dapat menjadi potensi tersendiri bagi Saleh Pisang Nazen untuk menghadapi persaingan di usaha makanan ringan. Seperti yang diungkapkan pada penelitian (Rizky & Mavianti, 2019), dimana usaha makanan yang belum ada sebelumnya dan berbeda, akan memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Apalagi Saleh Pisang Nazen terbuat dari bahan yang berkualitas dan berbeda dengan saleh pisang dari pisang yang dipotong tipis.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bakhri et al., 2019) juga mengungkapkan bahwa penggunaan bahan baku yang berkualitas juga merupakan salah satu strategi yang dapat mempengaruhi dalam persaingan di pasaran selain memperhatikan rasa, memaksimalkan produksi sesuai pesanan dan pesan antar ke pelanggan dalam jumlah tertentu. Hal tersebut juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiyani et al., 2020) dimana strategi yang dapat dilakukan oleh UKM untuk meningkatkan daya saing adalah dengan meningkatkan kerjasama

yang saling menguntungkan, menjaga kualitas produk yang dihasilkan, terus menerus melakukan inovasi, meningkatkan strategi promosi, dan memperluas area pemasaran.

Sementara itu hasil analisis SWOT usaha Saleh Pisang Nazen diperoleh 5 faktor kekuatan, 6 faktor kelemahan, 4 faktor peluang, dan 3 faktor ancaman, berikut dapat dilihat di tabel 1. Setelah mengelompokkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dari strategi Saleh Pisang Nazen, maka akan dilakukan analisa menggunakan SWOT yang dapat menghasilkan alternative strategi peningkatan daya saing.

**Tabel 1.** Faktor-faktor yang ada dalam Analisis SWOT Saleh Pisang Nazen Rawalo

<i>Strength</i> (Kekuatan)		<i>Weakness</i> (Kelemahan)	
1.	Memiliki branding sendiri	1.	Keterbatasan modal
2.	Harga Terjangkau	2.	Proses produksi mengandalkan cahaya matahari saat penjemuran
3.	Bahan baku mudah didapat	3.	Kurangnya keterampilan dalam manajemen usaha
4.	Memiliki cita rasa yang manis	4.	Kurang aktif dalam kegiatan promosi
5.	Menggunakan bahan baku yang berkualitas	5.	Manajemen keuangan yang masih konvensional
		6.	Area pemasaran yang sempit
<i>Opportunities</i> (Peluang)		<i>Threats</i> (Ancaman)	
1.	Inovasi pengembangan produk	1.	Tingginya daya saing antar usaha Saleh Pisang
2.	Prospek bagus bisnis makanan ringan	2.	Kenaikan biaya bahan baku
3.	Media sosial yang mendukung bisnis makanan ringan	3.	Berkurangnya pembeli karena produk pesaing
4.	Kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM		

Sumber:Olahan Peneliti (2022)

b.Matriks SWOT

Matriks swot digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis suatu perusahaan. Peluang dan ancaman yang dihadapi oleh sebuah usaha atau proyek akan digambarkan secara jelas melalui Matriks SWOT dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut. Matriks ini dapat menggambarkan kemungkinan empat alternatif strategis yang tepat untuk dilakukan oleh Saleh Pisang Nazen Rawalo yang ada di desa Tambaknegara Kecamatan Rawalo. Berikut ini adalah matriks SWOT Saleh Pisang Nazen Rawalo.

Matrik SWOT digunakan untuk menyusun dan mengembangkan strategi. Faktor-faktor yang bisa digunakan untuk pengembangan terdiri dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). (Thamrin et al., 2017) Faktor kekuatan mengacu pada kemampuan yang melekat pada internal usaha itu sendiri untuk bersaing dan tumbuh. Kelemahan sendiri merupakan sesuatu yang menghalangi pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Faktor kekuatan dan kelemahan terutama berkaitan dengan internal usaha itu sendiri. Peluang kaitannya dengan peluang yang ada dan bagus. Ancaman sangat luar biasa menggunakan tantangan, yang mungkin menekan kekuatan, memperburuk kelemahan dan menahan adanya peluang dieksploitasi. Faktor peluang dan ancaman bersifat lingkungan dan luar. Strategi yang dibentuk melalui matrik SWOT bisa dilihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2 .Matrik analisis SWOT

Internal Factor Analysis (IFAS)	Kekuatan	Kelemahan
	Eksternal Factor Analysis (EFAS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki <i>branding</i> sendiri. Nazen merupakan gabungan nama pemilik usaha yaitu Una dan Zein.</li> <li>• Harga terjangkau</li> <li>• Bahan baku mudah didapat</li> <li>• Memiliki cita rasa manis yang khas</li> <li>• Menggunakan bahan baku yang berkualitas</li> </ul>

Peluang	SO Strategy	WO Strategy
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prospek bagus bisnis makanan ringan</li> <li>• Media sosial yang mendukung untuk pengembangan bisnis makanan ringan</li> <li>• Kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM</li> <li>• Inovasi pengembangan produk berbahan dasar pisang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas produk untuk menarik pelanggan baru</li> <li>• Meningkatkan produksi saleh pisang</li> <li>• Memperluas penawaran penjualan saleh pisang</li> <li>• Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk promosi produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah variasi produk</li> <li>• Memperluas pemasaran melalui media sosial</li> <li>• Menambah tenaga kerja</li> <li>• Memperbaiki manajemen keuangan</li> <li>• Memaksimalkan <i>branding</i> produk</li> </ul>
Ancaman	ST Strategy	WT Strategy
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingginya daya saing antar usaha saleh pisang</li> <li>• Kecenderungan naiknya harga bahan baku</li> <li>• Berkurangnya pembeli karena produk pesaing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovasi pengembangan produk</li> <li>• Meningkatkan keunggulan produk</li> <li>• Meningkatkan daya saing penjualan</li> <li>• Meningkatkan kualitas kemasan agar lebih menarik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan bahan baku berkualitas</li> <li>• <i>Quality Control</i> untuk memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas</li> <li>• Melakukan pencatatan keuangan</li> <li>• Melakukan kontrol terhadap proses produksi dan pengemasan</li> </ul>

**c.Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Saleh Pisang Nazen Rawalo Berdasarkan Analisis SWOT (SO, WO, ST, dan WT)**

Analisis matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha Saleh Pisang Nazen di desa Tambaknegara Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas. Analisis SWOT digambarkan dalam Matriks SWOT dengan 4 kemungkinan alternatif strategi, yaitu: Strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Berikut ini adalah hasil dari MATRIKS SWOT yang didapatkan:  
Strategi SO

Dalam Strategi SO, kekuatan yang dimiliki bisa menjadi peluang bagi Saleh Pisang Nazen, yaitu:

1. Meningkatkan kualitas produk untuk menarik pelanggan baru. Produk yang berkualitas akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Apalagi di tengah persaingan yang begitu ketat di usaha makanan ringan, konsumen akan lebih tertarik memilih produk yang berkualitas dan menarik dari segi pengemasan.
2. Meningkatkan produksi saleh pisang. Didukung dengan melimpahnya bahan baku pisang di Kecamatan Rawalo, ini akan dapat mendukung usaha saleh pisang Nazen untuk meningkatkan produksinya.
3. Memperluas penawaran penjualan saleh pisang. Saleh Pisang Nazen selama ini baru ditawarkan di sekitar tempat produksi saja sedangkan peluang memasarkan produk Saleh Pisang Nazen terbuka lebar dengan banyaknya toko kelontong di Kecamatan Rawalo yaitu sebanyak 650 toko/warung kelontong.(BPS,2021)
4. Memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas pemasaran Saleh Pisang Nazen agar produk semakin dikenal banyak orang tidak hanya di desa Tambaknegara atau Kecamatan Rawalo saja.

Strategi WO

Dalam Strategi WO, kelemahan yang dapat dijadikan peluang bagi Saleh Pisang Nazen, yaitu:

1. Menambah variasi produk. Usaha Saleh Pisang Nazen perlu menambah variasi produknya agar konsumen tidak bosan dengan satu jenis produk yang sudah ditawarkan sekaligus menyesuaikan permintaan konsumen
2. Memperluas pemasaran melalui media sosial. Dengan memperluas pemasaran melalui media sosial diharapkan akan semakin banyak yang mengenal produk Saleh Pisang Nazen.
3. Menambah tenaga kerja. Strategi ini perlu dijalankan apalagi ketika adanya permintaan pesanan yang bertambah. Sehingga pesanan dari konsumen dapat dipenuhi sesuai target.
4. Memperbaiki manajemen keuangan. Hal ini diperlukan agar manajemen keuangan untuk usaha lebih jelas dan terarah terpisah dengan keuangan keluarga serta mengetahui berapa besar laba/ruginya.
5. Memaksimalkan branding produk Saleh Pisang Nazen agar Saleh Pisang Nazen melekat di benak konsumen

Strategi ST

Dalam Strategi ST, sebuah kekuatan yang dapat menjadi ancaman bagi usaha Saleh Pisang Nazen, yaitu:

1. Melakukan inovasi terhadap pengembangan produk. Inovasi produk mutlak diperlukan apalagi di tengah persaingan antar usaha makanan ringan yang begitu ketat. Strategi ini juga diharapkan mampu menarik minat konsumen.
2. Meningkatkan keunggulan produk. Hal ini perlu dilakukan sebagai langkah dalam menghadapi persaingan di usaha makanan ringan agar produk Saleh Pisang Nazen mendapatkan tempat tersendiri di benak konsumen

3. Melakukan kontrol terhadap proses produksi dan pengemasan. Hal ini perlu dilakukan untuk memastikan agar produk yang dihasilkan adalah produk yang berkualitas dan tahan lama
4. Meningkatkan kualitas kemasan produk agar lebih menarik.

#### Strategi WT

Dalam Strategi WT, kelemahan yang dapat menjadi ancaman bagi usaha Saleh Pisang Nazen, yaitu:

1. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas. Hal ini harus menjadi perhatian agar Saleh Pisang Nazen dapat mempertahankan cita rasa produk yang berbeda dengan produk pesaing
2. Melakukan kontrol terhadap proses produksi dan pengemasan. Hal ini perlu dilakukan untuk memastikan agar produk yang dihasilkan adalah produk yang berkualitas dan tahan lama
3. Pengelolaan ketersediaan bahan baku dengan meningkatkan *Quality Control* agar dapat memastikan ketersediaan bahan baku
4. Melakukan kegiatan pencatatan keuangan agar mempunyai arsip laporan keuangan

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat ditarik disimpulkan sebagai berikut:

1.Strategi pemasaran yang digunakan oleh UKM Saleh Pisang Nazen masih sangat sederhana, yaitu dengan cara menjual produknya di toko dekat rumah dan menawarkan produk lewat relasi di kelompok wanita.

2.Kekuatan yang dimiliki oleh Saleh Pisang Nazen yaitu memiliki *brand* sendiri, harga yang terjangkau, cita rasa manis yang khas dan berbeda dari produk pesaing, bahan baku yang mudah didapat. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah keterbatasan modal, proses produksi masih mengandalkan cahaya matahari, kurangnya keterampilan dalam manajemen usaha, kurang aktif dalam kegiatan promosi, dan pengelolaan keuangan yang masih konvensional. Peluang yaitu inovasi pengembangan produk, prospek bagus bisnis makanan ringan, media sosial yang mendukung bisnis makanan ringan, kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM. Sedangkan ancaman adalah tingginya daya saing antar usaha saleh pisang, kenaikan biaya bahan baku dan berkurangnya pembeli karena produk pesaing.

3.Saleh Pisang Nazen dapat mengimplementasikan strategi dalam upaya meningkatkan daya saing berdasarkan Matriks SWOT adalah dengan memperluas dan menambah jangkauan pemasaran, menjaga kualitas melalui kontrol proses produksi dan pengemasan, melakukan promosi melalui media sosial atau *e-commerce* untuk memperluas pasar dan menarik konsumen baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017). Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 104–113.
- Arofahtiani, R., & Cahyadi, E. R. (2022). Strategi Adaptasi UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Rumah Makan Haji Masduki, Pekalongan). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 458–469. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.458>
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 64–81. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v1i1.5407>
- BPS. (2021). *Kecamatan Rawalo Dalam Angka*. <https://banyumaskab.bps.go.id/publication/2021/09/24/d288245813da0e02b4502397/kecamatan-rawalo-dalam-angka-2021.html>
- Dhelia, I. A., Oktaviani, R., & Iskandar, B. H. (2018). Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Bandeng Di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 3(1), 67–82.
- Hermanto, A., Tayibnapis, A. Z., & Setyaningrum, I. (2016). Strategi Pengembangan Ukm Berbasis Inovasi Di Provinsi Jawa Timur: Periode 2010–2014. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 93–106. <https://doi.org/10.24123/jeb.v20i2.1599>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lestari, C., Lubis, N., & Widayanto, W. (2015). Pengaruh Jaringan USAha, Inovasi Produk Dan Persaingan USAha Terhadap Perkembangan USAha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di .... *Jurnal Ilmu Administrasi* .... <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/8263%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/8263/8032>
- Novia, C., Saiful, S., & Utomo, D. (2021). Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang. *Teknologi Pangan: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 12(1), 61–69. <https://doi.org/10.35891/tp.v12i1.2460>
- Rizky, R. N., & Mavianti. (2019). Keripik Kelapa : Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anom, Deli Serdang. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 311–318. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3633>
- Rosmadi, M. L. N. (2019). Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara, Volume 1*(No.1 Tahun 2019), hlm.42.
- Sulasih, & Sulaeman, M. (2020). *Analisis SWOT Konsep dan Praktiknya pada Bidang Bisnis*. Rizquna.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Sumiatin, D. W. I., Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *PEMBUATAN KRIPIK TEMPE DI DESA KARANGTENGAH*.
- Thamrin, H., Herlambang, R., Brylian, B., Gumawang, A. K. A., & Makmum, A. (2017). A

SWOT analysis tool for Indonesian small and medium enterprise. *ARPN Journal of Engineering and Applied Sciences*, 12(2), 620–625.