ANALISIS SWOT USAHA KERUPUK JANGEK UD. FAJAR INDUSTRI DI DESA KUTA PADANG KECAMATAN JOHAN PAHLAWAN KABUPATEN ACEH BARAT

SKRIPSI

OLEH

MUDHAR GADARSYI
1405901010068

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
ACEH BARAT
2021

ANALISIS SWOT USAHA KERUPUK JANGEK UD. FAJAR INDUSTRI DI DESA KUTA PADANG KECAMATAN JOHAN PAHLAWAN KABUPATEN ACEH BARAT

SKRIPSI

OLEH

MUDHAR GADARSYI
1405901010068

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh Kabupten Aceh Barat

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
ACEH BARAT
2021

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS PERTANIAN
MEULABOH – ACEH BARAT 23615,PO BOX 59
Laman : www.utu.ac.id Email : pertanian@utu.ac.id

Meulaboh, 31 Desember 2021

Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1 (S-1)

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini telah menyatakan bahwa kami mengesahkan skripsi saudara:

NAMA : MUDHAR GADARSYI
NIM : 1405901010068

Dengan judul : Analisis SWOT Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

Yang diajukan untuk memenuhi sebagai dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Unversitas Teuku Umar Meulaboh.

Mengesahkan,

Pembimbing

Teuku Athaillah, SP, M.Si
NIP. 19910732018031001

Mengetahui,

Fakultas Pertanian Dekan,	Program Studi Agribisnis Ketua,
Ir. Yuliatul Muslimah, MP NIP: 196407271992032002	Devi Agustia, SP., M.Si NIP. 198608182019032012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS PERTANIAN
MEULABOH – ACEH BARAT 23615,PO BOX 59
Laman : www.utu.ac.id Email : pertanian@utu.ac.id

Meulaboh, 31 Desember 2021

Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1 (S-1)

LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini telah menyatakan bahwa kami mengesahkan skripsi saudara:

NAMA : MUDHAR GADARSYI
NIM : 1405901010068

Dengan judul : Analisis SWOT Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

Menyetujui

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Teuku Athaillah, SP., M.Si ..... (Ketua Komisi Sidang)
2. Devi Agustia, SP., M.Si ..... (Sekretaris Sidang)
3. Dedi Darmasnyah, SP., M.Si ..... (Anggota Penguji)

Mengetahui
Program Studi Agribisnis
Ketua,

Devi Agustia, SP., M.Si
NIP. 198608182019032012

Tanggal Lulus: 30 Desember 2021

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : MUDHAR GADARSYI

NIM : 1405901010068

Menyatakan skripsi dengan judul "Analisis SWOT Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat" benar berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan penelitian yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Demikianlah surat ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Teuku Umar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Meulaboh, 31 Desember 2021
Yang membuat pernyataan,

Materai
Rp 10.000

MUDHAR GADARSYI
1405901010068

ABSTRAK

Mudhar Gadarsyi. NIM: 1405901010068. Analisis SWOT Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Di bawah bimbingan Teuku Athaillah, SP., M.Si

UD Fajar Industri merupakan usaha yang bergerak dibidang pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek. Usaha ini berada di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Rata-rata produksi kerupuk jangek pada Fajar Industri mencapai 600 Kg perbulannya. Namun selama tahun 2017 sampai 2019 bahwasanya UD Fajar Industri hanya mampu terjual 450 per bulan. Salah satu permasalahan yang menyebabkan penuruan produksi kerupuk jangek karena persaingan pasar dan harga kerupuk jangek dengan usaha kerupuk jangek lainnya yang ada di Kabupaten Aceh Barat. Karena itu, perlu dilakukan analisis SWOT agar diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha kerupuk jangek untuk membantu UD Fajar Industri dalam menggambarkan situasi usaha sekarang ini. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisa apa saja alternatif strategi SWOT pada usaha kerupuk jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa altenatif strategi yang sebaiknya diterapkan UD. Fajar Industri adalah strategi S-O (*Strength-Opportunities*) dikarenakan kekuatan yang terdapat pada usaha kerupuk jangek pada UD Fajar Industri relatif lebih unggul dibanding dengan kelemahannya. Selain itu, peluang yang terdapat pada UD. Fajar Industri lebih kecil dari ancaman. Strategi S-O tersebut diantaranya adalah menggunakan kekuatan produk kerupuk jangek yang memiliki label usaha untuk memanfaatkan peluang minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang masih tinggi dan cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk yang masih luas.

Kata Kunci: Strategi, SWOT, Kerupuk Jangek.

ABSTRACT

Mudhar Gadarsyi. NIM: 1405901010068. *SWOT Analysis of UD Fajar Industri's Jangek Cracker Business in Kuta Padang Village, Johan Pahlawan District, West Aceh Regency. Under the guidance of* Teuku Athaillah, SP., M.Si

UD Fajar Industri is a business engaged in processing buffalo skin into jangek crackers. This business is located in Kuta Padang Village, Johan Pahlawan District, West Aceh Regency. The average production of jangek crackers at Fajar Industri reaches 600 kg per month. However, during 2017 to 2019 show UD Fajar Industri was only able to sell 450 per month. One of the problems that caused the decline in jangek cracker production was due to market competition and the price of jangek crackers with other jangek cracker businesses in West Aceh Regency. Therefore, it is necessary to carry out a SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the jangek cracker business to assist UD Fajar Industri in describing the current business situation. The purpose of this study was to find out and analyze what are the alternative SWOT strategies jangek cracker business in UD Fajar Industri in Kuta Padang Village, Johan Pahlawan District, West Aceh Regency. The results showed that the alternative strategy that should be applied by UD Fajar Industri is an S-O (Strength-Opportunities) strategy because the strength of the jangek cracker business at UD Fajar Industri is relatively superior to its weaknesses. In addition, the opportunities contained in UD. Fajar Industry is less down threat. The S-O strategy includes using the strength of jangek cracker products that have a business label to take advantage of opportunities for public interest to consume jangek crackers which are still relatively high and the market share coverage to distribute cracker products is still wide.

Keywords: Strategy, SWOT, Jangek Crackers.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ya Allah. Terima kasih atas kasih dan rahmat-Mu yang agung ini, hari ini hamba bahagia, sebuah perjalanan panjang yang kau berikan untukku agar aku mengerti kata syukur dan terus berusaha untuk menggapai impian. Maka, jadikanlah keberhasilan ini menjadi langkah awal bagiku untuk memenuhi cita-cita. Berikanlah bagiku ilmu yang berkah dan bermanfaat bagi orang banyak, jangan jadikan orong yang sombong, semua adalah milikmu ya Allah.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat kusayangi dan kukasihi.

Ayahanda dan Ibunda tercinta. Apa yang saya dapatkan hari ini, belum dapat membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata kalian. Terimakasih atas segala Do'a dan dukungan dari kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini kupersembahkan untuk ayahandaku tercinta dan ibundaku sebagai wujud terimakasih atas semua pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita.

Adik-adikku tersayang dan paling beharga dalam hidup yang banyak menghabiskan waktu-waktu dengankalian. Dukungan dan supportnya sangat berarti. Terimakasih untuk bantuan dan semangatnya, semoga awal dari kesuksesan adinda ini dapat membanggakan adik semuanya.

Dosen Pembimbing dan pengujiku yang bijaksana, terimakasih karena telah menjadi orang tua kedua bagi saya dikampus, terimakasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmu selama ini yang sudah dilimpahkan kepada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.

Sahabatku yang telah menemani saya dalam susah senang kehidupan perkuliahan terimaksih untuk semua yang pernah ada kalian yang terbaik. Terimakasih juga atas dukungan yang telah diberikan sebagai penyemangatku dalam menyelesaikan karya ini.

Seluruh teman-teman Agribisnis angkatan 2014 Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar yang namanya tidak saya sebut satu persatu, mungkin tanpa bertemu sama kalian kemungkinan kita tidak bisa saling mengenal. Kepada kalian semuanya jika ada salah tutur kata maupun perbuatan, baik yang disengaja ataut idaknya saya minta maaf sebesar-besarnya. Terimakasih untuk support yang luar biasa, sampai saya dapat menyelesaikan karya ini.

Mudhar Gadarsyi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas kuasa-Nya yang telah memberikan nikmat sehat dan lapang dada kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat beriring salam peneliti sanjungsajikan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi yang berjudul **"Analisis SWOT Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat"** ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Pertanian (SP) pada Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.

Dalam kesempatan ini pula peneliti dengan kerendahan hati yang amat dalam dan tulus, ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Teuku Athaillah, SP., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia untuk membimbing, memberikan arahan, memotivasi dan bersedia meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Devi Agustia, SP, M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.
3. Ibu Ir. Yuliatul Muslimah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.

4. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh yang telah dengan sabar mendidik dan mengajar demi keberhasilan penulis.

Dan pada akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti baik langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu, semoga amal kebaikan dan keikhlasan ini mendapat balasan dari Allah SWT dengan kebaikan yang berlipat ganda dan mudah-mudahan skripsi akhir ini ada manfaatnya. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Meulaboh, 31 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI UJIAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 4
1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **6**
2.1. Analisis SWOT 6
2.1.1. Indikator Analisis SWOT 8
2.1.2. Membuat Analisis SWOT 11
2.2. Usaha Kerupuk Jangek 14
2.3. Penelitian Terdahulu 15

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **20**
3.1. Lokasi dan Penelitian 20
3.2. Pendekatan Penelitian 20
3.3. Sumber Data 21
3.4. Teknik Pengumpulan Data 21
3.5. Teknik Analisis Data 23
3.5.1. Analisis Data Kualitatif 23
3.5.2. Analisis SWOT 24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **27**
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 27
4.2. Analisa Kondisi Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 28

4.2.1. Rating Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri 29
4.2.2. Rating Peluang dan Ancaman Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri 31
4.3. Analisa IFAS dan EFAS Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat..... 34
4.3.1. *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS). 35
4.3.2. *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) .. 36
4.4. Analisa Kuadran Pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 38
4.5. Analisa Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 39
4.6. Pembahasan Penelitian..... 46

BAB V PENUTUP 50
5.1. Kesimpulan..... 50
5.2. Saran..... 50

DAFTAR PUSTAKA 51

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Usaha Kerupuk Menurut Alamat dan Kapastitas Produksi di Kecamatan Jhan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 2

Tabel 3.1. Matrik IFAS dan EFAS 25

Tabel 3.2. Matrik SWOT 26

Tabel 4.1. Karakteristik Tenaga Kerja Pengolah Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 27

Tabel 4.2. Bobot dan Rating Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat..... 30

Tabel 4.3. Bobot dan Rating Peluang dan Acnaman Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. 32

Tabel 4.4. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. 35

Tabel 4.5. Peluang dan Ancaman Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. 36

Tabel 4.6. Matriks Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Membuat Analisis SWOT 11

Gambar 2.2. Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan dalam Perspektif SWOT 13

Gambar 3.1. Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif..... 23

Gambar 4.1. Diagram Kartesius 39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Penelitian 53

Lampiran 2. Daftar Kuisioner Analisis SWOT 54

Lampiran 3. Karakteristik Responden Penelitian..... 57

Lampiran 4. Data IFAS-EFAS Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat 58

Lampiran 5. Kombinasi Strategi SWOT Ussaha Kerupuk Jangkek 60

Lampiran 6. Photo Kegiatan Penelitian..... 62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk pangan berbahan kulit yaitu kerupuk kulit adalah makanan kering yang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Hampir di setiap daerah terdapat pengrajin kerupuk. Produk pangan berbahan baku kulit yang paling populer adalah kerupuk jangek yang merupakan produk makanan ringan yang dibuat dari kulit kerbau atau kulit sapi melalui tahapan proses pembuangan bulu, pengembangan kulit, perebusan, dan pengemasan untuk kerupuk kulit mentah atau dilanjutkan dengan penggorengan untuk kerupuk kulit siap untuk dikonsumsi.

UD Fajar Industri merupakan usaha keluarga yang bergerak dalam bidang usaha pengolahan kerupuk jangek yang berbahan baku kulit kerbau untuk dijadikan kerupuk jangek. UD Fajar Industri yang dipimpin oleh Bapak Anwar telah berjalan sejak tahun 1989 sampai sekarang ini berlokasi di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupten Aceh Barat. UD Fajar Industri termasuk industri kecil karena memiliki tenaga kerja dibawah 5 orang yaitu berjumlah 3 orang yang berasal dari luar keluarga dan dibantu oleh oleh keluarga Bapak Anwar.

Kualitas kerupuk jangek yang dihasilkan UD Fajar Industri dipengaruhi oleh proses produksi dan pengolahan. Semakin baik kualitas kerupuk jangek yang diproduksi semakin tinggi harga jual yang bisa ditawarkan. Dengan berkembangnya usaha kerupuk jangek dari tahun ke tahun terjadi peningkatan permintaan kerupuk jangek, sehingga setiap tahunnya telah terjadi peningkatan produksi, dimana usaha kerupuk jangek pada UD Fajar Industri telah memiliki kapasitas produksi berkisar 600 kg/bulan.

Penelitian tentang usaha kerupuk jangek di UD Fajar Industri telah banyak dilakukan oleh mahasiswa. Namun penelitian tersebut banyak difokuskan kepada analisa pendapatan dan pemasaran usaha. Padahal usaha UD Fajar Industri yang telah berdiri sejak lama tersebut perlu dilakukan analisis SWOT seiring dengan hadirnya pesaing usaha yang menjalankan usaha yang sama. Hal ini dikarenkan pada UD Fajar Industri tersebut, terdapat beberapa kendala yaitu pemenuhan bahan baku utama yaitu kulit kerbau dan kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi proses produksi karena pemanfaatan sinar matahari sangat diperlukan dalam proses penjemuran kulit kerbau, sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah produksi usaha UD Fajar Industri. Selanjutnya dalam menjalankan usahanya, usaha UD Fajar Industri memiliki pesaing usaha serupa yang sekarang ini turut menjalankan usaha kerupuk jangek yaitu UD Admajaya di Desa Gampong Darat, UD Sinar Fajar di Desa Ujong Baroh dan UD Sakira di Desa Seuneubok, dimana ketiga usaha tersebut termasuk UD UD Fajar Industri berada di Kecamatan yang sama yaitu Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat dan memiliki jumlah kapasitas produksi kerupuk jangek yang berbeda-beda sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Usaha Kerupuk Menurut Alamat dan Kapastitas Produksi di Kecamatan Jhan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

No	Nama Usaha	Alamat	Kapasitas Produksi
1	UD. Fajar Industri	Kuta Padang	7.200 Kg
2	UD. Admajaya	Gampong Darat	8.500 Kg
3	UD. Sinar Fajar	Ujong Baroh	9.800 Kg
4	UD. Sakira	Seuneubok	11.200 Kg

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Aceh Barat Tahun 2019

Dengan demikian, sebagai usaha yang telah lama bergerak dalam bidang pengolahan kerupuk jangek, maka UD. Fajar Industri harus memperhatikan akan

keberadaan usaha pesaing yang umumnya baru saja berdiri dan memilik kapasitas produksi lebih banyak dibandingkan produksi UD. Fajar Industri. Dengan adanya pesaing pada usaha yang sama tersebut, telah menyebabkan penurunan penjualan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri selama 3 tahun terakhir ini, yaitu dari jumlah produksi rata-rata 600 Kg perbulan bahwasaannya selama tahun 2017 sampai 2019 kerupuk jangek UD Fajar Industri hanya mampu terjual 450 per bulan atau dalam setiap tahunnya terjual dengan rata-rata sebanyak 5.400 Kg.

Menurunnya penjualan kerupuk jangek pada UD Fajar Industri tersebut, bukan dikarenakan permintaan masyarakat terhadap kerupuk jangek rendah, tapi juga diikuti oleh persaingan pasar dimana harga kerupuk jangek yang dijual oleh UD Fajar Industri kepada konsumen jauh lebih tinggi yaitu Rp 140.000 per kgnya dibandingkan pesaing usahanya yang menjual kerupuk jangek sebesar Rp 125.000 per kg. Kurangnya analisa usaha pada UD Fajar Industri telah menyebabkan UD Fajar Industri disaingi usaha kerupuk jangek lainnya. Padahal sebagai usaha yang telah berdiri sejak tahun 1989 hingga sekarang ini, seharusnya usaha kerupuk jangek yang dijalankan oleh UD Fajar Industri lebih baik dibandingkan dengan usaha kerupuk jangek lainnya.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh UD Fajar Industri di atas, maka perlu dilakukan analisa SWOT dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana kondisi sebenarnya mengenai strategi penjualan produk kerupuk jangek yang dijalankan oleh UD Fajar Industri. Kemudian dengan melakukan analisa SWOT, maka akan diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha kerupuk jangek serta membantu UD Fajar Industri dalam menggambarkan situasi usaha sekarang ini, menetapkan prioritas yang harus didahulukan usaha. Sebab tanpa adanya analisis

SWOT, UD Fajar Industri tidak dapat mengetahui potensi pasar, minat dan peluang pasar yang bisa dimanfaatkan dan ancaman pesaing dari usaha yang sama. Sehingga adanya analisis SWOT, maka dapat mengoptimalkan kembali usaha kerupuk jangek yang UD Fajar Industri. Sebab tanpa adanya analisis SWOT, maka pengelola UD Fajar Industri tentunya tidak mengetahui potensi dan peluang pasar yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan usaha kerupuk jangek Akan tetapi dengan adanya analisis SWOT, maka pengelola UD. Fajar Industri akan dapat mengetahui strategi dan kombinasi apa saja yang perlu diterapkan dalam menjalankan usaha kerupuk jangek.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut dalam suatu penelitian yang berjudul "Analisis SWOT Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan yaitu apa saja alternatif strategi SWOT pada Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui dan menjelaskan alternatif strategi SWOT pada Usaha Kerupuk Jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan penulis dalam melakukan kajian penelitian tentang teori mengenai analisis SWOT suatu industri kecil dan menengah serta rumah tangga khususnya usaha kerupuk jangek yang dijalankan oleh UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat serta dapat menjadi pengalaman bagi penulis pada saat melakukan penelitian lapangan.

2. UD Fajar Industri

   Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi UD Fajar Industri dalam mengelola usaha kerupuk jangek untuk mengembangkan usaha dengan mempertimbangan faktor internal dilihat dari *strengths* and *weakness* dan faktor ekternal dilihat dari *opportunities* dan *threat* sehingga UD. Fajar Industri dapat mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2011: 45) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, maka perencanaan strategis *(strategic planner)* harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Analisis SWOT merupakan sebuah analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelsompokkan menurut konstribusinya masing-masing. Analisis SWOT adalah analisis yang dipandang dari berbagai sudut suatu produk yang meliputi kelebihan produk, kelemahan produk, peluang produk dan ancaman tentang produk tersebut dipasaran, serta tantangan apa saja yang akan dihadapi apabila produk tersebut masuk dipasaran. Menurut Jogiyanto (2010: 46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangantantangan yang dihadapi

Menurut Fahmi (2014:260), Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor Internal

   Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths* and *weakness* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan seperti segi organisasi, keuangan, teknologi, dan SDM.

2. Faktor Eksternal

   Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O and T). Faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondis yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup segi teknologi, ekonomi dan sosial.

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT (David, Fred R., dalam Rangkuti, 2011) yaitu :

1. Kekuatan (*Strenghts*)

   Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keungulankeungulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (Weakness)

   Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan,kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (Opportunities)

   Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahaan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (Threats)

   Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

2.1.1. Indikator SWOT

Analisa lingkungan adalah suatu proses monitoring terhadap lingkungan organisasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*) yang mempengaruhi organisasi untuk mencapai tujuannya Struktur lingkungan pada dasarnya dapat dibagi atau dibedakan menjadi dua, yaitu: (1) lingkungan internal yaitu *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), dan (2) lingkungan eksternal yaitu *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman atau tantangan) (Dirgantoro, 2014:40). Lingkungan-lingkungan tersebut mempunyai beberapa indikator. Indikator-indikator tersebut terdiri dari:

1. Lingkungan Internal

   Menurut Rangkuti, (2011) lingkungan internal terdiri dari komponen-komponen atau variabel-variabel yang berasal atau berada di dalam organisasi itu

sendiri. Komponen-komponen dari lingkungan internal cenderung lebih mudah untuk dikendalikan oleh organisasi atau berada di dalam jangkauan intervensi suatu organisasi.

Lingkungan internal terdiri dari indikator-indikator, sebagai berikut:

a. Segi Organisasi

Organisasi merupakan wadah atau alat untuk mencapai suatu tujuan. Dengan adanya organisasi maka pembagian tugas serta struktur tata hubungan kerja dapat dibagi secara merata dan diketahui secara pasti oleh anggota organisasi. dalam sebuah organisasi harus ada tujuan yang hendak dicapai, yaitu dengan menggabungkan beberapa proses kerja seseorang atau sekelompok orang, dimana dalam pencapaian tujuan tersebut dibutuhkannya sebuah struktur yang efisien, sistematis, positif dan koordinasi yang jelas.

b. Segi Keuangan

Keuangan mempunyai posisi yang sangat penting, karena dengan keuangan suatu organisasi dapat melakukan hal-hal yang berkaitan dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu dengan adanya keuangan yang memadai maka pencapaian tujuan akan lebih mudah.

c. Segi Teknologi.

Pemanfaatan teknologi berperan penting dalam peningkatan efisiensi dan produktivitas kerja. Disamping itu, pemanfaatan teknologi juga dapat meningkatkan citra organisasi suatu usaha, apabila pemanfaatan teknologi tersebut dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

d. Sumber Daya Manusia (SDM).

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi usaha dimana SDM dalam organisasi usha merupakan subyek dalam setiap aktivitas atau sebagai unsur pelaksana.

2. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah lebih pada analisa ekstern organisasi usaha dalam rangka menilai atau mengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar. Lingkungan eksternal dapat dikatakan sebagai komponen-komponen atau variabel lingkungan yang berada atau berasal dari luar dalam rangka pencapaian tujuan, sasaran. Dalam rangka pencapaian tujuan, sasaran dan dalam mengemban misi organisasi, tidak dapat dielakan lagi bahwa sangat diperlukannya interaksi antara organisasi usaha dengan lingkungan eksternalnya. Faktor eksternal terdiri dari beberapa indikator, dimana indikator tersebut dapat menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman atau tantangan (*threats*) (Rangkuti, 2011: 62)

Lingkungan eksternal terdiri dari indikator sebagai berikut:

a. Segi Teknologi

Teknologi merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam perkembangan suatu organisasi. Teknologi dalam organisasi dapat menciptakan suatu peningkatan efesiensi kerja dan mutu produk. Faktor eksternal dari segi teknologi terdiri dari perkembangan teknologi dan kemampuan orang menggunakan teknologi.

b. Segi Ekonomi

Segi ekonomi atau dapat dikatakan sebagai faktor keuangan merupakan hal yang penting dalam setiap organisasi usaha, karena tidak ada

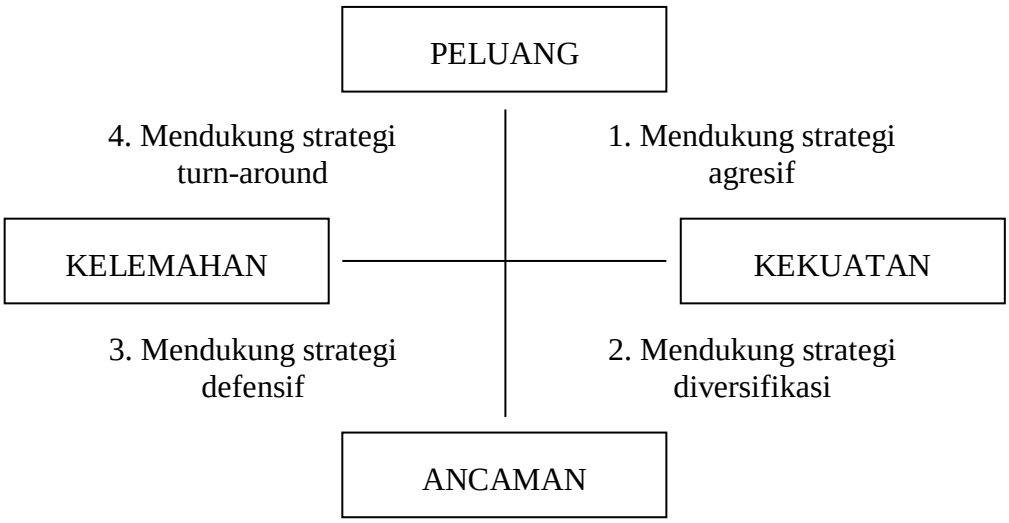
kegiatan yang tidak membutuhkan biaya. Semakin besar jumlah uang yang tersedia, semakin banyak pula kemungkinan pekerjaan yang dapat dilaksanakan serta semakin baik pula pengelolaannya.

c. Segi Sosial.

Berbagai interaksi yang terjadi antara organisasi dengan aneka ragam kelompok masyarakat yang dilayaninya, untuk itu diperlukannya pengenalan terhadap berbagai faktor sosial dalam masyarakat, seperti keyakinan, pendidikan serta sistem nilai yang dianut. Pengenalan terhadap faktor sosial sangat penting karena faktor sosial dalam masyarakat selalu berubah dimana perubahan tersebut ada kalanya dengan intensitas yang sangat tinggi.

2.1.2. Membuat Analisis SWOT

Analisis SWOT dibuat dengan cara membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal perusahaan yaitu kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*), sebagaimana dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1. Membuat Analisis SWOT
Sumber: Rangkuti (2011: 119)

Adapun penjelasan gambar di atas adalah sebagai berikut:

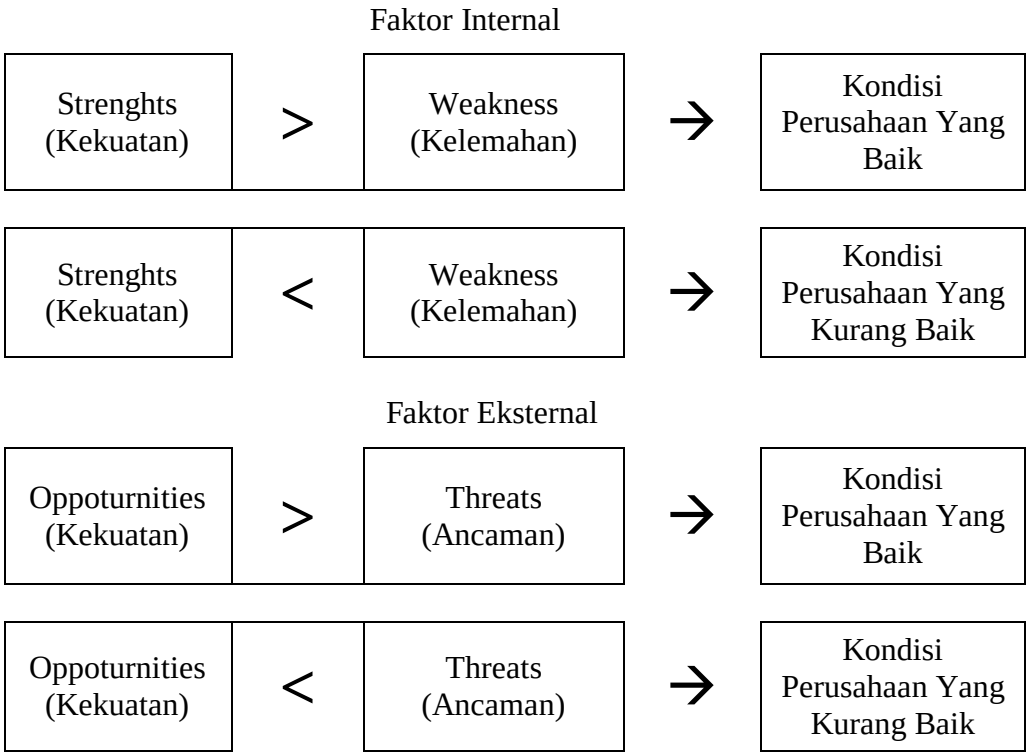
Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memilki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari tiga segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/ pasar).

Kuadran 3 : Organisasi usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal. Fokus strategi usaha adalah meminimalkan masalah-masalah internal usaha sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Metoda analisa SWOT dapat dianggap sebagai metoda analisa yang paling dasar, yang berguna utk melihat suatu topik atau permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Hasil analisa SWOT biasanya adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal dan pokok persoalan eksternal, sebagaimana dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



Gambar 2.2. Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan dalam Perspektif SWOT
Sumber: Irham Fahmi (2014: 261)

Berdasarkan pada gambar 2.2 di atas maka ada 2 (dua) kesimpulan yang bisa diambil dan layak diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu:

a. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *opportunity* (peluang) adalah lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman), dan begitu pula sebaliknya
b. Sebuah perushaan yang baik adalah jika *strenghs* (kekuatan) adalah lebih besar dibandingkan *weaknesses* (kelemahan), dan begitu pula sebaliknya.

Dengan membuat analisis SWOT, maka dapat teridentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan dapat diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

2.2. Usaha Kerupuk Jangek

Kerupuk adalah suatu jenis makanan kering yang terbuat dari bahanbahan yang mengandung pati cukup tinggi. Pengertian lain menyebutkan bahwa kerupuk merupakan jenis makanan kecil yang mengalami pengembangan volume dan membentuk produk yang porus dan mempunyai densitas rendah selama proses penggorengan. Kerupuk jangek adalah kerupuk yang dibuat dari kulit sapi atau kerbau yang banyak dijumpai di daerah Sumatera yang proses pembuatannya masih tradisional dan merupakan usaha rumah tangga. Kerupuk jangek adalah kerupuk yang terbuat dari kulit sapi atau kulit kerbau yang diolah dengan diberi bumbu rempah dan penambah rasa. Setelah mengalami proses perebusan dan pengeringan pada terik matahari biasanya sekitar 2-3 hari, kerupuk mentah yang kering ini siap digoreng menjadi kerupuk yang siap untuk dihidangkan (Koeswara, 2009).

Pembuatan kerupuk jangek sangat mudah dilakukan dan tidak memerlukan bahan yang mahal. Proses pembuatan kerupuk jangek pada umumnya adalah pemilihan kulit sebagai bahan baku kulit (harus dari kulit yang sehat, bukan dari ternak yang sakit, kulit bersih dan tidak busuk), pencucian (*washing*) untuk membersihkan sisa kotoran yang masih menempel, perendaman jika kulit berasal dari kulit awetan atau kulit kering (selama 24 jam dalam air bersih) supaya kulit kering menjadi basah seperti kulit segar, pengapuran (*liming*) direndam dalam larutan kapur tohor (Ca(OH)2 supaya kulit membengkak, lapisan epidermis dan bulu mudah dihilangkan serta untuk meningkatkan daya kembang dan kerenyahan kerupuk jangek).

Membuang kapur (*deliming*), mencuci kulit dengan air mengalir supaya sisa kapur hilang, pengerokan bulu (terutama dari kulit sapi atau kerbau),

perebusan (*boiling*) pada suhu dan waktu tertentu sesuai jenis kulit supaya kulit matang, pemotongan kulit sesuai selera, perendaman dalam bumbu (umumnya adalah garam dan bawang putih), penjemuran dibawah sinar matahari sampai kering, penggorengan yang dilakukan 2 tahap, yaitu dengan minyak yang tidak terlalu panas (suhu 80 ^{0}C) kemudian dimasukkan dalam minyak yang panas (suhu 100^{0}C) sampai kerupuk jangek mengembang dengan sempurna (Amertaningtyas, 2017).

2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Husna, et all (2013) dalam penelitian yang berjudul "Studi Kasus Prospek Usaha Kerupuk Ikan di Kampung Semanting Kabupaten Berau". Penelitian tersebut dilakukan untuk menganalisis faktor yang paling dominan dalam pengembangan usaha pengolahan kerupuk ikan skala rumah tangga oleh Hj. Asfiah berdasarkan analisis SWOT yaitu faktor kekuatan dan peluang yang mendukung strategi (SO). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menguji situasi dan kondisi pada usaha pengolahan kerupuk ikan berdasarkan kuesioner yang dijabarkan secara diskriptif dengan menggunkan daftar tabel dan bagan posisi strategi dari analisis usaha berdasarkan faktor internal dan eksternal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahan untuk keberlanjutan usaha kedepannya. Dengan demikian pengelola harus mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekutan internal usaha tersebut serta perlu adanya kerjasama dengan pemerintah untuk mendukung faktor-faktor yang menghambat perkembangan usaha misalnya seperti sarana penggunaan listrik

dalam proses produksi, alat dengan teknologi yang lebih moderen, informasi pengemasan yang lebih menarik minat konsumen, pendistribusian produk yang lebih luas lagi ke wilayah luar daerah yang diiringi dengan kualitas produk serta produksi yang dipengaruhi oleh cuaca. Usaha pengolahan kerupuk ikan ini berpotensi untuk terus dikembangkan sehingga dapat menjadi suatu alternatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir di Kabupaten Berau.

Penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti (2015) yang berjudul "Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Keputusan Pembelian Pada UD. Prima Tulungagung". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rumusan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan volume penjualan dan keputusan pembelian pada UD. Prima Tulungagung. Data penelitian dikumpulkan dengan metode observasi, dokumentasi serta wawancara dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang berpengaruh pada strategi perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor peluang yang mempengaruhi yaitu memanfaatkan hari besar nasional, adanya segmen yang menarik, tingkat permintaan konsumen, adanya rencana kenaikan harga produk. Faktor ancaman yang mempengaruhi yaitu harga bahan baku semakin mahal, pesaing dalam industri yang sama, perubahan selera konsumen, bahan baku datangya tidak pasti, kecenderungan konsumen terhadap produk subtitusi. Faktor kekuatan yang mempengaruhi yaitu stok produk yang mencukupi, pelayanan yang cepat dan tepat serta pemberian potongan harga. Faktor kelemahan yang mempengaruhi yaitu modal yang dimiliki terbatas, lokasi kurang strategis, hanya melayani partai besar, media promosi belum efektif, belum ada variasi

kemasan produk. Hasil analisis SWOT didapatkan hasil skor total EFAS sebesar 2.55 dan skor total IFAS 2.75. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa UD. Prima berada pad asel 1, yaitu mendukung strategi yang agresif. Strategi yang dapat ditempuh ialah strategi pertumbuhan dengan cara meningkatkan laba dari dari hasil penjualan, pangsa pasar yang dikuasai dengan melakukan penetrasi pasar serta jumlah pelanggan dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan Anggreini, Pratiwi dkk (2017) yang berjudul "Analisis Swot Pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan" Penelitian tersebut dilakukan berdasarkan banyaknya industri yang serupa dengan usaha Keripik Tempe "Amel". Sehingga menyebabkan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk Keripik Tempe "Amel". Penelitian ini termasuk deskriptif kualitatif, yang memfokuskan pada Analisis SWOT untuk membantu pemilik Keripik Tempe "Amel" dalam meningkatkan daya saing UMKM-nya agar mampu bersaing dengan UMKM lain yang sejenis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data dan model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Pengukuran keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil analisis penelittian yang menggunakan matriks IFAS-EFAS, matriks TOWS dan Diagram Kartesius SWOT, strategi yang di dapat yakni strategi yang berada pada kuadran IV yaitu strategi ST yang merupakan strategi yang memanfaatkan faktor kekuatan (Strength) untuk mengatasi faktor ancaman (Threat). Implementasinya adalah meningkatkan kualitas produk Keripik

Tempe“Amel”sehingga dapat bersaing dengan keripik tempe lain serta melakukan inovasi produk sehingga mempunyai keunggulan yang berbeda dari keripik tempe lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2019) berjudul “Analisis SWOT Pemasaran Produk Kerupuk Buah di UD. Sukma Kecamatan Takisung Kabupaten Tanah Laut”. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis faktor yang paling mempengaruhi pemasaran kerupuk buah secara internal dan eksternal berdasarkan bauran pemasaran serta menentukan strategi pemasaran kerupuk buah dengan menggunakan metode SWOT. Metode penelitian yang digunakan yaitu identifikasi faktor-faktor marketing mix, wawancara, kuisioner, analisis faktor IFAS dan EFAS, dan analisis SWOT. Faktor internal yang paling mempengaruhi kekuatan (strength) yaitu merk yang digunakan sudah diketahui masyarakat sekitar dan sudah memiliki P-IRT, serta sudah mendapatkan label halal dari MUI. Kelemahan dalam faktor internal yaitu kemasan yang digunakan kurang menarik, masih belum memiliki standar pengolahan produk yang menyebabkan ketidak konsistenan kualitas produk kerupuk buah, dan tidak ada promosi menggunakan media sosial. Sedangkan pada faktor eksternal peluang yaitu pengiriman produk tepat waktu pada distributor, mempromosikan produk melalui instansi pemerintah. Adapun ancamannya yaitu kemasan produk lain yang sejenis lebih menarik, terdapat pesaing dengan produk yang sama disatu tempat penjualan dan kerupuk UD. Sukma sudah dijual sampai luar daerah namun merk berbeda. Strategi yang tepat mengatasi pemasalahan UD. Sukma yaitu menggunakan strategi Strength-Opportunity (SO) yaitu dengan adanya label halal dan P-IRT merupakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yaitu dengan mempertahankan hubungan yang baik

dengan distributor, memperluas area penjualan, serta adanya dukungan dari pemerintah baik melalui promosi berbentuk baliho, maupun mengikutkan pameran agar dikenal masyarakat luas.

Penelitian Safitri (2017) yang berjudul "Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Lipat Pada UD. Sinar Jaya Baru Di Gampong Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran kerupuk lipat pada UD.Sinar Jaya Baru di Gampong Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen dan untuk mengetahui strategi pemasaran kerupuk lipat pada UD.Sinar Jaya Baru di Gampong Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah ketersediaan bahan baku, sedangkan kelemahannya adalah promosi. Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah luasnya potensi pasar dan ancamannya adalah munculnya produk sejenis dan kondisi cuaca. Berdasarkan hasil analisis SWOT, pemasaran kerupuk lipat akan tepat apabila melakukan strategi Growth oriented, yaitu merupakan strategi pertumbuhan yang berorntasi untuk mendapatkan menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD Fajar Industri Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari tahun 2020. Pemilihan tempat dilakukan secara *purposive sampling* dikarenakan UD. Fajar Industri merupakan usaha kecil dalam skala rumah tangga yang telah menjalankan usaha produksi kerupuk jangek berbahan baku kulit kerbau dengan periode usaha mulai tahun 1987 sampai tahun 2019.

3.2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dan analisis SWOT. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti dalam melakukan usulan penelitian secara langsung di lapangan dengan cara wawancara. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2009) menyebutkan definisi metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Adapun analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) sehingga teridentifikasi permasalahan pada usaha yang ada dan menangani permasalahan-permasalahan tersebut sebagai rekomendasi dan pengembangan usaha kerupuk jangek UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

3.3. Sumber Data

Menurut Subana dan Sudrajat (2005) sumber data adalah subjek dari penelitian yang dimaksud. Sedangkan menurut Sukandarimidi (2008) sumber data adalah semua informasi, baik berupa benda nyata, abstrak ataupun dalam bentuk peristiwa/gejala. Adapun sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penelitian langsung di lapangan yang bersumber dari informan penelitian berkaitan dengan data kutipan hasil wawancara yang bersumber dari informan berkaitan dengan analisis SWOT usaha kerupuk jangek oleh UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

2. Data Skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari dokumen-dokumen yang berasal dari catatan UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat dalam jangka waktu menjalankan usaha kerupuk jangek.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan. Dalam suatu penelitian, alat pengumpulan data akan menentukan kualitas penelitian. Oleh karena itu, alat dan teknik pengumpulan data harus mendapatkan penggarapan yang cermat. Menurut Sugiyono (2007) dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data lebih banyak pada

observasi berperan serta (*participan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi.

1. Wawancara Mendalam

Menurut Sugiyono (2007) wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, yang memungkinkan responden memberikan jawaban yang luas. Dari wawancara mendalam, peneliti akan menggali informasi lebih jauh mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan metode wawancara ini diharapkan peneliti memperoleh data yang jelas dan akurat tidak hanya tergantung pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan saja. Apabila ternyata ada informasi yang perlu diketahui lebih lanjut, peneliti akan mengajukan pertanyaan baru diluar daftar yang telah disiapkan.

2. Kusioner Penelitian

Kuisioner yaitu alat ukur penelitian berupa formulir yang berisikan daftar pertanyaan berbentuk pilihan dimana responden yang terpilih sebagai sampel penelitian tinggal menjawab jawaban yang telah tersedia dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

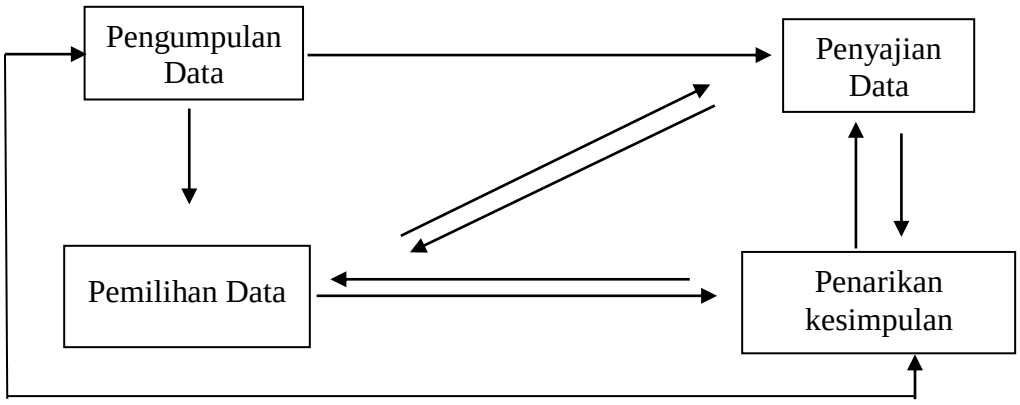
3. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, agenda, gambar, arsip-arsip atau catatan lain yang berguna untuk melengkapi dan mendapatkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisis Data Kualitatif

Teknik analisis data kualitatif adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono (2007) yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematik data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Menurut Miles dan Huberman (2007) analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama-sama yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/ verifikasi yang dapat digambarkan dalam skema berikut:



Gambar 3.1.
Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif
(Miles dan Huberman, 2007)

1. Reduksi Data

   Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus

menerus selama penelitian di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi selanjutnya membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo. Reduksi data/proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

2. Penyajian Data

   Penyajian data merupakan rangkaian kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga mudah dipahami. Kemampuan manusia sangat terbatas dalam menghadapi catatan lapangan yang bias, jadi mencapai ribuan halaman. Oleh karena itu diperlukan sajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya.

3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

   Penarikan kesimpulan sebagai dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan diverifikasi selama penelitian di daerah penelitian berlangsung. Verifikasi merupakan tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan dengan peninjauan kembali sebagai upaya untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data, harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya.

3.5.2. Analisis SWOT

Teknik analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis IFAS *(Internal Factors Analisys Summary)* dan EFAS *(External Factors Analisys Summary)* serta analisis SWOT *(Strengths Weaknesses Opportunities Thereats)* dengan diberi pembobotan dari 1,00 hingga 0,00 (dari sangat penting

hingga tidak penting) tergantung besarnya dampak faktor tersebut dan pemberian rating dengan skala 4-1 untuk faktor kekuatan dan peluang (kekuatan atau peluang yang besar diberikan nilai 4 dan yang paling kecil diberikan nilai 1) serta memberi rating skala 1-4 untuk kelemahan dan ancaman (kelemahan atau ancaman yang besar di berikan nilai 1 dan yang paling kecil diberikan nilai 4). Tahap selanjutnya adalah dibuat *Positioning* Kuadran SWOT untuk mengetahui posisi potensi usaha kerupuk jangek UD Fajar Industri. Dengan adanya analisis tersebut diharapkan akan dapat memecahkan permasalahan yang akan di teliti.

Untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal tersebut digunakan matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut:

Tabel 3.1
Matrik IFAS dan EFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan 1. 2. 3.			
Kelemahan 1. 2. 3.			
Total	1,00		
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang 1. 2. 3.			
Ancaman 1. 2. 3.			
Total	1,00		

Sumber: Rangkuti (2011)

Setelah memasukan data kedalam matrik *Internal Factors Analisys Summary* (IFAS) dan *External Factors Analisys Summary* (EFAS) dan memberi

bobot dan rating untuk masing-masing point. Tahapan selanjutnya adalah menghitung jumlah skor (bobot x rating) yang didapat dari matrik tersebut, yang dimana hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui *positioning* Kuadran SWOT sumbu X dan Y seperti yang telah tercantum pada BAB II gambar 2.1.

Selanjutnya Matriks SWOT menampilkan delapan kotak, yaitu dua kotak sebelah kiri menampilkan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dua kotak paling atas menampilkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil pertemuan antara faktor eksternal dan internal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu SO, WO, ST dan WT sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Matrik SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	**Kekuatan (S)** 1. 2. 3.	**Kelemahan (W)** 1. 2. 3.
Peluang (O) 1. 2. 3.	**Strategi S-O** Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**Strategi W-O** Strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (T) 1. 2. 3.	**Strategi S-T** Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**Strategi W-T** Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2011)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UD. Fajar Industri merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di industri pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek. Usaha ini didirikan pada tahun 1989 oleh Almarhum Bapak Anwar Yusuf. UD. Fajar Industri terletak di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Dari hasil wawancara dengan Ibu Aisyah Daud selaku pengelola UD Fajar Industri diketahui bahwa Almarhum Bapak Anwar Yusuf pada awalnya mengolah kulit kerbau menjadi kerupuk jangek, kerena beliu melihat kerupuk jangek memiliki potensi secara ekonomis untuk menambah pendapatan keluarga. Hingga sampai sekarang ini, UD Fajar Industri dijalankan dalam bentuk skala kecil yang tenaga kerjanya berasal dari keluarga sendiri serta sarana dan prasarana yang digunakan masih belum memadai. Namun usaha kerupuk jangek ini terus dijalankan oleh keluarga Almarhum Bapak Anwar Yusuf, seiring dengan masih tingginya minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek. Adapun karakteristik tenaga kerja pada usaha kerupuk jangek pada UD Fajar Industri dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Tenaga Kerja Pengolah Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

No	Responden	Umur	Pendidikan	Keterangan
1	Khairil Anwar	30 Tahun	Sarjana	Tenaga Kerja
2	Husaini	32 Tahun	SMA	Tenaga Kerja
3	Bismi	36 Tahun	SMA	Tenaga Kerja
4	Junaidi	35 Tahun	SMA	Tenaga Kerja

Sumber: UD Fajar Industri (Diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.1. di atas menunjukkan bahwa secara umum rata-rata umur tenaga kerja pengolah kerupuk jangek di UD. Fajar Industri berada pada rentang umur 30 sampai 36 tahun. Pada tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 1 (satu) orang tenaga kerja yang berpendidikan taman sarjana dan 3 (tiga) orang tenaga kerja yang berpendidikan tamat Sekolah Menengah Atas (SMA).

4.2. Analisa Kondisi Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

Salah satu permasalahan yang sering timbul bagi para pelaku usaha pada saat akan merencanakan mendirikan suatu usaha produksi adalah menganalisa bagaimana strategi yang tepat, agar usaha bersangkutan tersebut berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan tersebut, dimana berbeda jenis usaha maka akan berbeda pula strategi yang ditetapkan. Analisa kondisi usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri dilakukan dengan memberikan bobot pada masing-masing pernyataan dengan skala 4-1 untuk IFAS dan 1-4 untuk EFAS di mana secara kumulatif total bobot untuk keseluruhan pernyataan tersebut nilainya tidak boleh lebih besar dari 1. Untuk mengetahui besarnya bobot masing-masing pernyataan, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Bobot\ IFAS = \frac{Total\ Jawaban\ Responden\ (R_1 + R_2\ + R_3\ + R_4\ + R_5)}{Total\ Kekuatan\ + Total\ Kelemahan}$$

Dan

$$Bobot\ EFAS = \frac{Total\ Jawaban\ Responden\ (R_1 + R_2\ + R_3\ + R_4\ + R_5)}{Total\ Peluang + Total\ Ancaman}$$

Setelah diketahui besar bobot, maka untuk selanjutnyaa dihitung rating masing-masing pernyataan yang diujikan dengan tujuan nilai rating ini menjadi acuan analisa IFAS dan IFAS lebih lanjut berdasarkan pernyatan pelanggan pada

UD. Fajar Industri. Untuk mengetahui besarnya rating pada masing-masing pernyataan tersebut, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Rating = \frac{R_1 + R_2 + R_3 + R_4 + R_5}{Jumlah\ Responden}$$

Berdasarkan rumus di atas dan penelitian yang telah penulis dilakukan kepada responden selaku pengelola UD. Fajar Industri beserta tenaga kerjanya, maka diketahui bobot dan rating masing-masing pernyataan IFAS dan EFAS pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat sebagai berikut:

4.2.1. Rating Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri

Kondisi kekuatan dan kelemahan usaha kerupuk pada UD. Fajar Industri adalah analisa yang digunakan penulis terhadap apa saja kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada UD. Fajar Industri selama menjalankan kerupuk jangek. Untuk mengenalisa hal tersebut, maka disusun kuisioner berdasarkan kondisi lapangan dan tanggapan awal pemilik UD. Fajar Industri yang menyatakan bahwa sebagai usaha yang telah lama berdiri sekarang ini produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri telah memiliki label atau merek usaha, produk yang dikemas dengan baik, tersedia variasi harga yang memudahkan konsumen menentukan pilihannya dan beberapa kekuatan sebagaimana tercantum pada tabel 4.2. Demikian pula dengan kelemahan yang ada pada UD. Fajar Industri bahwasannya selama menjalankan usaha kerupuk jangek, pemilik usaha menyatakan bahwa bahan baku yang tidak tersedia setiap hari, lokasi yang tidak strategis dan beberapa lainnya menjadi kelemahan utama bagi UD. Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek.

Tabel 4.2. Bobot dan Rating Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

A	Kekuatan	Jumlah	Bobot	Rating
1	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri memiliki label atau merek, sehingga mudah dikenal konsumen atau pelanggan.	20	0,12	4
2	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet.	18	0,10	4
3	Kemasan produk UD. Fajar Industri terbuat dari bahan berkulitas demi menjaga citra rasa kerupuk jangek.	19	0,11	4
4	UD. Fajar Industri memiliki 3 (tiga) variasi harga dan ukuran produk sesuai dengan selera konsumen/pelanggan.	20	0,12	4
5	Tersedia potongan harga (diskount) bagi pelanggan tetap yang membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.	20	0,12	4
6	UD Fajar Industri memiliki tenaga kerja dari anggota keluarga yang terampil dan giat bekerja dalam mengolah kerupuk jangek.	17	0,10	3
7	UD. Fajar Industri memiliki mitra usaha tetap yang siap bekerjasama mempromosikan dan menjual produk kerupuk jangek olahannya.	16	0,09	3
	Total Kekuatan	130	0,75	-
B	**Kelemahan**	**Jumlah**	**Bobot**	**Rating**
1	Bahan baku kulit kerbau untuk pengolahan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tidak selalu tersedia setiap hari.	5	0,03	1
2	Pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri masih menggunakan peralatan sederhana.	7	0,04	1
3	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri adalah produk kerupuk kering yang belum siap dikonsumsi konsumen atau pelanggan.	5	0,03	1
4	Produksi kerupuk jangek UD. Fajar Industri bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan.	7	0,04	1
5	Harga kerupuk jangek kering UD. Fajar Industri relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi.	9	0,05	2
6	Produk kerupuk jangek UD Fajar Industri belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi untuk dijual di kios kelontongan.	5	0,03	1
7	Lokasi usaha kerupuk jangek UD. Fajar Industri berada di lokasi yang tidak strategis.	5	0,03	1
	Total Kelemahan	43	0,25	-
	Total Kekuatan + Total Kelemahan	173	1	-

Sumber: Data Primer (Diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui dari tujuh indikator yang berhubungan dengan faktor-faktor kekuatan (*strenght*) memiliki rating sebesar 3 dan 4. Adapun dari tujuh indikator yang berhubungan dengan faktor-faktor kelemahan (*weekness*) memiliki rating antara 1 sampai 2. Dari tabel di atas juga dapat diketahui bobot kekuatan dengan nilai tertinggi dijumpai pada pernyataan nomor 1, 4 dan 5. Sedangkan bobot kekuatan dengan nilai terendah dijumpai pada pernyataan nomor 7. Adanya perbedaan nilai bobot kekuatan tersebut disebabkan adanya variasi jawaban responden penelitian dengan total sebesar 130. Selanjutnya bobot kelemahan dengan nilai tertinggi dijumpai pada pernyataan nomor 5 dan bobot kelemahan dengan nilai terendah dijumpai pada nomor 1, 3, 6 dan 7. Sama halnya dengan kekuatan, bahwasanya adanya perbedaan nilai bobot kelemahan tersebut disebabkan oleh adanya variasi jawaban responden penelitian dengan total sebesar 43. Dengan melihat total nilai pernyataan, total nilai kekuatan ditambah dengan total nilai kelemahan, maka diperoleh akumulasi nilai bobot untuk masing-masing item pernyataan IFAS yaitu sebesar 1 berada dalam kategori “sangat penting” untuk dianalisa lebih lanjut dengan menempatkan nilai “rating” dari masing-masing pernyataan kekuatan dan kelemahan pada faktor IFAS yang dijawab oleh konsumen kerupuk jangek UD. Fajar Industri.

4.2.2. Rating Peluang dan Ancaman Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri

Kondisi peluang dan ancaman usaha kerupuk pada UD. Fajar Industri adalah analisa yang digunakan penulis terhadap apa saja peluang dan ancaman yang terdapat pada UD. Fajar Industri selama menjalankan kerupuk jangek. Untuk menganalisa hal tersebut, maka disusun kuisioner berdasarkan kondisi lapangan dan

tanggapan awal pemilik UD. Fajar Industri yang menyatakan bahwa ada beberapa hal sebagai peluang bagi UD. Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek diantaranya adalah biaya bahan baku yang relatif masih lebih murah, minat daripada masyarakat terhadap konsumsi kerupuk jangek dan lain sebagainya seperti dicantumkan pada tabel 4.3. Demikian pula dengan hal-hal yang dapat menjadi ancaman bagi UD. Fajar Industri juga diakui oleh pemilik usaha yang menyatakan bahwa selama menjalankan usahanya tersebut, ancaman utama bagi pemilik UD. Fajar Industri diantaranya yaitu kenaikan harga bahan baku yang dapat menurunkan jumlah produksi kerupuk jangek, adanya pesaing lain yang menjual produk kerupuk jangek siap konsumsi di kios dan dan beberapa ancaman lainnya yang menjadi acanaman bagi UD. Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek.

Tabel 4.3. Bobot dan Rating Peluang dan Acnaman Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

A	Peluang	Jumlah	Bobot	Rating
1	Biaya bahan baku kulit kerbau per kilogramnya relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.	18	0,10	4
2	Minat masyarakat Kabupaten Aceh Barat dan luar daerah untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang masih tinggi.	18	0,10	4
3	Cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan kerupuk jangek UD. Fajar Indusri masih luas.	18	0,10	4
4	Tersedia media sosial yang memudahkan pemilik untuk mempromosikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.	17	0,10	3
5	Terdapat pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan).	19	0,11	4
6	Di Kabupaten Aceh Barat belum ada usaha kerupuk jangek yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri.	20	0,12	4
7	Produk kerupuk jangek kering yang diproduksi UD Fajar Industri lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.	19	0,11	4
	Total Peluang	129	0,75	-

B	Ancaman	Jumlah	Bobot	Rating
1	Kenaikan bahan baku kulit kerbau dapat mempengaruhi kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.	5	0,03	1
2	Kondisi cuaca yang tidak stabil mempengaruhi keterbatan produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.	6	0,03	1
3	Produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing lebih banyak terdapat di pasar atau kios kelontong.	6	0,03	1
4	Terdapat usaha lain yang memproduksi kerupuk jangek dalam ukuran lebih kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen.	7	0,04	1
5	Usaha pesaing lebih rutin memproduksi dan mendistribusikan kerupuk jangek dibanding dengan UD. Fajar Industri.	5	0,03	1
6	Usaha pesaing selain UD. Fajar Industri juga memiliki label atau merek dagang sehingga merek tersebut mudah dikenali konsumen.	6	0,03	1
7	Konsumen masih sensitif terhadap harga produk kerupuk jangek yang ditawarkan oleh UD. Fajar Industri.	8	0,05	2
	Total Ancaman	44	0,25	-
	Total Peluang + Ancaman	173	1	-

Sumber: Data Primer (Diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui dari tujuh indikator yang berhubungan dengan faktor-faktor peluang (*opportunity*) memiliki rating antara 3 dan 4. Adapun dari tujuh indikator yang berhubungan dengan faktor-faktor ancaman (*threats*) memiliki rating antara 1 sampai 2. Dari tabel di atas juga dapat diketahui bobot peluang dengan nilai tertinggi dijumpai pada pernyataan nomor 6. Sedangkan bobot kekuatan dengan nilai terendah dijumpai pada pernyataan nomor 1, 2, 3 dan 4. Adanya perbedaan nilai bobot peluang tersebut disebabkan adanya variasi jawaban responden penelitian dengan total sebesar 129. Selanjutnya bobot ancaman dengan nilai tertinggi dijumpai pada pernyataan nomor 7 dan bobot ancaman dengan nilai terendah dijumpai pada nomor 1, 2, 3, 5 dan 6. Sama halnya dengan kekuatan, bahwasanya adanya perbedaan nilai bobot ancaman tersebut disebabkan oleh adanya variasi jawaban responden penelitian dengan total sebesar 44. Dengan

melihat total nilai pernyataan, total nilai peluang ditambah dengan total nilai ancaman, maka diperoleh akumulasi nilai bobot untuk masing-masing item pernyataan EFAS yaitu sebesar 1 berada dalam kategori “sangat penting” untuk dianalisa lebih lanjut, dengan menempatkan nilai “rating” dari masing-masing pernyataan peluang dan ancaman pada faktor IFAS yang dijawab oleh konsumen kerupuk jangek UD. Fajar Industri.

4.3. Analisa IFAS dan EFAS Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

Analisa SWOT usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat sangat penting dilakukan guna memberikan arah tindaka dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan menjadi dapat tercapai. Analisis ini digunakan sebagai suatu proses penentuan strategi usaha baik agar usaha yang dijalankan terus berkesinambungan. Analisa kondisi usaha kerupuk jangek yang penulis lakukan terhadap pelanggan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri diawali dengan memberikan bobot pada masing-masing pernyataan dengan skala 4-1 untuk IFAS dan 1-4 untuk EFAS di mana secara kumulatif total bobot untuk keseluruhan pernyataan tersebut nilainya tidak boleh lebih besar dari 1. Adapun untuk mengetahui besarnya bobot masing-masing pernyataan, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Bobot IFAS} = \frac{\text{Total Jawaban Responden } (\mathrm{R}_1 + \cdots + \mathrm{R}_{30})}{\text{Total Kekuatan } + \text{Total Kelemahan}}$$

dan

$$\text{Bobot EFAS} = \frac{\text{Total Jawaban Responden } (\mathrm{R}_1 + \cdots + \mathrm{R}_{30}))}{\text{Total Peluang} + \text{Total Ancaman}}$$

Adapun untuk perhitungan skor daripada masing-masing pertanyaan yang dijawab oleh responden dihitung untuk memperoleh dan mengetahui besarnya nilai koordinat IFAS dan EFAS sebagai kerangka acuan untuk membuat diagram kartesius. Untuk mengetahui besarnya skor masing-masing pernyataan tersebut, dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor} = \text{Bobot x Rating}$$

Berdasarkan rumus di atas dan penelitian yang telah penulis lakukan di lapangan kepada 30 responden selaku pelanggan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri, maka diperoleh hasil analisis IFAS dan EFAS sebagaimana dapat dipaparkan lebih lanjut sebagai berikut:

4.3.1. *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS)

Tabel 4.4. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

A	Kekuatan	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri memiliki label atau merek, sehingga mudah dikenal konsumen atau pelanggan.	109	0,11	4	0,43
2	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet.	103	0,10	4	0,36
3	Kemasan produk UD. Fajar Industri terbuat dari bahan berkulitas demi menjaga citra rasa kerupuk jangek.	103	0,10	4	0,39
4	UD. Fajar Industri memiliki 3 (tiga) variasi harga dan ukuran produk sesuai dengan selera konsumen/pelanggan.	107	0,11	4	0,42
5	Tersedia potongan harga (diskount) bagi pelanggan tetap yang membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.	120	0,12	4	0,47
6	UD Fajar Industri memiliki tenaga kerja dari anggota keluarga yang terampil dan giat bekerja dalam mengolah kerupuk jangek.	107	0,11	3	0,36

7	UD. Fajar Industri memiliki mitra usaha tetap yang siap bekerjasama mempromosikan dan menjual produk kerupuk jangek olahannya.	102	0,10	3	0,32
	Total Kekuatan	751	0,74	-	2,75
B	**Kelemahan**	**Jumlah**	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1	Bahan baku kulit kerbau untuk pengolahan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tidak selalu tersedia setiap hari.	30	0,03	1	0,03
2	Pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri masih menggunakan peralatan sederhana.	37	0,04	1	0,05
3	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri adalah produk kerupuk kering yang belum siap dikonsumsi konsumen atau pelanggan.	30	0,03	1	0,03
4	Produksi kerupuk jangek UD. Fajar Industri bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan.	47	0,05	1	0,06
5	Harga kerupuk jangek kering UD. Fajar Industri relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi.	61	0,06	2	0,11
6	Produk kerupuk jangek UD Fajar Industri belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi untuk dijual di kios kelontongan.	30	0,03	1	0,03
7	Lokasi usaha kerupuk jangek UD. Fajar Industri berada di lokasi yang tidak strategis.	30	0,03	1	0,03
	Total Kelemahan	265	0,26	-	0,34
	Total Kekuatan + Total Kelemahan	1.016	1	-	3,09

Sumber: Data Primer (Diolah, 2021)

4.3.2. *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS)

Tabel 4.5. Peluang dan Ancaman Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

A	Peluang	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1	Biaya bahan baku kulit kerbau per kilogramnya relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.	105	0,10	4	0,37
2	Minat masyarakat Kabupaten Aceh Barat dan luar daerah untuk mengkonsumsi kerupuk jangek	105	0,10	4	0,37

	terbilang masih tinggi.				
3	Cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri masih luas.	111	0,11	4	0,39
4	Tersedia media sosial yang memudahkan pemilik untuk mempromosikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.	111	0,11	3	0,37
5	Terdapat pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan).	113	0,11	4	0,42
6	Di Kabupaten Aceh Barat belum ada usaha kerupuk jangek yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri.	120	0,12	4	0,47
7	Produk kerupuk jangek kering yang diproduksi UD Fajar Industri lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.	109	0,11	4	0,40
	Total Peluang	774	0,76	-	2,79
B	**Ancaman**	**Jumlah**	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1	Kenaikan bahan baku kulit kerbau dapat mempengaruhi kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.	37	0,04	1	0,04
2	Kondisi cuaca yang tidak stabil mempengaruhi keterbatan produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.	36	0,04	1	0,04
3	Produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing lebih banyak terdapat di pasar atau kios kelontong.	40	0,04	1	0,05
4	Terdapat usaha lain yang memproduksi kerupuk jangek dalam ukuran lebih kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen.	30	0,03	1	0,04
5	Usaha pesaing lebih rutin memproduksi dan mendistribusikan kerupuk jangek dibanding dengan UD. Fajar Industri.	37	0,04	1	0,04
6	Usaha pesaing selain UD. Fajar Industri juga memiliki label atau merek dagang sehingga merek tersebut mudah dikenali konsumen.	30	0,03	1	0,04
7	Konsumen masih sensitif terhadap harga produk kerupuk jangek yang ditawarkan oleh UD. Fajar Industri.	39	0,04	2	0,06
	Total Ancaman	249	0,24	-	0,31
	Total Peluang + Ancaman	1.023	1	-	3,10

Sumber: Data Primer (Diolah, 2021)

4.4. Analisa Kuadran Pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

Untuk menetukan pilihan strategi yang lebih spesifik dari nilai yang didapat dimasukkan ke dalam diagram pilihan strategi, karena hasil dari data perhitungan matrik IFAS dan EFAS sebagaimana telah tercantum pada Tabel sebelumnya, maka ditentukan titik koordinat X dan Y untuk menentukan posisi kuadran SWOT agar dapat diketahui posisi yang menjadi potensi dan alternatif strategi usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Adapun rumus untuk mencari titik koordinat titik analisis internal dan ekternal kuadran Cartesius SWOT adalah sebagai berikut:

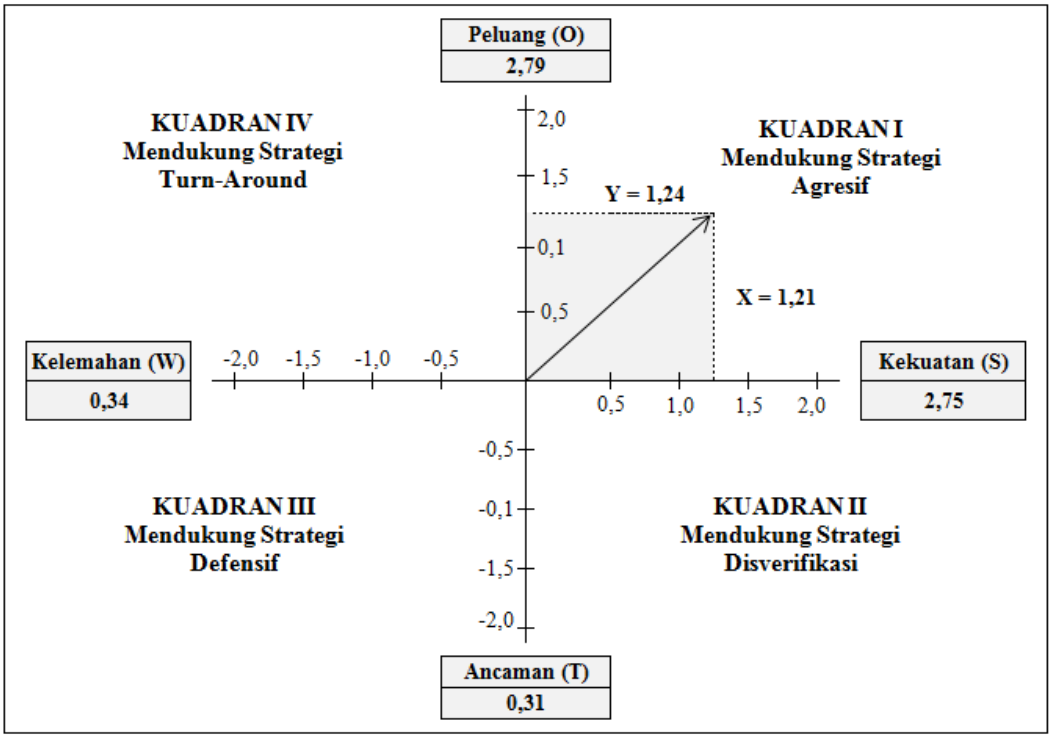
$$\text{Koordinat IFAS} - \text{EFAS} = \frac{\text{Total Skor S} - \text{Total Skor W}}{2}; \frac{\text{Total Skor O} - \text{Total Skor T}}{2}$$

$$\text{Koordinat IFAS} - \text{EFAS} = \frac{2{,}75 - 0{,}34}{2}; \frac{2{,}79 - 0{,}31}{2}$$

$$\text{Koordinat IFAS} - \text{EFAS} = \frac{2{,}41}{2}; \frac{2{,}49}{2}$$

$$\text{Koordinat IFAS} - \text{EFAS} = 1{,}21\ (\text{X})\ ;\ 1{,}24\ (\text{Y})$$

Berdasarkan perhitungan titik koordinat di atas, maka diperoleh koordinat Internal (X) sebesar 1,21 dan titik koordinat eksternal (Y) sebesar 1,24. Dengan diketahuinya kedua titik koordinat tersebut sebagai gabungan kondisi internal dan eksternal, maka dapat digambarkan dalam kuadran Cartesius SWOT usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.



Gambar 4.1. Diagram Kartesius

Berdasarkan kuadran Cartesius SWOT di atas menunjukkan bahwa usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat berada pada posisi kuadran mendukung strategi agresif. Posisi kuadran tersebut dapat diartikan bahwa usaha kerupuk jangek pada UD Fajar Industri sangat kuat dan berpeluang, sehingga dengaan kekuatan yang telah ada, memungkinkan usaha tersebut terus meraih kemajuan secara maksimal.

4.5. Analisa Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

Kudaran Cartesius di atas juga didukung oleh analisis kuantitatif IFAS-EFAS sebagai alternatif utama yang dapat diterapkan sebagai strategi utama usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Adapun mengenai pilihan strategi utama usaha

kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6. Matriks Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Jangek Pada UD Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

IFAS / **EFAS**	**S** Strength (kekuatan)	**W** Weakness (kelemahan)
O Opportunities (peluang)	Strategi S-O : 2,75 + 2,79 = 5,54 dimana nilai SO < W-O ; < S-T ; < W-T artinya menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W-O : 0,34 + 2,79= 3,13 dimana nilai W-T < S-O ; > S-T ; < W-T artinya meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang.
T Threats (ancaman)	Strategi S-T : 2,75 + 0,31 = 3,06 dimana nilai S-T < SO ; < W-O ; > W-T artinya menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi W-T : 0,34 + 0,31= 0,65 dimana nilai WT < S-O ; < S-T ; < W-T artinya meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Data Primer (Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 4.6 pada matriks di atas menunjukkan usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat berpotensi menerapkan strategi S-O atau kombinasi dari *Strength-Opportunities* yakni menggunakan seluruh kekuatan yang teridentifikasi untuk memanfaatkan peluang dengan sebesar-besarnya. Hal ini dikarenakan nilai kuantitatit strategi S-O lebih besar dibandingkan dengan pilihan strategi lainnya seperti strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T. Namun juga tidak menutup kemungkinan bahwa usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat untuk menerapkan strategi lain. Sehingga pada penelitian ini terdapat beberapa kombinasi startegi alternatif yang dapat diterapkan oleh UD. Fajar Industri dalam berusaha kerupuk jangek dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Strategi S-O

   a. Menggunakan kekuatan produk kerupuk jangek yang memiliki label agar mudah dikenal konsumen untuk memanfaatkan peluang minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek yang terbilang masih tinggi dan cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek masih luas.

   b. Menggunakan kekuatan produk kerupuk jangek yang memiliki label agar mudah dikenal konsumen dan kerupuk jangek yang tahan lama untuk memanfaatkan peluang biaya bahan baku kulit kerbau yang relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek, belum adanya usaha kerupuk jangek lain yang mengolah kerupuk jangek dan produk kerupuk jangek kering yang diproduksi lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.

   c. Menggunakan kekuatan variasi harga dan ukuran produk sesuai dengan selera konsumen untuk memanfaatkan peluang tersedianya media sosial yang memudahkan pemilik mempromosikan produk kerupuk jangek dan adanya pelanggan tetap yang membeli produk kerupuk jangek sebagai oleh-oleh.

   d. Menggunakan kekuatan tersedianya potongan harga bagi pelanggan tetap yang membeli produk kerupuk jangek untuk memanfaatkan peluang minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek yang terbilang masih tinggi dan cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek masih luas.

e. Menggunakan kekuatan usaha yang memiliki tenaga kerja dari anggota keluarga yang terampil dan giat bekerja untuk memanfaatkan peluang biaya bahan baku kulit kerbau yang relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek, minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang maih tinggi, cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek masih luas, belum adanya usaha kerupuk jangek yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri dan produk kerupuk jangek kering yang lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.

f. Menggunakan kekuatan usaha yang memiliki mitra usaha tetap karena siap bekerjasama mempromosikan dan menjual produk kerupuk jangek untuk memanfaatkan peluang biaya bahan baku kulit kerbau yang relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek, minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang masih tinggi, cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek masih luas, belum adanya usaha kerupuk jangek lain yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri dan produk kerupuk jangek kering yang diproduksi lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.

2. Strategi W-O

a. Meminimalkan kelemahan bahan baku kulit kerbau yang tidak selalu tersedia setiap hari dan pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek yang masih menggunakan peralatan sederhana dengan memanfaatkan peluang biaya bahan baku kulit kerbau yang relatif

masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.

b. Meminimalkan kelemahan produk kerupuk jangek kering yang belum siap dikonsumsi konsumen dengan memanfaatkan peluang adanya pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan), belum adanya usaha kerupuk jangek lain yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri dan produk kerupuk jangek kering lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.

c. Meminimalkan kelemahan produksi kerupuk jangek yang bergantung pada pemesanan konsumen dengan memanfaatkan peluang adanya pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan).

d. Meminimalkan kelemahan harga kerupuk jangek kering yang relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi dan produk kerupuk jangek yang belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi dengan memanfaatkan peluang tersedianya media sosial yang memudahkan pemilik mempromosikan produk kerupuk jangek dan adanya pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan).

e. Meminimalkan kelemahan produk kerupuk jangek yang belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi dengan memanfaatkan peluang cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek masih luas, belum adanya usaha kerupuk jangek lain yang mengolah

kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri dan produk kerupuk jangek kering yang diproduksi lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.

f. Meminimalkan kelemahan Lokasi usaha kerupuk jangek yang berada di lokasi yang tidak strategis dengan memanfaatkan peluang tersedianya media sosial untuk memudahkan pemilik untuk mempromosikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.

3. Strategi S-T

a. Menggunakan kekuatan produk kerupuk jangek yang tahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet dan kemasan produk yang terbuat dari bahan berkulitas demi menjaga citra rasa kerupuk jangek untuk mengatasi ancaman Kenaikan bahan baku kulit kerbau dapat mempengaruhi kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri dan adanya usaha pesaing lebih rutin memproduksi dan mendistribusikan kerupuk jangek dibanding UD. Fajar Industri.

b. Menggunakan kekuatan variasi harga dan ukuran produk sesuai dengan selera konsumen/pelanggan untuk mengatasi ancaman produksi kerupuk jangek yang bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan dan lokasi usaha kerupuk jangekyang berada di lokasi yang tidak strategis.

c. Menggunakan kekuatan usaha yang mitra usaha tetap dan siap bekerjasama mempromosikan dan menjual produk kerupuk jangek untuk mengatasi ancaman Harga kerupuk jangek kering yang relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi dan

produk kerupuk jangek yang belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi untuk dijual di kios kelontongan.

4. Strategi W-T

a. Meminimalkan kelemahan Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri adalah produk kerupuk kering yang belum siap dikonsumsi konsumen atau pelanggan untuk menghindari ancaman adanya usaha lain yang memproduksi kerupuk jangek dalam ukuran lebih kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen.

b. Meminimalkan kelemahan produksi kerupuk jangek UD. Fajar Industri bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan untuk menghindari ancaman adanya produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing yang lebih banyak terdapat di pasar atau kios kelontong dan adanya usaha pesaing lebih rutin memproduksi dan mendistribusikan kerupuk jangek dibanding dengan UD. Fajar Industri.

c. Meminimalkan kelemahan harga kerupuk jangek kering yang relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi untuk menghindari ancaman adanya usaha pesaing yang juga memiliki label atau merek dagang sehingga merek tersebut mudah dikenali konsumen dan konsumen masih sensitif terhadap harga produk kerupuk jangek yang ditawarkan oleh UD. Fajar Industri.

d. Meminimalkan kelemahan produk kerupuk jangek yang belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi untuk dijual di kios kelontongan untuk menghindari ancaman produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing lebih banyak terdapat di pasar atau kios

kelontong dan adanya usaha lain yang memproduksi kerupuk jangek dalam ukuran lebih kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen.

Berdasarkan analisa SWOT yang telah sebutkan di atas, maka sesuai dengan kuadran dan tabel alternatif strategi di atas, strategi utama usaha yang direkomendasikan kepada UD. Fajar Industri dalam upaya mengembangkan usaha kerupuk jangek adalah menerapkan strategi S-O. Karena sesuai alternatif strategi yang dianalisa menunjukkan kekuatan yang terdapat pada usaha kerupuk jangek pada UD Fajar Industri relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Demikian halnya dengan peluang yang terdapat pada UD. Fajar Industri juga menunjukkan kelemahan usaha yang lebih kecil daripada ancaman, sehingga dari kekuatan dan peluang yang lebih kecil dari kelemahan dan ancaman tersebut dapat UD Fajar Industri dapat mengkombinasikan berbagai kombinasi strategi yang telah dianalisa untuk terus mengembangkan usaha kerupuk jangek.

4.6. Pembahasan Penelitian

Sebagai usaha yang telah lama memproduksi kerupuk jangek, bahwasanya UD Fajar Industri perlu menyusun strategi yang tepat sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya ditengah munculnya pesaing yang menjalankan usaha serupa. Dengan adanya strategi yang tepat sebagaimana hasil penelitian yang penulis telah kemukakan, maka UD. Fajar Industri dapat menjalankan alternatif strategi yang direkomendasikan atau mengkominasikan beberapa strategi tersebut, dikarenakan kelebihan dari analisis SWOT bukan hanya terletak pada pilihan untuk menjalankan satu alternatif strategi (S-O), namun bagi pengelola UD. Fajar Industri juga dapat mengkombinasikan alternatif strategi S-O dengan strategi W-O, ST dan WT.

Merumuskan suatu strategi usaha sangat penting dilakukan oleh UD Fajar Industri, sebab dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat dikarenakan munculnya usaha-usaha yang serupa, maka UD Fajar Industri pun harus dapat mengembangkan usaha produksi kerupuk jangeknya tersebut agar terus berkelanjutan. Selain itu, pentingnya merumuskan strategi usaha, dikarenakan pada usaha kerupuk jangek yang selama ini dijalankan, terdapat kelemahan yang salah satunya adalah produksi kerupuk jangek UD. Fajar Industri bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan. Kondisi berbeda ditunjukkan oleh usaha kerupuk jangek lain yang memproduksi kerupuk jangek bukan tergantung pesanan, tapi langsung dipasarkan. Sehingga kondisi ini pun menjadi ancaman bagi pemilik UD Fajar Industri, seba terapat produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing lebih banyak terdapat di pasar atau kios kelontong.

Strategi usaha sangat berguna bagi UD Fajar Industri, dikarenakan selain mengidentifikasi kelemahan dan ancaman usaha, penerapan strategi SWOT juga dapat mengindentifikasi kekuatan usaha agar peluang tersebut dimanfaatkan untuk memajukan usaha produk kerupuk jangek diantaranya produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri memiliki label atau merek, sehingga mudah dikenal konsumen atau pelanggan. Kekuatan lainnya seperti produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet. Jika dianalisa secara keseluruhan sesuai dengan gambar Kuadran SWOT menunjukkan bahwa skor kekuatan lebih besar dari skor kelemahan, sehingga dilihat dari segi faktor internalnya, UD. Fajar Industri dapat memanfaatkan kekuatan yang tersedia untuk meminimalkan kelemahan usaha. Demikian pula sebaliknya, bahwasanya UD. Fajar Industri juga dapat memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.

Penjelasan di atas, senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh David (2011) yang menyatakan bahwa strategi sangat penting bagi perusahaan dalam upaya menentukan rencana dan tujuan jangka panjang perusahaan. Hal tersebut, dikarenakan setiap perusahaan selalu dihadapkan dengan lingkungan yang selalu berubah-ubah. Oleh sebab itu pula, kepekaan terhadap perubahan lingkungan serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan perlu dimiliki oleh setiap perusahaan. Selain itu, perusahaan juga harus lebih cermat dalam mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Pendapat di atas, menekankan bahwa merumuskan strategi usaha sangat penting dilakukan oleh setiap perusahaan, termasuk bagi UD Fajar Industri yang menjalankan usaha kerupuk jangek. Karena itu pula, agar dapat mempertahankan kelangsungan dan keberlanjutan usaha kerupuk jangek, maka pemilik UD Fajar Industri perlu memanajemen dan menganalisa usahanya tersebt melalui analisis SWOT. Strategi tersebut adalah taktik mengunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Selain itu, pemilik dapat mengidentifikasi kombinasi dari strategi lain, untuk dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi usahanya, misalnya perbaikan manajemen dan produksi usaha, agar kelemahan dan ancaman usaha menjadi lebih terminimalisir.

Berdasarkan analisis SWOT pada penelitian ini menunjukkan bahwasannya kelemahan dan ancaman tersebut dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik, sebab pengembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil,

namun harus diringi dengan analisis yang tepat, dimana indiaktor berhasil atau tidaknya usaha yang dijalankan setelah dilakukan analisa SWOT adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Karena semakin banyak pelanggan yang membeli produk, maka pelanggan semakin puas. Hal ini berarti strategi yang telah diterapkan cukup berhasil. Dengan keberhasilan strategi yang dicapai, maka usaha yang dijalankan UD. Fajar Industri akan memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan dan investasi usahanya. Karena itu, strategi usaha sangat diperlukan oleh pemilik UD. Fajar Industri dalam menjalankan dan mengembangkan usaha produksi kerupak jangek menjadi lebih terarah dalam mencapai tujuannya dengan tepat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa altenatif strategi yang sebaiknya diterapkan UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat, berdasarkan hasil analisa SWOT adalah strategi S-O (*Strength-Opportunities*) dikarenakan kekuatan yang terdapat pada usaha kerupuk jangek pada UD Fajar Industri relatif lebih unggul dibanding dengan kelemahannya. Selain itu, peluang yang terdapat pada UD. Fajar Industri lebih kecil daripada ancaman. Strategi S-O tersebut diantaranya adalah menggunakan kekuatan produk kerupuk jangek yang memiliki label usaha untuk memanfaatkan peluang minat masyarakat untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang masih tinggi dan cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk yang masih luas.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka disarankan kepada usaha kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri di Desa Kuta Padang Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat untuk memperhatikan berbagai kelemahan yang menjadi hambatan UD. Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek seperti belum tersedianya kerupuk jangek yang siap dikonsumsi konsumen dengan cara memproduksi kerupuk jangek siap konsumsi sehingga memperkecil ancaman usaha dari usaha pesaing yang telah memproduksi kerupuk jangek siap konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, R. Raden. 2019. *Analisis SWOT Pemasaran Produk Kerupuk Buah di UD. Sukma Kecamatan Takisung Kabupaten Tanah Laut.* Jurnal Teknologi Agro-Industri Vol 6 No 2 Politeknik Negeri Tanah Laut

Amertaningtyas, Dedes. 2017. *Pengolahan Kerupuk Rambak Kulit di Indonesia.* Jurnal Ilmu-ilmu Peternakan 21 (3): 18-29. Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya Malang.

Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

David, R. Fred. 2011. *Strategi Manajemen (Manajemen Strategi Konsep).* Bandung: Salemba Empat.

Fahmi, Irham. 2014. *Analisa Kinerja Keuangan*. Bandung : Alfabeta.

Husna, Aulia. 2013. *Studi Kasus Prospek Usaha Kerupuk Ikan Di Kampung Semanting Kabupaten Berau.* Jurnal Ilmu Perikanan Tropis Vol. 18. No. 2, April 2013. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman.

Jogiyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: BPFE.

Koeswara. 2009. *Teknologi Pengolahan Untuk Industri Kecil dan Menengah*. Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.

Miles dan Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitaif*. Jakarta: UIP.

Moleong, J. Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Noviyanti. 2015. *Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Keputusan Pembelian Pada UD. Prima Tulungagung*. Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Vol. 2, No. 1. STIE Kesuma Negara Blitar.

Rangkuti, Freddy. 2011. *Analisis SWOT Untuk Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Safitri, Dian. 2017. *Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Lipat Pada UD. Sinar Jaya Baru Di Gampong Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen*. Jurnal Pertanian Vol 1 No 12 Fakultas Pertanian Universitas Almuslim.

Subana dan Sudrajat. 2005. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R & D.* Bandung: Alfabeta.

Sukandarimidi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: UGM Press.

Wahyudi, Agustinus. 2009. *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik. Jakarta*: Binarupa Aksara.

Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

1. Siapakah pemilik UD Fajar Industri?
2. Berapakah usia pemilik UD Fajar Industri?
3. Apa pendidikan terakhir pemilik UD Fajar Industri?
4. Kapan UD Fajar didirikan?
5. Berapa tenaga kerja UD Fajar Industri?
6. Berapa upah tenaga kerja UD Fajar Industri dalam sebulan?
7. Dari mana UD Fajar Industri memperoleh bahan baku kerupuk jangek?
8. Berapakah harga bahan baku kerupuk jangek dalam setiap kilogram?
9. Berapakah jumlah produksi kerupuk jangek UD Fajar Industri dalam sebulan?
10. Kemana saja kerupuk jangek UD Fajar Industri dipasarkan?
11. Berapakah jumlah kerupuk jangek UD Fajar Industri yang dipasarkan?
12. Berapa harga kerupuk jangek UD Fajar Industri dalam setiap kilogramnya?
13. Usaha mana saja yang menjadi pesaing UD. Fajar Industri?
14. Apa saja yang menjadi kekuatan UD Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek?
15. Apa saja yang menjadi kelemahan UD Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek?
16. Apa saja yang menjadi peluang UD Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek?
17. Apa saja yang menjadi ancaman UD Fajar Industri dalam menjalankan usaha kerupuk jangek?

Lampiran 2

DAFTAR KUISIONER ANALISIS SWOT

I. Kuisoner IFAS

No	Uraian	Rating			
A	**Kekuatan**	**4**	**3**	**2**	**1**
1	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri memiliki label atau merek, sehingga mudah dikenal konsumen atau pelanggan.				
2	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet.				
3	Kemasan produk UD. Fajar Industri terbuat dari bahan berkulitas demi menjaga citra rasa kerupuk jangek.				
4	UD. Fajar Industri memiliki 3 (tiga) variasi harga dan ukuran produk sesuai dengan selera konsumen/pelanggan.				
5	Tersedia potongan harga (diskount) bagi pelanggan tetap yang membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.				
6	UD Fajar Industri memiliki tenaga kerja dari anggota keluarga yang terampil dan giat bekerja dalam mengolah kerupuk jangek.				
7	UD. Fajar Industri memiliki mitra usaha tetap yang siap bekerjasama mempromosikan dan menjual produk kerupuk jangek olahannya.				
B	**Kelemahan**				
1	Bahan baku kulit kerbau untuk pengolahan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tidak selalu tersedia setiap hari.				
2	Pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri masih menggunakan peralatan sederhana.				
3	Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri adalah produk kerupuk kering yang belum siap dikonsumsi konsumen atau pelanggan.				
4	Produksi kerupuk jangek UD. Fajar Industri bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan.				
5	Harga kerupuk jangek kering UD. Fajar Industri relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi.				
6	Produk kerupuk jangek UD Fajar Industri belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi untuk dijual di kios kelontongan.				

7	Lokasi usaha kerupuk jangek UD. Fajar Industri berada di lokasi yang tidak strategis.				

II. Kuisioner EFAS

No	Uraian	Rating			
A	**Peluang**	**4**	**3**	**2**	**1**
1	Biaya bahan baku kulit kerbau per kilogramnya relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.				
2	Minat masyarakat Kabupaten Aceh Barat dan luar daerah untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang masih tinggi.				
3	Cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri masih luas.				
4	Tersedia media sosial yang memudahkan pemilik untuk mempromosikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri.				
5	Terdapat pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan).				
6	Di Kabupaten Aceh Barat belum ada usaha kerupuk jangek yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri.				
7	Produk kerupuk jangek kering yang diproduksi UD Fajar Industri lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.				
B	**Ancaman**				
1	Kenaikan bahan baku kulit kerbau dapat mempengaruhi kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.				
2	Kondisi cuaca yang tidak stabil mempengaruhi keterbatan produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri.				
3	Produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing lebih banyak terdapat di pasar atau kios kelontong.				
4	Terdapat usaha lain yang memproduksi kerupuk jangek dalam ukuran lebih kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen.				
5	Usaha pesaing lebih rutin memproduksi dan mendistribusikan kerupuk jangek dibanding dengan UD. Fajar Industri.				
6	Usaha pesaing selain UD. Fajar Industri juga memiliki label atau merek dagang sehingga				

	merek tersebut mudah dikenali konsumen.				
7	Konsumen masih sensitif terhadap harga produk kerupuk jangek yang ditawarkan oleh UD. Fajar Industri.				

Lampiran 3

KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Keterangan
1	Aisyah Daud	PR	52 Tahun	SMA	Pengusaha	Pemilik Usaha
2	Khairil Anwar	LK	30 Tahun	Sarjana	Tidak Ada	Tenaga Kerja
3	Husaini	LK	32 Tahun	SMA	Tidak Ada	Tenaga Kerja
4	Bismi	LK	36 Tahun	SMA	Tidak Ada	Tenaga Kerja
5	Junaidi	LK	35 Tahun	SMA	Tidak Ada	Tenaga Kerja
6	Tarmizi	LK	39 Tahun	Sarjana	PNS	Pelanggan
7	Zubaidah	PR	42 Tahun	SMP	IRT	Pelanggan
8	Rosmadewi	PR	40 Tahun	SMA	IRT	Pelanggan
9	Mariana	PR	38 Tahun	SMA	IRT	Pelanggan
10	Eka Susanti	PR	36 Tahun	Sarjana	Karyawan	Pelanggan
11	Cut Eva	PR	37 Tahun	Sarjana	PNS	Pelanggan
12	Raiza Anwar	LK	39 Tahun	SMA	Wiraswasta	Pelanggan
13	Safrida	PR	35 Tahun	Sarjana	PNS	Pelanggan
14	Hendriawan	LK	41 Tahun	Diploma III	Wiraswasta	Pelanggan
15	Firmansyah	LK	37 Tahun	SMA	Karyawan	Pelanggan
16	Dedi Hidayat	LK	30 Tahun	SMA	Karyawan	Pelanggan
17	Mariam	PR	40 Tahun	SMA	IRT	Pelanggan
18	Ernavida	PR	34 Tahun	SMA	IRT	Pelanggan
19	Suriyati	PR	36 Tahun	SMA	Pedagang	Pelanggan
20	Cut Maghfirah	PR	37 Tahun	SMA	IRT	Pelanggan
21	Mirza Khalid	LK	31 Tahun	SMA	Wiraswasta	Pelanggan
22	Isma lIza	PR	31 Tahun	SMA	Karyawan	Pelanggan
23	Hidayatna	PR	36 Tahun	Diploma III	Karyawan	Pelanggan
24	Masrida	PR	39 Tahun	Sarjana	Karyawan	Pelanggan
25	Ramadhan	LK	36 Tahun	Sarjana	Karyawan	Pelanggan
26	Hasan Basri	LK	33 Tahun	Diploma III	Karyawan	Pelanggan
27	Herman	LK	36 Tahun	SMA	Penjahit	Pelanggan
28	Akmal	LK	43 Tahun	SMA	Pedagang	Pelanggan
29	Hafifuddin	LK	42 Tahun	SMA	Pedagang	Pelanggan
30	Marijal	LK	38 Tahun	SMA	Wiraswasta	Pelanggan
31	Adnan Husen	Lk	50 Tahun	Sarjana	PNS	Pelanggan
32	Nurhabibah	PR	40 Tahun	SMA	IRT	Pelanggan
33	Mawar	PR	33 Tahun	SMA	Karyawan	Pelanggan
34	Rika Hastuti	PR	42 Tahun	SMA	PNS	Pelanggan
35	Wardah	PR	32 Tahun	SMA	Karyawan	Pelanggan

Lampiran 4

DATA IFAS-EFAS USAHA KERUPUK JANGEK PADA UD FAJAR INDUSTRI DESA KUTA PADANG KECAMATAN JOHAN PAHLAWAN KABUPATEN ACEH BARAT

No	Responden	Kekuatan							Jumlah	Kelemahan							Jumlah	Peluang							Jumlah	Ancaman							Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7	
1	Aisyah Daud	4	3	4	4	4	3	3	25	1	1	1	2	2	1	1	9	4	4	3	3	4	4	4	26	1	1	1	1	2	1	2	9
2	Khairil Anwar	4	4	4	4	4	3	3	26	1	1	1	1	2	1	1	8	3	3	4	4	4	4	3	25	1	1	2	1	1	2	2	10
3	Husaini	4	4	4	4	4	3	4	27	1	1	1	1	2	1	1	8	4	4	3	4	3	4	4	26	1	1	1	2	1	1	1	8
4	Bismi	4	4	3	4	4	4	3	26	1	2	1	2	2	1	1	10	4	3	4	3	4	4	4	26	1	1	1	1	1	1	2	8
5	Junaidi	4	3	4	4	4	4	3	26	1	2	1	1	1	1	1	8	3	4	4	3	4	4	4	26	1	2	1	2	1	1	1	9
	Total	20	18	19	20	20	17	16	130	5	7	5	7	9	5	5	43	18	18	18	17	19	20	19	129	5	6	6	7	6	6	8	44
	Bobot	0,12	0,10	0,11	0,12	0,12	0,10	0,09	0,75	0,03	0,04	0,03	0,04	0,05	0,03	0,03	0,25	0,10	0,10	0,10	0,10	0,11	0,12	0,11	0,75	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03	0,03	0,05	0,25
	Rating	4	4	4	4	4	3	3	-	1	1	1	1	2	1	1	-	4	4	4	3	4	4	4	-	1	1	1	1	1	1	2	-
	Skor	0,46	0,37	0,42	0,46	0,46	0,33	0,3	2,81	0,03	0,06	0,03	0,06	0,09	0,03	0,03	0,32	0,37	0,37	0,37	0,33	0,42	0,46	0,42	2,75	0,03	0,04	0,04	0,06	0,04	0,04	0,07	0,33
1	Tarmizi	3	3	4	4	4	4	3	25	1	2	1	2	2	1	1	10	3	4	4	4	4	4	3	26	1	1	1	1	1	1	1	7
2	Zubaidah	3	3	3	4	4	3	3	23	1	2	1	2	3	1	1	11	4	3	4	4	4	4	4	27	1	1	1	1	2	1	1	8
3	Rosmadewi	4	4	3	4	4	4	4	27	1	1	1	2	3	1	1	10	3	4	3	3	4	4	3	24	2	1	2	1	1	1	2	10
4	Mariana	3	3	3	3	4	4	3	23	1	1	1	1	2	1	1	8	3	4	4	4	3	4	3	25	1	2	1	1	1	1	1	8
5	Eka Susanti	4	3	4	4	4	3	3	25	1	1	1	2	3	1	1	10	4	3	4	4	4	4	3	26	2	2	1	1	2	1	1	10
6	Cut Eva	3	4	3	3	4	4	4	25	1	1	1	2	3	1	1	10	3	3	3	4	4	4	3	24	1	2	2	1	1	1	1	9
7	Raiza Anwar	4	3	3	3	4	4	3	24	1	2	1	1	1	1	1	8	3	4	4	4	3	4	4	26	1	1	1	1	1	1	2	8
8	Safrida	4	4	3	4	4	3	3	25	1	1	1	2	2	1	1	9	4	3	4	3	4	4	4	26	2	1	2	1	1	1	2	10
9	Hendriawan	4	3	4	3	4	4	3	25	1	2	1	2	3	1	1	11	4	4	3	4	4	4	4	27	1	1	2	1	2	1	2	10
10	Firmansyah	4	3	4	4	4	4	4	27	1	1	1	2	3	1	1	10	3	3	4	4	4	4	4	26	1	1	2	1	1	1	1	8
11	Dedi Hidayat	4	4	3	3	4	3	3	24	1	1	1	2	1	1	1	8	3	3	4	3	4	4	3	24	1	2	1	1	1	1	1	8
12	Mariam	3	4	3	4	4	4	3	25	1	1	1	1	1	1	1	7	4	4	3	4	3	4	3	25	1	1	2	1	2	1	1	9
13	Ernavida	3	3	4	3	4	4	3	24	1	2	1	2	3	1	1	11	3	3	4	4	4	4	4	26	2	1	1	1	1	1	2	9
14	Suriyati	4	3	3	4	4	3	4	25	1	1	1	2	3	1	1	10	3	3	4	4	4	4	4	26	1	1	1	1	1	1	1	7
15	Cut Maghfirah	3	4	3	3	4	3	4	24	1	1	1	2	3	1	1	10	4	4	4	4	4	4	3	27	1	1	2	1	1	1	1	8
16	Mirza Khalid	4	3	3	3	4	4	3	24	1	1	1	1	3	1	1	9	4	4	4	3	4	4	4	27	1	1	1	1	2	1	1	8
17	Isma Ilza	4	3	4	3	4	3	3	24	1	1	1	2	3	1	1	10	4	3	4	3	4	4	4	26	1	1	2	1	1	1	2	9
18	Hidayatna	4	4	4	4	4	3	3	26	1	1	1	2	2	1	1	9	3	4	3	4	3	4	4	25	2	2	1	1	1	1	1	9
19	Masrida	4	4	3	4	4	3	4	26	1	2	1	2	1	1	1	9	3	3	4	3	4	4	3	24	1	1	1	1	1	1	1	7
20	Ramadhan	3	4	3	4	4	4	4	26	1	1	1	1	1	1	1	7	3	3	4	4	4	4	4	26	1	1	1	1	2	1	2	9
21	Hasan Basri	4	3	4	4	4	4	4	27	1	1	1	1	3	1	1	9	4	3	3	4	4	4	4	26	1	1	2	1	1	1	1	8
22	Herman	3	3	4	3	4	4	3	24	1	1	1	1	2	1	1	8	4	4	4	3	3	4	4	26	2	1	1	1	1	1	1	8

23	Akmal	3	4	3	4	4	4	4	26	1	1	1	2	1	1	1	8	4	4	4	4	4	4	3	27	1	1	1	1	1	1	2	8
24	Hafifuddin	4	3	4	3	4	3	3	24	1	1	1	2	1	1	1	8	3	4	4	3	4	4	4	26	1	1	1	1	1	1	1	7
25	Marijal	4	3	3	4	4	3	4	25	1	2	1	1	2	1	1	9	4	3	3	4	4	4	4	26	1	1	2	1	2	1	1	9
26	Adnan Husen	3	4	4	3	4	3	4	25	1	1	1	1	2	1	1	8	4	3	4	4	3	4	4	26	2	2	1	1	1	1	2	10
27	Nurhabibah	4	3	3	4	4	4	3	25	1	1	1	1	1	1	1	7	3	4	3	3	4	4	4	25	1	1	1	1	1	1	1	7
28	Mawar	4	3	3	3	4	3	3	23	1	1	1	1	1	1	1	7	3	3	4	4	4	4	4	26	1	1	1	1	1	1	1	7
29	Rika Hastuti	4	4	4	4	4	4	3	27	1	1	1	1	1	1	1	7	4	4	3	4	3	4	3	25	1	1	1	1	1	1	1	7
30	Wardah	4	4	4	4	4	4	4	28	1	1	1	1	1	1	1	7	4	4	4	4	4	4	4	28	1	1	1	1	1	1	1	7
	Total	109	103	103	107	120	107	102	751	30	37	30	47	61	30	30	265	105	105	111	111	113	120	109	774	37	36	40	30	37	30	39	249
	Bobot	0,11	0,10	0,10	0,11	0,12	0,11	0,10	0,74	0,03	0,04	0,03	0,05	0,06	0,03	0,03	0,26	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11	0,12	0,11	0,76	0,04	0,04	0,04	0,03	0,04	0,03	0,04	0,24
	Rating	4	4	4	4	4	3	3	-	1	1	1	1	2	1	1	-	4	4	4	3	4	4	4	-	1	1	1	1	1	1	2	-
	Skor	0,43	0,36	0,39	0,42	0,47	0,36	0,32	2,75	0,03	0,05	0,03	0,06	0,11	0,03	0,03	0,34	0,37	0,37	0,39	0,37	0,42	0,47	0,40	2,79	0,04	0,04	0,05	0,04	0,04	0,04	0,06	0,31

Lampiran 5

KOMBINASI STRATEGI SWOT USAHA KERUPUK JANGEK

Internal / Ekternal	Strenght (S)	Weakness (W)
	1) Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri memiliki label atau merek, sehingga mudah dikenal konsumen atau pelanggan. 2) Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet. 3) Kemasan produk UD. Fajar Industri terbuat dari bahan berkulitas demi menjaga citra rasa kerupuk jangek. 4) UD. Fajar Industri memiliki 3 (tiga) variasi harga dan ukuran produk sesuai dengan selera konsumen/pelanggan. 5) Tersedia potongan harga (diskount) bagi pelanggan tetap yang membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri. 6) UD Fajar Industri memiliki tenaga kerja dari anggota keluarga yang terampil dan giat bekerja dalam mengolah kerupuk jangek. 7) UD. Fajar Industri memiliki mitra usaha tetap yang siap bekerjasama mempromosikan dan menjual produk kerupuk jangek olahannya.	1) Bahan baku kulit kerbau untuk pengolahan kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri tidak selalu tersedia setiap hari. 2) Pengolahan kulit kerbau menjadi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri masih menggunakan peralatan sederhana. 3) Produk kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri adalah produk kerupuk kering yang belum siap dikonsumsi konsumen atau pelanggan. 4) Produksi kerupuk jangek UD. Fajar Industri bergantung pada pemesanan konsumen atau pelanggan. 5) Harga kerupuk jangek kering UD. Fajar Industri relatif lebih mahal dibandingkan produk kerupuk jangek siap konsumsi. 6) Produk kerupuk jangek UD Fajar Industri belum tersedia dalam ukuran kecil siap konsumsi untuk dijual di kios kelontongan. 7) Lokasi usaha kerupuk jangek UD. Fajar Industri berada di lokasi yang tidak strategis.
Opportunities (O)	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**
1) Biaya bahan baku kulit kerbau per kilogramnya relatif masih murah untuk kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri. 2) Minat masyarakat Kabupaten Aceh Barat dan luar daerah untuk mengkonsumsi kerupuk jangek terbilang masih tinggi. 3) Cakupan pangsa pasar untuk mendisribusikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri masih luas.	1) Menggunakan kekuatan S-1 untuk memanfaatkan peluang O-2 dan O-3. 2) Menggunakan kekuatan S-1 dan S-2 untuk memanfaatkan peluang O-1 ; O-6 dan O-7. 3) Menggunakan kekuatan S-4 untuk memanfaatkan peluang O-4 dan O-5. 4) Menggunakan kekuatan S-5	1) Meminimalkan kelemahan W-1 dan W-2 dengan memanfaatkan peluang O-1. 2) Meminimalkan kelemahan W-3 dengan memanfaatkan peluang O-5 ; O-6 dan O-7. 3) Meminimalkan kelemahan W-4 dengan memanfaatkan peluang O-5. 4) Meminimalkan kelemahan W-5

4) Tersedia media sosial yang memudahkan pemilik untuk mempromosikan produk kerupuk jangek UD. Fajar Industri. 5) Terdapat pelanggan tetap yang selalu membeli produk kerupuk jangek UD. Fajar Indusri sebagai oleh-oleh (buang tangan). 6) Di Kabupaten Aceh Barat belum ada usaha kerupuk jangek yang mengolah kerupuk jangek kering selain UD. Fajar Industri. 7) Produk kerupuk jangek kering yang diproduksi UD Fajar Industri lebih tahan lama dibanding kerupuk jangek siap konsumsi.	untuk memanfaatkan peluang O-2 ; O-3 dan O-5. 5) Menggunakan kekuatan S-6 untuk memanfaatkan peluang O-1; O-2 ; O-3 ; O-5 ; O-6 dan O-7. 6) Menggunakan kekuatan S-7 untuk memanfaatkan peluang O-2 ; O-3; O-6 dan O-7.	dan W-6 dengan memanfaatkan peluang O-4 dan O-5. 5) Meminimalkan kelemahan W-6 dan W-6 dengan memanfaatkan peluang O-3 ; O-6 dan O-7. 6) Meminimalkan kelemahan W-7 dengan memanfaatkan peluang O-4.
Threats (T) 1) Kenaikan bahan baku kulit kerbau dapat mempengaruhi kelancaran produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri. 2) Kondisi cuaca yang tidak stabil mempengaruhi keterbatan produksi kerupuk jangek pada UD. Fajar Industri. 3) Produk kerupuk jangek yang siap konsumsi dari usaha pesaing lebih banyak terdapat di pasar atau kios kelontong. 4) Terdapat usaha lain yang memproduksi kerupuk jangek dalam ukuran lebih kecil yang siap dikonsumsi oleh konsumen. 5) Usaha pesaing lebih rutin memproduksi dan mendistribusikan kerupuk jangek dibanding dengan UD. Fajar Industri. 6) Usaha pesaing selain UD. Fajar Industri juga memiliki label atau merek dagang sehingga merek tersebut mudah dikenali konsumen. 7) Konsumen masih sensitif terhadap harga produk kerupuk jangek yang ditawarkan oleh UD. Fajar Industri.	**Strategi S-T** 1) Menggunakan kekuatan S-2 dan S-3 untuk mengatasi ancaman T-1 dan T-5. 2) Menggunakan kekuatan S-4 untuk mengatasi ancaman W-4 dan W-7. 3) Menggunakan kekuatan S-7 untuk mengatasi ancaman W-5 dan W6.	**Strategi W-T** 1) Meminimalkan kelemahan W-3 untuk menghindari ancaman T-4 2) Meminimalkan kelemahan W-4 untuk menghindari ancaman T-3 dan T-5. 3) Meminimalkan kelemahan W-5 untuk menghindari ancaman T-6 dan T-7 4) Meminimalkan kelemahan W-6 untuk menghindari ancaman T-3 dan T-4.

Lampiran 6

PHOTO KEGIATAN PENELITIAN

Gambar 1. Observasi Penelitian di Lokasi Penjualan Kerupuk Jangek UD Fajar Industri

Gambar 2. Observasi Penelitian di Lokasi Penjualan Kerupuk Jangek UD Fajar Industri

Gambar 3. Observasi Penelitian di Lokasi Penjualan Kerupuk Jangek UD Fajar Industri

Gambar 4. Observasi Penelitian di Lokasi Produksi Kerupuk Jangek UD Fajar Industri

Gambar 5. Observasi Penelitian di Lokasi Produksi Kerupuk Jangek UD Fajar Industri

Gambar 6. Kerupuk Jangek Hasil Produksi UD. Fajar Industri di Gampong Kuta Padang

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Mudhar Gadarsyi lahir di Meulaboh pada tanggal 18 Desember 1995 merupakan anak dari Bapak Rasyidi Gadeng dan Ibu Rakibah. Penulis adalah anak terakhir dari empat bersaudara. Selanjutnya penulis memulai Pendidikan Dasar di SD Negeri Kuta Padang Kecamatan Suka Makmue Kabupaten Nagan Raya, Lulus pada 2008. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Meureubo Kabupaten Aceh Barat, lulus pada tahun 2011. Penulis melanjutkan Pendidikan Menengah di SMAN 1 Seunagan Kabupaten Nagan Raya, lulus pada tahun 2014. Selanjutnya penulis diterima sebagai Mahasiswa pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar pada tahun 2014. Pada tahun 2018 penulis pernah aktif pada organisasi kampus yaitu PEMA FAPERTA atau BEM Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.