ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN DALAM PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG LUMER

(STUDI KASUS UMKM KERIPIK PISANG DI DESA PUCANGSARI KECAMATAN PURWODADI )

***Analysis of success factors in developing the melted banana chips business (case study of banana chips UMKM in Pucangsari Village, Purwodadi District.***

**1)Teguh Sarwo Aji, SP., M.MA 2)Abdul Kodir**

1Mahasiswa program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan

2Dosen program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan

1Email: teguh@yudharta.ac.id

2Email: abdulkodir5927122000@gmail.com

# ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu bentuk UMKM yang cukup potensial dan banyak digemari oleh masyarakat adalah usaha keripik pisang. Inovasi keripik pisang lumer merupakan pengembangan dari keripik pisang tradisional dengan menambahkan saus cokelat yang meleleh, memberikan sensasi rasa yang unik dan menarik. Tujuan penelitian pada analisis faktor keberhasilan usaha keripik pisang ini adalah Menganalisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keberhasilan pengembangan usaha keripik pisang menggunakan matriks SWOT. Dan Menganalisis faktor-faktor yang sesuai dan berpengaruh untuk rekomendasi BMC dalam pengembangan usaha keripik pisang. Lokasi penelitian di laksanakan di desa pucangsari kecamatan purwodadi menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data non-numerik, seperti kata-kata, gambar, atau objek, untuk memahami konsep, opini, atau pengalaman. Penelitian ini dapat menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari pelaku usaha keripik pisang, wawancara mendalam dengan stakeholder industri, dan analisis data sekunder dari studi terdahulu. Hasil penelitian Berdasarkan matriks SWOT faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha keripik pisang adalah strategi diversifikasi produk menggunakan kekuatan untuk menghadapi berbagai ancaman. Meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis yang sudah beredar di pasaran (S1,T1,T3), Mempromosikan keunggulan produk untuk meningkatkan minat beli konsumen (S3,S4,S5,T1,T2), Menjaga stabilitas harga produk agar terjangkau dan minat konsumen meningkat (S2,T2), Menjalin kemitraan dengan petani dan pedagang pisang untuk menyediakan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang stabil (S1,S2,T4). Strategi yang sesuai dalam pengembangan usaha keripik pisang yaitu dengan melaksanakan 9 komponen BMC mulai dari menentukan nilai yang ditawarkan (value proposition) yang memiliki ciri khas dan keunggulan produk, memilih segmen konsumen (customer segment) yang tepat melalui kegiatan survei pasar, melaksanakan strategi penjualan dan promosi yang tepat untuk menarik minat beli konsumen (customer relationship), memanfaatkan sumberdaya (key resource) baik sumberdaya manusia, modal dan bahan baku sesuai dengan kebutuhan usaha, melaksanakan aktivitas produksi (key activities) yang hygienis dan menjaga kualitas produk, memberikan kemudahan agar produk dapat terdistribusi dengan cepat kepada pembeli (channel), menghitung kebutuhan modal dengan tepat (cost structure), mengidentifikasi mitra usaha (key partner) dengan tepat dan mengidentifikasi peluang sumber-sumber penerimaan dengan tepat (revenue stream).

**Kata Kunci** : Analisis SWOT, UMKM Keripik Pisang, BMC.

***ABSTRACT***

*Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) are one of the important pillars of the Indonesian economy. MSMEs play a significant role in creating jobs, increasing people's income, and supporting national economic growth. One form of UMKM that has quite potential and is very popular with the public is the banana chips business. The melted banana chips innovation is a development of traditional banana chips by adding melted chocolate sauce, providing a unique and interesting taste sensation. The research objective in analyzing the success factors of the banana chips business is to analyze the influence of internal and external factors on the success of developing the banana chips business using the SWOT matrix. And Analyze the appropriate and influential factors for BMC recommendations in developing the banana chips business. The research location was carried out in Pucangsari village, Purwodadi subdistrict using qualitative methods. Qualitative methods are research approaches that focus on collecting and analyzing non-numerical data, such as words, images, or objects, to understand concepts, opinions, or experiences. This research can use survey methods to collect data from banana chips business actors, in-depth interviews with industry stakeholders, and secondary data analysis from previous studies. Research results Based on the SWOT matrix, the influencing factor in developing the banana chips business is the product diversification strategy using strengths to face various threats. Improving product quality so that it can compete with similar products already circulating on the market (S1, T1, T3), Promoting product excellence to increase consumer buying interest (S3, S4, S5, T1, T2), Maintaining product price stability so that it is affordable and attractive increasing consumers (S2, T2), Establishing partnerships with banana farmers and traders to provide quality raw materials at stable prices (S1, S2, T4). The appropriate strategy in developing a banana chips business is to implement 9 BMC components starting from determining the value offered (value proposition) which has distinctive characteristics and product advantages, selecting the right consumer segment through market survey activities, implementing sales strategies and appropriate promotion to attract consumer buying interest (customer relationship), utilize resources (key resources) both human resources, capital and raw materials in accordance with business needs, carry out hygienic production activities (key activities) and maintain product quality, provide convenience for product can be distributed quickly to buyers (channel), calculate capital requirements correctly (cost structure), identify business partners (key partners) correctly and identify opportunities for revenue sources correctly (revenue stream).*

***Keywords:*** *SWOT Analysis, Banana Chips, UMKM, BMC.*

# PENDAHULUAN

Pasuruan memiliki peran penting dalam industri keripik pisang di Indonesia. Menurut sebuah studi dari Universitas Narotama, pengelolaan dan kontrol sumber daya Ketersediaan bahan baku memiliki dampak yang signifikan terhadap kelancaran jalannya proses produksi keripik pisang. Pasuruan, dengan ketersediaan bahan baku berupa pisang yang melimpah, mendukung peluang bisnis keripik pisang ini. Hal ini memungkinkan perusahaan seperti Banana Cakra Bawana di Pasuruan untuk mempertahankan divisi produksinya dan memenuhi permintaan konsumen dengan efektif. Pisang adalah buah yang mudah rusak (perishable), sehingga pengembangan produk olahan pisang terus dilakukan. Pengembangan usaha kecil berdampak pada ekonomi rakyat yang harus diwujudkan dengan tindakan nyata (Afridhal, 2017). Salah satu bentuk pengolahan pisang adalah dengan membuat keripik pisang. Keripik pisang adalah produk olahan yang memiliki nilai ekonomi yang baik di pasar nasional (Sakina dan Tangkesalu, 2018). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan signifikan Dalam menciptakan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu bentuk UMKM yang cukup potensial dan banyak digemari oleh masyarakat adalah usaha keripik pisang. Pentingnya UMKM dalam Perekonomian UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang signifikan, yang membantu mengurangi tingkat pengangguran. Dalam konteks sosial, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan pendapatan secara lebih merata di antara masyarakat. Keripik Pisang sebagai Peluang Usaha Keripik pisang merupakan salah satu jenis makanan ringan yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Dengan bahan baku yang mudah didapatkan dan proses produksi yang relatif sederhana, usaha keripik pisang menjadi pilihan yang menarik bagi para pelaku UMKM. Selain itu, keripik pisang memiliki daya tahan yang cukup lama, sehingga cocok untuk dipasarkan dalam berbagai skala, baik lokal maupun nasional. Inovasi keripik pisang lumer merupakan pengembangan dari keripik pisang tradisional dengan menambahkan saus cokelat yang meleleh, memberikan sensasi rasa yang unik dan menarik. Di Pasuruan, D’Genk Banana adalah salah satu UMKM yang memiliki inovasi pertama olahan pisang lumer, menawarkan keripik dengan saus lumer berbagai varian rasa seperti greentea, cokelat, dan vanila. Cara pembuatan keripik pisang lumer ini melibatkan penggorengan pisang hingga kering dan kemudian di mix atau di campur dengan saus cokelat yang telah dilelehkan. Inovasi ini tidak hanya menambah keanekaragaman produk keripik pisang, tetapi juga memberikan nilai tambah dan keunikan yang dapat menarik minat konsumen.Alasan saya memilih judul Analisis faktor – faktor keberhasilan dalam pengembangan usaha keripik pisang lumer adalah karena di daerah objek penelitian yang memiliki potensi sumber bahan baku keripik pisang yang mencukupi untuk pengembangan usaha keripik pisang. Dengan mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang lumer dapat membantu UMKM dalam memecahkan setiap kendala atau permasalahan yang ada.

# METODE

Lokasi penelitian di laksanakan di desa pucangsari kecamatan purwodadi menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data non-numerik, seperti kata-kata, gambar, atau objek, untuk memahami konsep, opini, atau pengalaman. Penelitian ini dapat menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari pelaku usaha keripik pisang, wawancara mendalam dengan stakeholder industri, dan analisis data sekunder dari studi terdahulu.

Jenis data yang terkumpul mencakup data primer dan data sekunder. data primer data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pengusaha keripik pisang yang menjadi responden melalui proses wawancara. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari literatur-litertur dan dari instansi atau dinas terkait yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Pengumpulan data wawancara metode ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara langsung kepada responden berdasarkan kumpulan pertanyaan instrumen yang telah disiapkan sebelumnya. Responden dalam penelitian ini adalah pegawai internal di UMKM keripik pisang. Pencatatan Metode ini digunakan untuk menghimpun informasi sekunder dari UMKM keripik pisang. Studi literatur dan kepustakaan dalam studi literatur, Anda dapat mengakses berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, skripsi, artikel, dan buku yang terkait dengan topik penelitian anda. Dengan memeriksa literatur yang ada, anda dapat mengidentifikasi kerangka konseptual, teori, dan temuan sebelumnya yang relevan dengan penelitian anda. Selain itu, studi literatur juga membantu anda memahami perdebatan dan isu-isu yang ada dalam bidang tertentu. Dengan membandingkan berbagai pendekatan dan temuan, Anda dapat mengembangkan argumen yang lebih kuat dan mengisi celah pengetahuan yang mungkin ada. Studi pustaka memang menjadi langkah penting dalam penelitian, terutama untuk memperoleh pemahaman teoritis dan mendukung analisis masalah yang relevan. Dokumentasi di lakukan dengan cara mengabadikan momen selama proses observasi dan wawancara berlangsung. Dokumentasi juga dapat digunakan sebagai bukti pasca penelitian berlangsung. Populasi dan sampel populasi dalam peineilitian ini adalah karyawan di umkm keripik pisang yang berada di desa pucangsari kecamatan purwodadi. Sampel Untuk pengambilan sampel (sampling) penelitian ini mengambil tempat olah produksi keripik pisang di desa pucangsari Kecamatan purwodadi Kabupaten Pasuruan.

# ANALISIS DATA

Tahapan dalam menentukan faktor strategi eksternal (EFAS) dan faktor strategi internal (IFAS) suatu perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Susunlah faktor-faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman serta faktor-faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan sejumlah lima sampai sepuluh faktor-faktor yang berpengaruh di dalamnya.
2. Berilah bobot untuk masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat berdampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4, 00 (outstanding) sampai dengan 1,00 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai rating untuk faktor yang bersifat positif diberi nilai +1 (sangat lemah) sampai +4 (sangat kuat) untuk semua faktor internal dan eksternal. Sedangkan faktor yang bersifat negatif kebalikannya, contohnya jika ancamannya besar sekali ratingnya adalah 1 dan apabila ancamannya sedikit maka rating yang diberikan 4.
4. Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa nilai pembobotan mulai dari 4,00 (outstanding) sampai dengan 1,00 (poor). Jumlah skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal dan internal.

Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Selanjutnya Matriks SWOT dilakukan pembobotan dan perangkingan untuk menentukan skor sebagai dasar untuk penentuan kuadran SWOT;

Kuadran I : Merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

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

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (turn around).

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (defensive).

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa faktor kekuatan yang dimiliki oleh UMKM Keripik Pisang di Desa Pucangsari adalah bahan baku berkualitas dan mudah di dapat, Harga bahan baku mudah didapat, Produk ini bebas bahan pengawet, Pengolahan produk higyenis, Harga jual terjangkau. Faktor eksternal ancaman yang sedang dihadapi oleh UMKM Keripik Pisang di Desa Pucangsari adalah sudah beredar produk sejenis keripik pisang di media sosial, Minat konsumen untuk membeli produk masih rendah, Keripik pisang lumer ini merupakan produk yang mudah ditiru, Harga bahan baku tidak stabil. Berdasarkan hasil perhitungan beberapa faktor diatas, maka diperoleh total skor untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2. Tabel 1 menunjukkan bahwa total nilai skor Total nilai skor faktor strategi internal yang diperoleh dari hasil analisis sebesar 0,53. Total nilai skor yang diperoleh semakin mendekati 4, artinya semakin banyak kekuatan yang dimiliki oleh UMKM Mawar Indah dibandingkan dengan kelemahan (Rangkuti, 2016). UMKM Keripik Pisang di Desa Pucangsari memiliki potensi lingkungan internal yang kuat untuk dilakukan pengembangan usaha.

Tabel 1 Matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Faktor Internal** | **Rating** | **Bobot** | **Jumlah** |
| Kekuatan: |  |  |  |
| 1. Bahan baku berkualitas dan mudah di dapat
 | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 1. Harga bahan baku mudah didapat
 | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 1. Produk ini bebas bahan pengawet
 | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 1. Pengolahan produk higyenis
 | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 1. Harga jual terjangkau
 | 0,1 | 3 | 0,3 |
| **Jumlah** | **0,6** |  | **1,85** |
| Kelemahan: |  |  |  |
| 1. Produk tidak tahan lama dan mudah hancur
 | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 1. Belum memiliki ijin usaha
 | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 1. Masih menggunakan teknologi sederhana
 | 0,05 | 3 | 0,15 |
| 1. Produk belum terkenal
 | 0,03 | 2 | 0,06 |
| 1. Keterampilan SDM masih rendah dalam pengolahan keripik pisang lumer
 | 0,07 | 3 | 0,21 |
| **Jumlah** | **0,4** |  | **1,32** |
| **S-W** | **1** |  | **0,53** |

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 2 Matriks External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Faktor Eksternal** | **Rating** | **Bobot** | **Jumlah** |
| Peluang: |  |  |  |
| 1. Keripik pisang lumer merupakan makanan yang familiar di kalangan muda maupun orang dewasa
 | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 1. Makanan praktis dan cocok dikonsumsi oleh anak – anak dan orang dewasa
 | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 1. Belum ada pesaing yang mengolah keripik pisang lumer di area kampus dan sekitarnya
 | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 1. Minat terhadap produk berbahan baku pisang dan makanan manis meningkat
 | 0,1 | 4 | 0,4 |
| **Jumlah** | **0,4** |  | **1,6** |
| Ancaman: |  |  |  |
| 1. Sudah beredar produk sejenis keripik pisang di media sosial.
 | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 1. Minat konsumen untuk membeli produk masih rendah
 | 0,2 | 3 | 0,6 |
| 1. Keripik pisang lumer ini merupakan produk yang mudah ditiru
 | 0,2 | 2 | 0,4 |
| 1. Harga bahan baku tidak stabil
 | 0,1 | 3 | 0,3 |
| **Jumlah** | **0,6** |  | **2,4** |
| **O-T** |  |  | **-0,8** |
| Keterangan: 4) Sangat Penting 3) Penting 2) Cukup Penting 1) Tidak Penting |  |  |  |

Sumber: Data primer diolah, 2024

Catatan:

1. Jumlah Bobot Kekuatan dan Kelemahan harus 100% atau 1,00

2. Jumlah Bobot Peluang dan Ancaman harus 100% atau 1,00

Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS di atas, maka kuadran SWOT Keripik Pisang adalah sebagai berikut :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | O |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  | (0,53) |  |  |  |
| W |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | S |  |  |
|  |  |  |  |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  | KW II |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  | (Diversifikasi produk) |
|  |  |  |  |  |   |   |   |   |   |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  | (-0,8) |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | T |   |  |  |  |  |  |  |  |  |

Berdasarkan kuadran SWOT di atas, maka dapat diketahui bahwa strategi SWOT ada di kuadran II yaitu diversifikasi produk menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman (S-T). Kuadran II mengindikasikan situasi untuk menghadapi berbagai ancaman, tetapi perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Dengan meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis yang sudah beredar di pasaran, Mempromosikan keunggulan produk untuk meningkatkan minat beli konsumen, Menjaga stabilitas harga produk agar terjangkau dan minat konsumen meningkat, Menjalin kemitraan dengan petani dan pedagang pisang untuk menyediakan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang stabil.

Matriks SWOT usaha keripik pisang lumer dapat dijabarkan sebagai berikut:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Internal** **Eksternal**  | ***Strengths***1. Bahan baku berkualitas.
2. Harga bahan baku yang murah dan mudah didapat.
3. Produk ini bebas bahan pengawet.
4. Pengolahan produk higyenis
5. Harga jual terjangkau.
 | ***Weaknesses***1. Produk tidak tahan lama dan mudah hancur
2. Belum memiliki ijin usaha
3. Masih menggunakan teknologi sederhana
4. Produk belum terkenal
5. Keterampilan SDM masih rendah dalam pengolahan keripik pisang lumer
 |
| ***Opportunities***1. Keripik pisang lumer merupakan makanan yang sudah familiar di kalangan muda dan orang dewasa.
2. Makanan yang praktis dan cocok dikonsumsi oleh anak-anak dan orang dewasa.
3. Belum ada pesaing yang mengolah dan menjual keripik pisang lumer di area kampus dan sekitarnya.
4. Minat masyarakat terhadap produk berbahan baku pisang meningkat
 | ***Strategi SO**** + 1. Mempromosikan keunggulan produk khususnya dari aspek kualitas bahan baku produk agar lebih familiar di masyarakat secara intensif (S1,O1);
		2. Diversifikasi produk dengan menambah varian rasa seperti matcha, vanila dan taro (S2,O2)
		3. Melayani order dengan aneka toping sesuai dengan permintaan pelanggan dengan harga terjangkau(S5, O3)
		4. Memberikan harga jual yang terjangkau sehingga minat masyarakat semakin meningkat (S5,O4)
 | ***Strategi WO***1. Menggunakan kemasan pouch agar lebih praktis, ekonomis dan tahan lama. (W1,O2);
2. Mengajukan ijin usaha agar dapat menjual produk secara legal dan melakukan penjualan secara luas ke beberapa daerah. (W2,O3)
3. Promosi produk baik secara offline dan online melalui media sosial (W4,O1)
4. Meningkatkan keterampilan SDM melalui pembelajaran secara online seperti youtube) dan offline seperti magang, konsultasi, pelatihan, dll (W3,W5,O3)
 |
| ***Threats***1. Sudah beredar produk sejenis keripik pisang lumer di pasaran.
2. Minat konsumen untuk membeli produk masih rendah.
3. Keripik pisang lumer ini merupakan produk yang mudah ditiru.
4. Harga bahan baku tidak stabil.
 | ***Strategi ST***1. Meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis yang sudah beredar di pasaran (S1,T1,T3)
2. Mempromosikan keunggulan produk untuk meningkatkan minat beli konsumen (S3,S4,S5,T1,T2)
3. Menjaga stabilitas harga produk agar terjangkau dan minat konsumen meningkat (S2,T2)
4. Menjalin kemitraan dengan petani dan pedagang pisang untuk menyediakan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang stabil (S1,S2,T4)
 | ***Strategi WT***1. Meningkatkan pengetahuan pengusaha agar dapat memproduksi keripik pisang lumer secara efektif dan efisien serta mempertahankan kualitas dan harga produk (W1,W3,T1);
2. Melakukan promosi agar minat konsumen semakin meningkat (W1,T2)
 |

Strategi yang dapat dilakukan adalah strategi diversifikasi produk menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman (S-T) beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah Meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis yang sudah beredar di pasaran (S1,T1,T3), Mempromosikan keunggulan produk untuk meningkatkan minat beli konsumen (S3,S4,S5,T1,T2), Menjaga stabilitas harga produk agar terjangkau dan minat konsumen meningkat (S2,T2), Menjalin kemitraan dengan petani dan pedagang pisang untuk menyediakan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang stabil (S1,S2,T4).

# KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan matriks SWOT faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha keripik pisang adalah strategi diversifikasi produk menggunakan kekuatan untuk menghadapi berbagai ancaman. Meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan produk sejenis yang sudah beredar di pasaran (S1,T1,T3), Mempromosikan keunggulan produk untuk meningkatkan minat beli konsumen (S3,S4,S5,T1,T2), Menjaga stabilitas harga produk agar terjangkau dan minat konsumen meningkat (S2,T2), Menjalin kemitraan dengan petani dan pedagang pisang untuk menyediakan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang stabil (S1,S2,T4).

2. Strategi yang sesuai dalam pengembangan usaha keripik pisang yaitu dengan melaksanakan 9 komponen BMC mulai dari menentukan nilai yang ditawarkan (value proposition) yang memiliki ciri khas dan keunggulan produk, memilih segmen konsumen (customer segment) yang tepat melalui kegiatan survei pasar, melaksanakan strategi penjualan dan promosi yang tepat untuk menarik minat beli konsumen (customer relationship), memanfaatkan sumberdaya (key resource) baik sumberdaya manusia, modal dan bahan baku sesuai dengan kebutuhan usaha, melaksanakan aktivitas produksi (key activities) yang hygienis dan menjaga kualitas produk, memberikan kemudahan agar produk dapat terdistribusi dengan cepat kepada pembeli (channel), menghitung kebutuhan modal dengan tepat (cost structure), mengidentifikasi mitra usaha (key partner) dengan tepat dan mengidentifikasi peluang sumber-sumber penerimaan dengan tepat (revenue stream).

# SARAN

1. Bagi UMKM Keripik Pisang Di Desa Pucangsari diharapkan perlu mempertimbangkan hasil dari rancangan strategi dalam BMC untuk di terapkan pada usahanya.
2. Bagi penelitian selanjutnya Perlu melakukan penelitian yang sama dengan objek dan sampel yang berbeda, agar memperkuat hasil penelitian agar lebih akurat.

# DAFTAR PUSTAKA

Alexander Asterwalder, Y.P. 2014. Analisis Penerapan Business Model Canvas (BMC) Pada Perusahaan Duo Jago Malang. Business Model Generation, Cetakan ke-6. Thesis, pp.5–41.

Anon n.d. Jurnal\_Yuyun Wahyuni\_Politeknik Negeri Banyuwangi\_2022-1 (2).

Apriliani, A.D., Fachrizal, R. and Situmorang, F.C. 2023. Nilai Tambah Usaha Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus: Usaha Keripik Alami di Wenda Asri Distrik Jagebob Kabupaten Merauke). Musamus Journal of Agribusiness. 6(1), pp.46–54.

Apriyani, M., Hardjomidjojo, H. and Kadarisman, D. 2014. Prospek Pengembangan Usaha Keripik Pisang di Bandarlampung. MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah. 9(1), pp.89–95.

Balqis, N.R. n.d. ABSTRACT ANALYSIS OF COST OF PRODUCTION, COST OF GOODS SOLD, AND AGROINDUSTRY MARKET DEVELOPMENT STRATEGIES BANANA CHIPS IN PESAWARAN DISTRICT.

Banunaek, A., Kune, S.J. and Joka, U. 2022. Strategi Pengembangan Agroindustri di Kota Kefamenanu (Studi Kasus pada Usaha Keripik Sularso). Edufortech. 7(2), pp.121–131.

Budiman, F.S. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) di UKM Yourbestbeautycare TUGAS. Braz Dent J. 33(1), pp.1–12.

Hastinawati, I. and Rum, M. 2012. Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang Di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. 1(1), pp.15–24.

María Luisa Saavedra García, M.E.C.A.M.E.S.G. 2012. No Titleענף הקיווי: תמונת מצב. עלון הנוטע. 66, pp.37–39.

Nada Salsabila 2022. Analisis SWOT Produk Kerajinan Tas Anyaman dari Rotan.

Nita et al. 2015. Metadata, citation and similar papers at core.ac.uk 4. Донну. 5(December), pp.118–138.

Penelitian, A. and Rahman, S. 2015. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung. . 4(3), pp.108–111.

Priyono Feliciana 2015. Jurnal Bmc.

Ruswaji, R. and Rachmantha, Z. 2018. Analisis Kelayakan Usaha Keripik Kentang Pada Ud. Vigor Rejoso Kecamatan Junrejo Kota Batu Malang. Jurnal Akuntansi. 3(3), p.851.

Sadananya, K., Ciamis, K. and Singkong, K. 2024. AGROINDUSTRI KERIPIK SINGKONG ( Studi Kasus Pada Agroindustri Keripik Singkong Ibu Nining di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis ) ADDED VALUE AND DEVELOMENT STRATEGY FOR CASSAVA CHIPS AGROINDUSTRY ( Case Study on Mrs . Nining ’ s Cassava. Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH. 11, pp.56–69.

Hendrarini, Hamidah & Rejeki, Desi. (2024). Manajemen Agribisnis Berbasis Pertanian Terpadu. Azzia Karya Bersama. Padang.

# LAMPIRAN

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**

Abdul Kodir lahir pada tanggal 27 Desember tahun 2000 di Purwodadi Kabupaten Pasuruan. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Orang Tua Penulis Bernama Bpk Muhammad Arifin Dan Ibu Muslikha. Penulis menempuh pendidika sekolah dasar di SDN Pucangsari 2 pada tahun 2007 - 2013 dan melanjutkan jenjang pendidikan berikutnya ke SMPN 2 Purwodadi sampai tahun 2017 kemudian melanjutkan ke SMKN 1 Purwosari hingga tahun 2020, selanjutnya penulis melanjutkan studinya di Universitas Yudharta Pasuruan Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan hidayah kepada penulis, serta suport dari kedua orang tua sehingga penulis mampu untuk terus menuntut ilmu dan terus berproses untuk menyelesaikan study di Universitas Yudharta Pasuruan, hingga akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan semoga dapat bermanfaat untuk orang lain dan peneliti berikutnya.

Sebagai penutup penulis mengucapkan syukron wa jazakumullahu khiaran katsira atas selesainya Artikel dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Keberhasilan Dalam Pengembangan Usaha Keripik Pisang Lumer Di Desa Pucangsari Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan.