

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU
(Studi Kasus di Kelompok Industri Rumah Tangga
Keripik Ubi Kapuah Saiyo)**

SKRIPSI

**GIA DESMIATI
191000454201004**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN
KOTA SOLOK
2023**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK UBI KAYU (Studi Kasus di Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo)

Abstrak

Penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus di Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo) Nagari Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok ini dilaksanakan untuk menentukan apa yang menjadi kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman, serta untuk mengetahui strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode studi kasus (*case study*), dengan metode analisis data yang digunakan terdiri dari tiga tahap yaitu *input stage*, *matching stage* dan *decision stage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan tertinggi yang dimiliki Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo yaitu lokasi usaha strategis dan tempat usaha milik sendiri dengan total skor 0,26 dan kelemahan terbesar yaitu kurangnya strategi pemasaran dengan total skor 0,15. Peluang terbesar yang dimiliki adalah pemasaran keluar daerah dengan total skor 0,3, sedangkan untuk ancaman adalah selera konsumen berubah-ubah dengan total skor 0,34. Strategi pengembangan usaha yang dijalankan adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Yang menjadi prioritas utama adalah usaha mendapatkan keunggulan yang kompetitif di pasar dengan cara mempertahankan kualitas produk, penetrasi pasar, meningkatkan relasi dan loyalitas pelanggan, sedangkan untuk alternatif strategi yang dijalankan adalah menambah jumlah karyawan yang memiliki keahlian dibidang teknologi dan informasi guna mengembangkan pasar dan meningkatkan penjualan pada masa yang akan datang.

Kata kunci: strategi pengembangan, keripik ubi kayu

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dimana sektor pertanian memiliki peranan penting terhadap perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penduduk yang bekerja dalam sektor pertanian yaitu sebanyak 38,32 juta orang atau setara dengan 29,76 % (Badan Pusat Statistik, 2021)

Pertanian dalam arti luas terdiri dari lima sektor yaitu tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Kelima sektor pertanian tersebut bila ditangani dengan serius sebenarnya akan mampu memberikan sumbangan yang besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia mendatang. Salah satu cara penanganannya yaitu dengan berorientasi pada bisnis pertanian atau agribisnis (Hastuti, 2017).

Semenjak tahun 2021 sumbangan sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sebesar 13,28%, dimana dari sektor pangan berkontribusi sebesar 2,60%, sektor perkebunan sebesar 3,94%, sektor peternakan sebesar 1,58%, sektor perikanan sebesar 2,77%, dan sektor kehutanan 0,66% (Badan Pusat Statistik, 2021)

Walaupun sektor tanaman pangan merupakan penyumbang nomor 3 terbesar dari sektor pertanian terhadap PDB Nasional, namun tanaman pangan sangat penting artinya bagi masyarakat karena tanaman pangan mampu menggerakkan masyarakat untuk beraktivitas, membuat hidup sehat, dan meningkatkan kesejahteraan. Salah satu hasil komoditi tanaman pangan yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia adalah ubi kayu, berdasarkan Badan

Pusat Statistik (2021) ubi kayu menjadi tanaman pangan nomor 6 (enam) yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia dengan jumlah produksi mencapai 17,749,055 juta ton, dengan luas lahan 695,782 Ha.

Pada masa yang akan datang kebutuhan produksi ubi kayu diperkirakan meningkat. Untuk mencukupi produksi ubi kayu nasional, diperlukan program peningkatan produksi per satuan luas lahan, perbaikan kualitas dan pengolahan hasil panen. Ubi kayu di Indonesia tidak semuanya di konsumsi melainkan ada sebagian yang diolah, hasil olahan ubi kayu di Indonesia bermacam-macam yaitu kroket singkong, ketimus, lemet singkong, getuk keju, getuk goreng, getuk lindri, jemblem, donat tape singkong, singkong thailand empuk, keripik ubi kayu, ongol-ongol singkong, tepung tapioka dan tepung kasava.

Sumatera Barat merupakan penghasil produksi ubi kayu yang cukup besar. Produksi ubi kayu di Sumatera Barat dapat di lihat dari data luas panen, produksi dan produktivitas ubi kayu pada tahun 2017-2021 sebagai berikut:

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Ubi Kayu di Sumatera Barat Tahun 2017- 2021

Tahun	Luas Panen(Ha)	Produksi (kw)	Produktivitas (kw/Ha)
2017	4 931,00	209 115,00	424,08
2018	4 956,50	203 171,00	409,91
2019	4 167,50	170 941,31	410,18
2020	3 626,30	154 728,76	426,68
2021	3 435,70	153 412,02	446,52
Jumlah	21 117	891 368,09	2 117,37

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat dari tahun 2017-2021 produktivitas ubi kayu di Sumatera Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sedangkan untuk luas panen mengalami ketidak stabilan dari tahun ke tahun. Namun demikian produksi ubi kayu yang di hasilkan di Sumatera Barat sudah

mampu memberikan lapangan pekerjaan dan meningkatkan ekonomi masyarakat. Selain itu produksi ubi kayu yang telah dicapai terwujud melalui proses pembangunan.

Nitisastro (2010) menyatakan pembangunan adalah proses dan transformasi dari keadaan ekonomi yang terhenti kesuatu pertumbuhan kumulatif yang bersifat terus menerus. Sementara itu Todaro dan Smith (2006) menyatakan bahwa inti dari pembanguana adalah memperbaiki kualitas kehidupan. Dewasa ini masyarakat menyadari bahwa pembangunan itu penting guna menghasilkan kesejahteraan. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mendirikan usaha mikro kecil menengah (UMKM).

UMKM menurut Setyobudi (2007) memiliki eksistensi penting dalam perekonomian Indonesia namun kadang-kadang terlupakan dalam peraturan kebijakan, pada hal jika mengenal lebih jauh, peran UMKM bukanlah sekedar pendukung dalam kontribusi ekonomi Nasional saja, namun UMKM sudah dijadikan sebagai lapangan usaha dan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

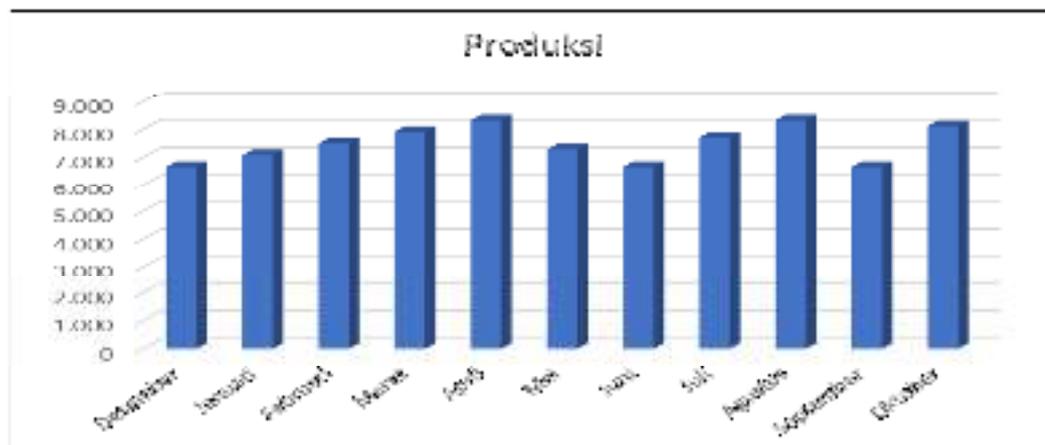
Di Kabupaten Solok terdapat sebanyak 13.366 UMKM yang terdiri dari usaha mikro sebanyak 11.787, usaha kecil sebanyak 1.518 dan usaha menengah sebanyak 61 (lampiran 1). Data tersebut mengindikasikan bahwa usaha mikro merupakan jenis usaha yang paling banyak, hal ini disebabkan karena usaha mikro merupakan usaha rumah tangga. Perkembangan UMKM yang cukup banyak, juga berdampak terhadap peluang dan kompetisi yang cukup ketat dalam memperoleh keuntungan. Menurut Saparudin (2008) kondisi persaingan tersebut akan mengarah pada keseimbangan.

Berdasarkan Hasil survey lapangan, UMKM pengolahan ubi kayu yang dijadikan keripik ubi kayu banyak berkembang di Kecamatan X Koto Singkarak tepatnya di Nagari Sumani, Jorong Kapuah. UMKM masih berbentuk Industri Rumah Tangga, namun sudah terorganisir dalam Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo. Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo merupakan kelompok usaha keripik ubi yang masih menggunakan cara tradisional dalam tahap prosesnya, walaupun demikian penjualannya sudah cukup baik karena pembeli atau konsumennya berasal dari berbagai daerah. Keripik ubi ini menjadi salah satu mata pencarian masyarakat di Jorong Kapuah, sehingga mampu menunjang kehidupan masyarakat. Saputra (2021) menyatakan keripik merupakan makanan ringan dan cemilan yang di konsumsi sehari-hari berupa irisan tipis yang sangat terkenal dikalangan masyarakat, hampir semua masyarakat menyukainya karena sifatnya renyah, gurih, tidak terlalu mengenyangkan, dan tersedia beraneka rasa yaitu asin, manis dan pedas. Keripik sangat praktis karena kering, sehingga lebih awet dan mudah di sajikan kapanpun.

Berdasarkan observasi awal terdapat sebanyak 13 orang anggota yang masih aktif dalam mengelola keripik ubi tersebut. Namun keberadaan industri rumah tangga ini menghadapi persaingan yang ketat dari usaha sejenis di Kecamatan lain maupun di luar Kabupaten.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo belum menggunakan strategi yang baik. Hal ini terlihat dari proses pengolahan ubi kayu yang belum adanya perencanaan yang baik, tidak adanya pengorganisasian suatu proses produksi yang kontinu serta

tidak ada strategi pemasaran yang baik. Data produksi keripik ubi kayu Kapuah Saiyo bulan Desember 2021- Oktober 2022 dapat di lihat dari gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Produksi Keripik Ubi di Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo Bulan Desember 2021- Oktober 2022 (Sumber: Observasi pendahuluan 2022)

Berdasarkan gambar dapat dijelaskan bahwa produksi keripik ubi pada bulan Desember 2021 - Oktober 2022 tidak menetap dan dipasarkan dengan tingkat harga yang relatif rendah, selain itu pembeli umumnya merupakan masyarakat di sekitar UMKM tersebut. Untuk itu agar Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo lebih maju maka diperlukan strategi pengembangan usaha yang baik dengan memperhatikan berbagai faktor secara baik dan sistematis. Penyusunan strategi menurut David (2011) dapat dilakukan melalui beberapa tahap mulai dari perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi. Melihat kondisi tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo di Nagari Sumani, dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus di Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo)”**

B. Permasalahan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja yang menjadi kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman pengembangan usaha keripik ubi kayu pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini:

1. Menentukan apa yang menjadi kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman pengembangan usaha keripik ubi kayu pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1. Bagi Peneliti, sebagai proses pembelajaran dan mempraktekkan metode yang dipelajari di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah di dunia nyata dalam masalah ini strategi pemasaran produk.
2. Bagi pengusaha, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pengembangan usaha.

3. Bagi pemerintah, dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan terhadap UMKM Keripik Ubi Kayu
4. Bagi pembaca, dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada faktor kekuatan, kekuatan tertinggi pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi yaitu lokasi usaha strategis dan tempat usaha milik sendiri dengan total skor 0,26, untuk faktor kelemahan yang merupakan kelemahan terbesar dari Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo yaitu kurangnya strategi pemasaran dengan total skor 0,15, faktor peluang yang merupakan peluang terbesar dari Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo yaitu pemasaran keluar daerah dengan total skor 0,3, sedangkan untuk faktor ancaman adalah selera konsumen berubah-ubah dengan total skor 0,34.
2. Untuk strategi pengembangan usaha, maka strategi yang dijalankan oleh Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo di Nagari Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Yang menjadi prioritas utama Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo adalah usaha mendapatkan keunggulan yang kompetitif di pasar dengan cara mempertahankan kualitas produk, penetrasi pasar, meningkatkan relasi dan loyalitas pelanggan, sedangkan untuk alternatif strategi pada Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo adalah menambah jumlah karyawan yang

memiliki keahlian dibidang teknologi dan informasi guna mengembangkan pasar dan meningkatkan penjualan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo

Kelompok Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Kapuah Saiyo maka diharapkan untuk menggunakan strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Yang menjadi prioritas utama kelompok industri rumah tangga keripik ubi kapuah saiyo adalah usaha mendapatkan keunggulan yang kompetitif di pasar, dapat mempertahankan kualitas produk, penetrasi pasar, meningkatkan relasi dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Agar diperoleh staregi pengembangan usaha keripik ubi kayu yang lebih baik diharapkan peneliti berikutnya melakukan penelitian dengan metode yang lebih komprehensif sehingga mampu untuk menggali lebih rinci lagi tentang strategi pengembangan usaha.

3. Bagi pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan guna pengembangan UMKM

4. Bagi Pembaca

Diharapkan sebagai referensi untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalianti, F. 2015., Pengaruh Usia, Pendapatan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Kartu Debet Untuk Transaksi Non Tunai di Kota Surakarta.(Skripsi) Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Amelia, T dan NA. Umami. 2021., Strategi Pemasaran Berdasarkan Paket Kartu Summary Dan Tiket Pada Game Center Sky Games Sukabumi. In: Semnastera (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan).
- Arnold, P. Wahyuni, P. Nainggolan dan D. Damanik. 2020. Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi* 2.1.
- Ardini, D. L dan K. M. Putri. 2020. Proses Pembuatan Tepung Singkong di" PT. Agung Bumi Agro" Pasuruan.
- Kantor Wali Nagari, 2023. Profil Nagari Sumani Kecamatan X Koto Singkarak. Kabupaten Solok.
- Asili, A. 2018. Manajemen Strategi Filantrofi Islam Di Palembang Dengan Pendekatan *Appreciate Inquiry*. *i-economics: a Research Journal on Islamic Economics*, 3(2).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok (BPS - KABSOL). 2017. Kabupaten Solok dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat (BPS- SUMBAR). 2018. Sumatera Barat dalam Angka. Provinsi Sumatera Barat.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat (BPS). 2021. Sumatera Barat dalam Angka. Provinsi Sumatera Barat
- Badan Pusat Statistik Nasional(BPS), 2020. Statistik Nasional Tahun 2022. Jakarta.
- David, F. R. 2011. *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall. South Carolina.
- Ermaya, S. K dan N. Darna. 2019. Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3).

- Farida, I. A., Tarmizi dan Y. November. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1).
- Gandhy, A dan S. D. Kurniawati. 2018 "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Susu Bogor, Jawa Barat." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 8.1.
- Ghafar, M dan A. Zarkasyi 2022. *Womenpreneurship: Aktualisasi Peran Perempuan Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan di Kecamatan Lembeyan Kabupaten Magetan*. *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam*, 21(1).
- Gunadi, I. 2018. Analisis kecenderungan strategi perusahaan melalui pendekatan matriks *strategic position and action evaluation (bachelor's thesis, jakarta: fakultas ekonomi dan bisnis uin syarif hidayatullah)*.
- Harahap, S. 2020. Strategi pemasaran keripik singkong (studi kasus: industri rumah tangga cap kelinci di tanjung morawa kabupaten deli serdang) (*Doctoral dissertation, Universitas Medan Area*).
- Haryati, Y., E. Nopidia., E. Septiani dan F. Laeli. 2020. Strategi Pendampingan Melalui Bauran Pemasaran Di BMT NU Sejahtera KC Harjamukti Dalam Menghadapi Masa Pandemi. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Hastuti, D. R. D. 2017. *Ekonomika Agribisnis (Teori Dan Kasus)*. Makassar
- Hidayati, A. 2009. Analisis arus kas sebagai alat pengambilan keputusan manajemen perusahaan (studi kasus PT. Outsourcing Indonesia). Universitas Mercu Buana: Jakarta.
- Jurni, 2020. Pengaruh Pemberian Singkong Kukus (*Manihot Esculenta Cratz*) Terhadap Kadar Glukosa Darah Mencit (*Mus Musculus*). Diss. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Kardi, J. 2017. Strategi Bauran Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong Di Kota Tarakan. Perpustakaan UBT: Universitas Borneo Tarakan.
- Kholis, I. N. 2014. Tingkat pendidikan, skala usaha, pengalaman usaha dan masa jabatan berpengaruh terhadap penerapan laporan informasi akuntansi pada usaha kecil menengah (Studi kasus pada UKM tepung tapioka di Desa Ngemplak Kidul Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati). Universitas Dian Nuswantoro.
- Kosilah dan S. Septian. 2020. "Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Assure Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1.6.

- Kotler, P. 2018. *Why broadened marketing has enriched marketing*. AMS Review, 8.
- Laila, F., B. Waluyo dan A. Karuniawan. 2018. Seleksi Ubi Kayu (*Manihot esculenta* Crantz.) Lokal Berdaya Hasil Tinggi Asal Indonesia Berdasarkan Karakter Umbi."J. Agro Wiralodra 1.1.
- Lubis, R. H., dan A. Tanjung. 2023. Analisis Eksistensi Industri Kecil Penghasil Ikan Asin di Kelurahan Hajoran Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2).
- Maharani, O. M. 2022. Skripsi: Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Pada Umkm Keripik Shinta Bandar Lampung (*Doctoral Dissertation*, Politeknik Negeri Lampung).
- Malonda, M., M. Pricilia., S. Moniharapon dan S. S. R. Loindong. 2019. "Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada rumah makan bakso baper Jogja." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.3.
- Marthalina, M. 2018. Pemberdayaan perempuan dalam mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di Indonesia. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*.
- Mantau, Z. 2015. Analisis Investasi Usahatani Kedelai Varietas Tanggamus di Kabupaten Gorontalo. *Agri-Sosioekonomi*, 11(1).
- Maulana, M. A., T. N. W. Puspa, A. Khoirunnisa., Murzid, M. M. H dan A. Simanjuntak. 2023. analisis manajemen strategik perusahaan pada ayam penyat cabe ijo "sinar karsi". *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1).
- Muntoha, M. 2015. Pelatihan Pemanfaatan Dan Pengolahan singkong menjadi Makanan Ringan Tela Rasa. *Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 4(03).
- Mustafidah. 2017. Pelatihan Pengolahan Makanan Tradisional Untuk Meningkatkan Potensi Kreasi Olahan Basah Singkong di Desa Gayamharjo Prambanan Sleman." *Jurnal Bakti Saintek: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi* 1.2.
- Mustika, Y. N. 2014. Analisis permintaan kredit modal kerja usaha kecil di koperasi serba usaha Gandok Sragen (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Mustofa, A. 2015. Karakteristik Organoleptik Brownies Dengan Campuran Tepung Mocaf Dan Tepung Ketan Hitam Dengan Variasi Lama Pemanggangan. *Joglo*, 27(2).

- Nazarudin. 2020. Manajemen Startegik. Yogyakarta. In NoerFikri Offset
- Nisak, Z. 2013. Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2).
- Nitisastro, W. 2010. Pengalaman pembangunan Indonesia: kumpulan tulisan dan uraian. Penerbit Buku Kompas.
- Panos, A.G., K. Pouliakas dan A. Zangelidis. 2011. *Multiple job holding as a strategy for skills diversification and labour market mobility. University of Essex*. Diunduh dari http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1984075, pada 27 Desember 2015.
- Parayo, A. P., B. R. Umar dan A. Sumarlin. 2021. analisis lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian perumahan bersubsidi pada pt. anugrah putra mandiri makassar. *macakka journal*, 2(4).
- Pebrianti, T., Z. Ghazali., H. Anggrain dan V. Afini. 2018. Pengaruh Strategi Pomosi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Car Pada PT. Gojek Indonesia Kota Palembang. *Jurnal Ekobis Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 67-79.
- Pertaninan, Departemen Sosial Ekonomi; Yumanda, Syahreza. Strategi Pemasaran Keripik Singkong Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
- Pratama, D. P., dan S. Sugiyono. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Puspa, R., A. Permana dan E. Karunia. 2020. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran pada Supermarket *K-Store Krakatau Junction*. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2).
- Putra, A. 2018. Perancangan Kemasan Canggoreng Sa'ma Polewali Mandar (*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Makassar).
- Putra, W. S. Y. U. 2021. analisis strategi pemasaran berdasarkan swot (studi kasus pada umkm bordirdewe surabaya) (*doctoral dissertation*, stie mahardhika surabaya).
- Rahayu, S. 2018. Analisis Pemasaran Komoditas Nanas (Ananas Comosus (L.) Merr.) Berbasis *Structure Conduct Performance* (Scp) Di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri.
- Rangkuti, F. 2014. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta:PT Gramedia.

- Rangkuti, R. 2018. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan Studi pada UD. Mula Rotan Petisah Kota Medan (*Doctoral dissertation*, Universitas Sumatera Utara).
- Rangkuti, M. R. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ponsel di Desa Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Riandi, T. 2020. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Batik Tasik Indah (*Doctoral dissertation*, Universitas Siliwangi).
- Ridwan, M dan M. Hatuwe. 2017. Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform*, 2(2).
- Rifani, J dan S. H. Azimah. 2022. strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan tahu baso dan tahu walik si jack di kota amuntai kabupaten hulu sungai utara. *inovatif*, 4(2).
- Rizal, M. 2021. Analisis *Brand Association* Dalam Membangun Brand Image Pada Rumah Makan Ayam Goreng Puncak Chicken. Diss. Universitas Hasanuddin.
- Rukmana, R. 2002. Usaha Tani Ubi Kayu. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Rumajar, M. D., A. L. Tumbel dan W. Djemly. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Kemang Manado. *Jurnal emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3).
- Saparuddin, 2008. Pertumbuhan Ekonomi Dan Dinamika Industri Kecil Dan Menengah. *Trikonomika Journal*, 10(2).
- Saputra, R. M. 2021. Analisis Kinerja Keuangan Pada Usaha Keripik Sukun Lemer (*Doctoral dissertation*, IAIN Bengkulu).
- Saputri, S. A. 2019. Analisa Prospek Usaha Industri Rumah Tangga dan Peranannya Dalam Penyerapan Tenaga Kerja (studi Kasus Industri Keripik Pisang) Di Kabupaten Indragiri Hulu (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Riau).
- Setyobudi, 2007. Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Depok Jawa Barat. *Ikra-Ith Abdimas*, 5(1).
- Soekartawi. 2016. Agribisnis : Teori dan Aplikasinya. Rajawali Press. Jakarta.

- Stavros, J., D. Cooperrider dan D. L. Kelley. 2003. *Strategic Inquir-Appreciative Intent: Inspiration to SOAR. AI Practitioner*, November.
- Stavros, J. M dan M. L. Cole. 2013. *Soaring Towards Positive Transformation And Change. The Abac Odi Visions Action Outcome*, 1(1).
- Sulaeni, S dan A. S. Wibowo. 2018. Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah Dikawasan Agropolitan Kabupaten Serang. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(2).
- Sumarwan, U. 2011 "Perilaku konsumen." Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suudi, M. Y. 2021. pengaruh bahan baku dan manajeamen rantai pasokan terhadap proses produksi pt. niro ceramic nasional indonesia. *jurnal ekonomi dan industri e-issn*, 2656, 3169.
- Tardian, A. 2019. Manajemen Strategik Mutu Sekolah. *Jurnal Kependidikan*, 7(2).
- Todaro, M. P dan S. C. Smith. 2006. pembangunan ekonomi, edisi 9, jilid 1. erlangga.
- Wadhi, Y. P. H., M. Wardana dan N. W. S. Suprapti. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan dan Word Of Mouth Pelanggan Micedi Ramada Bintang Bali Resort. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(6).
- Wahyunawati, S. 2023. Penggunaan Matriks SWOT dan QSPM dalam Menentukan Strategi Pengembangan Kompetensi Karyawan PT. Ketapang Subur Lestari. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Widyawati, S. R. 2018. "Manajemen Sumber Daya Manusia." CV. Noah Aletheia.
- Wisesa, I. W. B., A. Zukhri dan K. R. Suwena. 2014. Pengaruh Volume Penjualan Mente Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Ud. Agung Esha Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Wulandari, A. R., N. Rachma dan ABS, M. Khoirul. 2021. Strategi Pemasaran Digital Melalui Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Ditengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Kripik Tempe Sari Rasa Sanan Di Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(10).
- Yulfirah, Y., A. Amrullah dan A. N. Tenriawaru. 2018. "Perilaku konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 14.2.
- Yumanda, S. 2009. Strategi Pemasaran Keripik Singkong Industri Rumah Tangga Cap Kelinci di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang (*Doctoral dissertation*, Universitas Sumatera Utara).

Zamista, A. A dan Hanafi. 2020. Analisis SOAR pada Strategi Pemasaran di Industri Jasa Finance. Jurnal Teknik Industri, 6(1).

