

**STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI RUMAHAN  
KERUPUK UBI KAYU DI DESA BAMBAN UTARA  
KECAMATAN ANGKINANG  
KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN  
(Studi Kasus: Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby)**



**OLEH  
SISKA AMELIA**

**YAYASAN BAKTI MUSLIMIN AMUNTAI  
SEKOLAH TINGGI ILMU PERTANIAN  
AMUNTAI  
2022**

STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI RUMAHAN  
KERUPUK UBI KAYU DI DESA BAMBAN UTARA  
KECAMATAN ANGKINANG  
KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN  
(Studi Kasus: Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby)

OLEH  
SISKA AMELIA  
NPM.2018020095

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Guna Mencapai Derajat S-1

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
SEKOLAH TINGGI ILMU PERTANIAN  
AMUNTAI  
2022

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Industri Rumahan  
Kerupuk Ubi Kayu di Desa Bamban Utara  
Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu  
Sungai Selatan (Studi Kasus: Kerupuk Ubi  
Kayu Mama Roby)

Nama : SISKAMELIA

NPM : 2018020095

Program studi : Agribisnis

Disetujui Tim Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Rum Van Royensyah, S.P., M.P.  
NIDN. 1114027001

Heldawati, S.P., M.P.  
NIDN. 1106087601

Diketahui

Ketua Program Studi  
Agribisnis,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu  
Pertanian Amuntai,

Muhamad Solekan, S.P., M.P.  
NIK.19900112201707

Dr. Ir. H. Ahmad Suhaimi, DEA  
NIP. 19660912 199203 1 005

÷

Tanggal Lulus:

Tanggal Wisuda:

**SISKA AMELIA.** Strategi Pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan, di bimbing oleh Rum Van Royensyah dan Heldawati

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Strategi Pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Penelitian ini diketahui seberapa besar kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman dalam usaha ini. Perumusan strategi diawali dengan menganalisis faktor internal dan eksternal untuk menjawab tujuan penelitian. Berdasarkan analisis lingkungan internal dengan matrik IFAS dengan total skor sebesar 2,74 yang menunjukkan bahwa usaha berada dalam kondisi internal usaha rata-rata atau sedang. Sedangkan matrik EFAS dengan total skor 3,04 berdasarkan total tersebut menunjukkan usaha industri rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby dalam kondisi eksternal rata-rata atau sedang. Penentuan alternatif strategi dengan menggunakan matrik QSPM, alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan adalah melakukan strategi pengembangan pasar agar meningkatkan penjualan produk.

**Kata Kunci :** *Ubi Kayu, Pohon Masalah, SWOT, QSPM*

**SISKA AMELIA.** *Marketing Strategy of Mama Roby Cassava Cracker Home Industri in North Bamban Village, Angkinang District, Hulu Sungai Selatan Regency, guided by Rum Van Royensyah and Heldawati*

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine the Marketing Strategy of the Mama Roby Cassava Cracker Home Industri in Bambi Utara Village, Angkinang District, Hulu Sungai Selatan Regency. This research is known how big the strengths and weaknesses, opportunities and threats in this business. Strategy formulation begins with analyzing internal and external factors to answer the research objectives. Based on the analysis of the internal environment with the IFAS matrix with a total score of 2.74 which indicates that the business is in an average or moderate internal condition. Meanwhile, the EFAS matrix with a total score of 3.04 based on the total shows the Mama Roby Cassava Cracker home industri business in average or moderate external conditions. Determination of alternative strategies using the QSPM matrix, an alternative strategy that can be applied in the Mama Roby Cassava Cracker Home Industri in Bamban Utara Village, Angkinang District, Hulu Sungai Selatan Regency is to carry out a market development strategy to increase product sales.*

**Keywords:** *Cassava, Problem Tree, SWOT, QSPM*

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan” adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal dan dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam bentuk daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan atas kesadaran sendiri. Segala hal terkait pernyataan ini menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Amuntai, Juni 2022

Siska Amelia  
NPM.2018.02.0095

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Sujud syukur kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirnya saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita saya.*

*Dengan Ini saya persembahkan karya ini untuk Ayahanda yang tercinta yang selalu memberikan suport, do'a serta dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi saya. Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Lalu teruntuk Mama tersayang, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah Mama lakukan, semua yang terbaik dan untuk Suamiku tercinta terimakasih telah memberikan dukungan dan kasih sayang yang begitu besar kepada saya.*

*Terima kasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing 1 yaitu Bapak Rum Van Royensyah, S.P., M.P. dan dosen pembimbing 2 Ibu Heldawati, S.P., M.P. Serta*

*dosen penguji 1 Bapak Yudhi Harianto, S.P., M.P. dosen penguji 2 yaitu Bapak Ir. H. Azwar Saifani, M.P.*

*Terima kasih selanjutnya untuk kakak-kakak saya yang luar biasa , dalam memberi dukungan dan doa yang tanpa henti. Ucapan terima kasih ini juga saya ucapkan kepada teman-teman Agribisnis 2018 dan pejuang S.P yang selalu setia menemani dan membantu saya yang selalu ada canda tawa di wajah kalian. Terima kasih buat kita semua yang telah sukses dalam menyelesaikan perkuliahan ini selama 4 tahun kita bersama membuat kita mengerti akan makna persahabatan dan persaudaraan . Kebersamaan kita akan selalu di kenang selama jiwa dan raga tetap bersatu. Semua kita semua kedepannya bisa menjadi orang yang sukses dan bisa menggapai cita-cita. Aamiin.*

**Tangisanmu hari ini akan menjadi senyumanmu di masa depan**

## **RIWAYAT HIDUP**

**SISKA AMELIA**, lahir pada tanggal 27 Februari 2001 di Desa Bagambir, Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan. AnakPertama dari Bapak Kamlan dan Ibu Jumiati. Saat ini penulis tinggal di Desa Bagambir RT/01 Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di Sekolah Dasar Negeri Bagambir, pendidikan menengah pertama di SMP 2 Angkinang dan Pendidikan Menengah Kejuruan di SMK AL-Hidayah Barabai.

Penulis diterima di Sekolah Tinggi Ilmu Petanian Amuntai Jurusan Agribisnis pada tahun 2018.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmad serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul” Strategi Pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan”. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rum Van Royensyah, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dorongan kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Heldawati, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, ilmu, saran, motivasi kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Yudhi Harianto, S.P., M.P. selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktunya serta memberikan kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini.
4. Bapak Ir. H. Azwar Saihani, M.P. selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dan petunjuk demi perbaikan skripsi ini.
5. Ibu Usy selaku pemilik usaha industri rumahan “Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby” atas bantuan yang diberikan selama melakukan penelitian.

6. Seluruh Dosen Staf STIPER Amuntai atas bantuan yang diberikan dalam kelancaran administrasi.
7. Orang Tua beserta keluarga yang selalu ada untukku atas setiap doa, dukungan serta bimbingan yang telah kalian berikan. Kebahagiaan kalian juga kebahagiaan untukku. Semoga ini bisa menjadi kebahagiaan untuk keluargaku yang tersayang.
8. Suamiku tersayang, terima kasih selalu memberikan kasih sayang dan dukungan dalam segala hal dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga ini bisa menjadi suatu kebahagiaan untukmu
9. Sahabat-sahabatku yang tersayang Nisa, Tia, Nurul, Susi, Syahrida, Melia. terima kasih untuk semangat, saran dan semua bantuan kalian selama penelitian hingga skripsi ini selesai. Semoga persahabatan kita menjadi yang terbaik walaupun nanti kita berpisah.
10. Seluruh teman Agribisnis STIPER Amuntai angkatan 2018 atas persahabatan dan kenangan kita selama 4 tahun serta semangat perjuangan untuk bersamasama meraih sebuah cita-cita

## DAFTAR ISI

|                                                   | Halaman |
|---------------------------------------------------|---------|
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                         | ix      |
| DAFTAR ISI.....                                   | xi      |
| DAFTAR TABEL.....                                 | xiii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                               | xiv     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                              | xv      |
| PENDAHULUAN .....                                 | 1       |
| Latar Belakang.....                               | 1       |
| Perumusan Masalah.....                            | 6       |
| Tujuan Penelitian .....                           | 7       |
| Kegunaan Penelitian.....                          | 7       |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                            | 8       |
| Komoditas.....                                    | 8       |
| Industri Rumahan Pembuatan Kerupuk Ubi Kayu ..... | 9       |
| Hasil Penelitian Terdahulu.....                   | 11      |
| Landasan Teoritis.....                            | 12      |
| Kerangka Pemikiran Penelitian .....               | 16      |
| METODELOGI PENELITIAN .....                       | 22      |
| Lokasi dan Waktu Penelitian .....                 | 22      |
| Jenis dan Sumber Data.....                        | 22      |
| Metode Pengumpulan Data.....                      | 22      |
| Analisis Data.....                                | 22      |
| Definisi Operasional dan Batasan Masalah .....    | 26      |
| GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....             | 27      |
| Profil Desa Bamban Utara .....                    | 27      |
| Luas dan Letak Wilayah .....                      | 27      |
| Tofografi dan Morfologi Wilayah .....             | 28      |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| Keadaan Penduduk .....     | 28 |
| Tingkat Pendidikan .....   | 29 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN ..... | 30 |
| Hasil Penelitian .....     | 30 |
| Pembahasan .....           | 43 |
| KESIMPULAN DAN SARAN ..... | 49 |
| Kesimpulan .....           | 49 |
| Saran .....                | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA             |    |
| LAMPIRAN                   |    |

## DAFTAR TABEL

| Nomor |                                                                                                                                                        | Halaman |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.    | Data Produksi Singkong Per Desa di Kecamatan Angkinang.....                                                                                            | 2       |
| 2.    | Data UMKM 2021 Kalimantan Selatan .....                                                                                                                | 3       |
| 3.    | Data UMKM 2021 Kabupaten Hulu Sungai Selatan .....                                                                                                     | 3       |
| 4.    | Data UMKM 2021 Kecamatan Angkinang.....                                                                                                                | 4       |
| 5.    | Data UMKM 2021 Desa Bamban Utara .....                                                                                                                 | 4       |
| 6.    | Data Pengrajin Kerupuk di Desa Bamban Utara.....                                                                                                       | 4       |
| 7.    | Varian Rasa dan Harga Jual Kerupuk Ubi Kayu.....                                                                                                       | 4       |
| 8.    | Perkembangan Jumlah Penduduk.....                                                                                                                      | 28      |
| 9.    | Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia/Umur.....                                                                                                             | 28      |
| 10.   | Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                                                                                                   | 29      |
| 11.   | Rumusan Kekuatan dan Kelemahan Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan..... | 35      |
| 12.   | Rumusan Peluang dan Ancaman Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan.....    | 38      |
| 13.   | Penyusunan matrik faktor internal strategi (IFAS) .....                                                                                                | 38      |
| 14.   | Penyusunan matrik faktor eksternal strategi (EFAS).....                                                                                                | 39      |
| 15.   | Matrik SWOT.....                                                                                                                                       | 40      |
| 16.   | Matrix QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) .....                                                                                    | 42      |
| 17.   | Hasil perbandingan penelitian.....                                                                                                                     | 45      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor                                  | Halaman |
|----------------------------------------|---------|
| 1. Kerangka Pemikiran Penelitian ..... | 21      |
| 2. Pohon Masalah.....                  | 24      |
| 3. Skema Pohon Masalah .....           | 25      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor                           | Halaman |
|---------------------------------|---------|
| 1. Dokumentasi Penelitian ..... | 64      |

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam kelangsungan hidup masyarakat dan perekonomian Nasional. Terutama dalam sumbangannya terhadap penyedia lapangan kerja dan penyedia pangan dalam negeri. Kesadaran terhadap peran tersebut menyebabkan sebagian besar masyarakat masih tetap memelihara kegiatan pertanian mereka meskipun negara telah menjadi negara industri.

Tanaman ubi kayu (*Manihot utilissima*) merupakan salah satu tanaman palawija yang dapat digunakan untuk makanan pengganti atau sebagai tambahan makanan pokok disamping kegunaan lainya seperti pakan ternak, bahan baku industri dan sebagai komoditi ekspor. Sebagai bahan pangan ubi kayu mempunyai nilai gizi yang sangat memandai meski jika dikonsumsi sebagai makanan tunggal lebih rendah proteinnya dibandingkan dengan beras tetapi sebagai makanan pengganti atau tambahan makanan pokok, dengan harga yang relatif murah akan sangat membantu masyarakat yang berpendapatan rendah. Tanaman ubi kayu adalah tanaman umbi-umbian daerah tropik dan merupakan sumber kalori pangan yang makin murah di dunia tanaman ini dikonsumsi sebagai makanan pokok lebih kira-kira 400 juta orang di daerah tropik yang lembab di Afrika, Asia dan Amerika Sekitar 65% produksi keripik singkong (umbi basah) digunakan untuk pangan manusia sebagai makanan utama seperti bahan makanan pengganti beras dan makanan selingan sehari-hari. Hal ini dikarenakan nilai utama singkong yang mempunyai nilai kalori tinggi singkong segar mengandung 35-40%.

Pembangunan industri rumah tangga kerupuk singkong sangat diperlukan dalam meningkatkan nilai tambah (*value added*) komoditi singkong sehingga tidak terjadi fluktuasi harga singkong yang akan merugikan petani oleh sebab itu singkong mempunyai prospek cerah bagi petani, pengolah dan pedagang kerupuk singkong dimana mereka dapat mengusahakan agar kerupuk singkong dapat disebarakan atau diluaskan pasarnya baik untuk pasaran lokal,nasional maupun internasional.

Potensi wilayah Desa Bamban sebagian besar berada sektor pertanian dan perkebunan. Pada sektor pertanian di antaranya budidaya tanaman pangan singkong oleh sebab itu bahan baku singkong sangat berpengaruh terhadap produksi kerupuk ubi kayu, dalam hal pengemasan produk masih menggunakan plastik untuk saat ini belum ada perubahan kemasan dari tahun ketahun untuk kualitas sudah layak konsumsi dan sudah ada ijin dari pemerintah. Varian rasa pada produksi kerupuk juga bermacam-macam tetapi distribusi produk lebih banyak di daerah Hulu Sungai Selatan karena dari tempat produksi langsung kepada masyarakat/pengecer yang berjualan dipinggir jalan saja.

Tabel 1 Data Produksi Singkong Per Desa di Kecamatan Angkinang

| NO | Desa/ Kelurahan   | Jumlah Produksi Singkong |
|----|-------------------|--------------------------|
| 1  | Angkinang         | 100kg/15 Borongan        |
| 2  | Angkinang Selatan | 75 kg/ 10 Borongan       |
| 3  | Bakarung          | 128kg/13 Borongan        |
| 4  | Bamban            | 350kg/25 Borongan        |
| 5  | Bamban Selatan    | 256kg/20 Borongan        |
| 6  | Bamban Utara      | 500kg/35 Borongan        |
| 7  | Kayu Abang        | 78kg/ 8 Borongan         |
| 8  | Taniran Kubah     | 135kg/ 15 Borongan       |
| 9  | Taniran Selatan   | 168kg/18 Borongan        |
| 10 | Tawia             | 213kg/ 20 Borongan       |
| 11 | Telaga Sili-sili  | 359kg/ 22 Borongan       |

Sumber: Balai Penyuluh Pertanian Angkinang

Kerupuk singkong merupakan salah satu jenis cemilan yang populer di masyarakat dan banyak diproduksi di Kabupaten Kandangan sentra industri

kerupuk singkong di Kecamatan Angkinang terletak di Desa Bamban Utara, usaha kerupuk di desa tersebut ada yang dikerjakan sendiri oleh keluarga tetapi ada juga yang memiliki karyawan (buruh) tetapi dalam hal pengolahan kerupuk tidak terlalu banyak varian rasa sehingga tidak jarang membuat konsumen bosan, dalam hal pengemasan juga tidak terlalu menarik karena masih menggunakan plastik biasa. Oleh karena itu ini diharapkan mampu membuat varian rasa yang lebih banyak pada kerupuk dan juga dalam pengemasan agar lebih menarik konsumen yang tentunya akan berpengaruh terhadap pemasaran produk. Data UMKM 2021 Kalimantan Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kecamatan Angkinang dan Desa Bamban Utara dapat dilihat pada Tabel 1, Tabel 2, Tabel 3 dan Tabel 4 berikut.

Tabel 2 Data UMKM 2021 Kalimantan Selatan

| NO | Kabupaten/Kota      | Jumlah |
|----|---------------------|--------|
| 1  | Tanah Laut          | 4303   |
| 2  | Kota Baru           | 225    |
| 3  | Banjar              | 787    |
| 4  | Barito Kuala        | 1750   |
| 5  | Tapin               | 175    |
| 6  | Hulu Sungai Selatan | 847    |
| 7  | Hulu Sungai Tengah  | 281    |
| 8  | Hulu Sungai Utara   | 122    |
| 9  | Tabalong            | 306    |
| 10 | Tanah Bumbu         | 402    |
| 11 | Balangam            | 83     |
| 12 | Banjarmasin         | 89378  |
| 13 | Banjar Baru         | 27214  |

Sumber: Dinas Koperasi dan Perdagangan Kalimantan Selatan, 2021

Tabel 3 Data UMKM 2021 Kabupaten Hulu Sungai Selatan

| No | Kecamatan       | Jumlah |
|----|-----------------|--------|
| 1  | Simpur          | 18     |
| 2  | Telaga Langsung | 15     |
| 3  | Kandangan       | 21     |
| 4  | Sungai Raya     | 46     |
| 5  | Angkinang       | 580    |
| 6  | Padang Batung   | 10     |
| 7  | Daha Barat      | 15     |
| 8  | Daha Selatan    | 20     |
| 9  | Daha Utara      | 36     |
| 10 | Kalumpang       | 42     |
| 11 | Loksado         | 34     |

Sumber: Dinas Kabupaten Hulu Sungai Selatan, 2021

Tabel 4 Data UMKM 2021 Kecamatan Angkinang

| No | Kelurahan/Desa  | Jumlah |
|----|-----------------|--------|
| 1  | Bakarung        | 16     |
| 2  | Kayu Abang      | 100    |
| 3  | Taniran Kubah   | 186    |
| 4  | Taniran Selatan | 5      |
| 5  | Bamban Selatan  | 29     |
| 6  | Bamban Utara    | 174    |
| 7  | Bamban          | 75     |

Sumber: Kantor Kecamatan Angkinang, 2021

Tabel 5 Data UMKM 2021 Desa Bamban Utara

| No | Desa         | Jumlah |
|----|--------------|--------|
| 1  | Bamban Utara | 174    |

Sumber: Balai Desa Bamban Utara, 2021

Data Pengrajin Kerupuk di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang dan Varian rasa serta harga kerupuk ubi kayu dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6 berikut.

Tabel 6 Data Pengrajin Kerupuk di Desa Bamban Utara

| NO | Data Pengrajin Kerupuk Ubi Kayu | Masih Memproduksi |
|----|---------------------------------|-------------------|
| 1  | Hilal Najemi                    | Masih             |
| 2  | Mugammad Samdani                | Masih             |
| 3  | Zainuddin                       | Masih             |
| 4  | Tajudinnor                      | Masih             |
| 5  | Hormansyah                      | Masih             |
| 6  | Amberuni                        | Masih             |
| 7  | Mahyuni                         | Masih             |
| 8  | Salmiah                         | Masih             |
| 9  | Fakhmoriadi                     | Masih             |
| 10 | Mahdiannor                      | Masih             |
| 11 | Syahjidin                       | Masih             |
| 12 | Maimunah                        | Masih             |
| 13 | Arin                            | Masih             |

Sumber: Balai Desa Bamban Utara, 2021

Tabel 7 Varian Rasa dan Harga Jual Kerupuk Ubi Kayu

| NO | Varian Rasa Ubi Kayu | Harga Jual/ Kg | Harga Jual/ Perbungkus |
|----|----------------------|----------------|------------------------|
| 1  | Pedas Manis          | Rp. 15. 000    | Rp. 5.000              |
| 2  | Ketumbar             | Rp.15.000      | Rp. 5.000              |
| 3  | Bawang               | Rp.15.000      | Rp. 5.000              |
| 4  | Original             | Rp.13.000      | Rp. 5.000              |
| 5  | Jeruk Purut          | Rp.15.000      | Rp. 5.000              |

Sumber: Hasil pengolahan Data Primer, 2021

Strategi produk merupakan bagian penting dari pemasaran, desain, atau peran terkait produksi memetakan tolok ukur utama untuk melakukan kreasi, pemasaran, dan distribusi konsep apa pun yang rencanakan untuk dijual. Menciptakan diferensiasi yang unik di benak konsumen yang menjadi target market, sehingga tercipta citra (*image*) merek atau produk yang lebih menonjol dibandingkan merek produk lain.

Strategi harga mempunyai beberapa fungsi penting, sebagai penunjang segala aktivitas transaksi dengan tetap memperhatikan standar kemampuan konsumen dalam melakukan transaksi, menetapkan suatu harga produk juga menjadi wadah produsen dalam menentukan target banyak sedikitnya jumlah transaksi yang dilakukan oleh konsumen. dalam praktiknya strategi penetapan harga, pasti berbeda-beda, tergantung produsen yang mengelolanya. Tentu saja tidak hanya berpedoman dari lingkup personal, dalam menetapkan harga jual, bisa juga dengan berpedoman atau menetapkannya dengan harga dari pesaing.

Strategi distribusi strategi distribusi harus tepat sasaran dan harus sesuai langkah pemasarannya sebuah sistem manajemen harus mengambil langkah yang tepat dalam mengambil keputusan dalam pemilihan strategi yang tepat tentunya harus sesuai dengan pemilihan agen.

Strategi promosi proses pemberian pengaruh kepada para konsumen proses pemberian pengaruh ini dilakukan secara langsung sehingga konsumen bisa memberikan keputusan untuk membeli barang atau jasa yang dijual dan ditawarkan, di dalam menjalankan kegiatan promosi tentunya diperlukan suatu strategi. Strategi dalam promosi ini mengacu pada kegiatan perencanaan untuk melakukan persuasif pada para konsumen selain itu di dalam strategi promosi

juga terdapat pengendalian komunikasi yang dilakukan oleh organisasi perusahaan kepada para konsumen sebagai target atau sasaran penjualan.

Menghadapi persaingan di pasar industri ditengah banyaknya aneka macam kerupuk dan cemilan, dapat memilih dan mengimplementasikan kedalam bentuk strategi pemasaran yang dipandang tepat. Pengembangan strategi pemasaran dipengaruhi beberapa hal yaitu: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Di dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar/persaingan. Perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, faktor internal yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi yaitu keuangan, pemasaran, produksi dan sumber daya manusia sedangkan faktor eksternal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pemilik usaha yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi dan pelayanan.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman industri rumahan kerupuk Bamban (ubi kayu) di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang?
2. Bagaimana strategi pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan?

3. Apa strategi pemasaran prioritas industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran kerupuk ubi kayu di desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang
2. Mengetahui strategi pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang
3. Mengetahui strategi pemasaran prioritas industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai bahan pembelajaran dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan.
2. Bagi pengusaha industri rumahan kerupuk ubi kayu, penelitian ini dapat memberikan informasi ilmiah mengenai kondisi lingkungan usaha sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan.
3. Bagi pembaca, sebagai wawasan dan bahan kajian mengenai strategi pemasaran usaha serta sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komoditas**

Ubi kayu (*Manihot esculenta*) berasal dari daerah tropika sekitar Amerika Tengah dan Amerika Selatan. Bangsa Spanyol membawa ubi kayu dari Amerika Utara ke Filipina antara abad ke-16 dan ke-17, dan yang berkembang di Indonesia sebagian besar berasal dari Filipina (Van Der Eng 1998). Meskipun ubi kayu bukan tanaman asli Indonesia, tetapi telah berkembang luas di hampir seluruh wilayah. Kerupuk adalah salah satu dari jutaan cemilan yang ada di Indonesia, selain dari rasanya renyah dan gurih serta nikmat kerupuk juga menjadi salahsatu makanan kebanyakan orang ketika sedang beristirahat, bersantai ,maupun ketika diwaktu senggang. Begitu pula kerupuk yang satu ini yaitu kerupuk yang berasal dari desa bamban yang tepatnya di daerah hulu sungai selatan (kandangan). merupakah sebuah desa yang mampu menghasilkan beraneka ragam kerupuk. Kerupuk bamban terbuat dari bahan singkong, dimana bahan tersebut dari hasil tani mereka sendiri dan merupakan hasil produksi olahan rumah tangga dari segi bahan-bahan dan alat-alatnya pun tergolong mudah ditemukan apalagi di daerah pedesaan,

Potensi wilayah Desa Bamban sebagian besar berada sektor pertanian dan perkebunan, pada sektor pertanian di antaranya budidaya tanaman pangan dan perkebunan singkong sebagian besar masyarakat di Desa Bamban lebih memilih berkebun singkong daripada tanaman lain karena tidak memerlukan banyak tenaga dalam pemeliharaan kebun singkong.

### **Industri Rumahan Pembuatan Kerupuk Ubi Kayu**

#### **a. Pengadaan Bahan Baku**

Pengrajin Industri rumahan kerupuk ubi kayu memperoleh bahan baku di desa bamban utara karena banyak penduduk yang berkebun singkong dalam hal penjualan tentunya tidak sulit, banyak industri rumahan yang memerlukan singkong dalam hal pembuatan kerupuk ubi kayu. Sehingga memudahkan para pengrajin industri rumahan kerupuk ubi kayu dalam proses produksi, bahan baku yang digunakan untuk pembuatan kerupuk ubi kayu adalah singkong sebagai bahan baku utama.

#### **b. Persiapan Peralatan**

Peralatan yang digunakan untuk membuat kerupuk ubi kayu pada awalnya hanya peralatan tangan yang sederhana karena dalam pengolahan kerupuk ubi kayu masih menggunakan cara tradisional peralatan yang dibutuhkan dalam pembuatan kerupuk ubi kayu seperti: kuali ukuran besar, drum yang dibelah menjadi 2 bagian, alat pemotong kerupuk, plastik. Karena pengolahan kerupuk masih menggunakan cara tradisional jadi tidak banyak alat yang dibutuhkan, dahulu hanya pengrajin kerupuk hanya menggunakan pisau dalam proses pemotongan sebelum ada alat pemotong kerupuk yang dirakit sendiri oleh salah satu pengrajin, alat pemotong kerupuk sangat memudahkan pengrajin kerupuk

#### **c. Kegiatan Produksi**

Kegiatan produksi industri rumahan kerupuk ubi kayu berlangsung setiap hari kecuali cuaca tidak mendukung tidak ada pengolahan kerupuk ubi kayu,

d. Proses Pembuatan

Proses pembuatan produk kerupuk bamban ini bervariasi rasa, tergantung dari jenis rasa yang dibuat, tetapi umumnya terdapat kesamaan seperti pengemasan, dalam hal pengolahan kerupuk bahan baku yang digunakan dibersihkan terlebih dahulu, kemudian di haluskan dengan mesin lalu setelah sudah halus di tambahkan rasa seperti: bawang, ketumbar, daun jeruk purut, cabe, dan bumbu penyedap lainnya. Dalam proses pengolahan adonan kerupuk tidak lama hanya dibutuhkan waktu kurang lebih 15 menit dalam pencampuran bumbu atau varian rasa yang di inginkan, pengadukan masih menggunakan cara manual yaitu dengan menggunakan tangan saja. Setelah selesai dicampurkan semua bumbu adonan langsung di masukkan kedalam plastik lalu di rebus menggunakan panci ukuran besar atau drum yang dibelah menjadi 2 bagian, dalam perebusan adonan dibutuhkan waktu 4/5 jam setelah itu jika sudah matang langsung ditiriskan lalu di diamkan selama 2 jam, jika sudah dingin plastik di buang lalu di jemur dibawah sinar matahari langsung dalam penjemuran membutuhkan waktu setengah hari baru bisa adonan kerupuk di potong-potong menggunakan alat pemotong lalu dijemur kembali dibawah sinar matahari langsung.

e. Pemasaran produk

Pemasaran produk kerupuk ubi kayu pertama dilakukan melalui masyarakat sekitar yang berjualan langsung di depan rumah karena untungnya lumayan jadi banyak masyarakat di Desa Bamban Utara yang membuka toko untuk berjualan kerupuk di depan rumah, Kedua Hasil produksi biasanya dikirim ke luar kota seperti Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah.

### **Hasil Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelitian dari Yumanda (2009) meneliti tentang strategi pemasaran keripik singkong Industri Rumah Tangga Cap Kelinci, penelitian ini dilakukan di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh alternatif strategi pemasaran yang lebih mengutamakan keunggulan produk, seperti: 1) menjaga kualitas keripik singkong dengan menggunakan kemasan yang terbuat dari aluminium, 2) membuat keripik singkong tidak hanya renyah melainkan juga memperhatikan kesehatan para pembelinya dengan menggunakan minyak goreng yang rendah kolestrol dan penggorengan dilakukan sebanyak 3x. Membuat keripik singkong harus benar benar kering agar tahan lama dan membuat berbagai varian bumbu rasa, seperti rasa, udang, ayam, bawang putih, berbaque, jagung dan asin gurih.

Wahyuniarso (2013) dengan judul tentang” strategi pengembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep Kabupaten Semarang” Jenis produk yang dihasilkan industri kecil keripik mulai dari tumpi (kacang hijau, kacang tanah, ebi/rebon), rempeyek, keripik tempe, keripik bayam. Daerah pemasaran keripik dari lokal kabupaten semarang hingga keluar provinsi, secara keseluruhan dari hasil penelitian dan analisis diskriptif persentase kondisi SDM pada industri kecil keripik di desa Lerep Kabupaten Semarang dalam kondisi buruk. Kondisi permodalan dalam keadaan buruk dan kondisi pemasaran dalam keadaan kurang baik berdasarkan analisis SWOT strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri kecil di Dusun Karangbolo desa larep Kabupaten Semarang adalah dengan

memperluas pasar sehingga barang lebih terkebal dan peningkatan teknologi tepat guna.

Juwita (2019) dengan judul tentang “Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Randers Madiun” Berdasarkan penelitian dengan jenis penelitian kualitatif untuk menganalisis data dengan menggunakan matrik IFAS, EFAS dan SWOT, hasil penelitian bahwa Some Randers Madiun untuk segi produk, harga dan proses Some Randers Madiun sudah melakukan strategi tepat sasaran dengan tujuan perusahaan. Tetapi dari segi pemasaran dan promosi Some Randers Madiun melakukan strategi yang kurang tepat sasaran dengan tujuan perusahaan sehingga perlu di evaluasi aspek tersebut. Strategi yang digunakan Some Randers Madiun berdasarkan matrik SWOT yaitu dengan memanfaatkan dukungan dari dinas perdagangan untuk lebih luas memasuki pangsa pasar, memaksimalkan promosi secara media online ataupun offline, mengutamakan kepuasan konsumen dengan kualitas produk, memperbanyak model furniture dan harga yang terjangkau serta mencari lokasi yyang strategis untuk memudahkan konsumen.

Saipullah (2015), dalam penelitiannya berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Itik Petelor Dengan Pendekatan Matrik SWOT Kelompok Tani Membangun Desa Bungin Kecamatan Banua Lawas Kabupaten Tabalong” Penarikan sampel dilakukan secara acak atau sederhana (*Simple Random Sampling*) hasil matrik IE berdasarkan analisis lingkungan dengan menggunakan matrik IFE dengan total skor terbobot sebesar 2,789 sedangkan matrik EFE sebesar 2,812 menunjukkan pengembangan usaha berada di sel V

yang menggambarkan *Hold dan Maintain* ( jaga dan pertahankan). Strategi yang tepat digunakan adalah strategi pengembangan produk.

## **Landasan Teori**

### **Analisis Pohon Masalah**

Pohon masalah merupakan sebuah pendekatan/metode yang digunakan untuk identifikasi penyebab suatu masalah, analisis pohon masalah dilakukan dengan membentuk pola pikir yang lebih terstruktur mengenai komponen sebab akibat yang berkaitan dengan masalah yang telah di prioritaskan. Pohon masalah Sebagai suatu alat atau teknik dalam mengidentifikasi dan menganalisis masalah, analisis pohon masalah mempunyai banyak kegunaan. Alat analisis ini membantu untuk smengilustrasikan korelasi antara masalah, penyebab masalah, dan akibat dari masalah dalam suatu hirarki faktor-faktor yang berhubungan. Analisis ini digunakan untuk menghubungkan berbagai isu atau faktor yang berkontribusi pada masalah organisasi dan membantu untuk Analisis SWOT.

*Tree diagram* pohon masalah adalah teknik yang digunakan untuk memecahkan konsep apa saja, seperti kebijakan, target, tujuan, sasaran, gagasan, persoalan, tugas-tugas, atau aktivitas-aktivitas secara lebih rinci ke dalam sub-subkomponen, atau tingkat yang lebih rendah dan rinci. *Tree Diagram* dimulai dengan satu *item* yang bercabang menjadi dua atau lebih, masing-masing cabang kemudian bercabang lagi menjadi dua atau lebih, dan seterusnya sehingga nampak seperti sebuah pohon dengan banyak batang dan cabang

Manfaat:

- a. Masalah dapat dipecah menjadi potongan-potongan yang lebih. dapat diatur dan didefinisikan.
  - b. Untuk lebih mengerti masalah dan seringkali menghubungkan sebab-sebab yang berlawanan.
  - c. Untuk mengidentifikasi isu dan pendapat yang mendukung, dan menolong orang yang berperan pada setiap tahap dan proses.
  - d. Mengetahui isu saat ini, isu yang lampau, semuanya dapat teridentifikasi. proses analisis seringkali membantu untuk membangun rasa untuk membagi pengertian, tujuan dan langkah selanjutnya.
- 1) Analisis pohon masalah merupakan suatu alat atau teknik atau pendekatan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah.
  - 2) Analisis pohon masalah menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat dari beberapa faktor yang saling terkait
  - 3) Alat atau teknik analisis pohon masalah umumnya digunakan pada tahap perencanaan

Sebagai suatu alat atau teknik dalam mengidentifikasi dan menganalisis masalah, analisis pohon masalah mempunyai banyak kegunaan. Alat analisis ini untuk membantu untuk mengilustrasikan korelasi antar masalah, penyebab masalah, dan akibat dari suatu masalah dalam suatu hirarki atau faktor-faktor yang berhubungan. Analisis ini digunakan untuk menghubungkan berbagai isu atau faktor yang berkontribusi pada masalah organisasi dan membantu untuk mengidentifikasi akar penyebab dari masalah organisasi.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. SWOT merupakan akronim dari kata: kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT. Melibatkan penentuan tujuan spekulasi bisnis atau proyek yang spesifik dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak mendukung dalam mencapai tujuan tersebut. Proses ini akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

Menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Analisis SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Tujuan analisis SWOT adalah sebagai bentuk strategi saat merencanakan sebuah proyek bisnis supaya berjalan sesuai rencana dengan melakukan analisa dari empat aspek yang mempengaruhi SWOT.

Analisis Internal menjadi dasar yang penting pada proses para perencanaan strategis untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang efektif dan dapat menghadapi ancaman dalam lingkungan. Analisis ini dapat dibagi menjadi enam bidang fungsional yang menjadi variable dalam analisis internal yaitu:

- Manajemen
- Sumber Daya Manusia
- Pemasaran
- Keuangan dan Akutansi
- Produksi dan Operasi
- Penelitian dan Pengembangan
- Sistem Informasi Manajemen Operasi

Analisis eksternal perusahaan merupakan kegiatan mengidentifikasi lingkungan eksternal perusahaan mencakup ancaman dan peluang utama yang dihadapi perusahaan sehingga perusahaan mampu memformulasikan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang dan menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman (Umar, 2010). Analisis ini dapat dibagi menjadi beberapa bidang fungsional yaitu:

- Ekonomi
- Sosial
- Teknologi
- Pemasok
- Kekuatan Persaingan

- Pemerintah

### **Matriks QSPM**

*Quantitative Strategic Planning Matrix* ( QSPM ), merupakan desain strategi yang dirumuskan oleh manajemen dalam menentukan pilihan alternative yang tersedia, sehingga akan memberikan gambaran hasil bagi manajemen untuk menentukan apa dan bagaimana , kapan dan dimana serta oleh siapa QSPM harus dijalankan. Dalam Perumusan strategi manajemen harus memiliki keyakinan tentang hasil yang akan dicapai, hal ini mengingat pengukuran kuantitatif memberikan gambaran nyata tentang langkah yang harus dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

### **Kerangka Pemikiran Penelitian**

#### **1. Analisis Pohon Masalah**

*Tree diagram* pohon masalah adalah teknik yang digunakan untuk memecahkan konsep apa saja, seperti kebijakan, target, tujuan, sasaran, gagasan, persoalan, tugas-tugas, atau aktivitas-aktivitas secara lebih rinci ke dalam sub-subkomponen, atau tingkat yang lebih rendah dan rinci. *Tree Diagram* dimulai dengan satu *item* yang bercabang menjadi dua atau lebih, masing-masing cabang kemudian bercabang lagi menjadi dua atau lebih, dan seterusnya sehingga nampak seperti sebuah pohon dengan banyak batang dan cabang

Manfaat:

- Masalah dapat dipecah menjadi potongan-potongan yang lebih. dapat diatur dan didefinisikan.
- Untuk lebih mengerti masalah dan seringkali menghubungkan sebab-sebab yang berlawanan.

- g. Untuk mengidentifikasi isu dan pendapat yang mendukung, dan menolong orang yang berperan pada setiap tahap dan proses.
- h. Mengetahui isu saat ini, isu yang lampau, semuanya dapat teridentifikasi. proses analisis seringkali membantu untuk membangun rasa untuk membagi pengertian, tujuan dan langkah selanjutnya.
- 4) Analisis pohon masalah merupakan suatu alat atau teknik atau pendekatan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah.
- 5) Analisis pohon masalah menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat dari beberapa faktor yang saling terkait
- 6) Alat atau teknik analisis pohon masalah umumnya digunakan pada tahap perencanaan

Sebagai suatu alat atau teknik dalam mengidentifikasi dan menganalisis masalah, analisis pohon masalah mempunyai banyak kegunaan. Alat analisis ini untuk membantu untuk mengilustrasikan korelasi antar masalah, penyebab masalah, dan akibat dari suatu masalah dalam suatu hirarki atau faktor-faktor yang berhubungan. Analisis ini digunakan untuk menghubungkan berbagai isu atau faktor yang berkontribusi pada masalah organisasi dan membantu untuk mengidentifikasi akar penyebab dari masalah organisasi.

## **2. Strategi Pemasaran**

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia strategi adalah rencana yang cermat, serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Pemasaran merupakan proses atau cara perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Strategi pemasaran juga diartikan usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke

waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Menurut Stanton Strategi pemasaran adalah merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk, sampai memasarkannya serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberi kepuasan pembeli aktual serta potensial. Di dalam suatu bisnis ada tiga faktor yang merupakan penentu harga jual barang dan jasa yang meliputi produksi, pemasaran, serta konsumsi. Sehingga, pemasaran dapat dikatakan sebagai penghubung produsen dan konsumen.

Adapun strategi pemasaran memiliki beberapa fungsi, antara lain:

1. Mengatur arah jalannya bisnis atau perusahaan. Tentunya, hal ini akan membantu koordinasi tim pemasaran lebih efektif sehingga akan mudah mencapai target.
2. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan bisnis yang tengah dijalankan. Strategi pemasaran menuntut para pelaku bisnis untuk memperkirakan laju bisnis di masa mendatang sehingga secara tidak langsung memberikan semangat untuk menjalankannya.
3. Sebagai standar penilaian dari prestasi kerja para anggota di perusahaan. Dengan adanya standar penilaian ini, tentunya pengawasan mutu dan kualitas kerja menjadi efektif.
4. Sebagai alat bantu untuk mencapai target atau tujuan suatu perusahaan, baik dalam jangka waktu pendek atau panjang.

### 3. Analisis SWOT

Menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Analisis SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Tujuan analisis SWOT adalah sebagai bentuk strategi saat merencanakan sebuah proyek bisnis supaya berjalan sesuai rencana dengan melakukan analisa dari empat aspek yang mempengaruhi SWOT.

### 4. Matrik QSPM

QSPM (Quantitative strategic planning matrix) merupakan teknik yang secara objektif dapat menetapkan strategi alternative yang diprioritaskan sebagai suatu teknik memerlukan intuisi yang baik dalam penilaian, menetapkan kemenarikan relative dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah dipilih untuk menentukan strategi mana yang paling baik untuk di implementasikan. Dalam mengadakan perencanaan strategi QSPM sangat diperlukan sebagai metode pengambilan keputusan setelah tahap input dan tahap analisis dilakukan, QSPM sangat berhubungan dengan metode-metode lain yang digunakan dalam tahap input dan analisis sebagai bentuk informasi untuk tahap QSPM sendiri.

### **Analisis Internal Perusahaan**

Analisis Internal menjadi dasar yang penting pada proses para perencanaan strategis untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang efektif dan dapat menghadapi ancaman dalam lingkungan. Analisis ini dapat dibagi menjadi enam bidang fungsional yang menjadi variable dalam analisis internal yaitu:

- Manajemen
- Sumber Daya Manusia
- Pemasaran
- Keuangan dan Akutansi
- Produksi dan Operasi
- Penelitian dan Pengembangan
- Sistem Informasi Manajemen Operasi

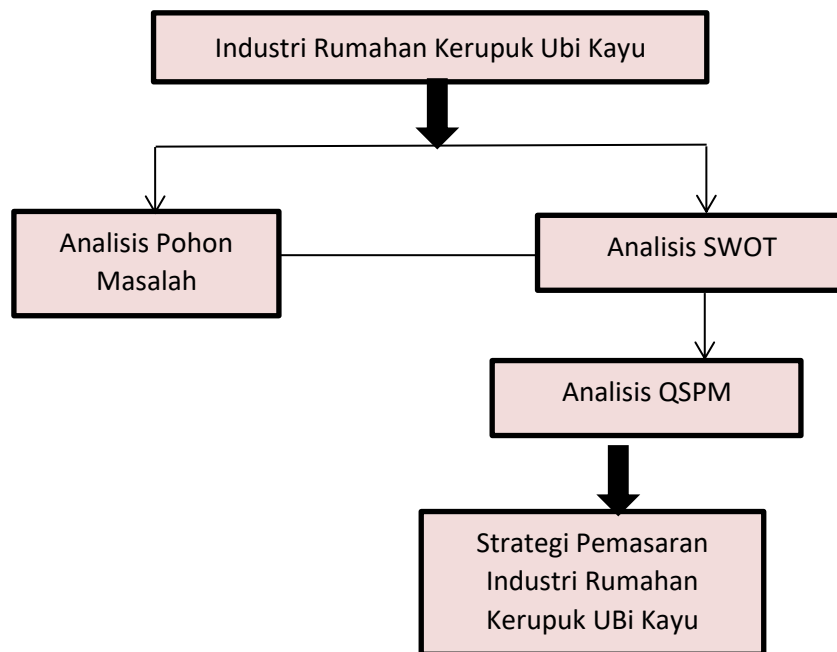
### **Analisis Eksternal Perusahaan**

Analisis eksternal perusahaan merupakan kegiatan mengidentifikasi lingkungan eksternal perusahaan mencakup ancaman dan peluang utama yang dihadapi perusahaan sehingga perusahaan mampu memformulasikan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang dan menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman (Umar, 2010). Analisis ini dapat dibagi menjadi beberapa bidang fungsional yaitu:

- Ekonomi
- Sosial
- Teknologi

- Pemasok
- Kekuatan Persaingan
- Pemerintah

Berikut adalah Bagan Kerangka Pemikiran dari penelitian adalah:



(Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian)

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan, pemilihan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dalam pengolahan dan penjualan hasil produk kerupuk. Pengumpulan data dilakukan sejak bulan Desember 2021 sampai Agustus 2022.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data Penelitian terdiri dari data primer dan sekunder, data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pengrajin kerupuk ubi kayu. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil survey dan data dokumentasi, dari Dinas Koperasi dan perdagangan dan Balai Desa Bamban Utara

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat direncanakan pada industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi(pengamatan) adalah satu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Bisa dengan wawancara langsung, bisa dengan pengamatan ke objek dari percobaan yang dilakukan atau pada objek survey.

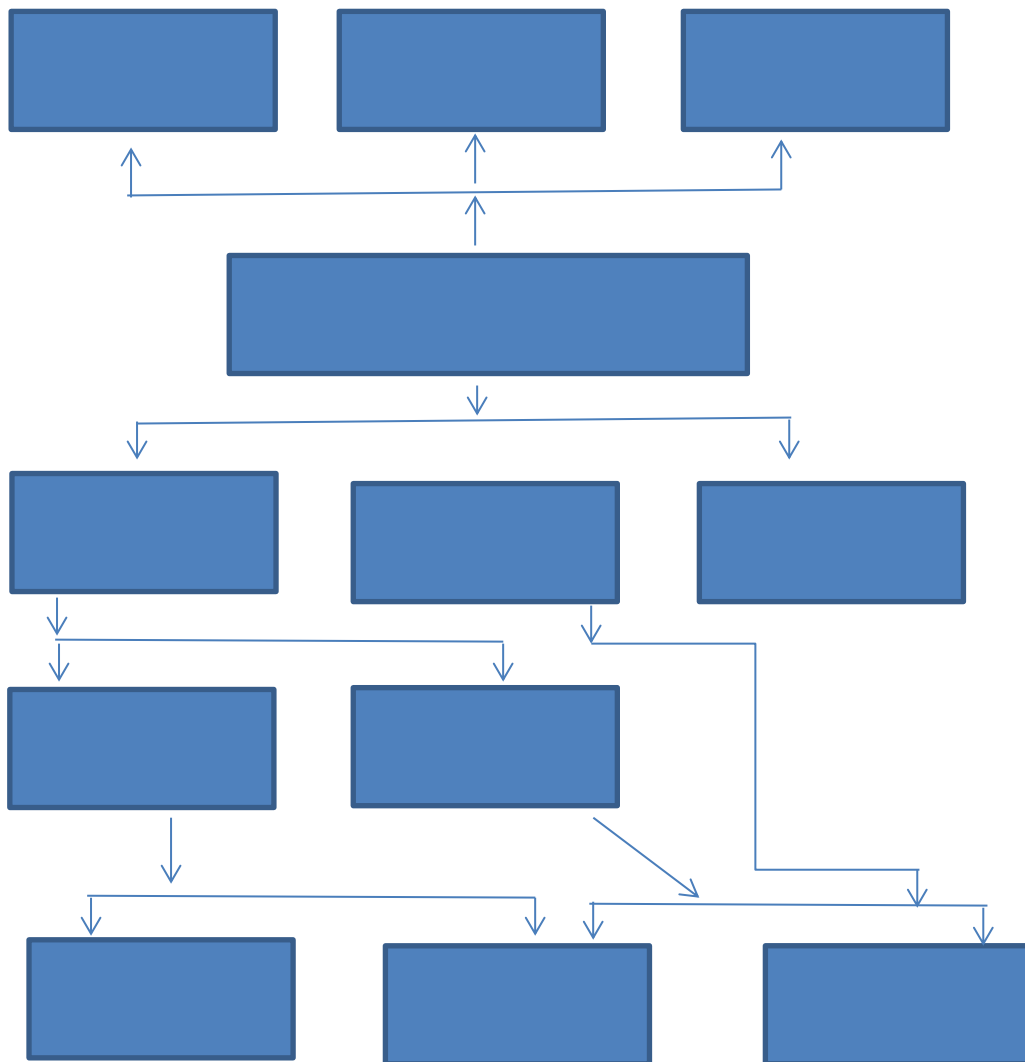
### **Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian dalam menentukan strategi usaha industri rumahan mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan

Angkinang. Beberapa alat analisis yang digunakan antara lain: Analisis pohon masalah, analisis SWOT dan analisis matrix qspm

Menjawab tujuan pertama penelitian yaitu mengetahui permasalahan yang dihadapi pada pemasaran industri rumahan kerupuk Bamban (ubi kayu) di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang digunakan Analisis Pohon Masalah. Pohon masalah (*problem tree*) merupakan sebuah pendekatan/ metode yang digunakan untuk identifikasi penyebab suatu masalah, analisis pohon masalah dilakukan dengan membentuk pola pikir yang lebih terstruktur mengenai komponen sebab akibat yang berkaitan dengan masalah yang telah diprioritaskan. Pohon permasalahan memberikan gambaran mulai dari akar sampai pucuk permasalahannya dan akan menjadi panduan untuk menyusun logframe, langkah-langkah dalam penyusunan pohon masalah yaitu:

1. Mengidentifikasi dan merumuskan masalah utama berdasarkan hasil analisis atas informasi yang tersedia
2. Menganalisis akibat/ pengaruh adanya masalah utama yang telah dirumuskan pada poin pertama
3. Menganalisis penyebab munculnya masalah utama
4. Menganalisis lebih lanjut penyebab dari penyebab poin ketiga
5. Menganalisis lebih lanjut penyebab dari penyebab poin keempat
6. Menyusun pohon masalah secara keseluruhan, berdasarkan langkah pertama sampai kelima pohon masalah secara keseluruhan dapat digambarkan pada gambar 2.



(Gambar 2. Pohon Masalah)

Menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui Strategi pemasaran kerupuk ubi kayu di desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang digunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT (Strengts, Weakness, Opportunity, Threats) yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam menentukan strategi pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Rezki di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang. Beberapa alat analisis yang digunakan antara lain

Menjawab tujuan ketiga yaitu mengetahui Strategi prioritas pemasaran kerupuk ubi kayu di desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang digunakan Matriks QSPM. Matriks QSPM atau Quantitative Strategic Planning Matrix merupakan sebuah matriks yang digunakan untuk menganalisis berbagai alternatif strategi yang tersedia untuk mendapatkan strategi prioritas. Alternatif strategi yang dianalisis pada tahap ini adalah strategi yang sudah dihasilkan dalam perumusan melalui analisis sebelumnya dengan memadukan faktor internal dan eksternal. Dengan matriks QSPM, manajemen dapat mengurutkan berbagai strategi yang ada untuk membentuk skala prioritas dalam penerapan strategi. Perhitungan matriks QSPM adalah dengan memadukan faktor-faktor internal dan eksternal terhadap alternatif strategi yang sudah dirumuskan. Dalam proses ini kembali dilakukan pembobotan, penentuan nilai daya tarik atau Attractiveness Scores (AS), dan Total Attractiveness Scores (TAS). Bobot pada faktor internal dan eksternal disesuaikan dengan bobot yang sudah ada pada matriks IFAS dan EFAS sebelumnya. Nilai AS didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dari satu set alternatif. Ketentuan penilaian AS berlaku sebagai berikut (Hany Setyorini, 2016): a. Nilai 1 = tidak menarik b. Nilai 2 = agak menarik c. Nilai 3 = cukup menarik d. Nilai 4 = sangat menarik Nilai TAS diperoleh dengan mengkalikan bobot dengan nilai AS. Nilai total TAS kemudian diakumulasi untuk mendapatkan tingkat skor dari berbagai alternatif strategi. Skor tertinggi menentukan strategi yang terbaik untuk diterapkan dalam suatu perusahaan. Namun yang harus diperhatikan dalam analisis ini adalah bahwa QSPM hanya digunakan untuk mengurutkan prioritas strategi dalam satu set alternatif.

## **Definisi Operasional dan Batasan Masalah**

### **Definisi Operasional**

1. Kerupuk ubi kayu merupakan olahan dari singkong yang diolah menjadi kerupuk, ada berbagai varian rasa kerupuk ubi kayu (ketumbar, bawang, pedas manis, original, jeruk purut)
2. analisis pohon masalah adalah identifikasi penyebab suatu masalah dengan membentuk pola pikir yang lebih terstruktur mengenai komponen sebab akibat yang berkaitan dengan masalah yang di prioritaskan
3. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersama-sama dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).
4. Analisis matrix QSPM adalah teknik untuk identifikasi yang sesuai atau terbaik bagi kondisi perusahaan.

### **Batasan Masalah**

1. Komoditas yang diteliti adalah Usaha Rumahan Kerupuk Ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang
2. Analisis yang digunakan adalah analisis pohon masalah, analisis tujuan dan analisis SWOT dan QSPM.

## **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **Profil Desa Bamban Utara**

Desa Bamban Utara adalah hasil penggabungan dari dua Desa Bagambir dan Padang, pada tahun 2010 an terjadilah penggabungan wilayah sehingga menjadi Desa Bamban Utara. Setelah terjadi penggabungan, maka diadakan rapat untuk memilih kepala desa yang pertama. Adapun yang terpilih dalam rapat tersebut yaitu Mursidi dikarenakan beliau seorang tokoh yang berpengaruh di desa.

Untuk memberi nama desa ini diambil dari rapat yang akhirnya diberi nama “Desa Bamban Utara” Karena sebelum adanya permungkiman didesa ini banyak sekali tanaman bamban yang tubuh dan arah desa ini juga menghadap ke utara sehingga diberi nama Desa Bamban Utara.

### **Luas dan Letak Wilayah**

Desa Bamban Utara merupakan salah satu desa dari beberapa desa yang ada di Kecamatan Angkinang. Desa ini mempunyai luas yang terdiri dari 4 (Empat) Rukun Tetangga (RT). Lokasinya dari Kecamatan Angkinang berjarak ± 6,5 km. Sebagian besar wilayah desa bamban utara merupakan kawasan pertanian dan perkebunan. Desa Bamban Utara dahulunya termasuk hasil penggabungan dari Desa Bagambir dan Padang pada tahun 2010.

Adapun batas Desa Bamban Utara adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pangambau,
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Bamban,
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa , Pandulangan

4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bamban Selatan.

### **Tofografi dan Morfologi Wilayah**

Desa Bamban Utara mempunyai wilayah yang terbagi atas wilayah pertanian dan perkebunan dengan berbagai macam wilayah pedesaan yang masih banyak area-area persawahan dan hutanan yang masih tidak tergarap oleh masyarakat. Hal ini tentu sangat berpengaruh kepada tingkat ekonomi/pendapatan dan pekerjaan Desa Bamban Utara. Berdasarkan kondisi tersebut di atas, menyebabkan mata pencaharian masyarakat sangat tergantung pada pertanian dan buruh tani.

### **Keadaan Penduduk**

Jumlah penduduk Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang berdasarkan hasil registrasi penduduk pada tahun 2019 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Perkembangan Jumlah Penduduk

| No | Uraian                 | Jumlah penduduk |
|----|------------------------|-----------------|
| 1  | Jumlah Laki –Laki      | 863 jiwa        |
| 2  | Jumlah Perempuan       | 890 jiwa        |
| 3  | Jumlah Total           | 1.753 jiwa      |
| 4  | Jumlah Kepala Keluarga | 563 kk          |
| 5  | Kepadatan Penduduk     | ± 730 orang/ km |

Sumber: Profil Desa Bamban Utara, 2019

Tabel 9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia/Umur

| No | Uraian          | Jumlah penduduk |
|----|-----------------|-----------------|
| 1  | 0-6 tahun       | 130 orang       |
| 2  | 7-12 tahun      | 163 orang       |
| 3  | 13-18 tahun     | 215 orang       |
| 4  | 19-25 tahun     | 220 orang       |
| 5  | 26-40 tahun     | 419 orang       |
| 6  | 41-55 tahun     | 383 orang       |
| 7  | 60 tahun keatas | 154 orang       |

Sumber: Profil Desa Bamban Utara, 2019

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui jumlah penduduk yang terbesar rata-rata berumur 19 - 55 tahun dan umur 0 - 6 paling sedikit dengan perkembangan penduduk lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

### **Tingkat Pendidikan**

Berdasarkan tingkat pendidikan masyarakat Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang dapat dilihat dari tabel:

Tabel 10. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| <b>No.</b> | <b>Tingkat Pendidikan</b> | <b>Jumlah</b>      |
|------------|---------------------------|--------------------|
| 1          | SD                        | 555 Orang          |
| 2          | SLTP                      | 364 Orang          |
| 3          | SLTA                      | 287 Orang          |
| 4          | Diploma                   | 28 Orang           |
| 5          | Sarjana                   | 43 Orang           |
|            | <b>Jumlah Total</b>       | <b>1.277 Orang</b> |

Sumber : Profil Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang.

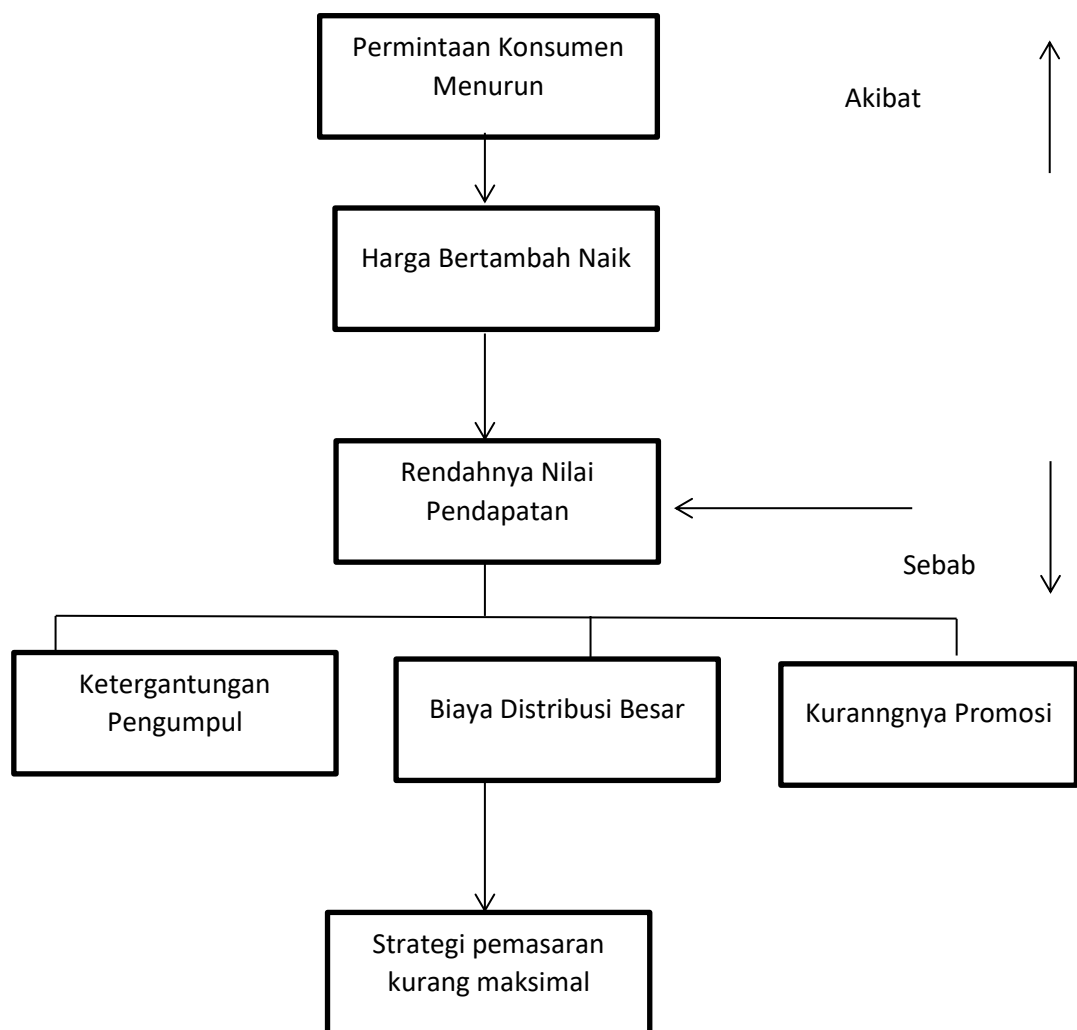
Dari tabel di atas dapat diketahui rata-rata masyarakat Desa Bamban Utara Berpendidikan SD, ada yang tamat SLTP dan SLTA, sedangkan untuk tingkat Sarjana dan Diploma hanya sebagian kecil

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis Pohon Masalah

Berikut analisis pohon masalah dari usaha industri rumahan kerupuk ubi kau di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan



Berdasarkan analisis pohon masalah pada usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan dapat dilihat bahwa rendahnya nilai pendapatan karena adanya

beberapa faktor ketergantungan dengan pugumpul dan pengambilan keputusan yang selalu berkaitan dengan perkembangan strategi pemasaran, pengembangan misi, tujuan, strategi perusahaan/industri rumahan.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan teknik atau metode perencanaan strategi yang bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebuah perusahaan atau industri. Berikut analisis SWOT dari industri rumahan kerupuk ubi kayu yang ada di desa Bamban Utara Kecamatan Angkinag Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

### **Analisis Lingkungan Internal Perusahaan**

Analisis lingkungan internal ini diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan melakukan proses identifikasi terhadap berbagai faktor-faktor yang ada dalam area industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan, meliputi manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, pengembangan produksi dan sistem informasi manajemen.

#### **a) Manajemen**

Industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan banyak yang masih memiliki sistem manajemen sederhana dalam menjalankan usahanya, karena usaha yang dijalankan hanya sebuah usaha mikro dan semua kegiatan produksi hanya dilakukan oleh pengrajin kerupuk itu sendiri beserta keluarga.

#### **b) Pemasaran**

Produk

- Produk tidak memiliki merek dagang sehingga tidak memiliki identitas produk dan konsumen akan sulit mengenali produk yang di produksi
- Pemasaran kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang lebih kepada masyarakat sekitar yang kembali menjual di toko dan ke pengumpul untuk dijual lagi kepada konsumen di daerah lain.
- Pengrajin kerupuk ubi kayu menjual hasil produksi per kilogram dan tidak memakai kemasan, kemasan dibuat oleh masyarakat atau pengumpul yang menjual kerupuk.
- Target pemasaran bisa sampai dijual kembali keluar daerah tetapi melalui pengumpul dahulu, dikarenakan tidak adanya pelanggan tetap diluar daerah.

#### Harga

- Harga dari pengrajin kerupuk Rp. 18.000 perkilogram.
- Harga yang ditawarkan cukup terjangkau, produk yang dijual dalam bentuk kemasan ecer dijual dengan harga Rp. 5.000 perbungkus dan dapat bersaing di pasaran.

#### Tempat

- Lokasi usaha berada di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan.
- Banyak masyarakat di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan yang membeli kerupuk ke pengrajin kerupuk ubi kayu untuk dijual kembali di toko di depan rumah mereka sendiri.

### Promosi

- Promosi dilakukan hanya dari mulut ke mulut
- Promosi dilakukan masyarakat sekitar yang menjual kerupuk di pinggir jalan dan biasanya sudah terkenal dengan sebutan kampung kerupuk ubi kayu.

### Proses

- Ubi kayu dikupas dan dipisahkan dari kulitnya lalu dibersihkan
- Ubi kayu digiling menggunakan mesin
- Ubi kayu yang sudah digiling di diamkan selama beberapa menit agar air dari ubi kayu itu tidak terlalu banyak
- Ubi kayu yang sudah digiling dan didiamkan dicampur dengan tepung dan juga varian rasa yang ingin dibuat
- Adonan ubi kayu harus di aduk supaya bumbu bumbu tercampur dengana rata
- Adonan ubi kayu siap di masak dengan kondisi air yang sudah harus mendidih
- Jika sudah matang di diamkan dulu lalu di jemur dibawah matahari langsung.
- Jika sudah kering di potong menggunakan mesin.

### Produktivitas

- Produksi sudah menggunakan mesin

### Sumber Daya Manusia

- Menggunakan tenaga kerja dalam keluarga yang terampil dan sudah pengalaman

#### Mitra Bisnis

- Pengumpul yang menjual kembali hasil produksi dari pengrajin kerupuk yang sudah memiliki pelanggan di daerah lain.
- Masyarakat sekitar yang berjualan di toko mereka sendiri

#### c) Keuangan/Akuntansi\

- Sumber keuangan yang digunakan untuk usaha kerupuk ubi kayu ini ada yang dari modal sendiri
- Tidak ada catatan pembukuan, pengrajin hanya memperkirakan jumlah laba yang diperoleh dengan membandingkan dengan jumlah modal yang dikeluarkan untuk memproduksi kerupuk ubi kayu dengan hasil yang jual yang diperoleh dan tidak memperhitungkan biaya-biaya yang tidak langsung dikeluarkan.

#### d) Produksi/Operasi

- Waktu proses pembuatan kerupuk ubi kayu terbilang tidak terlalu lama karena sudah banyak menggunakan mesin tetapi yang jadi masalah hanyalah cuaca karena dalam proses penjamuran hanya menggunakan cahaya dari sinar matahari.langsung
- Kapasitas produksi kerupuk ubi kayu rata-rata setiap pengrajin

#### e) Sistem Informasi Manajemen

Alat informasi yang biasa digunakan oleh pengrajin kerupuk ubi kayu adalah telpon seluler dan pengrajin kerupuk hanya menggunakan sistem informasi yang sederhana. Setelah melakukan analisis faktor internal, maka dirumuskan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pengrajin kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

Tabel 11. Rumusan Kekuatan dan Kelemahan Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

| Faktor Internal            | Kekuatan                                                                                                                          | Kelemahan                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Manajemen                  |                                                                                                                                   | Sistem manajemen sederhana                                                                                                                                                                  |
| Pemasaran                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga di pasar bersaing</li> <li>- Adanya Hubungan kemitraan dengan pengumpul</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemasan kurang menarik</li> <li>- Minimnya kegiatan promosi</li> <li>- Besarnya biaya distribusi</li> <li>- Permintaan konsumen menurun</li> </ul> |
| Keuangan/Akuntansi         | Modal Sendiri                                                                                                                     | Minimnya modal                                                                                                                                                                              |
| Pengembangan Produksi      | Pengembangan terhadap, rasa dan kualitas                                                                                          | Bahan pokok yg bertambah naik                                                                                                                                                               |
| Sistem informasi manajemen | Sistem informasi jual beli lebih banyak dilakukan ke masyarakat sekitar                                                           | Sistem informasi masih sederhana                                                                                                                                                            |
|                            |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                             |

#### Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindari, meliputi faktor ekonomi, sosial budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan pesaing industri.

##### a. Faktor ekonomi

Peluang pemasaran terbuka lebar dan coba mencari pelanggan tetap di daerah lain agar tidak hanya dijual ke pengumpul dan masyarakat sekitar tapi langsung memasarkan ke daerah lain agar pertumbuhan ekonomi meningkat.

##### b. Faktor sosial budaya, demografi dan lingkungan

Di jaman sekarang banyak sekali orang menyukai kerupuk dari anak muda sampai orang tua dan sudah berbagai macam kerupuk yang dijual jaman sekarang salah satunya kerupuk ubi kayu ini, dan menjadi peluang dan salah satu kekuatan para pengrajin kerupuk karena pasar dan karakteristiknya dibentuk secara langsung oleh masyarakat, perkembangan jumlah penduduk akan berdampak positif pada peningkatan penjualan kerupuk ubi kayu dan tentunya merupakan peluang terhadap perkembangan usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu.

Gaya hidup masyarakat yang modern dan banyaknya produsen berbagai macam kerupuk modern merupakan faktor sosial budaya yang dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap produk kerupuk ubi kayu, Kerupuk ubi kayu yang di produksi oleh beberapa pengrajin kerupuk ubi kayu memiliki pasar yang tidak terlalu luas distribusi pemasaran hanya kepada masyarakat dan pengumpul yang kembali menjual keluar daerah dan tentunya menjadi ancaman bagi pengrajin kerupuk. Industri rumahan kerupuk ubi kayu ini berada di lingkungan yang mayoritas masyarakatnya bermata pencarian sebagai petani sehingga bahan baku mudah di dapat.

c. Faktor politik, pemerintah, dan hukum

Adanya bantuan dana modal dari pemerintah tentunya sangat membantu para pengrajin kerupuk yang modalnya masih sedikit.

d. Faktor teknologi

Saat ini teknologi yang digunakan dalam proses produksi kerupuk ubi kayu sudah menggunakan mesin seperti mesin pemotong kerupuk yang dibikin sendiri oleh pengrajin kerupuk

e. Faktor pesaing industri dan kompetisi

Pesaing dari usaha kerupuk ubi kayu ini tidak hanya berasal dari satu jenis produk yang sama tetapi juga dari jenis produk yang berbeda, kerupuk ubi kayu yang di produksi di daerah lain seperti halnya di pelaihari dan di toko roti *crystal* banjarbaru yang sudah memiliki kemasan produk yang lebih unggul yang tentunya dapat mengancam keberlangsungan dari usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu

f. Faktor alam

Faktor alam adalah faktor yang sangat penting dan memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kualitas, tingkat penjualan, dan keuntungan bagi para pengrajin kerupuk ubi kayu, proses produksi kerupuk ubi kayu membutuhkan cuaca panas untuk melakukan penjemuran untuk salah satu proses produksi terpenting dalam proses produksi kerupuk ubi kayu.

Keadaan cuaca yang tidak mendukung dapat menjadi ancaman bagi produksi kerupuk ubi kayu, misalnya cuaca yang sering hujan akan sangat berpengaruh pada hasil produksi yang tidak maksimal dan kualitas yang dihasilkan tidak terlalu bagus karena biasanya jika tidak terkena sinar matahari langsung kerupuk akan sangat mudah alot.

Setelah melakukan analisis faktor eksternal, maka dirumuskan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh pengrajin kerupuk yang ada di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkisan Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

Tabel 12. Rumusan Peluang dan Ancaman Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

| Faktor Eksternal                     | Peluang                                                                                                                                                                                                     | Ancaman                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ekonomi                              | Pertumbuhan ekonomi yang baik<br>Modal usaha yang relative kecil                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                              |
| Sosial Budaya, Demografi, Lingkungan | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertambahnya populasi penduduk\</li> <li>- Ketersediaan bahan baku yang banyak</li> <li>- Banyaknya agen distributor</li> <li>- Pangsa pasar masih luas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyaknya produksi yang sama</li> <li>- Gaya hidup masyarakat yang sudah modern</li> <li>- Kenaikan harga di tingkat pengrajin dan pemasok</li> <li>- Harga bahan baku yang tidak stabil</li> </ul> |
| Pemerintah                           | Peran pemerintah dalam memberikan modal UMKM                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                              |

### Matrik IFAS

Tabel 13. Penyusunan matrik faktor internal strategi (IFAS)

| NO | Streangthes                                    | Bobot | Rating | Skor     |
|----|------------------------------------------------|-------|--------|----------|
| 1  | Harga di pasar bersaing                        | 0,16  | 3      | 0,47     |
| 2  | Adanya Hubungan kemitraan dengan pengumpul     | 0,21  | 4      | 0,84     |
| 3  | Pengembangan terhadap rasa dan kualitas produk | 0,21  | 4      | 0,84     |
|    | Total S                                        |       |        | 2,15     |
| No | Weaknesses                                     |       |        |          |
| 1  | Besarnya biaya distribusi                      | 0,10  | 2      | 0,21     |
| 2  | Minimnya modal                                 | 0,16  | 3      | 0,47     |
| 3  | Minimnyakegiatan promosi                       | 0,16  | 3      | 0,47     |
|    | Total W                                        | 1,00  |        | 1,15     |
|    | S-W                                            |       |        | <b>1</b> |

### Matrik EFAS

Tabel 14. Penyusunan matrik faktor eksternal strategi (EFAS)

| NO | Opportunities                                   | Bobot | Rating | Skor        |
|----|-------------------------------------------------|-------|--------|-------------|
| 1  | Ketersediaan bahan baku yang banyak             | 0,22  | 4      | 0,88        |
| 2  | Pangsa pasar masih luas                         | 0,17  | 3      | 0,5         |
| 3  | Banyaknya agen distributor                      | 0,17  | 3      | 0,5         |
|    | Total O                                         |       |        | 1,88        |
| No | Threats                                         |       |        |             |
| 1  | Banyaknya produk pesaing                        | 0,11  | 2      | 0,22        |
| 2  | Kenaikan harga ditingkat pengrajin atau pemasok | 0,17  | 3      | 0,5         |
| 3  | Gaya hidup masyarakat yang sudah modern         | 0,17  | 3      | 0,5         |
|    | Total T                                         | 1,00  |        | 1,22        |
|    | Total O-T                                       |       |        | <b>0,66</b> |

### Matrik SWOT

Matrik SWOT merupakan alat untuk membantu para manajer untuk menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan maupun industri, strategi- strategi yang digunakan dalam matrik SWOT yaitu:

- Strategi SO (*Strenghts- Opportunities*) yaitu strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
- Strategi WO (*Weaknesses- Opportunities*) yaitu startegi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan

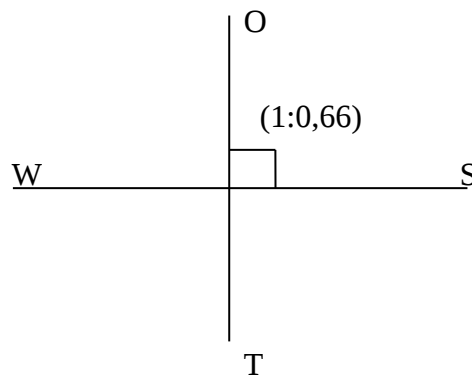
- Strategi ST (*Strenghts- Threats*) yaitu startegi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman
- Strategi WT (*Weaknesses- Threats*) yaitu startegi meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman

Dilihat dari aspek- aspek internal (kekuatan dan kelemahan) maupun aspek-aspek (peluang dan ancaman) yyang telah dibahas sebelumnya maka dapat dirumuskan beberapa strategi bagi perusahaan.

Tabel 15. Matrik SWOT

|                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>Internal</div> <div>Eksternal</div>                                                                                                                                                                         | <b>Kekuatan – S</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga di pasar bersaing</li> <li>2. Adanya Hubungan kemitraan dengan pengumpul</li> <li>3. Kualitas produk yang baik</li> <li>4. Pengembangan terhadap, rasa dan kualitas</li> </ol> | <b>Kelemahan – W</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen sederhana</li> <li>2. Kemasan kurang menarik</li> <li>3. Besarnya biaya distribusi</li> <li>4. Minimnya modal</li> <li>5. Promosi seadanya</li> </ol> |
| <b>Peluang – O</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan ekonomi</li> <li>2. Perkembangan teknologi</li> <li>3. Bahan baku</li> <li>4. Agen distributor</li> <li>5. Pangsa pasar luas</li> </ol> | <b>Strategi (SO)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pengembangan pasar agar meningkatkan hasil penjualan produk</li> </ol>                                                                                                    | <b>Strategi (WO)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan promosi</li> <li>2. Teknologi semakin di kembangkan sehingga hasil produksi semakin berkualitas</li> </ol>                                         |
| <b>Ancaman – T</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi alam</li> <li>2. Penyediaan modal</li> <li>3. Banyaknya produk pesaing</li> <li>4. Harga bahan pokok yang tidak stabil</li> </ol>           | <b>Strategi (ST)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Market Penetration</i></li> </ol>                                                                                                                                                | <b>Strategi (WT)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah modal</li> <li>2. Deferensiasi produk agar lebih menarik</li> </ol>                                                                                    |

Hasil matriks IFAS diperoleh nilai skor kekuatan (*Strenght*) sebesar 2,15. Nilai skor kelemahan (*Weakness*) sebesar 1,15 dan selisih antara kedua skor kekuatan dan kelemahan yaitu sebesar 1. Pada matriks EFAS diperoleh nilai skor peluang sebesar 1,88 nilai skor ancaman sebesar 1,22 dengan selisih antara kedua skor peluang dan ancaman adalah 0,66. Gambaran Hasil analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar berikut.



Berdasarkan gambar di atas strategi pengembangan pemasaran industri kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan terletak pada kuadran I dimana pertemuan antara faktor internal dan eksternal terdapat pada koordinat (1 : 0,66). Adapun strategi yang diterapkan yaitu strategi SO yaitu strategi yang menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO pada pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara adalah Melakukan pengembangan pasar agar meningkatkan hasil penjualan produk.

### **Matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)**

Penetapan alternatif strategi pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan menggunakan matrik QSPM, langkah- langkah dalam penyusunan matrik QSPM yaitu:

- a) Membuat daftar kekuatan atau kelemahan internal dan daftar peluang atau ancaman eksternal pada kolom QSPM yang diperoleh dari kolom matrik IFAS da EFAS.
- b) Memberikan bobot untuk setiap faktor kunci yakni faktor internal dan eksternal, bobot ini identic dengan matrik IFAS dan EFAS
- c) Menentukan nilai daya tarik AS (*Attractiveness Score*) dengan nilai
 

Nilai 1 = Tidak Baik

Nilai 2 = Agak Baik

Nilai 3 = Cukup Baik

Nilai 4 = Sangat Baik
- d) Nilai daya tarik Total *Attractiveness Score* (TAS) diperoleh dari perkalian bobot dengan *Attractiveness Score* pada setiap baris.
- e) Menhitung jumlah skor daya tarik total TAS pada setiap kolom strategi QSPM.

Perhitungan alternatif startegi QSPM berikut ini dengan menggunakan:

- 1) *Market Devolopment* usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilakn.
- 2) *Market Penetrasion* cara yang digunakan untuk mengembangkan strategi untuk memperluas cakupan pangsa pasar untuk suatu produk.

Tabel 16. Matrix QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

| Key Internal Faktor                             |        | Market Development |      | Market Penetration |      |
|-------------------------------------------------|--------|--------------------|------|--------------------|------|
| Internal Strengths                              | Weight | AS                 | TAS  | AS                 | TAS  |
| Harga di pasar bersaing                         | 0,16   | 3                  | 0,48 | 3                  | 0,48 |
| Adanya Hubungan kemitraan dengan pengumpul      | 0,21   | 4                  | 0,84 | 3                  | 0,63 |
| Pengembangan terhadap rasa dan kualitas produk  | 0,21   | 4                  | 0,84 | 3                  | 0,63 |
|                                                 |        |                    |      |                    |      |
| Internal Weaknesses                             |        |                    |      |                    |      |
| Besarnya biaya distribusi                       | 0,10   | 3                  | 0,3  | 2                  | 0,2  |
| Minimnya modal                                  | 0,16   | 3                  | 0,48 | 3                  | 0,48 |
| Minimnya kegiatan promosi                       | 0,16   | 3                  | 0,48 | 2                  | 0,32 |
|                                                 | 1,00   |                    |      |                    |      |
| Total                                           |        |                    |      |                    |      |
| Key Eksternal Faktor                            |        |                    |      |                    |      |
| Opportunities                                   |        |                    |      |                    |      |
| Ketersediaan bahan baku yang banyak             | 0,22   | 3                  | 0,66 | 3                  | 0,66 |
| Pangsa pasar masih luas                         | 0,17   | 3                  | 0,51 | 3                  | 0,51 |
| Banyaknya agen distributor                      | 0,17   | 3                  | 0,51 | 3                  | 0,51 |
|                                                 |        |                    |      |                    |      |
| Threats                                         |        |                    |      |                    |      |
| Banyaknya produk pesaing                        | 0,11   | 2                  | 0,22 | 3                  | 0,33 |
| Kenaikan harga di tingkat pengrajin dan pemasok | 0,17   | 2                  | 0,32 | 3                  | 0,51 |
| Gaya hidup masyarakat yang sudah modern         | 0,17   | 3                  | 0,51 | 3                  | 0,51 |
| Total                                           | 1,00   |                    | 6,15 |                    | 5,77 |

Berdasarkan perhitungan QSPM diperoleh nilai TAS tertinggi yaitu strategi 1 dengan melakukan pengembangan pasar agar meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkan dengan skor daya tarik total (TAS) adalah 6,15 sehingga alternatif strategi dalam penelitian ini adalah melakukan pengembangan

pasar agar meningkatkan penjualan dari hasil produk industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan, hasil analisis pohon masalah menunjukkan bahwa yang menjadi fokus masalah adalah rendahnya nilai pendapatan dikarenakan adanya beberapa faktor yaitu ketergantungan dengan pengumpul, biaya distribusi yang besar dan kurangnya promosi yang menyebabkan strategi pemasaran kurang maksimal. Dengan mengetahui apa yang menjadi fokus masalah dan penyebab masalah usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu ini, Langkah selanjutnya dengan menggunakan analisis SWOT melalui analisis SWOT dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi suatu perusahaan. Dengan demikian strategi pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan akan mempermudah pengrajin dalam menentukan langkah selanjutnya yang harus diambil. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal industri rumahan Kerupuk Ubi Kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan di peroleh strategi yaitu: melakukan strategi pengembangan produk atau pasar agar meningkatkan penjualan produk, penetrasi pasar untuk mengembangkan strategi untuk memperluas cakupan pangsa pasar untuk suatu produk

Langkah selanjutnya dengan menggunakan analisis SWOT melalui analisis SWOT dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi suatu perusahaan. Dengan demikian strategi pemasaran industri rumahan kerupuk ubi kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan, hal ini sejalan dengan teori wheelen (2000) manajemen strategi adalah serangkaian keputusan- keputusan dan tindakan- tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi- strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisis SWOT. Berdasarkan teori analisis SWOT yang didasarkan pada kondisi umum institusi bersangkutan baik yang bersifat internal maupun eksternal guna mencapai tujuan serta visi dan misi yang telah diterapkan semula oleh para pemangku kepentingan (Sjafrizal,2015)

Sedangkan pada matrik QSPM menghasilkan strategi- strategi yang di dapatkan menggunakan input analisis matrik EFAS dan IFAS

- a. Strategi penetrasi pasar yang memiliki TAS sebesar 5,77 yang berarti industri rumahan kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan perlu untuk melakukan penempatan produksinya ke pangsa pasar yang paling menarik guna meningkatkan penjualan.
- b. Strategi Pengembangan pasar yang memiliki TAS sebesar 6,15 yang berarti industri rumahan kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan ekspansi atau pengenalan produk ke pembeli-pembeli baru secara online maupun offline termasuk memasuki pasar yang lain.

Berdasarkan hasil QSPM diketahui bahwa strategi pengembangan pasar memiliki Total Nilai Daya Tarik paling besar yaitu 6,15 dibandingkan dengan startegi penetrasi pasar oleh karena itu sebaiknya industri rumahan kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan menggunakan strategi pengembangan pasar.

Tabel 17. Hasil perbandingan penelitian

| NO | Judul                                                                                                                                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Siska Amelia (2021) Strategi Pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan                      | Faktor internal dalam matrik IFAS dengan total skor sebesar 3,3 berbeda dengan faktor eksternal matrik EFAS yang memiliki total skor yang lebih rendah yaitu 3,1 hal ini menunjukkan bahwa faktor internal memiliki kekuatan yang leboh besar dibandingkan dengan kelemahan dan faktor eksternal memiliki peluang yang lebih besar daripada ancaman. Strategi yang diterapkan untuk analisis SWOT adalag Strategi SO. Penentuan alternatif strategi dengan matrik QSPM diperoleh alternatif strategi pengembangan produk atau pasar pada industri rumahan Kerupuk Ubi di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan. |
| 2  | Ari Juwita (2019) Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Randers Madiun                                                      | Hasil matrik internal dan eksternal diperoleh total skor nilai pembobotan pada faktor internal yaitu 2,85 yang artinya kekuatan lebih besar dari kelemahan dan pada faktor eksternal memiliki skor yang selisih sedikit dari faktor internal yaitu 2,79 sehingga peluang lebih besar daripada ancaman.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 3  | Saipullah (2015) Strategi Pengembangan Usaha Itik Petelor dengan Pendekatan Matrik SWOT Kelompok Tani Membangun Desa Bungin Kecamatan Banua Lawas Kabupaten Tabalong | Hasil matrik internal dan eksternal diperoleh total skor nilai pembobotan pada faktor internal yaitu 2,789 yang artinya kekuatan lebih besar dari kelemahan dan pada faktor eksternal memiliki skor yang selisih sedikit dari faktor internal yaitu 2,812 sehingga peluang lebih besar daripada ancaman. Penentuan alternatif strategi yang digunakan yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk                                                                                                                                                                                                                                  |

Hasil analisis pohon masalah menunjukkan bahwa yang menjadi fokus masalah adalah rendahnya nilai pendapatan dikarenakan adanya beberapa faktor yaitu ketergantungan dengan pengumpul, biaya distribusi yang besar dan kurangnya promosi yang menyebabkan strategi pemasaran kurang maksimal. Dengan mengetahui apa yang menjadi fokus masalah dan penyebab masalah usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu ini. Dari hasil perbandingan kedua penelitian tersebut dapat dilihat perbedaan dalam pelaksanaan strategi, berdasarkan hasil matrik IFAS diperoleh skor 2,789 yang berarti usaha berada dalam kondisi internal usaha rata-rata atau sedang. Sedangkan hasil matrik EFAS diperoleh skor 2,789 yang berarti usaha berada dalam kondisi eksternal rata-rata atau sedang, sehingga industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby harus memanfaatkan segala kekuatan untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman, berdasarkan hasil matrik SWOT yang dilakukan dengan melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal industri rumahan kerupuk ubi kayu mama roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan yaitu melakukan strategi pengembangan pasar agar meningkatkan penjualan produk, penetrasi pasar untuk mengembangkan strategi untuk memperluas cakupan pangsa pasar untuk suatu produk, hal ini sejalan dengan teori wheelen (2000) manajemen strategi adalah serangkaian keputusan- keputusan dan tindakan- tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi- strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisis SWOT. Startegi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai, mencakup ekspansi geografis, pengembangan pasar, penetrasi yang mempengaruhi perkembangan jangka

panjang perusahaan karena berorientasi ke masa yang akan datang David (2011). Berdasarkan teori analisis SWOT yang di dasarkan pada kondisi umum baik bersifat internal maupun eksternal guna mencapai tujuan serta visi dan misi yang telah diterapkan semula oleh pemangku kepentingan (Sjafrizal, 2015)

Sedangkan matrik QSPM merupakan lanjutan dari analisis SWOT dengan mengimplementasikan strategi sehingga setelah dilakukan perhitungan bobot dan *attractiveness score* (AS) maka diperoleh hasil matrik QSPM pada penentuan alternatif strategi industri rumahan kerupuk ubi kayu mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan pada strategi pengembangan pasar dengan total *attractiveness score* (TAS) 5,89 strategi ini dapat diterapkan untuk mengingat pada rendahnya nilai pendapatan dikarenakan pemasaran atau penjualan produksi kerupuk tidak terlalu luas maka dari itu dapat dilakukan pengembangan pasar agar meningkatkan penjualan dari hasil produk industri rumahan kerupuk ubi kayu mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang kabupaten Hulu Sungai Selatan.

#### 1. Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar adalah mengidentifikasi dan mengembangkan peluang baru untuk menjual produk di pasar, karena industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby pemasaran yang dilakukan tidak terlalu luas maka pengembangan pasar harus dilakukan agar penjualan produksi kerupuk ubi kayu meningkat. Salah satu cara agar penjualan meningkat dengan cara mengembangkan pasar salah satunya adalah memperluas jaringan pasar dengan promosi, cara promosi yang baik adalah dengan media internet dan media sosial

salah satunya melalui facebook, Instagram, WhatsApp maupun market place. Dengan promosi produk akan lebih dikenal banyak orang dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, seperti yang di ungkapkan oleh Tjiptono dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran (2008) bahwa “Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan”

## 2. Strategi Penetrasi Pasar

Strategi penetrasi pasar adalah suatu strategi untuk meningkatkan pangsa pasar pada produk atau jasa yang telah tersedia dengan cara usaha- usaha yang lebih besar (David 2009). Industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan agar menjadikan produk lebih menarik untuk mendapatkan lebih banyak pangsa pasar dari pesaing, mengevaluasi daya tarik masing masing segmen untuk menentukan sasaran pasar.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pemasaran Industri Rumahan Kerupuk Ubi Kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis pohon masalah pada usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan dapat dilihat bahwa rendahnya nilai pendapatan karena adanya beberapa faktor ketergantungan dengan pugumpul dan pengambilan keputusan yang selalu berkaitan dengan perkembangan strategi pemasaran, pengembangan misi, tujuan, strategi perusahaan/industri rumahan.
2. Berdasarkan analisis SWOT pada usaha industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan dapat dilihat bahwa Strategi yang diterapkan yaitu strategi SO yaitu Melakukan pengembangan pasar agar meningkatkan hasil penjualan produk
3. Berdasarkan analisis matrik QSPM, strategi prioritas yang diterapkan dalam industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby di Desa Bamban Utara Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan adalah melakukan pengembangan pasar agar meningkatkan hasil penjualan produk.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Mengembangkan peluang baru untuk menjual produk di pasar, karena industri rumahan kerupuk ubi kayu Mama Roby pemasaran yang dilakukan tidak terlalu luas maka pengembangan pasar harus dilakukan agar penjualan produksi kerupuk ubi kayu meningkat. Salah satu cara agar penjualan meningkat dengan cara mengembangkan pasar salah satunya adalah memperluas jaringan pasar dengan promosi, cara promosi yang baik adalah dengan media internet dan media sosial salah satunya melalui facebook, Instagram, WhatsApp maupun market place. Dengan promosi produk akan lebih dikenal banyak orang dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2010. *Profil Desa*. Bamban Utara. Kandangan
- Ari, Juwita. 2019) *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Randers, Madiun*
- Arisna, Rini. 2014. *Strategi Pemasaran Mebel Kayu Di Desa Ujung Murung Kecamatan Amuntai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Proposal Penelitian*. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Amuntai
- Ausguidline. (2005) *Analisis Logical Framework Appoarch*, <https://www.kompasiana.com/theurbanist/5500e34ea3331135195102bb/lo-gical-framework-analysis-sebagai-alat-evaluasi>.
- Dinas Koperasi dan Perdagangan. 2021. *Data Usaha Mikro Kelas Menengah*, Kalimantan Selatan.
- Dinas Koperasi dan Perdagangan. 2021. *Data Usaha Mikro Kelas Menengah*, Kabupaten Hulu Sungai Selatan.
- Ghozaliq. 2013. *Pengertian Industri dan Perindustrian*. <http://ghozaliq.com>. Diakses tanggal 12 Desember 2021
- Rangkuti, F . 2004 *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramadia Pustaaka Utama, Jakarta
- Saipullah. 2015. *Strategi Pengembangan Usaha Itik Petelor dengan Pendekatan Matrik SWOT Kelompok Tani Membangun Desa Bungin Kecamatan Banua Lawas Kabupaten Tabalong*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian. Amuntai
- Sutisna, Dede. 2013. *Mengenal Logical Framework*. <http://www.slideshare.net>. Diakses tanggal 20 Desember 2021
- Van, Der. Eng. (1998) *Mengenal Ubi Kayu dan Pemanfaatan Ubi Kayu*, <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/68784/Mengenal-Ubi-Kayu/>
- Kotler Philp. (2006) *Analisis SWOT*, <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>

Wheelen. 2000. *Manajemen Strategi Adalah Serangkaian Keputusan- Keputusan dan Tindakan- tindakan Manajerial Yang Mengarah Kepada Penyusunan Strategi- strategi Efektif Untuk Mencapai Tujuan Perusahaan Dengan Analisis SWOT.*

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Tabel Perhitungan Bobot Matrik IFAS

| NO | Streangthes                                    | Nilai Signifikan | Bobot | Rating | Skor     |
|----|------------------------------------------------|------------------|-------|--------|----------|
| 1  | Harga di pasar bersaing                        | 3                | 0,16  | 3      | 0,47     |
| 2  | Adanya Hubungan kemitraan dengan pengumpul     | 4                | 0,21  | 4      | 0,84     |
| 3  | Pengembangan terhadap rasa dan kualitas produk | 4                | 0,21  | 4      | 0,84     |
|    | Total S                                        |                  |       |        | 2,15     |
| No | Weaknesses                                     |                  |       |        |          |
| 1  | Besarnya biaya distribusi                      | 2                | 0,10  | 2      | 0,21     |
| 2  | Minimnya modal                                 | 3                | 0,16  | 3      | 0,47     |
| 3  | Minimnyakegiatan promosi                       | 3                | 0,16  | 3      | 0,47     |
|    | Total W                                        | 19               | 1,00  |        | 1,15     |
|    | S-W                                            |                  |       |        | <b>1</b> |

Lampiran 2. Tabel Perhitungan Bobot Matrik EFAS

| NO | Opportunities                                   | Nilai Signifikan | Bobot | Rating | Skor        |
|----|-------------------------------------------------|------------------|-------|--------|-------------|
| 1  | Ketersediaan bahan baku yang banyak             | 4                | 0,22  | 4      | 0,88        |
| 2  | Pangsa pasar masih luas                         | 3                | 0,17  | 3      | 0,5         |
| 3  | Banyaknya agen distributor                      | 3                | 0,17  | 3      | 0,5         |
|    | Total O                                         |                  |       |        | 1,88        |
| No | Threats                                         |                  |       |        |             |
| 1  | Banyaknya produk pesaing                        | 2                | 0,11  | 2      | 0,22        |
| 2  | Kenaikan harga ditingkat pengrajin atau pemasok | 3                | 0,17  | 3      | 0,5         |
| 3  | Gaya hidup masyarakat yang sudah modern         | 3                | 0,17  | 3      | 0,5         |
|    | Total T                                         | 18               | 1,00  |        | 1,22        |
|    | Total O-T                                       |                  |       |        | <b>0,66</b> |

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Gambar A. Mesin Pemotong Kerupuk



Gambar B. Mesin Penggiling Ubi Kayu



Gambar C. Adonan Kerupuk Yang Sudah Matang



Gambar D. Dokumentasi Saat Wawancara Dengan Pengrajin Kerupuk Ubi Kayu  
(Mama Roby)s