

## Business Strategy Analysis Of Kelanting Riska Riski Home Industry In West Wetan Village Kabawetan District Kepahiang Regency

### Analisis Strategi Bisnis Industri Rumah Tangga Kelanting Riska Riski Di Desa Barat Wetan Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang

Nurul Khotimah <sup>1)</sup>, Ida Anggriani <sup>2)</sup>, Nirta Vera Yustanti <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [Khotimah1824@gmail.com](mailto:Khotimah1824@gmail.com)

#### How to Cite :

Khotimah , N. Anggriani , I. Yustanti, V.N. Business Strategy Analysis Of Kelanting Riska Riski Home Industry In West Wetan Village Kabawetan District Kepahiang Regency. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v5i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [07 Desember 2023]

Revised [17 Januari 2024]

Accepted [20 Januari 2024]

#### KEYWORDS

SAP, ETOP, SWOT

**This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license**



#### ABSTRAK

Dalam menjalankan usahanya Industri Kelanting Riska Riski tidak mempunyai strategi khusus, pengembangan usaha ataupun jumlah produksi hanya berdasarkan kondisi atau tingkat permintaan konsumen setiap bulannya, artinya semakin tinggi permintaan maka volume produksi akan ditingkatkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi industri rumah tangga kelanting Riska Riski di Desa Barat Wetan Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang. Jumlah sampel penelitian 40 orang yang terdiri pihak internal (1 orang pemilik dan 3 orang karyawan), 36 orang pihak eksternal (25 orang pemilik warung dan 11 orang konsumen yang datang langsung). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengetahui peluang, ancaman maupun kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Salah satu cara untuk menggambarkan analisis SWOT dengan menggunakan diagram ETOP dan SAP. Hasil analisis SAP dalam penelitian ini meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh internal Industri Rumah Tangga Kelanting Riska Riski diperoleh hasil 4,36 dengan kriteria posisi persaingan 3,50-4,00 dengan berada pada interval dengan kriteria dominan, yaitu posisi perusahaan mampu mengendalikan kegiatan pesaing yang kuat serta mampu menguasai pilihan alternatif strategik yang luas. Hasil analisis ETOP menunjukkan bahwa posisi Industri Rumah Tangga Riska Riski di Desa Barat Wetan Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang dengan nilai EOE 4,87 dan nilai ETE 2,38 berada pada posisi usaha ideal, yaitu bisnis yang memiliki peluang utama yang besar dan ancaman utamanya kecil. Bisnis ini memiliki peluang sukses yang tinggi, posisi ini sangat menguntungkan perusahaan. Berdasarkan SWOT dapat dijelaskan bahwa strategi yang dapat dijalankan oleh Industri Rumah Tangga Kelanting Riska Riski pada titik pertemuan dominan dan ideal, artinya strategi yang tepat adalah strategi SO (*Strenght-Opportunity*) merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the analysis of the strategy of the Riska Riski household industry in West Wetan Village, Kabawetan District,

Kepahiang Regency. The number of research samples was 40 people consisting of internal parties (1 owner and 3 employees), 36 external parties (25 stall owners and 11 consumers who came directly). The data analysis method used in this study is SWOT analysis is a tool used to find out opportunities, threats as well as the strengths and weaknesses of the company itself. One way to illustrate SWOT analysis is by using ETOP and SAP diagrams. The results of SAP analysis in this study include the strengths and weaknesses possessed by the internal Kelanting Riska Riski Home Industry obtained results of 4.36 with competition position criteria of 3.50-4.00 by being in intervals with dominant criteria, namely the company's position able to control the activities of strong competitors and able to master a wide selection of strategic alternatives. The results of the ETOP analysis show that the position of the Riska Riski Home Industry in West Wetan Village, Kabawetan District, Kepahiang Regency with an EOE value of 4.87 and an ETE value of 2.38 is in an ideal business position, namely a business that has a large main opportunity and a small main threat. This business has a high chance of success, this position is very profitable for the company. Based on SWOT, it can be explained that the strategy that can be carried out by the Kelanting Riska Riski Home Industry at the dominant and ideal meeting point, meaning that the right strategy is the SO (Strength-Opportunity) strategy is a very profitable situation. Companies in this quadrant have opportunities and strengths so that they can take advantage of existing opportunities.

## PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi pada sektor usaha ialah salah satu cara dalam mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan, diharapkan dengan dilakukannya peningkatan pada sektor ini nantinya akan mampu menyerap tenaga kerja dan juga mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, dengan adanya peningkatan pada sektor ini dapat menjadi penggerak ekonomi masyarakat terutama masyarakat perdesaan.

Peningkatan sektor industri yang terjadi di wilayah Kabupaten Kepahiang khususnya Kecamatan Kabawetan. Hal ini terjadi juga terhadap usaha kecil ataupun usaha menengah yang masih bersifat padat karya atau yang memanfaatkan tenaga kerja yang ada di lingkungannya, karena usaha kecil atau menengah banyak yang mencari tenaga kerja dari masyarakat sekitar.

Usaha kecil dalam perekonomian suatu negara memiliki peran yang penting. Bukan saja di Indonesia, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah mempunyai peranan strategis di negara- negara lain juga. Strategi bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian usaha untuk mencapai tujuan usaha. Strategi tersebut menjadi acuan pengelolaan usaha agar dapat bertahan di tengah persaingan, serta bisamskin berkembang.

Industri rumah tangga adalah industri skala kecil dengan tenaga terbatas serta modal yang tidak terlalu besar. Tenaga kerja atau karyawan biasanya terdiri dari satu hingga empat anggota, karena skalanya kecil maka industri rumah tangga dapat dikerjakan di rumah. Adanya industri ini mampu mengurangi angka pengangguran. Oleh sebab itu, peran industri rumah tangga sebenarnya sangat penting bagi tujuan kegiatan ekonomi baik wilayah maupun perwilayahan.

Peluang berhubungan dengan prospek usaha dalam menghadapi persaingan antar kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan permintaan. Istilah prospek ialah harapan atau peluang. Dalam ilmu ekonomi prospek merupakan gambaran untuk masa yang akan datang, apakah usaha yang kita jalani itu akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan atau bangkrut karena tidak adanya permintaan atau tidak adanya promosi konsumen tidak mengetahui keberadaan produk yang dihasilkan.

Dengan demikian prospek merupakan kondisi yang akan dihadapi oleh suatu usaha di masa yang akan datang untuk melihat perkembangan usaha yang dijalankan dapat meningkatkan profit

atau bahkan mengalami kebangkrutan. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi, karena perkembangan *home industry* yang sangat pesat dalam masyarakat.

Didalam dunia kewirausahaan kita harus jeli dalam menganalisis usaha yang dijalani tersebut. Analisis SWOT bisa dijadikan perhatian bagi para pengusaha sebelum ia menjalani usahanya. Sehingga dari berbagai analisis yang baik terhadap usaha tersebut, mampu menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan memiliki *image* yang bagus dan banyaknya masyarakat yang gemar terhadap makanan ringan serta pemasaran yang telah banyak.

Industri Rumah Tangga Kelanting Riska Riski merupakan industri rumah tangga yang didirikan oleh Ibu Dwi sebagai pemilik sekaligus pengelola industri ini. Ibu Dwi mengungkapkan bahwa dirinya mengawali bisnis pada tahun 2018. Industri ini awalnya hanya menjual kelanting di warung-warung yang berada di desa Barat Wetan. Seiring dengan berjalannya waktu dan respon konsumen kepada produk industri rumah tangga ini sangat bagus, maka industri rumah tangga ini pun berkembang. Kemudian Ibu Dwi memutuskan untuk menjual ke warung-warung yang berada di Kawasan Kecamatan Kabawetan, dan untuk saat ini Industri Kelanting Riska Riski sedang mengembangkan varian rasa Kelanting dan bentuk dari Kelanting dan mengembangkan penjualan Kelanting ini melalui sosial media (*online*).

Ibu Dwi selaku pemilik dalam mengembangkan usahanya belum pernah melakukan analisis, terkhusus dalam menganalisis faktor internal yang mungkin merupakan kekuatan perusahaan yang dapat dimunculkan dan dikembangkan dalam menjalankan usaha. Begitu juga dengan faktor kelemahan yang harus dipelajari agar kelemahan akan menjadi sebuah kekuatan dalam mengembangkan usaha. Selain faktor internal pemilik juga secara khusus belum pernah menganalisis faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman perusahaan dalam mengembangkan usaha. Bagi pemilik pengembangan usaha dilakukan berdasarkan tingkat penjualan dan ketersediaan modal, artinya jika tingkat terus penjualan meningkat dan ada peningkatan modal maka tingkat produksi akan dinaikkan.

Dalam menjalankan usahanya Industri Kelanting Riska Riski tidak mempunyai strategi khusus, pengembangan usaha ataupun jumlah produksi hanya berdasarkan kondisi atau tingkat permintaan konsumen setiap bulannya, artinya semakin tinggi permintaan maka volume produksi akan ditingkatkan. Hal yang terus diperhatikan dan selalu dijaga oleh ibu Dwi selaku pemilik adalah kualitas dan citarasa dan kemasan, agar konsumen dalam hal ini warung-warung tempat penyaluran hasil produksi tidak kecewa dan penjualan berjalan lancar, dan sampai saat ini belum ada keluhan konsumen tentang kualitas dan citarasa kelanting produksi Industri Rumah Tangga Riska Riski .

Industri Kecil Menengah atau sering disebut juga IKM seperti industri rumah tangga yang didirikan oleh ibu Dwi ini merupakan seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang memproduksi makanan seperti kelanting, dengan cara mengolah bahan baku dengan menggunakan mesin, sehingga menghasilkan bahan produksi yang mempunyai nilai jual. Perkembangan suatu industri rumah tangga seperti Industri Kelanting Riska Riski ini sangat ditentukan oleh faktor bahan mentah, modal, tenaga kerja dan pemasaran

## LANDASAN TEORI

### Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah serangkaian dan tindakan manjerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian. Manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Semula disebut kebijakan bisnis, manajemen strategis meliputi perencanaan dan strategi jangka panjang. Kebijakan bisnis, sebaliknya, berorientasi pada manajemen umum dan cenderung melihat kedalam dan lebih menekankan pada integrasi yang sesuai bagi banyak aktivitas fungsional dalam perusahaan. Kebijakan bisnis lebih memfokuskan pada pemanfaatan asset perusahaan secara efisien. Dengan demikian, kebijakan bisnis lebih menekankan pada perumusan arahan umum yang dapat digunakan untuk pencapaian misi dan tujuan perusahaan dengan lebih baik (Sudiantini, 2022:1).

Dalam mencapai sebuah tujuan dibutuhkan Sudiantini strategi yang tepat dalam mencapainya. Semua organisasi mempunyai strategi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Hal ini menjadi pertimbangan bagi semua organisasi untuk memiliki strategi yang tepat. Strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka Panjang untuk mencapai tujuan (Arifudin, Tanjung dan Sofyan, 2020:1).

Strategi secara umum bisa diartikan sebagai upaya individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain, strategi adalah seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan. Pengertian strategi bisa juga diartikan sebagai tindakan untuk menyesuaikan diri terhadap segala reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi. Baik situasi yang terduga maupun yang tidak terduga.

Menurut Marrus strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus. Hamei dan Prahald mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan (Sudiantini, 2022:4).

Sedangkan menurut Yatminiwati (2019:4), strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan analisis dan pengamatan lingkungan.

Ada beberapa bagian atau unsur-unsur strategi menurut Rachmat dalam Arifudin, Tanjung dan Sofyan (2020:1), yaitu:

- a. Gelanggang aktivitas atau arena, merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) dimana organisasi beroperasi. Unsur arena tersebut seharusnya tidak bersifat luas cakupannya tau terlalu umum, akan tetapi perlu spesifik, seperti produk yang ditekuni, segmen pasar, area geografis dan teknologi utama yang dikembangkan, yang merupakan tahap penambahan nilai atau value dari skema rantai nilai, meliputi perancangan produk, manufaktur, jasa pelayanan, distribusi dan penjualan.
- b. Sarana kendaraan atau *vehicles* yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana ini, perlu dipertimbangkan risiko kegagalan dari penggunaan sarana. Risiko tersebut dapat berupa terlambatnya masuk pasar atau besarnya biaya yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau tidak penting serta kemungkinan risiko gagal secara total.
- c. Pembeda yang dibuat atau *differentiators*, adalah unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan, seperti bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul di pasar, yaitu bagaimana organisasi akan mendapatkan pelanggan secara luas. Dalam dunia persaingan, kemenangan adalah hasil dari pembedaan, yang diperoleh dari fitur atau atribut dari suatu

- produk atau jasa suatu organisasi, yang berupa citra, kostomisasi, unggul secara teknis, harga, mutu atau kualitas dan reabilitas, yang semuanya dapat membantu dalam persaingan.
- d. Tahapan rencana yang dilalui atau staging, merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategik. Walaupun substansi dari suatu strategi mencakup arena, sarana/vehicles, dan pembeda, tetapi keputusan yang menjadi unsur keempat, yaitu penetapan tahapan rencana atau staging, belum dicakup. Keputusan pentahapan atau staging didorong beberapa faktor, belum dicakup. Keputusan pentahapan atau staging didorong oleh beberapa faktor, yaitu sumber daya (*resource*), tingkat kepentingan atau urgensinya kredibilitas pencapaian dan faktor kemenangan awal.
  - e. Pemikiran yang ekonomis atau *economic logic*, merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimanama manfaat atau keuntungan yang dihasilkan. Strategi yang berhasil, tentunya mempunyai dasaf pemikiran yang ekonomis sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan.

Menurut Rangkuti (2016:6), pada prinsipnya strategi dapat dikelompokan berdasarkan tiga-tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.

- a. Strategi manajemen  
Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.
- b. Strategi investasi  
Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.
- c. Strategi bisnis  
Strategis bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Strategi harus dikelola dengan baik untuk itu diperlukan manajemen strategi yang baik. Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana tersirat dalam definisi tersebut, manajemen strategis terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan (akuntansi), produksi (operasi), penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Istilah manajemen strategis dalam buku teks ini sepadan dengan istilah perencanaan strategis. Istilah yang terakhir ini lebih sering digunakan di dunia bisnis, sedangkan istilah yang pertama lebih sering digunakan di dunia akademis. Terkadang istilah manajemen strategis digunakan untuk merujuk pada perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi. Sedangkan perencanaan strategis hanya mengacu pada perumusan strategi. Tujuan manajemen strategis adalah memanfaatkan dan menciptakan peluang-peluang baru dan berbeda di masa mendatang, sedangkan perencanaan jangka panjang, mencoba mengoptimalkan kecenderungan-kecenderungan saat ini untuk masa depan (David dalam Huda dan Martanti, 2018:1).

Sudiantini (2022:5), menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah suatu proses permanajemenan untuk mewujudkan visi dan misi organisasi, menjaga hubungan organisasi dengan lingkungan, terutama kepentingan para Stakeholder, pemilihan strategi, pelaksanaan strategi dan pengendalian strategi untuk memastikan bahwa misi dan tujuan organisasi dapat tercapai. Sedangkan menurut Handayani dan Sarwono, manajemen strategi (*strategic management*)

didefinisikan sebagai suatu rangkaian keputusan dan Tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen strategik adalah serangkaian daripada keputusan manajerial dan kegiatan-kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Kegiatan tersebut terdiri dari perumusan atau perencanaan strategik, pelaksanaan atau implementasi dan evaluasi. Wheelen dan Hunger dalam Nazarudin (2020:4), menekankan pengambilan keputusan dan tindakan secara manajerial untuk keberhasilan oraganisasi dalam jangka panjang. Dengan berpijak pada analisa lingkungan, formulasi serta implementsi strategis yang tepat, evaluasi dan pengawasan yang juga terencana. Menurut mereka penerapan manajemen strategis adalah terletak pada pengkajian secara cermat pada masalah lingkungan untuk mempelajari ancaman yang ada serta peluang yang memungkinkan bagi kemajuan organisasi dengan berpijak pada kekuatan, kelemahan yang dimiliki organisasi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, manajemen strategi didefinisikan sebagai suatu seni dan ilmu memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan-keputusan antar fungsi (*crossfunctional*) yang membuat organisasi dapat mencapai tujuan-tujuannya. Manajemen strategi berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/ operasi, riset dan pengembangan, sistem informasi komputer untuk mencapai kesuksesan organisasi.

Manajemen strategis tidak terlepas dari perencanaan strategis yang merupakan hal sangat vital dalam mengelola lembaga untuk mencapai keberhasilan tujuan lembaga. Sebaliknya tindakan strategis adalah prasarat untuk dapat mencapai hasil yang diinginkan bagi daya saing strategis dan laba di atas rata-rata. Jadi, proses manajemen strategis digunakan untuk mencocokkan kondisi lingkungan dan struktur persaingan yang selalu berubah dengan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi (sumber input strategis) perusahaan yang terus menerus berkembang. Tindakan strategis efektif yang dilakukan dalam konteks formulasi dan implementasi strategis yang diintegrasikan dengan cermat akan menghasilkan hasil (*output strategic*) dan dampak (*outcomestrategic*) yang diinginkan. Strategi selalu memberikan keuntungan sehingga jika proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi gagal untuk mencapai keuntungan bagi organisasi maka proses manajemen tersebut tidak dapat disebut manajemen strategi Nazarudin (2020:5).

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Manajemen strategi dapat diartikan sebagai sebuah perencanaan, pemantauan, analisis, dan penilaian yang berkelanjutan dari semua aktivitas yang dilakukan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen strategi sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnis yang terdiri dari lingkungan eksternal dan internal organisasi. Lingkungan bisnis akan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan penilaian dan penyusunan strategi organisasi. Proses manajemen strategi membantu organisasi mengetahui situasi yang dihadapi organisasi saat ini dalam menyusun strategi, menjalankan dan menganalisis keefektifan strategi manajemen yang diterapkan (Riyanto, Azis dan Putera, 2021:1).

Menurut Rangkuti (2016:10) Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat ancaman faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

Wiswasta, Agung dan Tamba (2018:1), juga menjelaskan bahwa SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam

suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Diuraikan perkembangan produksi kelanting dari bulan Januari 2022 sampai dengan Oktober 2023. Berikut ini perkembangan jumlah produksi seperti pada tabel 7.

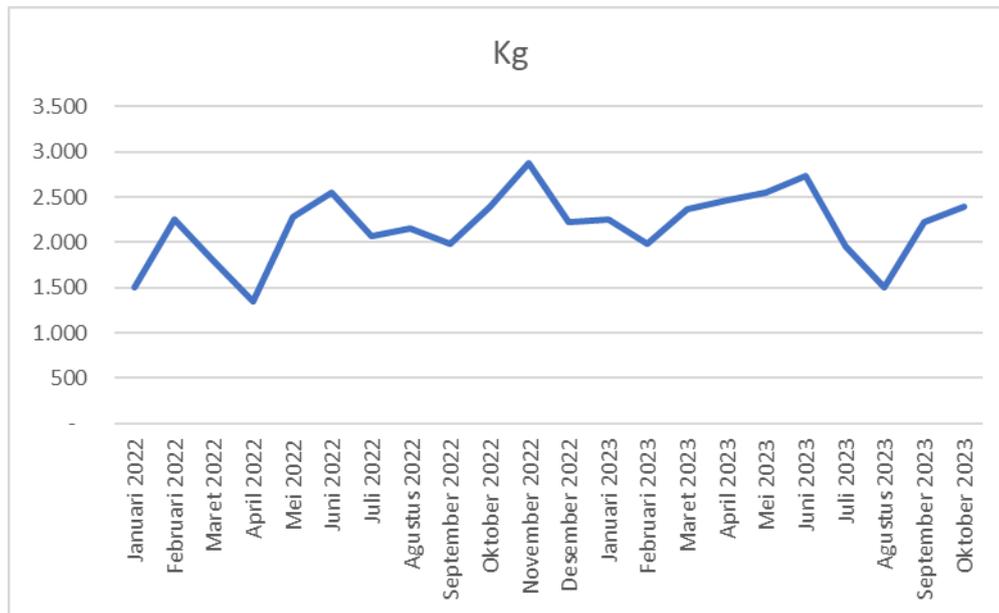
**Tabel 1 Perkembangan Produksi Kelanting**

Bulan	Kg	Harga/Kg (Rp)
Januari 2022	1.500	30.000
Februari 2022	2.250	30.000
Maret 2022	1.800	30.000
April 2022	1.350	30.000
Mei 2022	2.280	30.000
Juni 2022	2.550	30.000
Juli 2022	2.070	30.000
Agustus 2022	2.160	30.000
September 2022	1.980	30.000
Oktober 2022	2.400	30.000
November 2022	2.880	30.000
Desember 2022	2.220	30.000
Januari 2023	2.250	30.000
Februari 2023	1.980	30.000
Maret 2023	2.370	30.000
April 2023	2.460	30.000
Mei 2023	2.550	30.000
Juni 2023	2.730	30.000
Juli 2023	1.950	30.000
Agustus 2023	1.500	30.000
September 2023	2.220	30.000
Oktober 2023	2.400	30.000
Jumlah	4.850	
Rata-Rata/Bulan	2.175	

Sumber: Hasil Penelitian, Dioalah 2023

Dari tabel di atas bahwa tingkat produksi kelanting setiap bulan bervariasi (naik dan turun), dan secara rata-rata jumlah produksi perbulan adalah 2.175 Kg Kelanting, untuk lebih jelas perkembangan produksi di atas dapat dilihat dari grafik di bawah ini.

**Gambar 1. Grafik perkembangan Kelanting Industri Rumah Tangga Riska Riski Kabupaten Kepahiang**



Sumber: Hasil Penelitian, Data Diolah 2023

Dari tabel 1 dan gambar 5 di atas bahwa tingkat produksi terendah adalah produksi bulan April 2022 dengan jumlah 1.350 Kg dan jumlah produksi tertinggi pada bulan November 2022 dengan jumlah 2.880 Kg. Sedangkan jumlah produksi rata-rata perhari adalah 45-96 Kg. Dari hasil penjelasan dari karyawan dan pemilik bahwa seluruh hasil produksi terjual.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Hasil analisis SAP dalam penelitian ini meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh internal Industri Rumah Tangga Kelanting Riska Riski diperoleh hasil 4,36 dengan kriteria posisi persaingan 3,50-4,00 dengan berada pada interval dengan kriteria dominan, yaitu posisi perusahaan mampu mengendalikan kegiatan pesaing yang kuat serta mampu menguasai pilihan alternatif strategik yang luas.
2. Hasil analisis ETOP menunjukkan bahwa posisi Industri Rumah Tangga Riska Riski di Desa Barat Wetan Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang dengan nilai EOE 4,87 dan nilai ETE 2,38 berada pada posisi usaha ideal, yaitu bisnis yang memiliki peluang utama yang besar dan ancaman utamanya kecil. Bisnis ini memiliki peluang sukses yang tinggi, posisi ini sangat menguntungkan perusahaan.
3. Berdasarkan SWOT dapat dijelaskan bahwa strategi yang dapat dijalankan oleh Industri Rumah Tangga Kelanting Riska Riski pada titik pertemuan dominan dan ideal, artinya strategi yang tepat adalah strategi SO (*Strenght-Opportunity*) merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

### Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi bisnis berada pada posisi dominan dan ideal, maka disarankan untuk dijaga dan terus di tingkatkan dengan mempertahankan kekuatan yang ada dengan meningkatkan pelayanan yang lebih baik.

2. Strategi yang tepat adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*) merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
3. Kelemahan perusahaan yaitu kurangnya SDM, promosi, dan modal terus diperhatikan agar kelemahan akan menjadi sebuah kekuatan dalam dalam mengembangkan perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, David. 2013. *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fitriana, Vety Nur., Wulandari, Dito, Anoki Herdian. 2022. Analisis Swot Dan SAP-ETOP Pemasaran Buah Lokal Pt Hortimart Agro Center. *Jurnal Arimbi (Applied Research In Management And Business)* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional Karangturi. Volume 2 No. 2 Desember 2022.
- Fred, David. 2015. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Huda, Anam Miftakhul dan Martanti, Diana Elvianita. 2018. *Pengantar Manajemen Strategik*. Jayapangus Press. Denpasar, Bali.
- Jatmiko, RD. 2015. *Pengantar Bisnis*. Umm Press. Malang.
- Julia, Sherin Dwi., Yanti, Rina Trisna., dan Yustanti, Nirta Vera. 2023. *Strategi Pemasaran Pada Caffee Ten Bos Boba Simpang Tiga Ngalam Kabupaten Seluma*. *Jurnal Ekombis Review*, Vol. 11 No. 1 Januari 2023.
- Nazarudin. 2020. *Manajemen Strategik*. CV. Amanah. Palembang.
- Prajnawati, Venny., Hafni, Layla. 2019. *Analisis SWOT Terhadap Penerapan Pemasaran Beruuya Saing Toko Bitplus IT Superstore*. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*. Vol. 4 No. 2. Desember 2019.
- Pratiwi, Risda 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Prastyanto, Hanry. *Perlindungan Sungai Pekalongan Dari Pencemaran Akibat Kegiatan Home Industry Dikota Pekalongan*. <http://ejurnal.uajy.ac.id/2907/2/1HK09147> (10 September 2018).
- Ragista, Elyza., Koto, Hidayat., Uker, Damres. 2021. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tape di Era New Normal Menggunakan Metode SWOT dan AHP*. *Journal of Global Forest Environmental Science* /Vol.1/ NO 1/June 2021.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- , 2016. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyanto, Slamet., Azis, Muh Nur Luthfi., dan Putera, Andi Rahmman. 2021. *Analisis SWOT, Sebagai Penyusun Strategi Organisasi*. Bintang Pustaka Mandiri. Yogyakarta.
- Sudiantini, Dian. 2022. *Manajemen Strategi*. CV. Pena Persada. Banyumas. Jawa Tengah.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2015. *Teori Mikro Ekonomi*. Rajawali Press. Jakarta.
- Suwarsono Muhammad. 2013. *Manajemen Strategi: Konsep dan Kasus*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Wiswasta, I Gusti Ngurah., Agung, Alit I Gusti Ayu Ari., dan Tamba, I Made. 2018. *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Universitas Mahasaraswati Press. Denpasar, Bali.

Yatminiwati, Mimin. 2019. *Manajemen Strategi*. Widya Gama Press. Lumajang Jawa Timur.  
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014. Tentang Perindustrian.