

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KERIPIK TEMPE DI *HOME INDUSTRY* PUTRI TUNGGAL KECAMATAN SINGOJURUH

Novita Risti Rahmayanti¹⁾, Sari Wiji Utami¹⁾, Halil¹⁾

Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

E-mail: novitaristirahmayanti@gmail.com

Informasi Artikel

Jurnal Javanica
<https://jurnal.poliwangi.ac.id/index.php/javanica>

E-ISSN 2963-8186

<https://doi.org/10.57203/javanica.v4i2.2025.77-86>

Draft awal 11 October 2025
Revisi 15 December 2025
Diterima 17 December 2025

Diterbitkan oleh
Jurnal Javanica
Program Studi Agribisnis
Politeknik Negeri
Banyuwangi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan, serta mengetahui alternatif strategi untuk mengembangkan produk keripik tempe *home industry* Putri Tunggul. Analisis yang digunakan adalah matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *External Factor Evaluation* (EFE), matriks *Internal-External* (IE), dan Matriks SWOT. Hasil matriks IE menunjukkan bahwa *home industry* Putri Tunggul berada pada kuadran V dan tergolong pada kondisi *hold and maintain*. Hasil analisis matriks SWOT terdapat delapan alternatif strategi yaitu, memanfaatkan sertifikasi Halal untuk mengikuti program pemerintah, memanfaatkan harga produk yang kompetitif untuk bekerja sama dengan pusat oleh-oleh, pengadaan mesin penunjang produksi yang dapat memperbaiki mutu produk, pengembangan jenis kemasan yang menarik dan dapat melindungi produk, menjaga cita rasa dan kualitas produk, penambahan lampu pada rak penyimpanan tempe untuk menjaga kelembaban udara, mengembangkan varian rasa baru untuk meningkatkan minat konsumen, meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku. Hasil penerapan penelitian ini yaitu memperbarui desain kemasan dan membuat inovasi rasa produk keripik tempe *home industry* Putri Tunggul.

Kata kunci: Analisis SWOT, keripik tempe, strategi pengembangan produk.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the company's internal and external factors, and to determine alternative strategies that can be used to develop Putri Tunggul's. The analysis techniques used are the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix, the External Factor Evaluation (EFE) matrix, the Internal-External (IE) matrix, and the SWOT Matrix. The results of the IE matrix indicate that Putri Tunggul's home industry is in quadrant V and is classified as a hold-and-maintain condition. The results of the SWOT matrix analysis show eight alternative strategies, namely utilizing Halal certification to participate in government programs, utilizing competitive product prices to collaborate with souvenir centers, procuring production support machines that can improve product quality, developing attractive packaging types that can protect products, maintaining the taste and quality of products, adding lights to tempeh storage shelves to maintain air humidity, developing new flavor variants to increase consumer interest, increasing cooperation with raw material suppliers. The results of the application of this research are updating the packaging design and creating innovations in the taste of Putri Tunggul's home industry tempe chips products.

Keywords: Product, Strategy, SWOT analysis, Tempe Chips

I. PENDAHULUAN

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang dikenal sebagai kawasan pariwisata hingga mendapat julukan *The Sunrise of Java*. Berkembangnya sektor pariwisata di Banyuwangi juga berpengaruh terhadap pengembangan UMKM lokal. Pengembangan UMKM ini menunjukkan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi di wilayah Banyuwangi. Imaniar dan Wahyudiono (2019), menyatakan pada tahun 2017 pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi sebesar 5,6% dan pada tahun 2018 naik menjadi 6,57%. Peningkatan tersebut, dikarenakan adanya pengembangan inovasi bidang pariwisata berbasis kearifan lokal serta adanya pendampingan terhadap UMKM oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi melalui pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk, manajemen pemasaran, dan keuangan.

UMKM yang banyak berkembang di Kabupaten Banyuwangi adalah UMKM yang memproduksi makanan, utamanya makanan ringan. Pertumbuhan UMKM yang bergerak di sektor makanan khususnya makanan ringan, dipengaruhi oleh pola konsumsi masyarakat. Aisyah (2022), menyatakan bahwa perkembangan zaman yang semakin maju mengakibatkan terjadinya perubahan pola hidup masyarakat, sehingga masyarakat cenderung menginginkan hal-hal yang praktis dan mudah diperoleh termasuk makanan.

Home industry Putri Tunggal merupakan salah satu produsen makanan ringan yang memproduksi keripik tempe, terletak di Dusun Gebang RT. 02 RW. 01, Desa Benelan Kidul, Kecamatan Singojuruh, Kabupaten Banyuwangi. *Home industry* Putri Tunggal didirikan oleh Ibu Sumiyati sejak tahun 2019. *Home industry* Putri Tunggal telah memiliki legalitas produk secara resmi yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sudah tersertifikasi halal dengan nomor ID35110001899140223 pada tahun 2023. Pengelolaan usaha *home industry* Putri Tunggal dilakukan mulai dari proses produksi sampai dengan kegiatan pemasaran produk.

Permasalahan yang dihadapi *home industry* Putri Tunggal adalah terjadinya fluktuasi penjualan dan produksi yang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu *home industry* hanya memasok tempe dari satu produsen, jika terjadi hambatan pada produsen tempe maka berpengaruh terhadap proses produksi keripik tempe. Permasalahan lain yang menyebabkan fluktuasi penjualan keripik tempe Putri Tunggal adalah karena kerusakan produk yang diakibatkan oleh lamanya produk terjual. Kurangnya inovasi produk baik dari segi rasa maupun kemasan yang digunakan, berpengaruh terhadap penjualan keripik tempe *home industry* Putri Tunggal. Label kemasan yang digunakan kurang informatif karena tidak mencantumkan komposisi bahan, perusahaan yang memproduksi, maupun tanggal kedaluwarsa. Plastik kemasan yang digunakan untuk membungkus keripik tempe tergolong plastik yang tipis, sehingga kemasan tidak mampu melindungi produk dengan baik dan menyebabkan produk keripik tempe mudah hancur dan kemasan mudah berlubang.

Varian rasa keripik tempe yang diproduksi oleh *home industry* Putri Tunggal, yaitu rasa original dan balado pedas. Diantara kedua varian rasa tersebut, rasa original yang memiliki permintaan tinggi di pasaran. Untuk mempertahankan daya minat

konsumen terhadap produk keripik tempe yang di produksi oleh *home industry* Putri Tunggal, menjadikan *home industry* harus berinovasi untuk menambah varian rasa baru. Melihat permasalahan yang terjadi, *home industry* Putri Tunggal perlu menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya, baik itu melalui pengembangan produk ataupun hal lainnya.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di *home industry* Putri Tunggal yang bertempat di Dusun Gebang RT. 02 RW. 01, Desa Benelan Kidul, Kecamatan Singojuruh, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Februari hingga September 2024. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kombinasi atau *mix methods*. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kombinasi merupakan suatu pendekatan penelitian yang menggabungkan metode kuantitatif dan metode kualitatif dalam satu kegiatan penelitian. Tujuan dari penggabungan ini adalah untuk memperoleh data yang lebih komprehensif, valid, *reliable*, dan objektif.

Penentuan narasumber dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan narasumber yang dipilih yaitu Ibu Sumiyati selaku pemilik *home industry* Putri Tunggal, Ibu Karina Meidayanti, S.TP., M.Si selaku akademisi, dan Ibu Arbailah selaku konsumen tetap keripik tempe *home industry* Putri Tunggal. Peneliti memperoleh data dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.

David (2019) menyatakan bahwa dalam penyusunan strategi dilakukan tiga tahapan kerja yakni tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Tahap input dilakukan dengan meringkas informasi mendasar yang dibutuhkan untuk memformulasikan strategi. Tahap input dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada perusahaan. Tahap input pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan matriks IFE dan matriks EFE. Tahap kedua yaitu tahap pencocokan, dilakukan dengan mengombinasikan faktor internal serta faktor eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Faktor-faktor tersebut dianalisis untuk menciptakan suatu strategi alternatif. Tahap pencocokan pada penelitian ini menggunakan matriks IE dan matriks SWOT.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Faktor Internal

Analisis lingkungan internal merupakan proses yang dilakukan untuk mengevaluasi berbagai aspek internal perusahaan, termasuk sumber daya yang dimiliki, struktur organisasi, budaya perusahaan, kemampuan dan keterampilan para karyawan, produk yang dihasilkan serta semua elemen internal lainnya yang ada dalam perusahaan (Fikri, *et al.*, 2024). Analisis faktor internal dalam penelitian ini berfungsi untuk meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh terhadap pengembangan produk keripik tempe di *home industry* Putri Tunggal.

Identifikasi Faktor Internal

Hasil wawancara dan kuisioner yang dilakukan dengan narasumber didapatkan faktor-faktor internal sebagai berikut :

Kekuatan

Kekuatan merupakan faktor internal yang sangat penting dalam membangun perusahaan serta penting dalam mengatasi kelemahan yang dimiliki. Hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh narasumber didapatkan beberapa faktor kekuatan berikut:

- Memiliki sertifikat Halal dan NIB
Home industry Putri Tunggal sudah memiliki legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha dengan Nomor : 0701230012981 dan produk keripik *home industry* Putri Tunggal juga sudah tersertifikasi Halal dengan nomor ID35110001899140223.
- Harga produk yang kompetitif
Produk keripik tempe yang diproduksi *home industry* Putri Tunggal memiliki harga yang relatif murah dibandingkan dengan produk keripik tempe pesaing. Harga keripik tempe *home industry* Putri Tunggal dengan berat produk 250 gram dijual dengan harga Rp 14.000 perkemasan, sedangkan keripik tempe dengan berat produk 100 gram dijual dengan harga Rp 6.000 perkemasan.
- Rasa produk gurih dan autentik
Hal yang membedakan keripik tempe *home industry* Putri Tunggal dengan keripik tempe lainnya adalah rasa jahe dan kencur yang khas, sehingga mempengaruhi rasa keripik tempe yang dihasilkan. Ditambahkannya rempah-rempah tersebut membuat rasa keripik tempe menjadi autentik. Tidak hanya itu, keripik tempe *home industry* Putri Tunggal juga ditambahkan irisan daun jeruk purut untuk menambah cita rasa dan aroma yang kuat.
- Kualitas bahan baku yang baik
Tepung beras yang digunakan dalam produksi keripik tempe adalah tepung beras dengan merek *Rose brand*. Adapun minyak goreng yang digunakan dalam produksi keripik tempe adalah minyak goreng dengan merek SunCo. Pemilihan minyak goreng tersebut dinilai dari segi keamanan dan kepraktisan. Tempe mentah yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan keripik merupakan tempe *fresh* yang dibuat setiap hari, sehingga sudah dipastikan tempe yang digunakan baik kualitasnya.
- Tekstur produk yang renyah
Tekstur keripik tempe yang renyah didapatkan dari penambahan telur dan air kapur sirih pada adonan pelapis keripik tempe. Penambahan kapur sirih dapat meningkatkan tingkat kerenyahan keripik. Tekstur renyah juga dipengaruhi oleh ketebalan tempe pada saat proses pemotongan tempe, semakin tipis keripik maka tekstur keripik tempe akan menjadi lebih renyah dan tidak keras. Selain dipengaruhi

oleh kedua faktor tersebut, tekstur keripik tempe yang renyah juga dipengaruhi oleh proses penggorengan.

Kelemahan

Kelemahan mengacu pada keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang dapat secara substansial menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan. Hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh narasumber didapatkan beberapa faktor kelemahan berikut :

- Varian rasa kurang beragam

Varian rasa keripik tempe yang diproduksi *home industry* Putri Tunggal yaitu rasa original dan rasa balado pedas. Keripik tempe yang memiliki permintaan tinggi di pasaran adalah varian rasa original, sedangkan varian rasa balado pedas diproduksi ketika ada permintaan dari konsumen saja.

- Produk tidak tahan lama

Masa simpan keripik tempe yang tidak tahan lama dipengaruhi oleh kandungan minyak yang tersisa dari proses penggorengan. Tingginya kandungan minyak dalam suatu produk dapat mengakibatkan terjadinya ketengikan, yang dapat menurunkan kualitas dan memperpendek masa simpan keripik tempe.

- Produk mudah hancur

Keripik tempe yang diproduksi *home industry* Putri Tunggal seringkali memiliki tekstur mudah hancur. Hal tersebut disebabkan oleh adonan pelapis yang terlalu cair, sehingga adonan tidak dapat menempel dengan sempurna pada tempe. Tidak hanya itu, hal yang menyebabkan keripik tempe mudah hancur adalah tempe yang diolah tidak padat.

- Kemasan kurang informatif dan kurang melindungi produk

Kemasan yang digunakan oleh *home industry* Putri Tunggal pada produk keripik tempe tergolong tipis dengan ketebalan plastik 0,4 cm dan kurang melindungi isi keripik tempe. Label produk keripik tempe *home industry* Putri Tunggal juga kurang informatif karena tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa, komposisi bahan, perusahaan yang memproduksi, maupun alamat perusahaan.

- Ketergantungan terhadap pemasok tunggal

Home industry Putri Tunggal memiliki ketergantungan yang kuat terhadap pengrajin tempe di wilayah Desa Bubuk, dengan alasan karena tempe yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dengan harga yang murah. Ketergantungan terhadap pemasok tunggal ini membuat *home industry* sering mengalami permasalahan pada proses produksi, seperti keterlambatan pengiriman ataupun ketersediaan tempe mentah.

3.2 Analisis Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis faktor internal dilakukan dengan cara menghitung rata-rata tertimbang bobot dan rating yang didapatkan dari penilaian ketiga narasumber pada saat

wawancara. Tahapan selanjutnya, rata-rata bobot dan rating dikalikan untuk memperoleh skor tertimbang dari masing-masing faktor. Hasil analisis matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 1. berikut.

Tabel 1. Hasil Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE) Home Industry Putri Tunggal*

No.	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
1	Memiliki sertifikat Halal dan NIB	0,123	4	0,492
2	Harga produk yang kompetitif	0,113	4	0,452
3	Rasa produk gurih dan autentik	0,117	3	0,351
4	Kualitas bahan baku yang baik	0,110	4	0,440
5	Tekstur produk yang renyah	0,112	3	0,336
	Total Kekuatan	0,575		2,071
	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1	Varian rasa kurang beragam	0,093	1	0,093
2	Produk tidak tahan lama	0,090	1	0,090
3	Produk mudah hancur	0,078	2	0,156
4	Kemasan kurang informatif dan kurang melindungi produk	0,092	2	0,184
5	Ketergantungan terhadap pemasok tunggal	0,072	2	0,144
	Total Kelemahan	0,425		0,667
	Total Keseluruhan	1,000		2,738

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 1. menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor dalam kunci kekuatan dan 5 faktor dalam kunci kelemahan pada *home industry* Putri Tunggal. Total skor pada matriks IFE menunjukkan kondisi internal *home industry* Putri Tunggal memperoleh skor 2,738. Kekuatan internal *home industry* Putri Tunggal memiliki jumlah skor 2,071 sedangkan kelemahan internal memiliki jumlah skor 0,667. Menurut David (2019), total skor tertimbang di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal perusahaan yang kuat, sedangkan total skor di bawah 2,5 mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kelemahan internal yang lebih besar. Hasil matriks IFE menunjukkan bahwa *home industry* Putri Tunggal memiliki faktor kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan. Faktor kekuatan yang lebih tinggi ini dapat dimaksimalkan dengan baik dengan tujuan untuk meminimalkan faktor kelemahan yang dimiliki, sehingga usaha keripik tempe *home industry* Putri Tunggal dapat tetap tumbuh dan berkembang.

3.3 Analisis Faktor Eksternal

Faktor eksternal berpotensi menjadi penyebab kegagalan bagi perusahaan, karena dapat menjadi ancaman jika tidak diprediksi dengan baik dan jika dihadapi dengan tepat, faktor eksternal juga dapat memberikan keuntungan (Lestari dan

Vikaliana, 2021). Analisis faktor eksternal dalam penelitian ini berfungsi untuk meringkas serta mengevaluasi peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap pengembangan produk keripik tempe di home industry Putri Tunggal.

Identifikasi Faktor Eksternal

Hasil wawancara dan kuisioner yang dilakukan dengan narasumber didapatkan faktor eksternal sebagai berikut :

Peluang

Peluang merupakan faktor eksternal yang merujuk pada keadaan atau situasi yang menguntungkan di luar kendali suatu perusahaan dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh narasumber didapatkan beberapa faktor peluang berikut :

- Adanya dukungan pemerintah
Pemerintah melaksanakan program pemberdayaan UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti program Kredit Usaha Rakyat (KUR) melalui lembaga keuangan dengan pola pinjaman, program perizinan berusaha UMKM secara *online* melalui *Online Single Submission* (OSS), serta *event* tahunan seperti Agro Expo, Bazar Festival Budaya, Pasar Takjil yang diadakan setiap bulan ramadhan, dan lain sebagainya.
- Banyaknya pusat oleh-oleh di wilayah Banyuwangi
Keberadaan pusat oleh-oleh memberikan sejumlah manfaat bagi UMKM, antara lain dapat meningkatkan penjualan karena pusat oleh-oleh memudahkan akses produk UMKM bagi pembeli, baik dari kalangan lokal maupun wisatawan. Pusat oleh-oleh juga bermanfaat sebagai sarana promosi bersama, karena UMKM dapat melakukan kolaborasi dalam kegiatan promosi sehingga dapat menekan biaya pengeluaran untuk promosi.
- Berkembangnya teknologi dan informasi
Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, metode dan alat yang digunakan dalam perdagangan terus mengalami perubahan, salah satunya adalah *e-commerce*. Perkembangan teknologi informasi ini sangat membantu para pelaku bisnis termasuk *home industry* Putri Tunggal untuk memperluas jangkauan pemasaran serta dapat menghemat pengeluaran biaya promosi produk keripik tempe.
- Adanya asosiasi UMKM di Banyuwangi
Terdapat beberapa asosiasi UMKM di Kabupaten Banyuwangi seperti UMAMI (Usaha Makanan dan Minuman) dan ASPPOBA (Asosiasi Produsen Pangan Olahan Banyuwangi). Asosiasi tersebut dapat menjadi peluang bagi *home industry* Putri Tunggal untuk mengembangkan potensi usahanya, serta memperluas relasi sesama pelaku UMKM.
- Memiliki kemitraan yang kuat
Home industry Putri Tunggal telah bekerja sama dengan beberapa kemitraan seperti toko sembako, warung nasi dan warung-warung kecil di wilayah Singojuruh dan

Rogojampi. Adanya kemitraan tersebut menguntungkan *home industry* karena dapat meningkatkan penjualan produk keripik tempe.

Ancaman

Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelangsungan operasional suatu organisasi atau perusahaan. Hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh narasumber didapatkan beberapa faktor ancaman berikut:

- **Perubahan selera konsumen**
Perubahan selera konsumen dapat menjadi ancaman yang besar bagi UMKM termasuk *home industry* Putri Tunggal yang berdampak pada pendapatan yang diterima. Menurut Ikhsanu *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa pada saat ini, konsumen cenderung lebih memilih makanan dengan cita rasa pedas. Akibat dari hal tersebut, konsumen cenderung memilih makanan ringan kekinian dengan rasa yang lebih bervariasi, seperti makaroni pedas, keripik kaca, basreng, dan lain sebagainya.
- **Fluktuasi harga kedelai dan minyak goreng**
Fluktuasi harga kedelai menjadi tantangan yang dihadapi oleh pengrajin tempe, dan berdampak pada kuantitas produk keripik tempe yang dihasilkan. Selain harga kedelai, fluktuasi harga minyak goreng juga mempengaruhi total biaya produksi dan keuntungan yang didapat. Menurut pemilik *home industry* Putri Tunggal, harga minyak goreng kemasan pada tahun 2024 dinilai cukup mahal yaitu sekitar Rp 17.000 per liter dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yaitu sekitar Rp 14.000 per liter.
- **Persaingan produk sejenis**
Terdapat banyak UMKM di Banyuwangi yang memproduksi keripik tempe maupun keripik jenis lain seperti keripik pisang, singkong, talas, dan ubi. Produk-produk tersebut tentunya menjadi kompetitor bagi *home industry* Putri Tunggal dikarenakan beberapa produk pesaing memiliki keunggulan yang lebih baik daripada produk keripik tempe *home industry* Putri Tunggal, seperti produk pesaing memiliki izin edar P-IRT, variasi rasa yang beragam dengan kemasan produk yang informatif dan menarik bagi konsumen.
- **Faktor cuaca dan lingkungan**
Faktor cuaca dan lingkungan menjadi ancaman bagi *home industry* Putri Tunggal karena mempengaruhi kelangsungan proses produksi. Faktor cuaca seperti hujan dan perubahan suhu dapat mempengaruhi fermentasi tempe, sedangkan faktor lingkungan berkaitan dengan kebersihan tempat produksi.
- **Adanya isu negatif terhadap makanan ringan**
Isu negatif berkaitan dengan bahan berbahaya yang digunakan dalam pembuatan makanan keripik tempe, seperti penggunaan plastik yang dicampur ke dalam minyak goreng agar makanan yang dihasilkan menjadi lebih renyah, penggunaan boraks sebagai bahan campuran pembuatan keripik tempe. Munculnya isu ini telah

menimbulkan kekhawatiran di masyarakat serta menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

3.4 Analisis Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Analisis faktor eksternal dilakukan dengan cara menghitung rata-rata tertimbang bobot dan rating yang didapatkan dari penilaian ketiga narasumber pada saat wawancara. Tahapan selanjutnya, rata-rata bobot dan rating dikalikan untuk memperoleh skor tertimbang dari masing-masing faktor. Hasil analisis matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 2. berikut.

Tabel 2. Hasil Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) *Home Industry* Putri Tunggal

No.	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1	Adanya dukungan dari pemerintah	0,090	3	0,270
2	Banyaknya pusat oleh-oleh	0,118	4	0,472
3	Berkembangnya teknologi dan informasi	0,105	3	0,315
4	Adanya asosiasi UMKM	0,110	2	0,220
5	Kemitraan yang kuat	0,095	4	0,380
Total Peluang		0,518		1,657
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Perubahan selera konsumen	0,083	3	0,249
2	Fluktuasi harga kedelai dan minyak	0,102	3	0,306
3	Persaingan produk sejenis	0,102	3	0,306
4	Faktor cuaca dan lingkungan	0,093	2	0,186
5	Adanya isu negatif terhadap makanan	0,102	2	0,204
Total Ancaman		0,482		1,251
Total Keseluruhan		1,000		2,908

Tabel 2. menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor dalam kunci peluang dan 5 faktor dalam kunci ancaman pada *home industry* Putri Tunggal. Total skor pada matriks EFE menunjukkan kondisi eksternal *home industry* Putri Tunggal memperoleh skor 2,908. Menurut David (2019), skor rata-rata tertimbang 2,5 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon baik peluang dan ancaman yang ada di perusahaannya. Total skor tertimbang di atas 2,5 mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki posisi peluang yang kuat dibandingkan dengan ancaman yang ada. Peluang eksternal *home industry* Putri Tunggal memiliki jumlah skor 1,657 sedangkan ancaman eksternal memiliki jumlah skor 1,251. Faktor peluang yang lebih tinggi ini dapat dimanfaatkan dengan baik untuk mengembangkan usaha keripik tempe lebih lanjut, sedangkan ancaman yang ada perlu dikelola dengan baik untuk meminimalkan dampaknya. Mengingat bahwa total skor tertimbang yang dimiliki *home industry* Putri Tunggal di atas angka 2,5

mengindikasikan bahwa *home industry* dapat meminimalkan ancaman yang ada dengan memanfaatkan peluang yang dimilikinya.

		Total Skor Nilai IFE		
		Kuat 3,0 - 4,0	Sedang 2,0 - 2,99	Lemah 1,0 - 1,99
Total Skor Nilai EFE	Tinggi 3,0 - 4,0	I (<i>Growth and build</i>)	II (<i>Growth and build</i>)	III (<i>Hold and maintain</i>)
	Sedang 2,0 - 2,99	IV (<i>Growth and build</i>)	V (<i>Hold and maintain</i>)	VI (<i>Harvest or divest</i>)
	Rendah 1,0 - 1,99	VII (<i>Hold and maintain</i>)	VIII (<i>Harvest or divest</i>)	IX (<i>Harvest or divest</i>)

Gambar 1. Matriks IE pada Home Industry Putri Tunggal
(Data Primer Diolah, 2024)

Hasil analisis matriks IE menunjukkan bahwa home industry Putri Tunggal saat ini berada pada kuadran V yaitu posisi hold and maintain (menjaga dan mempertahankan). Menurut David (2019), strategi yang dapat digunakan adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

3.5 Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT menghasilkan empat strategi diantaranya strategi kekuatan-peluang (*strengths-opportunities*), strategi kelemahan-peluang (*weaknesses-opportunities*), strategi kekuatan-ancaman (*strengths-threats*), strategi kelemahan-ancaman (*weaknesses-threats*). Analisis matriks SWOT yang dihasilkan dapat dilihat pada Gambar 2. Berikut:

<div>INTERNAL</div> <div>EKSTERNAL</div>	Kekuatan (<i>Strenghts</i> - S) <ol style="list-style-type: none"> Memiliki sertifikat Halal dan NIB (S1) Harga produk yang kompetitif (S2) Rasa produk gurih dan autentik (S3) Kualitas bahan baku yang baik (S4) Tekstur produk yang renyah (S5) 	Kelemahan (<i>Weaknesses</i> - W) <ol style="list-style-type: none"> Varian rasa kurang beragam (W1) Produk tidak tahan lama (W2) Produk mudah hancur (W3) Kemasan kurang informatif dan kurang melindungi produk (W4) Ketergantungan terhadap pemasok tunggal (W5)
	Peluang (<i>Opportunities</i> - O) <ol style="list-style-type: none"> Adanya dukungan dari pemerintah (O1) Banyaknya pusat oleh-oleh di wilayah Banyuwangi (O2) Berkembangnya teknologi dan informasi (O3) Adanya asosiasi UMKM di Banyuwangi (O4) Memiliki kemitraan yang kuat (O5) 	<div> Strategi – SO <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan sertifikasi Halal untuk mengikuti program pemerintah (S1, O1) Memanfaatkan harga produk yang kompetitif untuk bekerja sama dengan pusat oleh-oleh, toko, maupun swalayan (S2, O5) </div> <div> Strategi – WO <ol style="list-style-type: none"> Pengadaan mesin penunjang produksi yang dapat memperbaiki mutu produk (W2, W3, O3) Pengembangan jenis kemasan yang menarik dan dapat melindungi produk (W2, W3, W4, O2, O3) </div>
	Ancaman (<i>Threats</i> - T) <ol style="list-style-type: none"> Perubahan selera konsumen (T1) Fluktuasi harga kedelai dan minyak goreng (T2) Persaingan produk sejenis (T3) Faktor cuaca dan lingkungan (T4) Adanya isu negatif terhadap makanan ringan (T5) 	<div> Strategi – ST <ol style="list-style-type: none"> Menjaga cita rasa dan kualitas produk untuk mempertahankan keunggulan bersaing (S1, S3, S4, S5, T3, T5) Penambahan lampu pada rak penyimpanan tempe untuk menjaga kelembaban udara (S4, T4) </div> <div> Strategi – WT <ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan varian rasa baru untuk meningkatkan minat konsumen (W1,W2,W3, T1,T3) Meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku atau mencari alternatif pemasok lain untuk mendapatkan bahan baku berkualitas (W5, T2, T4) </div>

Gambar 2. Matriks SWOT (Data Diolah, 2024)

Berdasarkan Gambar 2 analisis SWOT terdapat delapan alternatif strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan produk keripik tempe di *home industry* Putri Tunggal, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) merupakan strategi yang digunakan untuk mengoptimalkan dan memanfaatkan peluang eksternal dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Hasil dari penggabungan antara kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan ini menghasilkan strategi sebagai berikut :

- a. Memanfaatkan sertifikasi Halal untuk mengikuti program pemerintah.
 - b. Memanfaatkan harga produk yang kompetitif untuk bekerja sama dengan pusat oleh-oleh, toko, maupun swalayan.
2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)
- Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) merupakan strategi yang digunakan untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan optimal. Hasil dari penggabungan antara kelemahan dan peluang yang dimiliki perusahaan ini menghasilkan strategi sebagai berikut :
- a. Pengadaan mesin penunjang produksi yang dapat memperbaiki mutu produk.
 - b. Pengembangan jenis kemasan yang menarik dan dapat melindungi produk.
3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)
- Strategi ST (*Strengths-Threats*) merupakan strategi yang digunakan untuk meminimalisir atau mengurangi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Hasil dari penggabungan antara kekuatan dan ancaman ini menghasilkan strategi sebagai berikut :
- a. Menjaga cita rasa dan kualitas produk untuk mempertahankan keunggulan bersaing.
 - b. Penambahan lampu pada rak penyimpanan tempe untuk menjaga kelembaban udara.
4. Strategi WT (*Weaknesses- Threats*)
- Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman eksternal. Hasil dari penggabungan antara kelemahan dan ancaman ini menghasilkan strategi sebagai berikut :
- a. Mengembangkan varian rasa baru untuk meningkatkan minat konsumen.
 - b. Meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku atau mencari alternatif pemasok lain.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka didapatkan kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Faktor kekuatan: memiliki sertifikat Halal dan NIB, harga produk yang kompetitif, rasa produk gurih dan autentik, kualitas bahan baku yang baik, dan tekstur produk yang renyah. Faktor kelemahan : varian rasa kurang beragam, produk tidak tahan lama, produk mudah hancur, kemasan kurang informatif dan kurang melindungi produk, dan ketergantungan terhadap pemasok tunggal. Faktor peluang : adanya dukungan dari pemerintah, banyaknya pusat oleh-oleh di wilayah Banyuwangi, berkembangnya teknologi dan informasi, adanya asosiasi UMKM di Banyuwangi,

memiliki kemitraan yang kuat. Faktor ancaman : perubahan selera konsumen fluktuasi harga bahan baku dan bahan pendukung, persaingan produk sejenis, faktor cuaca dan lingkungan, serta adanya isu negatif terhadap makanan ringan.

2. Didapatkan 8 alternatif strategi, yaitu : memanfaatkan sertifikasi Halal untuk mengikuti program pemerintah, memanfaatkan harga produk yang kompetitif untuk bekerja sama dengan pusat oleh-oleh, toko, maupun swalayan, pengadaan mesin penunjang produksi yang dapat memperbaiki mutu produk, pengembangan jenis kemasan yang menarik dan dapat melindungi produk, menjaga cita rasa dan kualitas produk untuk mempertahankan keunggulan bersaing, penambahan lampu pada rak penyimpanan tempe untuk menjaga kelembaban udara, mengembangkan varian rasa baru untuk meningkatkan minat konsumen, meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku atau mencari alternatif pemasok lain.
3. Alternatif strategi yang dapat diterapkan, yaitu : *redesign* kemasan dan penambahan rasa baru untuk meningkatkan minat konsumen. *Redesign* kemasan dilakukan dengan memperbarui kemasan dengan bahan plastik yang lebih tebal serta memperbarui label kemasan keripik tempe menjadi lebih informatif. Adapun penambahan rasa baru dilakukan dengan penambahan varian rasa pedas manis yang diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap keripik tempe *home industry* Putri Tunggal.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Home industry* Putri Tunggal diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk keripik tempe dengan terus berinovasi baik dari segi produk maupun kemasan yang digunakan agar produk dapat bersaing dengan produk kompetitor.
2. *Home industry* Putri Tunggal diharapkan dapat meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku agar dapat meningkatkan produksinya guna meningkatkan profit yang didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. 2022. Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Roti pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta [Skripsi]. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fikri, G. A., Marlana, E., Fitriani, P., Aliyudin, A., dan Veranita, M. 2024. Strategi Manajemen : Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal. *Jurnal Manajemen Jasa*. 6(1): 1-12.
- Ikhsanu, A. P., Manafe, L. A., dan Masyhuri, M. A. 2023. Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*. 9(2): 3435-3444.
- Imaniar, D., dan Wahyudiono, A. 2019. Strategi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Melalui UMKM. *Jurnal Reformasi*. 9(2): 90-95.

- Lestari, D., dan Vikaliana, R. 2021. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Penurunan Pengiriman Barang Kargo di PT. Lintas Maju Nusantara. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. 5(2): 813-822.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, *Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.