

PENGUNAAN METODE SWOT UNTUK ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KERUPUK CAI PINDANG

Andes Safarandes Asmara, Andri Septian, Aang Solahudin Anwar

Universitas Buana Perjuangan Karawang
andes.asmara@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak dibidang olahan pangan salah satunya produk kerupuk cai pindang yang berlokasi di desa cicide selatan dimana dalam proses pembuatan dan pemasaran nya masih belum meluas dan memanfaatkan teknologi yang ada pada zaman sekarang. tujuannya yaitu untuk meningkatkan dan menguatkan daya saing di pasar global dengan pemanfaatan teknologi pemasaran (*market place*) toko online dan menginovasikan produk olahan tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat menggunakan metode SWOT yang dimana metode tersebut berguna untuk mengetahui serta mengevaluasi suatu produk dari segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*threats*) yang sering terjadi atau dijumpai di lingkungan tempat produk umkm tersebut di proses, Sehingga outputnya dapat meningkatkan produk tersebut dari segi kekuatan, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan memperkecil ancaman yang ada sehingga produk UMKM yang dibina dapat aman, jaringan dan relasi bisnis meluas. Hasil analisis dengan menggunakan SWOT berupa strategi ST pada produk kerupuk cai pindang dimana perlunya pemanfaatan potensi lebih dalam untuk menghadapi suatu ancaman yang ada salah satunya dengan peningkatan/*Upgrade* dari label kemasan agar lebih menarik dan sistem pemasaran digital seperti pemasaran via facebook, tiktok, Instagram atau toko toko online tujuannya agar kerupuk cai pindang dapat bertahan dengan kekuatan yang dimiliki sehingga ancaman yang ada pada produk bisa di atasi.

Kata kunci: *SWOT, UMKM, kerupuk cai pindang*

PENDAHULUAN

Desa Cicide Selatan merupakan desa yang berada di kecamatan Banyusari Kabupaten Karawang yang terdiri dari 3 dusun yaitu Bangsasuta, Cicide Selatan 1A, Cicide Selatan 1B. Desa cicide selatan merupakan salah satu dari 12 desa di wilayah kecamatan banyusariyang terletak disebelah timur pusat pemerintahan kecamatan banyusari, dengan batas batassebelah utara berbatasan dengan desa Cicide Utara,sebelah timur berbatasan dengan desatambak jati Kabupaten Subang, Sebelah selatan berbatasan dengan desa Jatiwangi dan desa jatibaru kecamatan jatisari dan Sebelah barat berbatasan dengan desa pamekaran kecamatan banyusari kabupaten

karawang, Desa Cicinde selatan mempunyai luas wilayah kurang lebih 305,596 Hektar.

Desa Cicinde Selatan berada di sebelah barat daya ibukota kecamatan Banyusari, Jarak ke Ibukota kabupaten karawang 24,5 KM, Jarak ke ibukota Provinsi jawa barat 128,06 KM dan Jarak ke Ibukota negara 89,03 KM. Jika dilihat dari peta wilayah desa cicinde selatan, desa cicinde selatan merupakan desa yang berada di daerah dataran rendah pantai utara pulau jawa dengan ketinggian 1,5 MDPL, Sebagian besar wilayah desa adalah lahan pertanian/Sawah. Adapun sumber air meliputi air permukaan. Sesuai dengan kebijakan penyediaan air baku untuk irigasi, maka di desa cicinde selatan mendapat pasokan pelayanan irigasi berasal dari bendungan air juanda jatiluhur yang berada di daerah kabupaten purwakarta. Sedangkan untuk kebutuhan rumah tangga, masyarakat sebagian besar menggunakan air bersih dari sumur pompa mesin jetpump dan sebagian kecil dari perusahaan air minum (PAM) dan sebagian yang lain dari sumur sumur pompa tangan Luas desa seluruhnya $\pm$ 305,596 Ha terdiri dari lahan sawah 250 Ha (81,8%) dan tanah darat 55,596 Ha (18,2%).

Desa cicinde memiliki Makanan olahan pangan yang selalu diminati oleh masyarakat Indonesia, mulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Salah satu makanan olahan pangan khas Desa Cicinde Selatan, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, yaitu Kerupuk Cai Pindang yang sudah dipasarkan ke beberapa tempat di wilayah Kabupaten Karawang dan sekitarnya. Kerupuk Cai Pindang adalah salah satu makanan tradisional yang terbuat dari beras ketan putih, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, rasanya gurih karena dipadukan dengan air pindang dan memiliki tekstur yang renyah. Sejauh ini, kerupuk masih sangat diminati oleh masyarakat, baik untuk cemilan sehari-hari maupun untuk jamuan pada acara-acara hajatan. Hal itu telah menjadi budaya bagi masyarakat Desa Cicinde Selatan dan mungkin bagi masyarakat lainnya, diluar Desa Cicinde Selatan.

Mayoritas masyarakat Desa Cicinde Selatan bermatapencaharian sebagai pedagang ikan pindang. Setiap harinya tentu ada proses produksi dari ikan mentah hingga menjadi ikan yang matang serta menjadi ikan pindang. Biasanya, proses pembuatan ikan pindang itu tidak terlepas dari merebus ikan tersebut, sehingga air rebusan ikan pindang yang oleh masyarakat Desa Cicinde Selatan sering disebut cai pindang memunculkan ide kreatif pemilik UMKM untuk membuat kerupuk yang

dipadukan dengan air pandang (cai pandang). Pemilik UMKM tersebut bernama Ibu Ruyati yang memberi nama produknya Kerupuk Cai Pindang. Cita rasa Kerupuk Cai Pindang memang memiliki ciri khasnya sendiri. Air pandang pada kerupuk tersebut menambah kegunaan dan memberikan kesan tersendiri bagi siapapun yang menikmatinya.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. UMKM sebagai salah satu perwujudan erat kaitannya dalam perekonomian rakyat yang perlu untuk dikembangkan, karena sektor ini mampu menyediakan peluang kerja yang bisa menyerap tenaga kerja cukup tinggi khususnya di wilayah Ciciinde selatan, sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup masyarakat (Halizah dkk, 2020).

Usaha Kecil Mikro Menengah adalah suatu ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. Namun pada saat ini UMKM menjalani keadaan yang cukup sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis. Persaingan semakin ketat sehubungan dengan besarnya arus perdagangan bebas berskala nasional ataupun internasional yang secara tidak langsung menciptakan persaingan dagang dating dari segala aspek. Menurut peraturan Undang-undang No. 20 tahun 2008, Usaha kecil mikro menengah terbagi atas 3 perbedaan (a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan dengan aset maksimum sebesar Rp. 50 Juta dan omset sebesar Rp. 300 Juta. (b) Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif berdiri sendiri atau badan usaha perorangan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan lain yang memiliki aset sebesar Rp. 50 Juta-Rp. 500 Juta dan omset Rp. 300 Juta – Rp. 2,5 Milliar, (c) Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan lain yang memiliki aset sebesar Rp. 500 Juta – Rp. 10 Milliar dan omset Rp. >2.5 Milliar – Rp. 50 Milliar.

Produk UMKM Kerupuk Cai Pindang milik Ibu Ruyati merupakan potensi ekonomis desa. Namun perlu digaris bawahi, pemasaran Kerupuk Cai Pindang masih dilakukan dengan cara-cara tradisional. Maka tujuan diangkatnya pembahasan Kerupuk Cai Pindang ini agar pemilik UMKM Kerupuk Cai Pindang dapat menjalankan dan

mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan sepenuhnya teknologi masa kini dan digitalisasi. Di masa serba modern ini, Kerupuk Cai Pindang dapat dipromosikan melalui sosial media, seperti Facebook, Tiktok, Instagram dan lain-lain. Kerupuk Cai Pindang juga bisa dijual di *market place* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia dan lain- lain.

Usaha Mikro Kecil Menengah sendiri memiliki peran dan jumlah yang cukup besar pada penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja juga memiliki kontribusi pembentukan produk domestik bruto (PDB). Peranan UMKM yang besar memberikan penjelasan bahwa UMKM harus bisa ditingkatkan lebih baik lagi untuk kedepannya, UMKM dapat bertahan juga bersaing jika mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik terkhususnya manajemen pemasaran. Strategi Pemasaran untuk mengatasi perubahan lingkungan eksternal maupun internal di suatu UMKM yang kita bina dapat dilihat dari kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang. Analisis SWOT merupakan cara yang tepat untuk mengatasi permasalahan dalam suatu manajemen pemasaran. Analisis SWOT didalam menghadapi suatu permasalahan lingkungan membagi atas 2 tahap yakni lingkungan Eksternal dengan mengetahui ancaman/Threats apa saja dan peluang/Opportunity yang dihadapi oleh pelaku UMKM, Lingkungan Internal mengetahui kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) yang dimiliki oleh pelaku UMKM tersebut. Dengan menggunakan analisis swot mengetahui factor factor lingkungan eksternal maupun internal dapat menjadi acuan bagi UMKM salah satunya UMKM olahan pangan Kerupuk Cai Pindang di desa cicinde selatan untuk menemukan menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan guna memajukan daya saing pada UMKM tersebut.

METODOLOGI

Metode yang dilakukan adalah dengan studi kasus dengan pendekatan kualitatif, data yang diambil berupa data primer dan data sekunder untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif melalui metode SWOT, dimana metode tersebut berguna untuk mengetahui serta mengevaluasi suatu produk dari segi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (threats) yang sering terjadi atau dijumpai di lingkungan tempat produk umkm tersebut di proses, Sehingga outputnya dapat meningkatkan produk tersebut dari segi kekuatan, memperbaiki kelemahan,

memanfaatkan peluang, dan memperkecil ancaman yang ada sehingga produk UMKM yang dibina dapat aman, jaringan dan relasi bisnis meluas dan tentunya menghindari kerugian yang dapat mengancam produk umkm yang telah dihasilkan.

Target atau sasaran yang dituju dalam program kerja ini adalah para pelaku UMKM di sekitar desa cicide selatan salah satunya UMKM produk olahan kerupuk cai pindang ibu ijah yang ber alamatkan di dusun cicide selatan I A desa cicide selatan yang telah berdiri sejak 5 tahun kebelakang tepatnya 2017 yang dimana proses pembuatan nya masih dengan cara tradisional dan proses pemasaran nya pun masih berfokus kepada wilayah di sekitar desa cicide selatan dan belum sepenuhnya meluas dan menyebar ke daerah daerah lain disekitar kabupaten karawang.

Data primer dalam penelitian diambil langsung dari koresponden dan informan yaitu ibu ijah selaku pemilik umkm kerupuk cai pindang melalui survey, interview, dan observasi yang berisi tentang pengimplementasian atau penerapan proses pemasaran suatu produk UMKM dengan mempertimbangkan kondisi UMKM dari segi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (Threats) di lingkungan tempat produk olahan tersebut diproses dan dihasilkan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner pertanyaan/angket dengan skala likert. Kuesioner/angket dengan skala likert adalah seperangkat pertanyaan atau sebuah pernyataan yang disusun dengan beberapa jawaban bertingkat (Lebih dari satu) sehingga mudah dijawab oleh responden, Berikut beberapa pertanyaan dan jawaban alternatif yang penulis ajukan dan sediakan pada responden diantaranya:

1. Apakah ada bantuan-bantuan lain seperti koperasi, bantuan bantuan desa terhadap usaha kerupuk cai pindang yang ibu hasilkan?
2. Jika ada apakah bantuan-bantuan tersebut sangat membantu terhadap usaha yang ibu tekuni?
3. Kendala apa saja yang sering ibu alami pada saat ibu mengembangkan usaha kerupuk cai pindang ini?
4. Apakah penghasilan dan gaji karyawan sudah sesuai dengan harapan ibu?
5. Dalam proses produksi kerupuk cai pindang apakah sudah sesuai dengan aturan agama?

6. Bagaimana cara ibu mempromosikan produk yang ibu hasilkan, apakah sudah diseimbangkan dengan teknologi yang ada untuk saat ini?
7. Apakah produk yang ibu hasilkan memiliki nilai ekonomis yang baik?
8. Bagaimana kekuatan dan kelemahan dari produk olahan yang ibu hasilkan?
9. Bagaimana peluang produk kerupuk cai pindang di luar desa cicide selatan, apakah banyak pesaingnya?
10. Apakah lingkungan tempat ibu jualan cukup aman?

Indikator untuk jawaban Skala Likert dideskripsikan dengan kriteria seperti pada tabel 1:

Tabel 1. Indikator Jawaban untuk Skala Likert

Skor	Kategori	Indikator
4	Setuju sekali (<i>Tottaly Agree</i>)	Apabila kriteria kriteria dalam produk olahan tersebut sangat membuat pelanggan puas.
3	Setuju (<i>Agree</i>)	Apabila kriteria kriteria dalam produk olahan tersebut membuat pelanggan cukup puas pada saat merasakannya.
2	diterima (<i>Acc</i>)	Apabila kriteria kriteria dalam produk olahan tersebut dinilai cukup.
1	Tidak setuju (<i>Disagree</i>),	Apabila kriteria kriteria dalam produk olahan tersebut dinilai sangat tidak memuaskan pada saat dirasakan.

Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif, dengan menginterpretasikan nilai rata-rata skor yang sudah diolah sebelumnya, dimana nilai ini diperoleh dari hasil jawaban angket yang disebarkan. Selanjutnya adalah menggambarkan/memetakan dan menganalisis hasil tersebut dengan matriks SWOT, yang diperoleh dengan memperoleh dan mengelompokkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dari produk olahan kerupuk cai pindang tersebut sehingga diperoleh strategi pemasaran yang tepat untuk usaha UMKM tersebut dapat lebih maju dan lebih berkembang

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM yang ada di desa cicide selatan dapat membentuk kluster sendiri, yang dimana terjadi karena turun temurun dari para pelaku/pemilik umkm sebelumnya. Pembentukan lokasi umkm salah satunya ditentukan oleh kemudahan dalam memperoleh

bahan baku, Misalnya untuk umkm seperti ikan pindang, kerajinan kayu mebel, kerupuk cai pindang dan kerupuk cai pindang di desa cicinde selatan yang salah satunya karena dekat dengan sumber bahan baku, Salah satunya pada UMKM produk olahan kerupuk cai pindang di desa cicinde selatan yang perlu dikembangkan lebih lanjut dan di analisis terkait konsep pemasaran yang tepat guna membuat produk kerupuk cai pindang dapat diminati oleh para pembeli dan tentunya dapat menambah nilai harga jual di pasaran.

Pengembangan produk di era modern seperti ini khususnya pada bidang pemasaran bisa dilakukan dengan cara memasarkan produk umkm lewat platform-platform media sosial seperti facebook, Instagram, atau market place seperti shopee, tokopedia, bukalapak) yang tentunya dapat membuat pemasaran dari produk umkm yang dibina semakin meluas dan dikenal dikalangan masyarakat. Pada sisi lain, beberapa umkm juga mempertimbangkan keinginan sendiri dalam artian mereka tentunya memiliki imajinasi berkaitan dengan produk yang mereka hasilkan agar lebih baik.

Beberapa UMKM memutuskan untuk menggunakan bahan baku yang bermutu walaupun akan berpengaruh terhadap harga jual dari produk yang dihasilkan. Hal ini pun ditunjukan untuk segmen pasar yang lebih tinggi tingkat penghasilannya dan mementingkan mutu, walaupun di sisi lain banyak pelaku UMKM menyediakan produk untuk segmen menengah ke bawah. Beberapa UMKM juga menggunakan tenaga terampil atau cara tradisional dalam proses pembuatan produk olahan salah satunya kerupuk cai pindang yang masih menggunakan cara tradisional dengan masih memakai tungku kayu bakar dalam proses penggorengannya dan proses pemasaran produk nya pun masih focus di sekitar wilayah desa cicinde selatan (Antar warung) serta pengemasan dari produk kerupuk cai pindang pun dinilai masih sederhana .

Maka dengan ini perlunya dilakukan suatu analisis swot pada produk tersebut dilihat dari kekuatan (*strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) guna membantu bisnis produk olahan kerupuk cai pindang menentukan strategi yang tepat dalam proses pemasarannya agar daya jual dari produk kerupuk cai pindang meningkat di pasaran dan mendatangkan keuntungan yang lebih bagi si pemilik umkm produk kerupuk cai pindang di desa cicinde selatan. Adapun empat unsur yang terdapat pada produk olahan umkm Kerupuk Cai Pindang dilihat dari segi kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*). Terlihat dalam tabel 2:

Tabel 2. Keterangan Produk Kerupuk Cai Pindang Diliat dari SWOT

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)	Peluang (Opportunity)	Threats (Ancaman)
a. Kerupuknya berharga murah b. Rasa yang enak dan gurih c. Menyehatkan dan menambah nutrisi d. Lokasi penjualan kerupuk strategis.	a. Pengemasa n kerupuknya kurang menarik. b. Kerupuk cepat melempem c. Banyak bahan pengawet.	a. Penjualan lewat online dapat membantu memperkenalkan kerupuk cai pindang kepada warganet. b. Pembeli sekitar yang cukup konsumtif terutama pada kerupuk sebagai pelengkap makanan c. lokasi yang bagus dan mudah dijangkau.	a. Banyaknya saingan diluaran. b. Kurangnya ketersediaa n modal.

Setelah didapati empat unsur dari produk olahan kerupuk cai pindang “Ibu Ijah” yang dilihat dari segi kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (Threats) dari produk tersebut. Maka untuk menilai masalah dan memanfaatkan situasi yang ada sebaik mungkin pada produk olahan UMKM kerupuk cai pindang cicide selatan dibutuhkanlah analisis swot yang dimana metode ini membantu dan menganalisis apa yang paling dibutuhkan dari pada bisnis UMKM produk olahan kerupuk cai pindang, Sehingga menemukan strategi bisnis pemasaran yang cocok dan dapat mengembangkan produk olahan kerupuk cai pindang lebih luas serta mendatangkan kesuksesan dan keuntungan yang lebih terhadap si pemilik umkm produk olahan kerupuk cai pindang.

Berikut perhitungan Analisis Swot pada produk umkm olahan kerupuk cai pindang guna menemukan atau mengembangkan strategi bisnis pemasaran yang bermanfaat dijabarkan dalam gambar 1 sampai gambar 4:

Questionnaire																			
Name : Zetmika					Name : Cid Stivani					Name : Jalelawati					Name : Santi Median				
Age : 23					Age : 24					Age : 21					Age : 24				
Phone : 81324892853					Phone : 82110094596					Phone : 063877880827					Phone : 85780962560				
Point : 1 = Disagree					2 = Agree					3 = Agree					4 = Totally Agree				
2 = Agree					3 = Agree					4 = Totally Agree									
4 = Totally Agree																			
Questions					1					2					3				
Strength*																			
1. Cheap Crackers																			
2. Taste very good																			
3. Healthy Food																			
4. Strategic Location																			
Weakness*																			
1. Cracker Packaging																			
2. Crackers Shuggish																			
3. Lots of Preservatives																			
Opportunity*																			
1. Sale																			
2. Buyer																			
3. Great Locations																			
4. Can sell as a Reseller																			
Threats*																			
1. Competitor																			
2. Sales Capital																			

Gambar 1. Kuesioner Responden

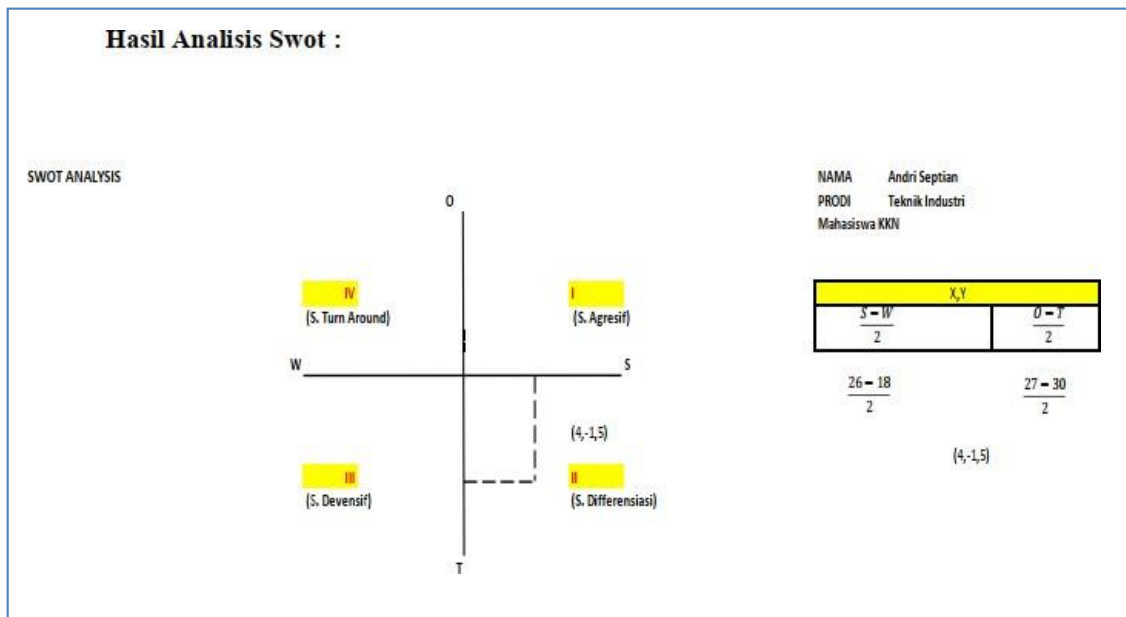
Questioner Matrix

Questioner	Respondent				Average	Rating	Answer
	Zatmika	Cici	Jalelawati	Santi			
Strength*							
1. Cheap Crackers	3	4	2	4	13/4=3,25	3	A
2. Taste very good	3	4	3	3	13/4=3,25	3	A
3. Healty Food	1	2	3	2	8/4=2	2	Acc
4. Strategic Location	2	4	2	2	10/4=2,5	2	Acc
Weakness*							
1.CrackerPackaging	3	3	2	2	10/4=2,5	2	Acc
2. Crackers Sluggish	3	3	1	1	8/4=2	2	Acc
3. Lots of Preversives	1	1	1	1	4/4=1	1	DA
Opportunity*							
1. Sale	2	2	2	3	9/4=2,25	2	Acc
2. Buyer	2	4	3	3	12/4=3	3	A
3. Great Location	2	4	3	2	11/4=2,75	3	A
4. Can Sell as a Reseller	2	4	2	3	11/4=2,75	3	A
Threats *							
1. Competitor	3	4	3	1	11/4=2,75	3	A
2. Sales Capital	3	4	3	3	13/4= 3,25	3	A

Gambar 2 Kuesioner Matriks Responden

FACTOR	INTEGRATE/BOBOT	RATING	SCORE
Strength*			
1. Cheap	4	3	12
2. Taste	2	3	6
3. Healthy	3	2	6
4. Strategic Location	1	2	2
Total	10		26
Weakness*			
1. CrackerPackaging	4	2	8
2. Cracker Sluggish	4	2	8
3. Lots of Preversives	2	1	2
Total	10		18
Opportunity*			
1. Sale	3	2	6
2. Buyer	4	3	12
3. Great Location	1	3	3
4. Can Sell as a Reseller	2	3	6
Total	10		27
Threats *			
1. Competitor	5	3	15
2. Sales Capital	5	3	15
Total	10		30

Gambar 3. Perhitungan Matriks SWOT Responden



Gambar 4. Hasil Analisis SWOT Kurupuk Cai Pindang

Berdasarkan analisis swot yang telah dilakukan pada UMKM produk olahan kerupuk cai pindang guna membentuk strategi pemasaran yang lebih baik dan menyelesaikan permasalahan yang ada pada UMKM kerupuk cai pindang, maka dihasilkan ST (*Strength and threats*) dari diagram swot yang telah dilakukan perhitungan dari data data skala likert koresponden yang telah mencicipi produk olahan kerupuk cai pindang ibu Ijah dilihat dari segi Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*). Dari hasil perhitungan SWOT yang telah dilakukan, Produk UMKM Kerupuk cai pindang tersebut kuat tetapi masih dipenuhi ancaman (ST) sehingga diperlukan pemanfaatan potensi yang ada pada perkembangan zaman modern saat ini untuk dapat menghadapi ancaman yang ada pada produk UMKM kerupuk cai pindang. Jika tidak dilakukan perbaikan atau pemanfaatan potensi perkembangan yang ada pada zaman saat ini, Khususnya dalam bidang IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan teknologi) bisa jadi usaha yang kita kembangkan bisa bangkrut atau kalah saing dengan para pelaku UMKM yang ada di daerah daerah lain yang dengan cermat dapat memanfaatkan perkembangan zaman saat ini pada proses pemasarannya maupun dalam segi mempercantik produk umkm yang mereka buat. Adapun solusi perbaikan 7P yang dinilai tepat untuk dapat menutupi segi ancaman pada produk UMKM olahan kerupuk cai pindang berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan.

Diantaranya sebagai berikut:

Karawang, 28 Februari 2023

1. *Produk*

Dari hasil analisis swot yang telah dilakukan yang dimana menghasilkan keterangan produk UMKM kerupuk cai pandang tersebut kuat namun memiliki juga ancaman, yang dimana perlunya pemanfaatan potensi untuk dapat memperkecil ancaman yang ada pada produk kerupuk cai pandang tersebut. Diliat dari segi produk yang masih sederhana pada kerupuk cai pandang, maka diperlukan upgrade atau penambahan label kemasan yang menarik tentunya agar produk UMKM kerupuk cai pandang tidak diakui sisi oleh pihak pihak atau saingan yang lain.

2. *Price*

Untuk harga pada produk UMKM olahan kerupuk cai pandang memiliki harga yang sangat terjangkau dan ternilai murah dikalangan masyarakat, Maka dari segi harga perlu di pertahankan dengan memperhatikan penyeimbangan dari produk yang dihasilkan dikarenakan jika produk yang kita hasilkan dijual dengan harga yang mahal ditakutkan kalangan masyarakat tidak tertarik untuk membeli produk yang kita jual sehingga mendatangkan sebuah kerugian pada si pemilik umkm dan menyebabkan proses produksi pembuatan pada kerupuk cai pandang berhenti dan tidak lagi memproses produk tersebut (mengalami kebangkrutan).

3. *Place*

Aspek *place* (tempat) pada proses produksi kerupuk cai pandang dinilai sangat strategis dikarenakan letak tempat produksi kerupuk cai pandang dekat dengan rumah penduduk maupun warung/kios masyarakat, sehingga dari hasil wawancara dengan bu ijah selaku pemilik umkm diperoleh dengan tempat produksi kerupuk cai pandang yang dekat dengan lingkungan masyarakat, masyarakat cukup senang dan mempermudah mereka untuk membeli langsung produk kerupuk cai pandang.

4. *Promotion*

Segi promosi dari produk olahan umkm kerupuk cai pandang masih menggunakan segi promosi yang tradisional dan belum menggunakan segi promosi produk yang memanfaatkan teknologi IPTEK seperti pemasaran dengan menggunakan platform platform online (Facebook, Tiktok, Instagram) atau market

place seperti Shopee, tokopedia, ataupun bukalapak. Maka dari itu perlunya pengembangan dan pemanfaatan teknologi yang ada pada zaman sekarang seperti (Facebook, Tiktok, Instagram) atau market place seperti Shopee, tokopedia, ataupun bukalapak khususnya digunakan dalam bidang pemasaran produk cai pindang agar ancam-anacam yang ada pada produk umkm kerupuk cai pindang dapat diperkecil dan tentunya produk kerupuk cai pindang dapat lebih dikenal luas oleh kalangan masyarakat.

5. People

Dari hasil wawancara yang diperoleh dengan bu ijah selaku pemilik umkm kerupuk cai pindang, untuk karyawan hanya memiliki 1 orang dan tentunya walaupun 1 orang produk kerupuk cai pindang harus tetap jalan dan produksi dengan acuan pemilik umkm dan karyawan saling pengertian, saling support, dan saling bantu sehingga produk yang dihasilkan dapat baik dipasaran dan tidak adanya komplain dikalangan masyarakat.

6. Process

Kecepatan pelayanan pada produk umkm kerupuk cai pindang dipengaruhi oleh oleh waktu kunjungan pembeli. Jika konsumen datang pada waktu produk kerupuk cai pindang telah selesai diproduksi maka pesanan yang konsumen pinta dapat dengan cepat sediakan, Begitu juga sebaliknya jika konsumen datang pada waktu produk kerupuk cai pindang yang belum selesai tahapan produksinya, maka kecepatan pelayanan dari produk kerupuk cai pindang akan sedikit terhambat. Proses pemasaran dari produk kerupuk cai pindang pun masih belum menyeimbangkan dengan pemanfaatan teknologi yang ada pada masa sekarang ini dan masih menggunakan sistem pemasaran yang manual yaitu keliling ke warung- warung.

7. Physical evidence

Melihat dari segi proses pembuatan produk UMKM kerupuk cai pindang bu Ijah, proses pembuatan kerupuk cai pindang dari mulai hingga selesai/pembungkusan seharusnya memakai sarung tangan yang dimana berguna untuk meningkatkan

kehigienisan dari produk umkm kerupuk cai pindang dan meminimalisir adanya kuman/bakteri yang ada pada bagian anggota tubuh khususnya tangan. Sehingga produk yang dihasilkan dapat sehat dan higienis sampai ke tangan masyarakat dan konsumen yang membeli produk UMKM kita.

KESIMPULAN

Dari analisis SWOT yang telah dilakukan pada produk umkm olahan kerupuk cai pindang, Strategi perusahaan berada pada kuadran IV yaitu Diversification yang dimana produk umkm olahan kerupuk cai pindang perlu menggali atau melakukan pemanfaatan potensi pemasaran guna memperkecil ancaman yang ada pada perusahaan (Kerupuk cai pindang) agar produk kerupuk cai pindang masih terus bertahan di pasaran dan tidak tergulung dengan ancaman ancaman yang ada. Adapun potensi pemasaran yang harus dilakukan oleh produk kerupuk cai pindang ialah peningkatan/Upgrade dari label kemasan agar lebih menarik dan sistem pemasaran dilakukan dengan teknologi digital seperti pemasaran via facebook, tiktok, Instagram atau toko toko online tujuannya agar produk kerupuk cai pindang dapat bertahan dengan kekuatan yang dimiliki sehingga ancaman yang ada pada produk bisa di atasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatahilah, A. dkk. 2021. Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Jempol Sebagai Potensi Peningkatan UMKM di Rw 06 Kelurahan Manggahang. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Fenny Tollo, Sesilya Kempa. 2017. *Analisis Aplikasi 7P Pada Usaha Nasi Kuning Air Putri Di Ambon*. Vol 5. No.1.
- Irawan Bahrul Hayat, Suwaryo Nugroho. 2020. *Penentuan Strategi CV. Jamal Jaya Dengan Analisis SWOT*. Vol 1. Hal 10-20.
- Ridwan, H. dkk. 2020. Pengembangan Usaha Rumahan Kerupuk Kerupuk Sebagai Peluang Dalam Peningkatan Pendapatan Kaum wanita Di Kelurahan Biringere Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
- Ronda Deli Sianturi. 2020. *Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM*. Vol 1. Hal 45-50.
- Yuniarti, E. D, Herudiansyah, G. 2020. *Manajemen Usaha UMKM Kerupuk Ibu Wati Desa Budi Mulyo Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin*. Seminar Penelitian dan pengabdian Kepada Masyarakat.