

*Riski Amalia, Zulkifli, Abd. Asis Pata :*  
***Prospek Pengembangan Usaha Cemilan Dan Kue Kering (Studi Kasus Usaha Ibu Di BTN Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros)***

*Jurnal Agribis Vol. 6 No. 2 September 2017*

**PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA CEMILAN DAN KUE KERING**  
***(Studi Kasus Usaha Ibu Di Btn Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros)***

***Prospect of Development of Small And Dry Cake Business (Case Study of Mother's Business at Btn Solindo Cooperation Yapim Maros Stiper Coop Program)***

**Riski Amalia, Zulkifli, Abd. Asis Pata**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Kehutanan,  
Universitas Muslim Maros.

Email : [zul\\_sjam@yahoo.com](mailto:zul_sjam@yahoo.com) / [fapertahutumma@gmail.com](mailto:fapertahutumma@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan di daerah Batangase Kecamatan Mandai Kabupaten Maros. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa sudah lama memproduksi cemilan dan kue kering yang berbahan dasar kacang tanah. Data yang digunakan ada dua yaitu : Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi melalui wawancara langsung dan juga melalui bantuan daftar kuesioner dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi/lembaga yang terkait atau berhubungan dengan penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Prospek Pengembangan Usaha Cemilan dan Kue Kering (Studi Kasus Usaha Ibu di Btn Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros) di masa yang akan datang. Hasil penelitian dapat diketahui kekuatan serta peluang yang dimiliki oleh usaha ibu lebih tinggi dari pada kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi dimasa yang akan datang serta usaha cemilan dan kue kering usaha ibu layak untuk dipertahankan.

**Kata Kunci : Wirausaha, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, Matriks SWOT.**

**ABSTRACT**

*This research was conducted in the Batangase area, Mandai District, Maros Regency. This location was chosen with the consideration that it has long been producing snacks and cookies made from peanuts. There are two data used, namely: Primary data, namely data obtained from observations through direct interviews and also through the help of questionnaire lists and secondary data, namely data obtained from agencies / institutions that are related or related to this research. The purpose of this study was to determine the Prospect of Snack and Pastry Business Development (Case Study of Mother's Business at Btn Solindo Cooperation, Coop Stiper Yapim Maros Program) in the future. The results of this research can be seen that the strengths and opportunities that are*

*owned by the mother's business are higher than the weaknesses and threats that will be faced in the future and the business of snacks and pastries for the mother's business deserves to be maintained.*

***Keywords: Entrepreneurship, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, SWOT Matrix.***

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. UMKM telah lama menjadi pondasi yang kokoh sekaligus penggerak dinamika dari sistem ekonomi kita. Di tengah badai krisis ekonomi yang melanda, UMKM justru mampu untuk bertahan karena usahanya yang bergerak di sektor riil tidak terlalu banyak terpengaruh dibandingkan dengan sektor moneter. UMKM juga sangat berperan dalam membantu program pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini dengan jelas menunjukkan bahwa UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam hal penyerapan tenaga kerja untuk mengurangi tingkat pengangguran dan melebihi sektor industri besar. (Rafiq irfani, 2011).

Pada dasarnya, keberadaan UMKM tidak lepas dari usaha pemiliknya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup. Pola fikir (mindset) pelaku usaha kecil dan menengah adalah selalu ada keuntungan selama usaha masih dapat berjalan serta sangat mengandalkan intuisi atau insting bisnis dalam menjalankan usaha. Ada banyak faktor yang bisa menentukan usaha itu dapat sukses atau tidak diantaranya peluang pasar, kondisi persaingan, trend bisnis, dan lain-lain. Oleh karena itu, secara teori tidak cukup hanya mengandalkan insting dalam mengambil keputusan di dunia bisnis. Agar UMKM dapat lebih bersaing dan memiliki prospek perkembangan yang bagus, maka sebelum mendirikan UMKM sebaiknya dilakukan studi kelayakan usaha terlebih dahulu. Hal ini berguna untuk memperhitungkan kemungkinan apakah usaha dapat bersaing dan bertahan diantara para kompetitornya sekaligus melihat

kemungkinan pengembangan usaha di masa depan dilihat dari berbagai aspek/sudut pandang.

Kemampuan untuk bersaing dalam perdagangan jasa maupun barang dipandang merupakan salah satu hal penting agar Indonesia tetap kuat sebagai bangsa yang disegani di dunia. Oleh sebab itulah peningkatan daya saing bangsa (*nation competitiveness*) menjadi salah satu isu utama dalam pengembangan pendidikan tinggi.

Proses pembelajaran yang dilaksanakan di perguruan tinggi pada umumnya lebih menitik beratkan kepada pengembangan intelektual atau kemampuan akademis serta penalaran dan kurang memberikan bekal kemampuan teknis / operasional untuk memasuki dunia kerja. Di sisi lain dunia usaha dan industri (DUDI) menghendaki tenaga kerja yang memiliki keterampilan teknis serta pengalaman kerja yang sering menjadi kendala bagi mahasiswa untuk memperoleh pekerjaan setelah lulus.

Bertolak dari penancangan program *Co-operative Academic Education* oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada konferensi internasional “*The First Indonesian National Executive Conference on Co-operative Education*” di Jakarta pada tahun 1994, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi bekerja sama dengan Bappenas dan kemudian dengan Dewan Pengembangan Program Kemitraan (DPPK) telah merintis dan mengembangkan Program *Co-operative Academic Education* (Co-op) atau Program Belajar Bekerja Terpadu (PBBT) yang dilaksanakan dan dikembangkan dengan tujuan memperkenalkan dunia usaha atau dunia kerja lebih dini kepada mahasiswa.

Program ini merupakan program yang mengintegrasikan berbagai latar belakang ilmu yang didapatnya di bangku kuliah dengan pengalaman nyata dunia usaha. Di dunia internasional program seperti ini dikenal dengan nama “*work-integrated learning*” atau “*work based learning*”. Sedikit berbeda dengan program “*link and match*” yang lebih dulu dicanangkan pemerintah yang lebih berorientasi pada “*subject-based*” atau “*curriculum and practice-based learning*”, Co-op lebih mementingkan “*work place experience*” atau pengalaman dan berkegiatan dalam dunia kerja nyata. Untuk pekerjaan yang dilakukannya,

mahasiswa peserta mendapat kompensasi keuangan dari perusahaan atau tempat bekerja. Selama mengikuti kegiatan, mahasiswa peserta program akan di evaluasi oleh petugas yang ditunjuk oleh perusahaan dan atau oleh mentor yang ditunjuk oleh perguruan tinggi dan setelah selesai akan mendapatkan sertifikat.

Salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Maros adalah Usaha Cemilan Dan Kue Kering Usaha Ibu. Usaha Ibu merupakan industri rumahan yang mengolah berbagai macam Cemilan serta Kue Kering yang sebagian besar produknya berbahan dasar dari Kacang Tanah. Usaha Ibu ini berdiri pada tahun 2009, awalnya Usaha Cemilan dan Kue Kering ini hanya memproduksi satu jenis cemilan saja yaitu Kacang Sembunyi. Namun, seiring meningkatnya permintaan dari konsumen, Ibu Hj. Nursiah selaku pemilik usaha kembali menciptakan produk baru yaitu Krupuk Sistik, Krupuk Kaktus dan Kue Kurma.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Usaha Ibu di Btn Solindo, lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa ini adalah salah satu tempat yang dijadikan sebagai Mitra Program Belajar Bekerja Terpadu (PBBT) Cooperative Academic Programe (COOP) Stiper Yapim Maros serta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih sangat perlu dikembangkan di Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan, yaitu Februari sampai Juli 2017.

Penentuan responden dilakukan purposive dengan digunakan studi kasus di Usaha Cemilan dan Kue Kering Usah Ibu di BTN Solindo sebagai sampel dari Usaha Cemilan dan Kue yang dimiliki oleh Hj. Nursiah.

Data dikumpulkan dari hasil survey dengan menggunakan kuesioner dan ditambah dengan pengamatan/observasi lapangan. Data yang telah terkumpul kemudian di tabulasi untuk mendapatkan data riil yang digunakan untuk keperluan analisis.

Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT. Faktor-faktor strategi usaha cemilan kue kering disusun dalam suatu matriks yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis SWOT

#### 1. Identifikasi faktor Internal dan Eksternal

Tabel 1. Identifikasi faktor internal dan eksternal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<b>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</b> a Merek Produk yang sudah dikenal b Produksi secara terus menerus c Bahan baku yang mudah diperoleh d Memiliki hubungan baik dengan pelanggan	<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b> a. Permintaan yang terus meningkat b. Pemasaran produk yang cukup luas c. Persepsi konsumen yang cukup baik d. Sumber lapangan pekerjaan
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b> a. Teknologi yang digunakan masih sederhana b. Harga yang relatif stabil c. Kurangnya tenaga kerja d. Keterlambatan dalam proses produksi	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b> a. Berdirinya perusahaan sejenis b. Tingginya tingkat tawar-menawar dari pembeli c. Kenaikan harga bahan baku d. Upah tenaga kerja yang sedikit

Sumber : Data Primer setelah diolah

#### 2. Hasil Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Penilaian :

Bobot : mulai dari 0 (Tidak penting) – 1 (Sangat penting)

Rating : variabel kekuatan : 1 (Tidak baik) – 4 (Sangat baik)

Tabel 2. Hasil Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Ket
<b>I. Kekuatan (Strenghts)</b>				
a Merek Produk yang sudah dikenal.	0,17	2	0,34	
b Produksi secara terus-menerus.	0,12	4	0,48	
c Bahan baku yang mudah diperoleh.	0,13	3	0,39	
d Memiliki hubungan baik dengan pelanggan.	0,25	4	1,00	
Sub Total	0,67	13	2,21	
<b>II. Kelemahan (Weakness)</b>				
a. Teknologi yang digunakan	0,05	2	0,1	

*Riski Amalia, Zulkifli, Abd. Asis Pata :*  
**Prospek Pengembangan Usaha Cemilan Dan Kue Kering (Studi Kasus Usaha Ibu Di BTN Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros)**

*Jurnal Agribis Vol. 6 No. 2 September 2017*

masih sederhana.				
b. Harga yang relatif stabil.	0,05	4	0,2	
c. Kurangnya tenaga kerja	0,18	2	0,36	
d. Keterlambatan dalam proses produksi.	0,05	1	0,05	
Sub Total	0,33	9	0,71	
Total (I+II)	1,00	22	2,92	
Kekuatan (Strenghts) : $13/4= 3,25$				
Kelemahan (Weakness) : $9/4= 2,25$				

Sumber : Data Primer setelah diolah

Faktor kekuatan (Strenghts) mempunyai nilai bobot sebesar 0,67 dengan total rating yang diperoleh 3,25 dan kelemahan (Weakness) mempunyai nilai bobot sebesar 0,33 dengan total rating sebesar 2,25. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha bu memiliki nilai kekuatan yang lebih besar dibandingkan nilai kelemahan, hal ini menunjukkan bahwa usaha tersebut masih memiliki potensi terhadap sumber daya yang ada guna eksistensi perusahaan terhadap prospek pengembangan Usaha Cemilan dan Kue kering Usaha Ibu.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating faktor lingkungan internal dalam prospek pengembangan Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu, yaitu faktor kekuatan (strengths) dikurangi dengan faktornkelemahan (weakness) diperoleh nilai X dengan sumbu horizontal =  $3,25-2,25= 1$  dengan demikian nilai sumbu h X dalam diagram SWOT adalah sebesar 1.

### 3. Hasil Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Penilaian :

Bobot : mulai dari 0 (Tidak penting) – 1 (Sangat penting)

Rating : variabel kekuatan : 1 (Tidak baik) – 4 (Sangat baik)

Tabel 3. Hasil Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Ket
<b>I.Peluang (Opportunity)</b>				
a Permintaan yang terus meningkat.	0,13	4	0,52	
b Pemasaran	0,18	3	0,54	

**Riski Amalia, Zulkifli, Abd. Asis Pata :**  
**Prospek Pengembangan Usaha Cemilan Dan Kue Kering (Studi Kasus Usaha**  
**Ibu Di BTN Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros)**

*Jurnal Agribis Vol. 6 No. 2 September 2017*

produk yang cukup luas.				
c Persepsi konsumen yang cukup baik.	0,25	4	1,00	
d Sumber lapangan pekerjaan.	0,12	3	0,36	
Sub Total	0,68	14	2,42	
<b>II.Ancaman (Threats)</b>				
a Berdirinya perusahaan sejenis.	0,03	2	0,06	
b Tingginya tingkat tawar menawar dari pembeli.	0,07	2	0,14	
c Kenaikan harga bahann baku.	0,04	2	0,08	
d Upah tenaga kerja yang sedikit.	0,18	3	0,54	
Sub Total	0,32	9	0,82	
Total (I+II)	1,00	23	3,24	
Peluang (Opportunity) : $14/4= 3,5$				
Ancaman (Threats) : $9/4= 2,25$				

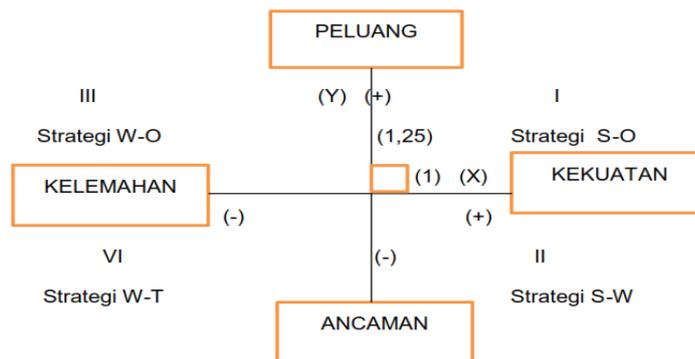
Sumber : Data primer setelah diolah.

Faktor peluang (Opportunity) mempunyai nilai bobot sebesar 0,68 dengan total rating sebesar 3,5 dan ancaman (Threats) mempunyai nilai bobot sebesar 0,32 dengan total rating sebesar 2,25. Dari nilai tersebut apat diartikan bahwa Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu memiliki nilai peluang yang lebih besar dibandingkan dengan nilai ancaman, hal ini menunjukkan bahwa Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu masih memiliki potensi terhadap sumber daya yang ada guna eksistensi perusahaan terhadap prospek pengembangan Usaha Ibu.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai rating faktor lingkungan internal dalam prospek pengembangan Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu, yaitu faktor peluang (Opportunity) sebesar 3,5 dikurangi dengan faktor ancaman (Threats) sebesar 2,25 diperoleh dari nilai Y sebagai sumbu vertikal yaitu,  $3,5-2,25= 1,25$ , dengan demikian nilai sumbu Y dalam diagram SWOT adalah sebesar 1,25.

Lingkungan Internal : Kekuatan lebih besar dari pada kelemahan (1) dan lingkungan eksternal : Peluang lebih besar dari pada ancaman (1,25). Dengan mengetahui hasil skoring faktor internal dan faktor eksternal dapat diketahui posisi Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu yang diformulasikan kedalam diagram SWOT terlihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1. Diagram SWOT



#### 4. Hasil-hasil dari skoring faktor internal dan eksternal Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu

Tabel 4. Hasil-hasil dari skoring faktor internal dan eksternal usaha cemilan dan kue kering usaha ibu

Kriteria	Koordiant	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan Kelemahan	1	Sumbu X
Faktor Eksternal		
Peluang Ancaman	1,25	Sumbu Y

Sumber : Data Primer Setelah diolah

Berdasarkan diagram SWOT tersebut menunjukkan bahwa posisi prospek pengembangan usaha cemilan dan kue kering usaha ibu berada pada kuadran I (satu). Kuadran ini menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan untuk mengembangkan usaha cemilan dan kue kering karena memiliki

kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada, kondisi ini maka strategi yang diterapkan dalam prospek pengembangan usaha cemilan dan kue kering adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*), sehingga diharapkan usaha tersebut dapat bertahan.

### **5. Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu**

Dengan melihat hasil kuadran SWOT diatas maka penerapan dalam menggunakan matriks SWOT yaitu dengan menggunakan strategi SO, dimana menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki, dan strategi alternatif menggunakan WT, dimana menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

Berdasarkan posisi strategi yang diperoleh pada kuadran I maka prioritas strategi difokuskan pada strategi *Strenght-Opportunities* (SO) yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada, strategi pengembangan usaha cemilan dan kue kering usaha ibu adalah sebagai berikut :

- Memanfaatkan merek produk yang sudah dikenal masyarakat untuk pengembangan dan peningkatan produksi cemilan dan kue kering.
- Peningkatan produksi secara terus menerus dapat membantu masyarakat dalam memperoleh pekerjaan.
- Pemanfaatan bahan baku yang mudah diperoleh secara efisien memperlancar usaha cemilan dan kue kering usaha ibu.
- Menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar pelanggan tetap menyukai produk usaha ibu.

Tabel 5. Diagram Matriks SWOT Pengembangan Usaha Cemilan dan Kue Kering Usaha Ibu.

IFAS	Strengths (S) Kekuatan ( <i>Strenghts</i> ) a Merek Produk yang sudah dikenal. b Produksi secara terus menerus.	Weakness (W) Kelemahan ( <i>Keakness</i> ) a Teknologi yang digunakan masih sederhana. b Harga yang relatif
------	--	--

**Riski Amalia, Zulkifli, Abd. Asis Pata :**  
**Prospek Pengembangan Usaha Cemilan Dan Kue Kering (Studi Kasus Usaha**  
**Ibu Di BTN Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros)**

*Jurnal Agribis Vol. 6 No. 2 September 2017*

	<ul style="list-style-type: none"> <li>c Bahan baku yang mudah diperoleh.</li> <li>d Memiliki hubungan baik dengan pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>stabil.</li> <li>c Kurangnya tenaga kerja.</li> <li>d Keterlambatan dalam proses produksi</li> </ul>
<p>EFAS</p> <p>Opportunities (O) Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Permintaan yang terus meningkat.</li> <li>b. Pemasaran produk yang cukup luas.</li> <li>c. Persepsi konsumen yang cukup baik.</li> <li>d. Sumber lapangan pekerjaan</li> </ul>	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memanfaatkan merek produk yang sudah dikenal masyarakat untuk pengembangan dan peningkatan produksi cemilan dan kue kering.</li> <li>b. Peningkatan produksi secara terus menerus dapat membantu masyarakat dalam memperoleh pekerjaan.</li> <li>c. Pemanfaatan bahan baku yang mudah diperoleh secara efisien memperlancar usaha cemilan dan kue kering usaha ibu.</li> <li>d. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar pelanggan tetap menyukai produk usaha ibu.</li> </ul>	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Peningkatan teknologi untuk pengembangan usaha lebih lanjut sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen</li> <li>b. Meningkatkan dan memperbaiki mutu kemasan produk</li> <li>c. Menjaga kontinuitas produksi untuk mengembangkan produk</li> <li>d. Memanfaatkan harga yang tetap seiring dengan meningkatnya jumlah permintaan.</li> </ul>
<p>Threats (T) Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Berdirinya perusahaan sejenis.</li> <li>b. Tingginya tingkat tawar menawar dari pembeli.</li> <li>c. Kenaikan harga bahann baku.</li> <li>d. Upah tenagakerja yang sedikit</li> </ul>	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.</li> <li>b. Mempererat kerjasama dengan berbagai subsistem seperti subsistem hulu maupun hilir dan beberapa industri yang sejenis.</li> </ul>	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk lebih lanjut terhadap bentuk kemasan.</li> <li>b. Memperbaiki sistem Manajemen yang diterapkan perusahaan dari segi teknologi.</li> <li>c. Melakukan perluasan pasar.</li> <li>d. Melakukan strategi pengembangan pasar.</li> </ul>

Berdasarkan dari matriks SWOT IFAS dan EFAS diatas dapat ditentukan formulasi strategi inti (*Core Strategy*) yang dapat dijadikan sebagai alternatif strategi dengan menggunakan strategi WT, untuk itu beberapa alternatif program untuk pengembangan strategi sebagai berikut

1. Melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk lebih lanjut, perusahaan yang menjalankan strategi pengembangan produk khususnya harus memiliki orientasi litbang yang kuat. Litbang dalam organisasi memiliki dua bentuk dasar, prioritas kegiatan dilakukan antara lain :
  - a. Litbang internal, dimana organisasi menjalankan departemen litbangnya sendiri.
  - b. Kontrak litbang, dimana perusahaan merekrut peneliti independen atau agen independen untuk mengembangkan produk spesifik.
2. Memperbaiki sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, dimana fungsi ini merupakan satu kesatuan dalam bisnis dan menyediakan dasar untuk semua keputusan manajerial, hal ini merupakan pondasi dari semua organisasi, prioritas kegiatan yang dilakukan antara lain :
  - a Mencari jaringan informasi yang seluas-luasnya mengenai penerapan yang harus digunakan suatu manajemen perusahaan.
  - b Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan sistem informasi perusahaan adalah dimensi yang penting dalam menjalankan keadaan internal.
3. Melakukan perluasan pasar, hal ini bertujuan agar suatu perusahaan memiliki strategi dalam mencari wilayah pasar yang baru untuk jenis produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, prioritas kegiatan yang akan dilakukan antara lain :
  - a Langkah pertama dalam perluasan pasar yaitu menjajaki wilayah pasar yang mungkin dapat dijangkau, sementara itu semua sistem perusahaan dipersiapkan untuk mendukung strategi tersebut jika dilaksanakan
  - b Memberikan penambahan hadiah dalam kemasan guna untuk menarik minat konsumen yang ingin membeli.
4. Melakukan diversifikasi produk dalam berbagai rasa seperti rasa pedas, balado, jagung bakar atau rasa lainnya untuk memanfaatkan peluang yang

lebih besar, hal ini bertujuan agar perusahaan dapat membuat produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Dengan demikian perusahaan dapat membuat produk lebih dari satu untuk dipasarkan, sehingga memerlukan perhatian tersendiri terutama dalam sistem pemasarannya, dikarenakan tidak semua wilayah pasar mempunyai kedudukan dan informasi yang sama.

### **KESIMPULAN**

Usaha Cemilan dan Kue Kering di Btn Solindo (studi kasus Usaha Ibu di Btn Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros), merupakan suatu usaha yang dapat bersaing dimasa yang akan datang, dengan diikuti beberapa langkah analisis faktor internal dan eksternal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, posisi strategi pengembangan usaha cemilan dan kue kering berada pada kuadran I (satu) menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan untuk mengembangkan usaha cemilan dan kue kering usaha ibu karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada serta menggunakan strategi WT.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bilson, Simamora. (2001). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Blog, Yudhislibra's, 2010. <http://infoukm.wordpress.com/2008/08/>. diakses pada 22 november 2010.
- Blog, Yudhislibra's, 2010. [http://id.wikipedia.org/wiki/Usaha\\_Kecil\\_dan\\_Menengah](http://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah). diakses pada 22 november 2010.
- Faisal, 2007. Break Event Point. Diakses pada 23 desember 2007.
- Freddy, Rangkuti. 2006. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fred R. David. 2006. Manajemen Strategis: Konsep. Edisi 10. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- [harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/achmadfarismuharam.blogspot.com/2012/11/pengembangan-usaha.html](http://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/achmadfarismuharam.blogspot.com/2012/11/pengembangan-usaha.html). www.Entrepreneur.com.

**Riski Amalia, Zulkifli, Abd. Asis Pata :**  
**Prospek Pengembangan Usaha Cemilan Dan Kue Kering (Studi Kasus Usaha**  
**Ibu Di BTN Solindo Kerjasama Program Coop Stiper Yapim Maros)**

*Jurnal Agribis Vol. 6 No. 2 September 2017*

Diniasari, Irna, 2013. file:///C:/Users/asus/Documents/BARU/nairnania  
Penelitian Terdahulu (Proposal Metode Riset).htm

Irfani, Rofiq, 2011. *Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Ransel Laptop Di  
Umkm Yogi Tas Desa Laladon Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor* .  
Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Mas, Hardianty, Venty, 2013.  
file:///C:/Users/asus/Downloads/Documents/ipi111533.pdf. Diakses pada  
April 2013.

Rangkuti MSc. Freddy, 2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.  
PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Simamora, Bilson, 2001. Pengertian tentang Prospek

Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Pertanian Teori dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo  
Persada, Jakarta.

Sulaeman, Suhendar. 2004. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dalam  
Menghadapi Pasar Regional dan Global, Jakarta