

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN DODOL DODOL PROCESSING BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY

Aninda Mulya Perdanawati¹, Kosasih Sumantri², Jaka Sulaksana².

¹Alumni, Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Majalengka

²Dosen, Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Majalengka

Jl. Jl.K.H. Abdul halim No.103 Majalengka, Indonesia

E-mail: anindamulyap@gmail.com

ABSTRACT

Dodol is one of the advanced agroindustry processing developed with the aim of creating added value products, increasing product innovation, and increasing income for business actors, both individuals and small and medium business groups. The purpose of this study is to provide an overview of the business development strategy for MSMEs in order to have competitiveness and remain in the market. The analytical method used is descriptive method, SWOT analysis, and QSPM. The result of the research analysis show that the total score using the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix is 3.62 and the External Factor Evaluation (EFE) is 3.36, and the Internal and External (IE) matrix is in cell 1 which indicates the company's position is in the growth area and build. Alternative Strategies The SWOT Matrix produces 19 strategies, and the best strategic priorities from the QSPM analysis are Developing a dodol processing business, creating new, more modern packaging innovations by changing its appearance, and maintaining product quality stably.

Keywords : *Dodol, SWOT Analysis, QSPM.*

ABSTRAK

Dodol merupakan salah satu pengolahan Agroindustri lanjutan yang dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah produk, meningkatkan inovasi produk, serta meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha, baik yang berupa individu maupun kelompok usaha kecil dan menengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai strategi pengembangan usaha bagi UMKM agar memiliki daya saing dan tetap bertahan dipasaran. Metode analisis yang digunakan yaitu metode deskriptif, analisis SWOT, dan QSPM. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa total skor dengan menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) yaitu sebesar 3.62 dan *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) yaitu sebesar 3.36, serta matriks Internal dan Eksternal (IE) berada pada sel 1 yang menunjukkan posisi perusahaan berada dalam area growth and build. Alternatif Strategi Matriks SWOT menghasilkan 19 Strategi, dan prioritas strategi terbaik dari analisis QSPM adalah Mengembangkan usaha pengolahan dodol, membuat inovasi kemasan baru yang lebih modern dengan merubah tampilannya, serta mempertahankan mutu produk dengan stabil.

Kata Kunci : *Dodol, Analisis SWOT, QSPM*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran sebagai pemegang perekonomian negara. Mengingat UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki potensi usaha yang cukup baik, dimana semakin berkembang UMKM maka tingkat penyerapan tenaga kerja juga meningkat (Bustam, 2016). UMKM memiliki peran strategis dan pengaruh yang besar bagi perkembangan ekonomi Nasional dengan jumlah 64.194.057 pada tahun 2018 dengan mempekerjakan sekitar 116.978.631 tenaga kerja (Hardilawati, 2020).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) PDB ekonomi Indonesia pada triwulan 1 mencapai 5,07. Angka tersebut merupakan pertumbuhan yang paling rendah sejak 2001. Sektor yang paling terpuruk karena adanya covid-19 adalah UMKM, dimana terdapat sekitar 96% UMKM yang mengalami dampak negatif pada bisnisnya dan 75% diantaranya mengalami penurunan terhadap penjualan produknya (Nofianti, 2020).

Industri Kecil Kabupaten Bekasi menjadi salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang menjadi andalan dalam upaya pembangunan ekonomi daerah. Produk Domestik Bruto (PDB) Kabupaten Bekasi memberikan nilai tambah ekonomi terhadap pembangunan ekonomi. Berdasarkan data BPS Kabupaten Bekasi 2019, kontribusi PDB industri kecil makanan Kabupaten Bekasi terhadap PDB industri kecil Jawa Barat dari tahun 2016 sebesar 9,85%, tahun 2017 sebesar 6,03%, tahun 2018 sebesar 7,44%, dan tahun 2019 sebesar 10,97% (BPS Kabupaten Bekasi 2019). Data tersebut menunjukkan bahwa usaha industri kecil makanan memberi dampak yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional (Ignatus Dwi.R, 2022).

Dodol merupakan salah satu pengolahan Agroindustri lanjutan yang dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah produk (Marina, I. dkk, 2021) meningkatkan inovasi produk, serta meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha, baik yang berupa individu maupun kelompok usaha kecil dan menengah. UMKM dodol Ibu Rodiah merupakan UMKM yang telah berdiri lebih dari 20 tahun dan masih bisa bertahan sampai dengan sekarang. Eksistensinya yang sudah lama, membuat UMKM ini selalu berupaya dalam mengembangkan usahanya agar bisa menjadi usaha unggulan di Kabupaten Bekasi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk memperoleh data primer. Sebagai variabel dalam penelitian ini adalah gambaran umum industri rumah tangga, faktor internal dan eksternal industri rumah tangga, dan penentuan alternatif strategi pengembangan industri rumah tangga dodol Buni Ayu di Kabupaten Bekasi.

Respondennya adalah pemasok bahan baku, reseller, konsumen tetap dan dinas terkait. Teknik penentuan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling, artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dan teknik ini sangat sesuai untuk penelitian yang bersifat kuantitatif karena kajian penelitian ini membahas tentang perumusan strategi pengembangan usaha.

1. Matriks Faktor Internal dan Eksternal

Matriks Internal-Eksternal lebih menitikberatkan kepada pemokus analisis sehingga bisa melihat posisi perusahaan serta arah perkembangan perusahaan selanjutnya (Rangkuti, 2015). *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)* merupakan sebuah alat formulasi strategi yang digunakan untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan utama dalam perusahaan, serta dapat menjadi bahan evaluasi bagi strategi yang telah dijalankan sebelumnya. Sedangkan *Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)* digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan yang berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dianggap penting bagi perusahaan.

2. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat analisis yang dipakai untuk mengetahui faktor-faktor strategis perusahaan. Analisis SWOT dibawah ini memberikan gambaran mengenai strategi secara mendetail dari Industri Rumah Tangga .

3. Matriks QSPM

Matriks QSPM bertujuan untuk mengetahui strategi prioritas yang dapat di aplikasikan pada perusahaan. Matriks QSPM menggunakan nilai bobot dan nilai *Attractive Score (AS)*, dilanjutkan dengan perhitungan nilai TAS (Total Attractive Score). Menurut David (2009). Strategi dengan nilai TAS terbesar menjadi prioritas utama dalam pengaplikasian strategi ini. Nilai TAS diperoleh dari perkalian nilai bobot dari masing – masing factor dengan nilai AS pada masing – masing faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keragaan Umum Industri Rumah Tangga

Pengadaan bahan baku

Pengadaan bahan baku dilakukan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi yang ada di dalam suatu agroindustri. Bahan baku yang digunakan dalam agroindustri dodol adalah beras, kelapa, gula merah, gula putih dan wijen. Selain agroindustri dodol juga memerlukan bahan baku penunjang dalam memproduksi dodol. Bahan baku penunjang seperti kayu bakar, plastik kemasan, dan lainnya. Bahan baku tersebut didapatkan dari beberapa pemasok yang berbeda. Bahan baku yang diperlukan untuk satu kali proses produksi yaitu beras 20 liter untuk satu kualifikasi besar, kelapa besar 50 buah, apabila menggunakan kelapa berukuran kecil, maka dibutuhkan 70 buah kelapa, gula merah 35 kg dan gula putih 1 kg.

Analisis Kinerja

Analisis kinerja produksi dilakukan dilihat dari aspek produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas seperti penelitian Sari, Zakaria, dan Affandi (2015).

a) Aspek Produktivitas

Dalam sehari, industri rumah tangga ini memproduksi 2 kualifikasi besar untuk proses pembuatan dodolnya, dan dihasilkan sekitar 100-120 kg dodol per harinya. Tetapi khusus untuk bulan Ramadhan, industri rumah tangga memproduksi 12 kualifikasi besar dengan total yang dihasilkan yaitu 1.200-1.440 kg dodol per harinya.

b) Kualitas

Kualitas produk yang dihasilkan dalam industri rumah tangga ini sangat baik, karena sudah mendapatkan label halal dari MUI dan juga sudah mendapatkan dukungan dari dinas pertanian Kabupaten Bekasi. Selain itu eksistensi industri rumah tangga ini yang sudah puluhan tahun berdiri juga bisa menjadi nilai tambah bagi para konsumen dalam memilih produk. Industri rumah tangga juga sering mengikuti berbagai pameran yang diadakan oleh dinas-dinas terkait dan pernah mendapatkan kesempatan bisa dicicipi langsung oleh Bapak Presiden Joko Widodo.

c) Kecepatan Pengiriman

Waktu pengiriman produk yang dipesan untuk sampai ke pelanggan tidak memerlukan waktu yang banyak untuk mengirimkan produknya. Setelah proses produksi dan pengemasan selesai, biasanya dodol tersebut akan langsung diantarkan ke masing-masing toko/pasar yang menjadi reseller.

d) Fleksibilitas

Fleksibilitas diukur melalui 2 dimensi, yaitu yang pertama kecepatan proses produksi dodol dalam satu kali proses produksi, yaitu membutuhkan waktu kurang lebih 6-7 jam. Kedua yaitu kemampuan daya tahan produk, dimana jika produk disimpan dalam bak bisa bertahan sampai 2 bulan. Sedangkan jika di suhu ruang, produk dapat bertahan dalam jangka waktu 1 bulan.

Penyediaan Sarana Produksi Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja dalam industri rumah tangga berasal dari masyarakat sekitar yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia diatas 30 tahun. Pada aktivitas pengolahan dan pengadukan dodol, digunakan tenaga kerja laki-laki berjumlah 7 orang. Sedangkan pada aktivitas proses pengemasan dodol, digunakan tenaga kerja perempuan yang berjumlah 5 orang. Upah tenaga kerja berupa harian lepas, artinya dibayar langsung oleh pemilik usaha dodol ketika pekerja selesai dengan pekerjaannya.

Subsistem Pengolahan Hasil

Proses pengolahan dodol berawal dari proses pengupasan kelapa. Kelapa yang digunakan adalah kelapa tua, karena dapat mempengaruhi tingkat keawetan dodol. Selanjutnya giling kelapa yang telah dikupas tadi agar mendapatkan santannya. Sambil menunggu kelapa selesai digiling, lanjut dengan melelehkan gula merah ke dalam wajan besar. Gula merah yang sudah cair kemudian disaring untuk memisahkan dari kotoran yang tersisa. Tak lupa giling juga beras ketan hitam dan putih agar menjadi adonan tepung.

Lalu campur adonan tepung tersebut dengan santan kedalam wajan, dan aduk selama kurang lebih 6-7 jam dengan besar api yang harus terus dijaga dan api tidak boleh terlalu besar, agar adonan dodol tidak gosong dan berpotensi terasa pahit. Jika adonan sudah mengental, tambahkan gula pasir kedalamnya dan aduk hingga merata. Untuk adonan dodol dengan varian rasa lain, bisa ditambahkan perisa buah yang diinginkan, seperti misalnya perisa durian.

2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Industri Rumah Tangga (IRT)

| Identifikasi Factor Internal Pengembangan Industri Rumah Tangga | | |
|---|---|--|
| No | Kekuatan | Kelemahan |
| 1. | IRT sudah berbadan hukum. | Kemasan kurang menarik. |
| 2. | Prodak dapat disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama. | Varian rasa masih terbatas. |
| 3. | Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar. | Pemasaran belum terlalu luas. |
| 4. | Memiliki pembeli tetap. | Terbatasnya modal. |
| 5. | Bahan baku mudah didapatkan. | Pencatatan administrasi yang belum rapih |
| 6. | Memiliki ciri khas produk tersendiri. | Peralatan relatif sederhana |
| 7. | Harga terjangkau. | |
| 8. | Memiliki pemasok bahan baku tetap. | |
| 9. | Hubungan baik dengan pelanggan. | |

10. Mutu produk yang stabil

Sumber : Data Primer, diolah pada tahun 2022.

Setelah mengetahui faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Industri Rumah Tangga, maka selanjutnya perlu dilakukan analisis lebih mendalam menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), yaitu seperti yang tersaji pada tabel di bawah ini :

Internal Factor Evaluation (IFE) Pada Industri Rumah Tangga (IRT)

| No. | Kekuatan (Strengths) | Nilai Tertimbang | Skor |
|-------------------|--------------------------------------|------------------|-----------|
| 1. | Memiliki ciri khas produk tersendiri | 3,81 | Tertinggi |
| Total Skor | | | 2,88 |

D
idapa
tkan
nilai
terti

mbang pada faktor kekuatan sebesar 0,8 sampai dengan 0,28 dan total skor nilai tertimbang yang dihasilkan adalah 2,88. Memiliki ciri khas produk tersendiri merupakan faktor yang memiliki nilai tertimbang tertinggi (3,81), karena menurut responden pada penelitian di IRT Ibu Rodiah Desa Sukarukun, dengan adanya ciri khas tersendiri dari produk yang dihasilkan, tentu saja dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Contohnya adalah ketika konsumen mengetahui bahwa produk tersebut sudah memiliki label merek tersendiri, maka konsumen biasanya akan lebih yakin dan tertarik dalam membelinya, karena dirasa dapat memberikan nilai yang berbeda dari produk sejenis. Terlebih jika produk tersebut sudah bertahan lama di pasaran, tentunya ini akan menjadi personal branding perusahaan dalam menarik konsumen lebih banyak lagi.

| No. | Kekuatan | Nilai Tertimbang | Skor |
|-------------------|--|------------------|----------|
| 1. | Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar | 3,13 | Terendah |
| Total Skor | | | 2,88 |

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar merupakan faktor yang memiliki nilai tertimbang yang rendah yaitu sebesar 3,13 karena menurut responden, konsumen tidak memperlakukan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar atau manapun, selagi perusahaan tetap mampu mengoptimalkan waktu produksinya dengan baik, serta mampu memenuhi permintaan pasar sehingga produk tetap ada di pasaran dengan jumlah yang sesuai.

| No. | Kelemahan (Weakness) | Nilai Tertimbang | Skor |
|-------------------|------------------------------|------------------|-----------|
| 1. | Pemasaran belum terlalu luas | 3,75 | Tertinggi |
| Total Skor | | | 1,25 |

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Faktor kelemahan memiliki nilai tertimbang mulai dari 3,19 sampai dengan 3,75 serta total nilai tertimbang yang dihasilkan yaitu sebesar 1,25. Pemasaran belum terlalu luas memiliki nilai tertimbang paling tinggi yaitu sebesar 3,75, karena menurut responden pemasaran itu menjadi hal yang sangat penting untuk dikembangkan agar suatu usaha bisa memiliki kemajuan dan dengan adanya jaringan pemasaran yang luas, tentunya ini juga dapat menjangkau konsumen lebih banyak lagi, sehingga perusahaan bisa mencapai keuntungan maksimum. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan cara perusahaan memperluas jaringan pemasaran menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook dan instagram. Selain itu bisa juga ditambah dengan memanfaatkan e-commerce seperti shopee, lazada, tokopedia, tiktok shop, dan lain-lain.

| No. | Kelemahan (Weakness) | Nilai Tertimbang | Skor |
|-------------------|--|------------------|----------|
| 1. | Pencatatan administrasi yang belum rapih | 3,19 | Terendah |
| Total Skor | | | 1,25 |

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Pencatatan administrasi yang belum rapih, memiliki nilai tertimbang yang rendah yaitu sebesar

3,19, karena menurut responden pencatatan administrasi yang belum rapih merupakan faktor yang tidak terlalu penting, selagi masih bisa disiasati dengan pengelolaan keuangan yang baik. Misalnya perusahaan tetap mencatat beberapa hal penting yang terkait dengan keuangan perusahaan, seperti jumlah modal yang dimiliki, jumlah pengeluaran-pengeluaran yang dikeluarkan, mulai dari pembelian bahan baku, upah tenaga kerja, sampai dengan biaya pemasaran, serta jumlah pemasukan yang diperoleh perusahaan.

Identifikasi Factor Eksternal Pengembangan Industri Rumah Tangga

| No | Peluang | Ancaman |
|----|---|--|
| 1. | Gaya hidup masyarakat yang menyukai makanan ringan. | Persaingan usaha sejenis. |
| 2. | Belum adanya pesaing yang cukup banyak. | Perubahan gaya hidup masyarakat. |
| 3. | Mudahnya akses pasar. | Harga bahan baku berfluktuasi. |
| 4. | Perkembangan teknologi informasi. | Fluktuasi harga produk di pasar. |
| 5. | | Kenaikan bahan baku dari pemasok. |
| 6. | | Konsumen tetap beralih |
| 7. | | Kurangnya peminat. |
| 8. | | Belum adanya kontrak hukum antara pemasok dan penerima |

Sumber : Data Primer, di olah pada tahun 2022

Setelah mengetahui faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Industri Rumah Tangga, maka selanjutnya perlu dilakukan analisis lebih mendalam menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), yaitu seperti yang tersaji pada tabel di bawah ini :

Tabel Eksternal Factor Evaluation (EFE) Pada Industri Rumah Tangga (IRT)

| No. | Peluang | Nilai Tertimbang | Skor |
|-------------------|----------------------------------|------------------|-------------|
| 1. | Mudahnya akses pasar | 0,09 | Tertinggi |
| 2. | Perkembangan teknologi informasi | 0,09 | Tertinggi |
| Total Skor | | | 1,15 |

Sumber : Data Primer, di olah tahun 2022

Hasil analisis faktor peluang pada tabel 4.10 menghasilkan 4 faktor yang mempengaruhi dalam penyusunan strategi pengembangan usaha pengolahan dodol di Industri Rumah Tangga (IRT) Desa Sukarukun. Dapat dilihat bahwa nilai tertimbang dimulai dari 0.08 sampai dengan 0.09, dan total nilai tertimbang yang dihasilkannya yaitu sebesar 1.15.

- a) Mudahnya akses pasar dan perkembangan teknologi informasi memiliki nilai paling tinggi yaitu sebesar 0.09. Karena menurut responden, akses pasar itu mudah, mengingat tempat penelitian tersebut terletak di depan jalan raya, yang sering dilewati oleh kendaraan. Sehingga pembeli tidak kesulitan untuk mencarinya. Selain itu, Industri Rumah Tangga Ibu Rodiah juga sudah memiliki reseller yang tersebar di beberapa pasar di Kabupaten Bekasi.
- b) Perkembangan teknologi informasi juga memiliki peran penting dalam pengembangan usaha, karena dengan memanfaatkan teknologi yang ada sekarang, jaringan pemasaran dapat menjadi lebih luas lagi. Gaya hidup masyarakat dan belum adanya pesaing yang cukup banyak memiliki nilai tertimbang yang rendah yaitu sebesar 0.08. Karena menurut responden, masyarakat lebih mengutamakan dalam membeli kebutuhan pokok terlebih dahulu, ketimbang membeli dan mengonsumsi makanan ringan. Belum adanya pesaing yang cukup banyak menurut responden itu karena memang produk serupa yang dijumpai di pasaran belum terlalu banyak. Namun demikian, tetap terdapat produk makanan ringan lain yang kemungkinan dapat mempengaruhi pilihan konsumen.

| No. | Peluang | Nilai Tertimbang | Skor |
|-------------------|--|------------------|-------------|
| 1. | Gaya hidup masyarakat yang menyukai makanan ringan | 0,08 | Terendah |
| 2. | Belum adanya pesaing yang cukup banyak | 0,08 | Terendah |
| Total Skor | | | 1,15 |

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

1. Gaya hidup masyarakat dan belum adanya pesaing yang cukup banyak memiliki nilai tertimbang yang rendah yaitu sebesar 0.08. Karena menurut responden, masyarakat lebih mengutamakan dalam membeli kebutuhan pokok terlebih dahulu, ketimbang membeli dan mengonsumsi makanan ringan.
2. Belum adanya pesaing yang cukup banyak menurut responden itu karena memang produk serupa yang dijumpai di pasaran belum terlalu banyak. Namun demikian, tetap terdapat produk makanan ringan lain yang kemungkinan dapat mempengaruhi pilihan konsumen.

| No. | Ancaman (Threats) | Nilai Tertimbang | Skor |
|------------|--------------------------|------------------|-----------|
| 1. | Persaingan usaha sejenis | 0,09 | Tertinggi |
| 2. | Konsumen tetap beralih | 0,09 | Tertinggi |
| 3. | Kurangnya peminat | 0,09 | Tertinggi |
| Total Skor | | | 2,21 |

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Hasil analisis faktor ancaman pada tabel 4.10 menghasilkan 8 faktor yang mempengaruhi dalam penyusunan strategi pengembangan usaha pengolahan dodol di Industri Rumah Tangga (IRT) Desa Sukarukun, dengan nilai tertimbang dimulai dari 0.07 sampai dengan 0.09, dan total nilai tertimbang yang dihasilkannya yaitu sebesar 2.21.

1. Persaingan usaha sejenis, konsumen tetap beralih, dan kurangnya peminat memiliki nilai tertimbang yang cukup tinggi yaitu sebesar 0.09 karena menurut responden, persaingan usaha sejenis dapat menjadi faktor ancaman yang penting yang harus diwaspadai agar konsumen tetap tidak beralih ke produk dari pesaing.
2. Konsumen tetap beralih menurut responden bisa terjadi apabila terdapat perbedaan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan, perbedaan harga jual yang cukup tinggi antara produk perusahaan dengan produk pesaing, adanya hubungan yang kurang baik antara perusahaan dengan konsumen, dan adanya inovasi produk baru yang dihasilkan oleh pesaing, sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli.
3. Kurangnya peminat menurut responden bisa dilakukan dengan cara diversifikasi produk baru dengan menambah varian rasa, serta membuat inovasi kemasan baru yang lebih menarik lagi untuk menarik minat konsumen. Produk yang ada saat ini, kemasannya bisa dirubah dengan memperkecil ukuran agar produk yang dijual bisa lebih praktis lagi jika dibawa kemana-mana.

| No. | Ancaman (Threats) | Nilai Tertimbang | Skor |
|------------|---------------------------------|------------------|----------|
| 1. | Perubahan gaya hidup masyarakat | 0,07 | Terendah |
| Total Skor | | | 2,21 |

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2022

Perubahan gaya hidup masyarakat memiliki nilai tertimbang yang paling rendah yaitu sebesar 0.07 karena menurut responden, minat masyarakat terhadap varian rasa makanan ringan juga berbeda-beda. Ada yang memang menyukai makanan ringan yang manis, dan ada juga yang lebih menyukai makanan ringan yang asin ataupun pedas. Selain itu, pola hidup masyarakat yang memiliki riwayat penyakit diabetes juga berpengaruh dalam hal ini, karena tentu saja akan menghindari makanan-makanan yang manis. Dari hasil analisis Matriks IFE dan EFE yang telah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa skor total Matriks IFE pada Industri Rumah Tangga Ibu Rodiah adalah sebesar 3,62, sedangkan skor total Matriks EFE pada Industri Rumah Tangga adalah sebesar 3,36.

Penutup

Industri Rumah Tangga (IRT) merupakan salah satu perusahaan yang mengolah dodol, yang berada di Desa Sukarukun Kecamatan Sukatani Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat. Penyediaan tenaga kerja berasal dari masyarakat sekitar tempat produksi. Sedangkan untuk bahan bakunya ada yang didapat dari tempat sekitar, dan ada juga yang didapat dari pasar Cikarang. Pemasarannya dilakukan secara *offline* dengan membuka toko di depan rumah, menitipkan di pasar-pasar, maupun dengan reseller. Strategi yang perlu diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Alternative strategi yang digunakan yaitu :

Mengembangkan usaha pengolahan dodol, memperluas jaringan pemasaran menggunakan media sosial dan *e-commerce*, mengoptimalkan kegiatan usaha pengolahan dodol, mengefisienkan waktu, peralatan dan tenaga kerja yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2012. *Strategic Marketing*. Cetakan Satu. Edisi satu. Raja Grafindo Persada. Depok.
- Dhika A.Z, M.Z. 2019. Strategi Pengembangan Wisata Kampung Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo Melalui Analisis Matriks IFAS dan EFAS. *Al-Tijarah*, 5(2), 93-103
- Ginting, A. 2006. Perumusan Strategi Perusahaan X Menggunakan Matriks Evaluasi Faktor. *Jurnal Sistem Teknik Industri*. 7(1) : 1-5.
- Marina, I. dkk. 2021. Strategi dan Peluang Pemasaran Internasional. Rumah Cemerlang Indonesia,.
- Mudrikah A., Sucihatiningsih. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Olahan Carica UKM Gemilang Di Kabupaten Wonosobo. *Economic Education Analysis Journal* 7 (1), 155-171, 2018.
- Rival, D.I. 2022. Strategi Dinas Koperasi dan UMKM Dalam Mengembangkan UKM Dodol di Desa Sukajaya Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat. Institut Pemerintahan Dalam Negeri, 2022.
- Sari IRM, Zakaria WA, dan Affandi MI. 2015. Kinerja produksi, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di Kota Bandar Lampung. *JIIA*, Vol 3 (4) : 18-25. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1013/918>.
- Setyorini, H., Effendi., dan I. Santoso. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1) : 46-53.
- Sugiyono. 2017. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sutama, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D. Fairuz Media. Surakarta.