

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA “DESI SNACK”
BERDASARKAN ANALISIS SWOT**



**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang
2023**

ABSTRAK

Peluang usaha pada industri makanan dan minuman (*food and beverage*) meningkat pada masa pandemic Covid-19. Makanan ringan atau snack merupakan produk pangan yang memiliki banyak penggemar dari berbagai kalangan masyarakat. Usaha Desi Snack pada awalnya hanya dilakukan dengan sistem COD (*Cash on Delivery*) dan sekarang sudah mulai berkembang dengan sistem konsinyasi pada beberapa toko di wilayah Genuk. Usaha ini belum memanfaatkan teknologi dan sosial media untuk pemasaran produk. Kompetitor yang cukup banyak dan kemudahan usaha ini ditiru oleh pengusaha lain harus diantisipasi oleh pemilik Desi Snack agar tetap bertahan. Desi Snack sebagai objek dalam penelitian ini berupaya untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya dengan menggunakan strategi yang tepat. Perumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana strategi pengembangan usaha Desi Snack menggunakan analisis SWOT. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Desi Snack menggunakan analisis SWOT. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara dan pengisian kuesioner ke pihak internal perusahaan dan pihak eksternal yaitu konsumen. Alat analisis yang akan dipakai untuk mengolah data dari lapangan adalah Matriks IFAS, EFAS, dan SWOT. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa didapatkan hasil bahwa selisih nilai IFAS 1,10 dan EFAS sebesar 1,17 didapatkan perpotongan kedua nilai tersebut berada pada kuadran I yaitu dengan menggunakan strategi agresif dengan cara memperluas pasar, mempertahankan dan menambah varian jenis snack, mempertahankan kualitas pelayanan, dan memberikan harga yang terjangkau.

Kata Kunci : Pengembangan Usaha, Analisis SWOT, Makanan Ringan

ABSTRACT

Business opportunities in the food and beverage industry increased during the Covid-19 pandemic. Snacks are food products that have many fans from various levels of society. The Desi Snack business was initially only carried out using a COD (Cash on Delivery) system and is now starting to develop with a consignment system in several shops in the Genuk area. This business has not utilized technology and social media for product marketing. The owner of Desi Snack must anticipate the large number of competitors and the ease with which this business can be imitated by other entrepreneurs in order to survive. Desi Snack as the object of this research seeks to maintain and develop its business by using the right strategy. The formulation of this research problem is how to develop the Desi Snack business strategy using SWOT analysis. The purpose of this research is to determine the Desi Snack business development strategy using SWOT analysis. The data collection method used in this research is interviews and filling out questionnaires with internal company parties and external parties, namely consumers. The analytical tools that will be used to process data from the field are the IFAS, EFAS and SWOT matrices. From the research results, it was found that the difference between the IFAS value of 1.10 and EFAS was 1.17, it was found that the intersection of the two values was in quadrant I, namely by using an aggressive strategy by expanding the market, maintaining and adding variants of snack types, maintaining service quality, and provide affordable prices.

Keywords : SWOT Analysis, Business Development, Snack