

**Strategi Pengembangan Usaha Kacang Bawang  
di Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo  
(Studi Kasus Industri Rumah Tangga *Spring Food*)**

**Indah Sekar Sari<sup>1\*</sup>, Istiko Agus Wicaksono<sup>2</sup>, Didik Widiyantono,<sup>3</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Purworejo  
E-mail: isekar58@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (Peluang dan Ancaman) yang mempengaruhi pengembangan Industri Rumah Tangga di *Spring Food*), 2) Mengidentifikasi strategi yang bisa diterapkan pada Industri Rumah Tangga *Spring Food*), 3) Menyusun prioritas strategi pengembangan yang efektif untuk diterapkan pada Industri Rumah Tangga *Spring Food*

Metode analisis data yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil kacang bawang *Spring Food* dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk pengembangan industri rumah tangga *Spring Food* di kecamatan Purworejo, kabupaten Purworejo. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor internal meliputi sudah adanya P-IRT dan bersertifikasi halal/LPPOM MUI, bahan baku mudah di jangkau, tidak menggunakan bahan pengawet, produk tahan lama, mitra usaha sudah banyak. Faktor kelemahan meliputi keterbatasan pengetahuan tenaga kerja, Belum memasarkan produk secara online, belum adanya BPOM, kurang aktif dalam kegiatan UMKM, menggunakan kacang tanah *import*.

Prioritas strategi yang dihasilkan yaitu 1) Memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha, 2) Mempertahankan harga dan kualitas barang, 3) Menjaga dan meningkatkan legalitas produk.

**Kata kunci:** *Industri, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, SWOT*

### **ABSTRACT**

*This study aims to 1) identify internal (strengths and weaknesses) and external (Opportunities and Threats) factors that influence the development of the Spring Food Home Industry), 2) Identify strategies that can be applied to the Spring Food Home Industry), 3) Develop an effective development strategy to be applied to the Spring Food Home Industry*

*The data analysis method used is descriptive qualitative research. The descriptive method is used to describe the profile of Spring Food's onion peas and to identify internal and external factors that are used to formulate the right business development strategy for the development of the Spring Food home industry in Purworejo sub-district, Purworejo district. Sampling in this study used a purposive sampling technique. The sample taken is most knowledgeable about the problem to be studied by the researcher.*

*The results of the study can be concluded that internal factors include the existence of P-IRT and halal/LPPOM MUI certification, raw materials that are easy to reach, do not use preservatives, durable products, many business partners. Weaknesses include limited workforce knowledge, not yet marketing products online, no BPOM, less active in MSME activities, using imported peanuts.*

*The resulting strategic priorities are 1) Strengthening cooperation with business partners, 2) Maintaining the price and quality of goods, 3) Maintaining and increasing product legality.*

**Keywords:** *Industry, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, SWOT*

## **I. PENDAHULUAN**

Kacang tanah dengan nama ilmiah *Arachis hypogaea* merupakan tanaman polong-polongan yang termasuk anggota *family Fabaceae* (Halim, 2022). Kacang tanah ini mengandung zat-zat yang penting bagi kesehatan tubuh. Oleh karena itu, kacang tanah juga merupakan kacang-kacangan terpenting setelah kedelai (Sorongan & Nangoi, 2014). Kacang tanah kaya akan lemak; protein yang tinggi bahkan jauh lebih tinggi dari protein pada daging, telur dan kacang soya; zat besi; vitamin E; vitamin B kompleks; vitamin A dan K; fosforus; lesitin, kolin dan kalsium (Setyorini et al., 2016).

Kacang bawang (*Arachis Allium*) merupakan makanan kering yang mempunyai daya tahan yang lama. Kacang bawang juga mengandung bahan yang dapat membina ketahanan tubuh, salah satunya yaitu untuk mencegah beberapa macam penyakit (Lusinta et al., 2019). Manfaat lain kacang bawang bagi kesehatan tubuh yaitu membantu meningkatkan kesuburan, membantu mengatur gula darah, membantu mencegah batu empedu, membantu tingkat kolesterol rendah, dan lain-

lain (Sarfiyah et al., 2019). Selain banyak manfaatnya dari kacang bawang juga aman dikonsumsi karena tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna yang mengandung zat sintesis (Irawan, 2014).

Di kabupaten Purworejo terdapat beberapa usaha Kacang bawang rumahan yang diproduksi oleh beberapa orang diantaranya di kecamatan Purworejo di desa Paduroso yaitu Kacang bawang *Spring Food*. Bahan utama dari kacang bawang yaitu kacang tanah mentah yang kemudian diolah menjadi kacang bawang. Berikut ini merupakan data produksi kacang bawang *Spring Food*.

Tabel 1. Produksi Industri Rumah Tangga *Spring Food* Pada Tahun 2018-2022

No	Tahun	Produksi (kg)	Jumlah pendapatan (Rupiah)
1	2018	2800	210.000.000
2	2019	3500	262.500.000
3	2020	2000	152.000.000
4	2021	2500	195.000.000
5	2022	3500	273.000.000

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 1. dan Gambar 1. dapat dilihat pendapatan industri rumah tangga *Spring Food* paling banyak pada tahun 2019 yaitu memproduksi kacang bawang sebanyak 3500 kg dengan pendapatan sebesar Rp. 262.500.000/tahun, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan aktivitas dari masyarakat berkurang dan produksi kacang bawang juga berkurang sehingga produksi kacang bawang mengalami penurunan yaitu sebanyak 2000 kg dengan pendapatan Rp. 152.000.000/tahun, akan tetapi pada tahun 2021 dan 2022 produksi kacang bawang kembali naik yaitu sebanyak 2500 kg dengan pendapatan sebesar Rp. 195.000.000/tahun dan Rp. 273.000.000/tahun.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual maupun kelompok (Silalahi & Ihsannudin, 2023). Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (Peluang dan Ancaman) yang mempengaruhi pengembangan Industri Rumah Tangga di *Spring Food*), Mengidentifikasi strategi yang bisa diterapkan pada Industri Rumah Tangga *Spring Food*), Menyusun strategi pengembangan yang efektif untuk diterapkan pada Industri Rumah Tangga *Spring Food*.

Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil kacang bawang *Spring Food* dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk pengembangan industri rumah tangga *Spring Food* di desa Paduroso, kecamatan Purworejo, kabupaten Purworejo.

### B. Metode Analisis Data

Analisis SWOT yaitu mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan (Widiyanti et al., 2022). Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat di peroleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain (Ariani, 2019). Perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh kliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren tren domestic dan global yang relevan (Anggraini & Diahloka, 2017).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Faktor Internal

Hasil analisis perhitungan faktor internal Strategi Pengembangan Usaha Kacang Bawang di Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo (Studi Kasus Industri Rumah Tangga *Spring Food*) dijelaskan pada tabel berikut

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga *Spring Food*

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor = bobot x rating
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1	Sudah adanya P-IRT dan bersertifikasi halal/LPPOM MUI	0,09	4	0,36
2	Bahan baku mudah dijangkau	0,10	3	0,30
3	Tidak menggunakan bahan pengawet	0,10	2	0,20
4	Produk tahan lama	0,10	3	0,30
5	Mitra usaha sudah banyak	0,10	4	0,40
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1	Keterbatasan pengetahuan tenaga kerja	0,10	1	0,10
2	Belum memasarkan produk secara <i>online</i>	0,10	3	0,30
3	Belum adanya BPOM	0,10	2	0,20
4	Kurang aktif dalam kegiatan UMKM	0,10	2	0,20
5	Menggunakan kacang tanah <i>import</i>	0,10	1	0,10
<b>Total</b>		<b>1,00</b>	<b>25</b>	<b>2,46</b>

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Hasil perhitungan dari matriks IFAS dijelaskan pada tabel diatas faktor internal yang menjadi kekuatan utama yaitu skor 0,40 dengan rating sebesar 4 dan bobot sebesar 0,10. Kemudian faktor internal yang menjadi kekuatan kecil yaitu pada faktor tidak menggunakan bahan pengawet skor 0,20 dengan rating sebesar 2 dan jumlah bobot sebesar 0,10.

Faktor internal yang menjadi kelemahan utama yaitu pada faktor belum memasarkan produk secara online dengan jumlah skor 0,30 kemudian rating sebesar 3 dan bobot dengan jumlah 0,10. Kemudian untuk faktor internal yang menjadi kelemahan kecil adalah keterbatasan pengetahuan tenaga kerja dengan skor 0,10 rating sebesar 1 dan bobot yang berjumlah 0,10 dan juga menggunakan kacang tanah *import* dengan skor yang sama yaitu 0,10 rating sebesar 1 dan bobot dengan jumlah 0,10. Selanjutnya untuk skor total pada faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan jumlah sebesar 2,46.

Faktor yang menjadi kekuatan utama pada industri rumah tangga *Spring Food* yaitu mitra usaha sudah banyak. Jenis strategi yang tepat yaitu dengan tetap mempertahankan eksistensi usaha dan juga memperluas pemasaran sehingga dapat menaikkan keuntungan pada industri rumah tangga *Spring Food* tersebut. Faktor yang menjadi kelemahan utama yaitu belum memasarkan produk secara *online*. Strategi dalam mengembangkan tersebut adalah dengan cara menambah cara pemasaran dengan melalui *online* atau dengan *marketplace*.

## B. Analisis Faktor Eksternal

Hasil analisis perhitungan faktor internal Strategi Pengembangan Usaha Kacang Bawang di Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo (Studi Kasus Industri Rumah Tangga *Spring Food*) dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 3. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*) Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga *Spring Food*

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor = bobot x rating
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1	Potensi pasar yang cukup luas	0,10	3	0,30
2	Daya beli meningkat saat hariraya	0,10	2	0,20
3	Loyalitas tinggi dari <i>reseller</i>	0,10	3	0,30
4	<i>Reseller</i> sudah banyak	0,09	2	0,20
5	Kemajuan TI untuk <i>digital marketing</i>	0,10	4	0,40
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
1	Persaingan usaha yang sejenis	0,10	2	0,20
2	Kenaikan harga bahan baku	0,10	1	0,10
3	Permintaan menurun	0,10	4	0,40
4	Pesaing melakukan inovasi produk	0,10	1	0,10
5	Kemajuan teknologi yang dimiliki pesaing	0,10	2	0,20
<b>Total</b>		<b>1,00</b>	<b>24</b>	<b>2,40</b>

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

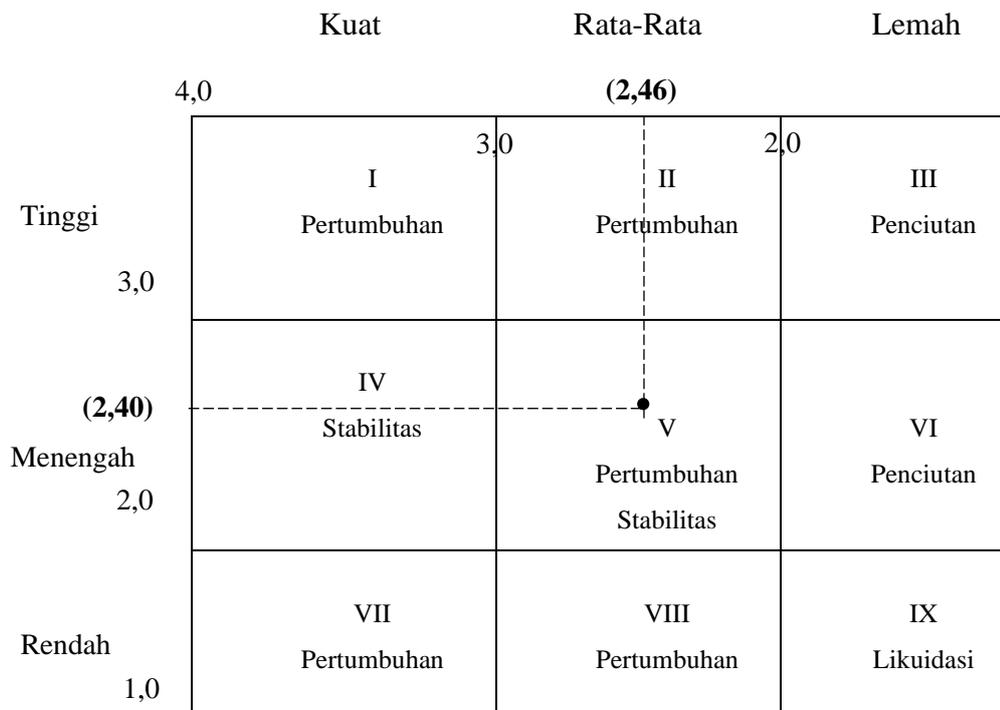
Tabel diatas menjelaskan hasil perhitungan matriks EFAS. Faktor eksternal yang dapat dijadikan peluang baik oleh industri rumah tangga *Spring Food* yaitu kemajuan TI untuk digital marketing dengan skor 0,40 dan rating sebesar 4 serta bobot yang berjumlah 0,10. Kemudian faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar pada industri rumah tangga *Spring Food* adalah permintaan menurun dengan skor 0,40 dan rating sebesar 4 serta bobot yang

berjumlah 0,10. Selanjutnya untuk skor total pada faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan jumlah skor sebesar 2,40.

Faktor yang menjadi peluang besar pada industri rumah tangga *Spring Food* adalah kemajuan TI untuk *digital marketing*. Semakin berkembangnya teknologi maka semakin canggih juga suatu usaha untuk melakukan pengembangannya. Dari peluang kemajuan TI untuk *digital marketing* ini bisa diterapkan pada industri rumah tangga *Spring Food* untuk meningkatkan kualitas produksi yang lebih maksimal lagi.

Ancaman utama yang dihadapi industri rumah tangga *Spring Food* adalah permintaan menurun. Karena dengan berjalannya waktu suatu usaha bisa saja mengalami penurunan. Sehingga strategi yang tepat untuk ancaman tersebut bisa dengan tetap mempertahankan kualitas produk supaya mengurangi adanya permintaan menurun.

### C. Analisis Matriks IE



Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Gambar 1. matriks IE dengan hasil skor IFAS sebesar 2,46 dan EFAS sebesar 2,40 sehingga pada matriks IE berada pada sel V pertumbuhan stabilitas artinya strategi hasil analisis kurva IE menunjukkan bahwa titik koordinatnya berada pada sel V. strategi yang tepat untuk meningkatkan produksi pada industri rumah tangga *Spring Food* adalah strategi mempertahankan dan memelihara. Strategi mempertahankan dan memelihara merupakan strategi yang optimal untuk memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha, menjaga hubungan baik dengan reseller, mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial.

#### D. Matriks SWOT

Tabel 4. Matrik SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p><b>Strengths ( S )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sudah adanya P-IRT dan bersertifikasi halal/LPPOM MUI</li> <li>2. Bahan baku mudah dijangkau</li> <li>3. Tidak menggunakan bahan pengawet</li> <li>4. Produk tahan lama</li> <li>5. Mitra usaha sudah banyak</li> </ol>	<p><b>Weaknes ( W )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbatasan pengetahuan tenaga kerja</li> <li>2. Belum memasarkan produk secara <i>online</i></li> <li>3. Belum adanya BPOM</li> <li>4. Kurang aktif dalam kegiatan UMKM</li> <li>5. Menggunakan kacang tanah <i>import</i></li> </ol>
<p><b>Opportunities ( O )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi pasar yang cukup luas</li> <li>2. Daya beli meningkat saat hari raya</li> <li>3. Loyalitas tinggi dari reseller</li> <li>4. <i>Reseller</i> sudah banyak</li> <li>5. Kemajuan TI untuk <i>digital marketing</i></li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha. (S1,S5, O5)</li> <li>• Menjaga hubungan baik dengan reseller (O2, O3, O4)</li> <li>• Meningkatkan produksi (S2, O1)</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial (W2, O5)</li> <li>• Lebih aktif dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (W4,O1,)</li> </ul>
<p><b>Treaths ( T )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan usaha yang sejenis</li> <li>2. Kenaikan harga bahan baku</li> <li>3. Permintaan menurun</li> <li>4. Pesaing melakukan inovasi produk</li> <li>5. Kemajuan teknologi yang dimiliki pesaing</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan harga dan kualitas barang (S2, T1,T4)</li> <li>• Menjaga dan meningkatkan legalitas produk (S1,T3,T5)</li> <li>• Adanya inovasi produk (S4,T4)</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat sistem manajemen usaha yang baik (W1, T5)</li> </ul>

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel matriks SWOT diperoleh strategi yang dapat dijadikan sebagai alternatif strategi pengembangan pada industri rumah tangga *Spring Food*. Berikut alternatif yang dapat digunakan sebagai strategi pengembangan:

1. Strategi S-O
  - a. Memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha.
  - b. Menjaga hubungan baik dengan *reseller*.
  - c. Meningkatkan produksi (S2, O1).
2. Strategi S-T
  - a. Mempertahankan harga dan kualitas barang.
  - b. Menjaga dan meningkatkan legalitas produk (S1, T3, T5).
  - c. Adanya inovasi produk (S4, T4).
3. Strategi W-O
  - a. Mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial.
  - b. Lebih aktif dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).
4. Strategi W-T
  - a. Membuat sistem manajemen usaha yang baik.

#### **E. Analisis QSPM**

Berdasarkan hasil dari matriks SWOT diatas menunjukkan bahwa industri rumah tangga *Spring Food* memiliki beberapa rumusan strategi alternatif. Berdasarkan hasil tersebut rumusan alternatif strategi yang didapatkan 9 alternatif strategi yaitu:

1. Memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha.
2. Menjaga hubungan baik dengan *reseller*.
3. Meningkatkan produksi.
4. Mempertahankan harga dan kualitas barang.
5. Menjaga dan meningkatkan legalitas produk.
6. Adanya inovasi produk.
7. Mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial.

8. Lebih aktif dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).
9. Membuat sistem manajemen usaha yang baik.

Dari 9 alternatif strategi yang ada terdapat 3 strategi yang menjadi yang menjadi prioritas untuk dilakukan oleh industri rumah tangga *Spring Food* dalam mengembangkan industri rumah tangga, yaitu : Strategi I Memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha dengan skor tertinggi sebesar 6,54. Cara yang optimal yaitu dengan memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha yang ada pada industri rumah tangga *Spring Food* karena mitra usaha pada industri rumah tangga *Spring Food* sudah cukup banyak di kabupaten Purworejo.

Strategi IV yaitu Mempertahankan harga dan kualitas barang dengan total skor sebesar 6,22. Cara yang dilakukan dapat tetap menjaga loyalitas dari mitra usaha maupun reseller yang ada pada industri rumah tangga *Spring Food*. Sehingga dapat tetap mempertahankan usaha tersebut untuk tetap berkembang dan menjadi usaha yang lebih baik lagi kedepannya.

Strategi V yaitu Menjaga dan meningkatkan legalitas produk dengan jumlah skor sebesar 6,15. Cara yang dilakukan adalah menjaga dan meningkatkan legalitas produk seperti dengan menambah sertifikasi BPOM. Adanya sertifikasi BPOM dapat tetap menjaga rasa kepercayaan terhadap produk oleh konsumen sehingga usaha mampu menjaga loyalitas konsumen.

Selanjutnya ada 6 strategi yang memiliki skor terendah dan tidak bisa dijadikan prioritas strategi yang harus dilakukan oleh industri rumah tangga *Spring Food*. strategi dengan skor rendah dapat dijadikan strategi jangka panjang yang dapat dilakukan oleh industri rumah tangga *Spring Food* dimasa yang akan datang. Strategi IX Membuat sistem manajemen usaha yang baik dengan total skor sebesar 5,15. Strategi ini juga dapat dijadikan sebagai strategi jangka panjang untuk industri rumah tangga *Spring Food*. Usaha ini efektif apabila dijalankan karena hal ini yang menentukan suatu usaha untuk konsisten atau tidaknya. Hasil skor terendah pada strategi ini karena pada industri

rumah tangga *Spring Food* dalam mananejem usahanya belum cukup baik pada divisi pemasarannya yang hanya dikelola oleh satu tenaga kerja saja.

Strategi VII Mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial dengan nilai skor TAS sebesar 5,24. Ini merupakan usaha untuk meningkatkan promosi pada industri rumah tangga *Spring Food* dalam mempertahankan usahanya supaya tetap eksistensi karena pada industri rumah tangga *Spring Food* selama ini hanya melakukan penjualan *offline* saja.

Strategi III meningkatkan Produksi dengan jumlah skor sebesar 5,25. Strategi ini dapat digunakan sebagai strategi jangka panjang dengan adanya peluang potensi pasar yang cukup luas serta dengan bahan baku yang mudah dijangkau.

Strategi VI adanya inovasi produk dengan jumlah skor sebesar 5,35. Strategi ini dapat digunakan sebagai strategi jangka panjang, karena apabila adanya inovasi produk dapat meningkatkan minat beli dari masyarakat sehingga penjualan juga akan semakin meningkat.

Strategi VIII Lebih aktif dalam mengikuti kegiatan yang diadakan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dengan total skor 5,55. Strategi ini dapat dijadikan sebagai strategi jangka panjang apabila prioritas strategi tidak dapat dijalankan, karena pada industri rumah tangga *Spring Food* tidak pernah mengikuti kegiatan yang diadakan oleh dinas UMKM.

Strategi II yaitu Menjaga hubungan baik dengan reseller, ini merupakan usaha untuk tetap menjaga loyalitas terhadap reseller sehingga dapat memberikan dampak bagi usaha dengan total skor TAS sebesar 5,93. Hasil skor rendah pada strategi ini karena pada industri rumah tangga *Spring Food* lebih mengutamakan mitra usaha dibandingna *reseller*.

#### IV. PENUTUP

Faktor internal yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri rumah tangga *Spring Food* yaitu faktor kekuatan meliputi sudah adanya P-IRT dan bersertifikasi halal/LPPOM MUI; bahan baku mudah dijangkau; tidak menggunakan bahan pengawet; produk tahan lama; mitra usaha sudah banyak.

Faktor kelemahan meliputi keterbatasan pengetahuan tenaga kerja; Belum memasarkan produk secara *online*; belum adanya BPOM; kurang aktif dalam kegiatan UMKM; menggunakan kacang tanah *import*.

Faktor eksternal yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri rumah tangga *Spring Food* yaitu faktor peluang meliputi potensi pasar yang cukup luas; daya beli meningkat saat hari raya; loyalitas tinggi dari *reseller*; *reseller* sudah banyak; kemajuan TI untuk *digital marketing*. Faktor ancaman meliputi persaingan usaha yang sejenis; kenaikan harga bahan baku; permintaan menurun; pesaing melakukan inovasi produk; kemajuan teknologi yang dimiliki pesaing.

Hasil rumusan alternatif strategi pada matriks QSPM yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri rumah tangga *Spring Food* yaitu 1) Memperkuat kerjasama dengan mitra-mitra usaha, 2) Mempertahankan harga dan kualitas barang, 3) Menjaga dan meningkatkan legalitas produk.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A., & Diahloka, C. (2017). Kelompok Usaha Kacang Bawang Dan Kacang Oven Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 1(1), 2. <https://doi.org/10.33366/jast.v1i1.716>
- Ariani, N. M. (2019). Recovery Air Rendaman Bumbu Garam dari Industri Kacang Bawang. *Jurnal Teknologi Proses dan Inovasi Industri*, 4(2), 53. <https://doi.org/10.36048/jtpii.v4i2.5715>
- Halim, H. (2022). Analisis Swot-Ahp dalam Pengembangan Agribisnis Kacang Tanah di Sulawesi Selatan. *AgriMu*, 2(2), 41–42. <https://doi.org/10.26618/agm.v2i2.7711>
- Irawan, D. (2014). Strategi Pengembangan Usaha Kacang Goyang pada Industri Rumah Tangga Primajaya di Kota Palu. *Agrotekbis*, 2(6), 621. <https://www.neliti.com/id/publications/246354/strategi-pengembangan-usaha-kacang-goyang-pada-industri-rumah-tangga-prima-jaya>
- Lusinta, A. D. A., Titin, T., & Azizah, L. N. (2019). Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global pada Ukm Kacang Mede “Bawang Mas” Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 909. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.249>

- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 139. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 48. <https://www.researchgate.net/publication/317132108>
- Silalahi, M. K. B., & Ihsannudin. (2023). Posisi Strategis UKM Keripik Cinta di Kecamatan Tanjung Pura KKabupaten Langkat Sumatera Utara. *Agriscience*, 3(3), 551. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience/article/view/15622/pdf>
- Sorongon, S. N., & Nangoi, G. B. (2014). Analisis Titik Impas sebagai Dasar Perencanaan Laba Jangka Pendek Produk Kacang Olahan pada Indusrti Kecil Menengah di Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 1649. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4995>
- Widiyanti, E., Riptanti, E. W., Suherlan, Y., & Santoso, A. I. (2022). Peningkatan Daya Saing Umkm Kacang J-Nut Melalui Perbaikan Kemasan dan Pemasaran Online. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 246. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.36836>