

**Strategi Pengembangan Produk Keripik Pare
(Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Keluarga Kayulawang
di Kelurahan Mudal Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo)**

Ima Kurniasari^{1*}, Didik Widiyantono², Istiko Agus Wicaksono³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: imakurniasari055@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan produk keripik pare di Industri Rumah Tangga KK kelurahan Mudal kecamatan Purworejo kabupaten Purworejo, 2) mengetahui faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan produk keripik pare di Industri Rumah Tangga KK kelurahan Mudal kecamatan Purworejo kabupaten Purworejo, 3) mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan produk keripik pare di Industri Rumah Tangga KK kelurahan Mudal kecamatan Purworejo kabupaten Purworejo, 4) mengetahui prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan produk keripik pare di Industri Rumah Tangga KK kelurahan Mudal kecamatan Purworejo kabupaten Purworejo.

Metode dasar dalam penelitian ini yaitu penelitian yang bersifat kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu untuk memperoleh pemahaman tentang kondisi suatu situasi melalui penjelasan menyeluruh yang sebenarnya terjadi di lapangan dan dilakukan secara mendalam terhadap suatu lembaga atau gejala tertentu dengan daerah yang sempit. Pengambilan sampel penelitian ditentukan secara *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah Industri Rumah Tangga KK, sampel yang diambil 3 informan kunci dan 15 informan pendukung.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) faktor internal yang menjadi kekuatan adalah sudah ada legalitas P-IRT, keripik pare yang berkualitas, kontinuitas hasil produk keripik pare, daya simpan yang lama, dan fokus pada keberlanjutan. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah belum melakukan promosi secara *online*, kekurangan pemasok bahan baku pare, tidak ada varian rasa, proses penggorengan keripik pare memerlukan waktu lama, dan rentabilitas yang terbatas, 2) faktor eksternal yang menjadi peluang adalah adanya diversifikasi produk, permintaan konsumen meningkat, perkembangan teknologi untuk pemesanan *online*, potensi pasar yang cukup besar, dan adanya peralatan produksi modern. Sedangkan ancaman berupa adanya persaingan dengan produk keripik sayur lainnya, harga bahanbaku yang fluktuasi, tingkat pemahaman dan edukasi konsumen yang rendah terhadap keripik pare, perubahan tren dan preferensi konsumen, serta kebijakan pemerintah dalam hal pajak atau regulasi yang mempengaruhi harga atau distribusi produk, 3) alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah membuat variasi produk keripik pare yang lebih banyak,

meningkatkan penggunaan kemasan dan labeling pada produk keripik pare, meningkatkan legalitas dan mempertahankan kualitas produk, menambah kerjasama dengan *reseller* di kota-kota besar, menggunakan peralatan modern untuk mempercepat proses produksi, memberikan pelatihan pada tenaga kerja pemasaran terkait teknologi informasi, memanfaatkan teknologi untuk pemasaran secara *online* melalui media sosial, menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku, 4) prioritas strategi yang dapat diterapkan adalah membuat variasi produk keripik pare yang lebih banyak, memanfaatkan teknologi untuk promosi dan pemasaran secara *online* melalui media sosial, meningkatkan legalitas dan mempertahankan kualitas produk.

Kata Kunci: *keripik pare, analisis SWOT, matrik QSPM*

ABSTRACT

This study aims to: 1) determine the internal factors that become strengths and weaknesses in the development of bitter melon chips products in Home Industry KK Mudal village Purworejo district Purworejo district, 2) determine the external factors that become opportunities and threats in the development of bitter melon chips products in Home Industry KK Mudal village Purworejo district Purworejo district, 3) to know the alternative strategies that can be applied in developing bitter melon chips products in the Home Industry KK Mudal village Purworejo district Purworejo district, 4) to know the priority strategies that can be applied in developing bitter melon chips products in the Home Industry KK Mudal village Purworejo district Purworejo district.

The basic method in this research is qualitative research using a case study approach, which is to gain an understanding of the condition of a situation through a thorough explanation that actually occurs in the field and is carried out in depth on a particular institution or symptom with a narrow area. Research sampling was determined by purposive sampling. The sample of this research is the KK Home Industry, the sample taken is 3 key informants and 15 supporting informant.

The research results obtained are: 1) internal factors that are strenghtas are there is already P-IRT legality, quality bitter melon chips, continuity of result bitter melon chips, long shelf life, and focus on sustaibability. Meanwhile the weaknesses are that they have not online promotion, lack of bitter melon raw material supplier, no flavor variants, the process of frying bitter melon chips takes a long time, and limited profitability, 2) external factors that become opportunities are product diversification, consumer demand increasing, the development of technology for online ordering, the potential, and the existence of modern production equipment. While the threats are in the form of competition with other vegetable chip products, fluctuating raw material prices, the level of understanding and the existence of modern production equipment, change in trends and consumer preferences, and government policies in terms of taxes or regulation that affect product prices or distribution, 3) alternative strategies that can be applied are make more variations of bitter melon chips products, improve the use of packaging and labeling on bitter melon chips, improve legality and maintain product quality, adding cooperation

with resellers in big cities, using modern equipment to speed up the production process, provide training to the marketing workforce related to information technology, utilize information technology for online promotion and marketing through social media, establish cooperation with raw material suppliers, 4) priority strategies that can be implemented are make more variations of bitter melon chips products, utilize information technology for online promotion and marketing through social media, improve legality and maintain product quality.

Keywords: bitter melon chips, SWOT analysis, QSPM matrix

I. PENDAHULUAN

Kebutuhan bahan pangan masyarakat semakin tinggi seiring dengan penambahan jumlah penduduk dan semakin sempitnya lahan pertanian untuk pengolahan bahan pangan. Munculnya berbagai jenis makanan ringan yang kini makin disenangi untuk dikonsumsi, mendorong untuk ditemukan dan diperkenalkan serta dipasarkannya produk-produk pangan baru yang mempunyai nilai gizi tinggi (Dewantri, 2021). Salah satu makanan yang banyak digemari adalah keripik. Keripik merupakan camilan favorit yang disukai oleh masyarakat. Keripik dapat dibuat dari berbagai macam bahan utama salah satunya pada komoditas hortikultura baik sayuran maupun buah-buahan (Firmansyah, 2022).

Pare merupakan salah satu jenis komoditas hortikultura sayur yang memiliki rasa pahit dan berwarna hijau. Masyarakat biasanya mengonsumsi pare sebagai pelengkap sayur, tetapi tidak banyak orang yang tahu cara menghilangkan rasanya yang terlalu pahit. Akibatnya, mereka tidak menyukai pare karena rasanya. Pare sebenarnya memiliki kandungan yang baik untuk tubuh. Untuk meningkatkan nilai tambah dari komoditas pare salah satunya menjadikan pare sebagai olahan keripik karena memiliki banyak vitamin seperti Vitamin A, Vitamin C, Vitamin E, Vitamin B1, B2, B3, dan B9. Pare juga mengandung mineral seperti kalium, kalsium, zinc, magnesium, fosfor, dan zat besi, serta antioksidan seperti fenol dan flavonoid (Firmansyah, 2022).

Pengolahan keripik pare menjadi salah satu peran dari industri rumah tangga untuk menjalankan roda perekonomian. Dengan mengubah input menjadi suatu olahan yang bernilai tambah menjadi peluang bisnis yang berskala kecil. KK yang merupakan kepanjangan dari Keluarga Kayulawang adalah usaha rumahan

yang menjadi salah satu produsen penghasil olahan makanan berbahan dasar pare. Akan tetapi industri rumah tangga KK masih memiliki berbagai kendala dan masalah seperti belum banyak masyarakat yang belum mengetahui produk keripik KK, tidak adanya peralatan produksi modern yang mendukung, dan kurangnya pemasok bahan baku pare. Oleh karena itu strategi pengembangan akan berpengaruh dalam mengatasi masalah yang ada pada usaha keripik pare di industri rumah tangga KK Purworejo.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010). Salah satu jenis penelitian kualitatif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*). (Arikunto, 1986) mengemukakan bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit.

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja atau *purposive sampling* dengan memperhatikan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Fokus penelitian ini adalah usaha keripik pare yang berada di Industri Rumah Tangga KK dengan pertimbangan sudah memiliki izin usaha P-IRT dan jumlah produksi terbanyak. Sampel penelitian terdiri dari informan kunci dan informan pendukung yang meliputi 1 orang pemilik usaha, 1 orang kepala bagian pemasaran, 1 orang kepala bidang Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan, serta 15 orang *reseller*.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui matrik IFAS dan EFAS. Analisis QSPM dapat digunakan untuk menyusun strategi

dalam melakukan evaluasi pada berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting dalam eksternal maupun internal yang diidentifikasi sebelumnya, dengan ini bisa ditentukan strategi terbaik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

1. Analisis Matrik IFAS

Tabel 1. Matrik IFAS di Industri Rumah Tangga KK

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating
Kekuatan				
1.	Sudah ada legalitas P-IRT	0,12	4	0,48
2.	Keripik pare yang berkualitas	0,11	4	0,44
3.	Kontinuitas hasil produk keripik pare	0,11	3	0,33
4.	Daya simpan yang lama	0,1	2,7	0,27
5.	Fokus pada keberlanjutan	0,11	3	0,33
Kelemahan				
1.	Belum melakukan promosi secara <i>online</i>	0,09	1,3	0,11
2.	Kekurangan pemasok bahan baku pare	0,1	2	0,2
3.	Tidak ada varian rasa	0,1	2	0,2
4.	Proses penggorengan keripik pare memerlukan waktu lama	0,08	2,7	0,24
5.	Rentabilitas yang terbatas	0,07	1,7	0,12
TOTAL				2,72

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Faktor yang menjadi kekuatan utama yang diharapkan meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk mengembangkan usaha keripik pare di Industri Rumah Tangga KK adalah sudah ada legalitas P-IRT dengan hasil skor 0,48 dengan bobot 0,12 dan rating 4; dilanjutkan oleh keripik pare yang berkualitas dengan perolehan skor 0,44; kontinuitas hasil produk keripik pare dan fokus pada keberlanjutan mendapat skor yang sama yaitu 0,33; serta daya simpan yang lama memiliki skor terendah yaitu 0,27 dengan bobot 0,1 dan rating 2,7.

Kelemahan dalam usaha pengembangan yang akan dilakukan yaitu proses penggorengan keripik pare memerlukan waktu lama dengan perolehan

skor 0,24 dengan bobot 0,08 dan rating 2,7; kekurangan pemasok bahan baku pare dan tidak ada varian rasa memperoleh skor sama yaitu 0,2; dilanjutkan oleh rentabilitas yang terbatas dengan skor 0,12; dan belum melakukan promosi secara *online* memperoleh skor terendah 0,11 dengan bobot 0,09 dan rating 1,3.

2. Analisis Matrik EFAS

Tabel 2. Matrik EFAS Keripik Pare di Industri Rumah Tangga KK

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor = Bobot x Rating
Peluang				
1.	Adanya diversifikasi produk	0,12	3,3	0,4
2.	Permintaan konsumen meningkat	0,09	3,7	0,33
3.	Perkembangan teknologi untuk pemesanan <i>online</i>	0,11	4	0,44
4.	Potensi pasar yang cukup besar	0,1	4	0,4
5.	Adanya peralatan produksi yang modern	0,09	2,7	0,24
Ancaman				
1.	Persaingan dengan produk keripik sayur lainnya	0,09	3,3	0,3
2.	Harga bahan baku yang fluktuasi	0,105	1,3	0,14
3.	Tingkat pemahaman dan edukasi konsumen yang rendah terhadap keripik pare	0,1	3	0,3
4.	Perubahan tren dan preferensi konsumen	0,105	2,7	0,29
5.	Kebijakan pemerintah dalam hal pajak atau regulasi yang mempengaruhi harga atau distribusi produk	0,09	2,3	0,20
TOTAL				3,04

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Faktor yang menjadi peluang sangat baik untuk usaha keripik pare di Industri Rumah Tangga KK adalah perkembangan teknologi untuk pemesanan *online* dengan perolehan skor 0,44 dengan bobot 0,11 dan rating 4. Adanya diversifikasi produk dan potensi pasar yang cukup besar memperoleh skor yang sama yaitu 0,4; dilanjutkan oleh permintaan konsumen meningkat dengan skor 0,33; dan adanya peralatan produksi yang modern mendapat skor terendah yaitu 0,24 dengan bobot 0,09 dan rating 2,7.

Faktor yang menjadi ancaman usaha keripik pare di Industri Rumah Tangga KK yaitu persaingan dengan produk keripik sayur lainnya serta

tingkat pemahaman dan edukasi konsumen yang rendah terhadap keripik pare memperoleh skor tertinggi yang sama yaitu 3,0. Perubahan tren dan preferensi konsumen mendapat skor 2,9 dengan bobot 0,105 dan rating 2,7; kebijakan pemerintah dalam hal pajak atau regulasi yang mempengaruhi harga atau distribusi produk memperoleh skor 2,0; dan perolehan skor terendah dimiliki oleh harga bahan baku yang fluktuasi dengan skor 0,14 dengan bobot 0,105 dan rating 1,3.

B. Matrik IE

Penentuan strategi menggunakan matrik IFAS dan EFAS merupakan hasil yang dipergunakan untuk menentukan matrik IE. Hasil analisis dari matrik IFAS diperoleh sebesar 2,72 dan hasil matrik EFAS diperoleh sebesar 3,04.

Tabel 3. Matrik IE di Industri Rumah Tangga KK

	KUAT 4,0	RATA-RATA 3,0	LEMAH 1,0
TINGGI (3,04) 3,0	I Pertumbuhan	(2,72) II Pertumbuhan	III Penciutan
MENENGAH 2,0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan
RENDAH 1,0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil dari Tabel 3 Matrik IE dengan hasil skor IFAS sebesar 2,72 dan EFAS sebesar 3,04 sehingga pada matrik IE berada pada sel II yaitu pertumbuhan tinggi atau strategi konsentrasi melalui integritas horizontal.

C. Analisis SWOT

Tabel 4. Matrik SWOT Keripik Pare di Industri Rumah Tangga KK

I	Strengths (S) 1. Sudah ada legalitas P-IRT 2. Keripik pare yang berkualitas 3. Kontinuitas hasil produk keripik pare 4. Daya simpan yang lama 5. Fokus pada Keberlanjutan	Weaknes (W) 1. Belum melakukan promosi secara <i>online</i> 2. Kekurangan pemasok bahan baku pare 3. Tidak ada varian rasa 4. Proses penggorengan keripik pare memerlukan waktu lama 5. Rentabilitas yang terbatas
E	Strategi S-O 1. Membuat variasi produk keripik pare yang lebih banyak (S1,S3,O1,O3,O4) 2. Meningkatkan penggunaan kemasan dan labeling pada produk keripik pare (S1,S2,S5,O2,O3)	Strategi W-O 1. Menggunakan peralatan modern untuk mempercepat proses produksi (W4,W5,O2,O5) 2. Memberikan pelatihan pada tenaga kerja pemasaran terkait teknologi informasi (W1,W5,O2,O3,O4)
	Threats (T) 1. Persaingan dengan produk keripik sayur lainnya 2. Harga bahan baku yang fluktuatif 3. Tingkat pemahaman dan edukasi konsumen yang rendah terhadap keripik pare 4. Perubahan tren dan preferensi konsumen 5. Kebijakan pemerintah dalam hal pajak atau regulasi yang mempengaruhi harga atau distribusi produk.	Starregi W-T 1. Memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi dan pemasaran secara <i>online</i> melalui media sosial (W1,W5,T1,T3,T5) 2. Menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku (W2,T1,T2)

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Penentuan alternatif strategi didasarkan pada hasil matrik IE yang diperoleh dari perhitungan matrik IFAS dan EFAS yang digunakan sebagai acuan dalam memerlukan alternatif strategi pada Industri Rumah Tangga KK.

D. Analisis QSPM

Berdasarkan matrik QSPM dari 8 alternatif strategi yang ada, terdapat 3 strategi yang menjadi prioritas untuk dilakukan oleh Industri Rumah Tangga KK dalam mengembangkan usaha keripik pare, sebagai berikut:

Strategi I membuat variasi produk keripik pare yang lebih banyak dengan skor TAS 6,12. Cara yang dapat dilakukan dalam memperbanyak variasi produk keripik pare yaitu membuat ukuran kemasan yang beragam dan varian rasa seperti keju, balado, *barbeque*, dan pedas manis, supaya konsumen bisa membeli sesuai dengan kemampuan ekonomi dan kebutuhannya, serta menjadikan konsumen mempunyai rasa penasaran untuk mencoba varian lain.

Strategi VII memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi dan pemasaran secara *online* melalui media sosial dengan skor TAS 6,02. Cara yang dapat dilakukan yaitu menggunakan aplikasi atau *e-commerce* yang sudah banyak penggunaannya agar produk keripik pare dari Industri Rumah Tangga KK ini lebih dikenal oleh masyarakat luas serta dengan konsistensi strategi pemasaran yang baik, media sosial dapat membantu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan meningkatkan daya beli.

Strategi III meningkatkan legalitas dan mempertahankan kualitas produk dengan skor TAS 5,8. Cara yang dapat dilakukan yaitu menambah legalitas seperti LPPOM MUI dan BPOM serta mempertahankan kualitas dari segi rasa, ukuran, tekstur, aroma, tingkat kerenyahan, dan menggunakan kemasan yang berbahan aluminium foil dapat melindungi produk dari kontaminasi udara, kelembapan, dan sinar UV. Dengan meningkatkan legalitas dan mempertahankan kualitas produk konsumen akan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap keripik pare dari Industri Rumah Tangga KK.

Terdapat 5 strategi yang memiliki skor terendah dan tidak menjadi prioritas strategi yang harus dilakukan dalam usaha keripik pare di Industri Rumah Tangga KK. Strategi yang memiliki skor rendah dapat dijadikan sebagai strategi jangka menengah atau panjang yang dapat dilakukan dimasa yang akan datang, yaitu:

Strategi V menggunakan peralatan modern untuk mempercepat proses produksi dengan nilai skor TAS 5,47. Strategi ini tidak menjadi prioritas karena membuat keripik pare secara manual atau tanpa mesin tetap dapat memenuhi target produksi keripik pare setiap harinya. Menggunakan peralatan modern seperti *spinner* dan *deep fryer* dapat dilakukan dalam jangka panjang jika Industri Rumah Tangga KK sudah besar dan meluas hampir ke seluruh Indonesia untuk mempercepat pembuatan keripik pare.

Strategi VIII menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dengan skor TAS 5,34. Strategi ini tidak menjadi prioritas karena petani mitra yang bekerja sebagai pemasok bahan baku pare di Industri Rumah Tangga KK selalu mengusahakan agar pare selalu ada setiap harinya walaupun terkadang harga pare menjadi lebih mahal. Guna menstabilkan pengeluaran untuk membeli pare, Industri Rumah Tangga KK kedepannya bisa menambah kerjasama dengan pemasok pare di Purworejo yang berada di desa Rowabayem kecamatan Kemiri.

Strategi II meningkatkan penggunaan kemasan dan labeling pada produk keripik pare dengan skor TAS 5,13. Strategi ini tidak menjadi prioritas karena penggunaan plastik sebagai kemasan sudah dirasa cukup untuk produk keripik pare yang masih dipasarkan secara langsung. Konsumen keripik pare dari Industri Rumah Tangga KK saat ini tidak terlalu memperhatikan kemasan karena yang terpenting untuk mereka ialah produk yang terlindungi, enak, dan sehat. Meningkatkan penggunaan kemasan dengan desain yang kreatif dan informatif seperti pencantuman tanggal kadaluwarsa, nilai gizi, dan saran penyimpanan dapat dilakukan jika Industri Rumah Tangga KK sudah memasuki pasar *online* karena produk dijangkau secara luas oleh konsumen. Selain itu kemasan tersebut dapat membentuk persepsi awal yang positif terhadap kualitas produk sehingga konsumen tidak ragu untuk membelinya.

Strategi VI memberikan pelatihan pada tenaga kerja pemasaran terkait teknologi informasi dengan skor TAS 4,92. Strategi ini tidak menjadi prioritas karena mereka menggunakan telepon jika dirasa penting saja contohnya pada saat ingin mengunjungi toko langganan untuk melihat ketersediaan produk. Memberikan pelatihan mengenai teknologi informasi kepada tenaga pemasaran

seperti penggunaan perangkat lunak CRM, pemanfaatan media sosial, penggunaan aplikasi penjualan *online*, serta pelatihan pemanfaatan big data dan analitik untuk pengambilan keputusan dapat dilakukan jika Industri Rumah Tangga KK ingin merambah ke pemasaran *online*. Pada zaman ini pemasaran *online* sangat penting karena menawarkan jangkauan yang luas, interaksi yang lebih dekat dengan konsumen, dan efisiensi biaya.

Strategi IV menambah kerjasama dengan *reseller* di kota-kota besar dengan skor TAS 4,87. Strategi ini tidak menjadi prioritas karena pemasaran langsung yang dilakukan Industri Rumah Tangga KK saat ini dirasa luas karena pemasaran keripik pare sudah sampai Yogyakarta, Kebumen, dan Magelang. Penambahan *reseller* di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung dapat dilakukan jika Industri Rumah Tangga KK ingin memperbesar dan memperluas jangkauan serta mengembangkan produk keripik pare. Kerjasama tersebut bisa dilakukan secara *online* yaitu dengan mencari tenaga kerja admin untuk melakukan promosi dan strategi pemasaran yang lebih kompetitif, juga bisa dilakukan secara langsung dengan menambah tenaga kerja pemasaran khusus untuk memasarkan produk di kota-kota besar tersebut. Penambahan *reseller* dapat membantu kesadaran merek dan loyalitas konsumen terhadap produk keripik pare.

IV. PENUTUP

Alternatif strategi pada matrik SWOT terdapat 8 alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha keripik pare di Industri Rumah Tangga KK yaitu: membuat variasi produk keripik pare yang lebih banyak, meningkatkan penggunaan kemasan dan labeling pada produk keripik pare, meningkatkan legalitas dan mempertahankan kualitas produk, menambah kerjasama dengan *reseller* di kota-kota besar, menggunakan peralatan modern untuk mempercepat proses produksi, memberikan pelatihan pada tenaga kerja pemasaran terkait teknologi informasi, memanfaatkan teknologi untuk promosi dan pemasaran secara *online* melalui media sosial, menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku.

Prioritas strategi pada matrik QSPM terdapat 3 prioritas strategi yang dapat diterapkan pada usaha keripik pare di Industri Rumah Tangga KK untuk mengembangkan usahanya yaitu: membuat variasi produk keripik pare yang lebih banyak, memanfaatkan teknologi untuk promosi dan pemasaran secara *online* melalui media sosial, dan meningkatkan legalitas dan mempertahankan kualitas produk.

Saran yang dapat disampaikan peneliti untuk Industri Rumah Tangga KK yaitu, mempertimbangkan untuk menginvestasi mesin dan peralatan produksi modern yang dapat meningkatkan keseragaman dan kualitas produk. Membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok bahan baku pare. Menggunakan kemasan yang menarik untuk produk keripik pare karena secara visual dapat mengalihkan perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1986. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Dewantari, Indah. (2021). Perencanaan Dan Pembuatan Usaha Olahan Pare Menjadi Keripik Yang Enak (Tinjauan Aspek Pemasaran). Skripsi. Politeknik Negeri Bengkalis. Diunduh dari <http://eprints.polbeng.ac.id/12997/2/TUGAS%20AKHIR.pdf> pada tanggal 12 Oktober 2023.
- Firmansyah, Alfian. (2022). Analisis Usaha Keripik Pare (*Pare Chips*) Di Desa Wirolegi Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. *Agriprima*. Diunduh dari <https://agriprima.poliije.ac.id> pada tanggal 12 Oktober 2023.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saryono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.