

**Strategi Pengembangan Usaha Manisan Carica
(Studi Kasus di CV Gemilang Kencana Kabupaten Wonosobo)**

Siti Nurjannah^{1*}, Istiko Agus Wicaksono², Didik Widiyantono³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: nurjannah.ipo18@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk; 1) Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pengembangan manisan carica di CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosobo. 2) Mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan manisan carica di CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosobo. 3) Mengetahui prioritas strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan manisan carica di CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosobo. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode atau pendekatan studi kasus (*case study*). Analisis yang digunakan adalah analisis matrik SWOT dan matriks QSPM. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor internal kekuatan: Sudah adanya legalitas BPOM dan MUI, Lokasi industri strategis (tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha dan dekat dengan pusat kota), Mampu bersaing dengan produk manisan carica merek lain, Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen, Memiliki *reseller* yang sudah tersebar di wilayah Wonosobo. Faktor internal kelemahan Adopsi peralatan modern belum banyak dilakukan, Belum adanya variasi produk, Pemasaran manisan carica masih dominan di wilayah Wonosobo, Belum melakukan riset untuk pengembangan pasar, Harga bahan pembantu fluktuatif. Faktor eksternal peluang: Pangsa pasar luas untuk penjualan manisan carica, Produk manisan carica hanya ada di Wonosobo, Perkembangan teknologi dan informasi, Manisan carica merupakan produk yang mengandung banyak vitamin, Kabupaten wonosobo merupakan daerah tujuan wisata alam. Faktor eksternal ancaman: Keterbatasan pemasok buah carica, Persaingan antara industri sejenis, Harga bahan baku fluktuatif, Berubahnya selera konsumen karena olahan carica hanya berupa manisan, Kondisi cuaca yang tidak menentu akan mempengaruhi bahan baku. Hasil perumusan prioritas alternatif strategi pada Matrik SWOT terdapat 3 alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha manisan carica CV Gemilang Kencana yaitu: 1) Mengoptimalkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi melalui IG: @caricagemilang, Web: caricagemilang, *Market Place* shopee: Carica Gemilang untuk promosi 2) Menjaga kualitas produk. 3) Mengembangkan produk baru pada pasar konsumen yang sudah ada.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan, Manisan Carica, SWOT, Kabupaten Wonosobo*

ABSTRACT

This research aims to; 1) Knowing the internal factors and external factors that are strengths, weaknesses, opportunities and threats to the development of candied carica in CV Gemilang Kencana. 2) Know alternative strategies that can be applied to the development of candied carica in CV Gemilang Kencana. 3) Know the priority strategies that can be used in the development of candied carica in CV Gemilang Kencana. The basic method used in this research is the case study method or approach. The analysis used is SWOT matrix analysis and QSPM matrix. The results of this study show internal factors: The legality of BPOM MUI, Strategic industrial location, Able to compete with other brands of carica confectionery products, Product quality is accordance with consumer tastes, has resellers who have spread in the Wonosobo area. The adoption of modern equipment has not been widely carried out, there is no product variety, Marketing of candied carica is still dominant in the Wonosobo region, has not conducted research for market development, The price of auxiliary materials fluctuates. Wide market share for candied carica sales, Candied carica products only exist in Wonosobo, Technology and information development, Candied carica is a product that contains many vitamins, Wonosobo Regency is a natural tourist destination. Limited suppliers of carica fruit, Competition between similar industries, fluctuating raw material prices, Changes in consumer tastes because processed carica is only in the form of sweets, Uncertain weather conditions will affect raw materials. The results of the formulation of alternative strategy priorities in the SWOT Matrix there are 3 alternative strategies that can be applied to CV Gemilang Kencana's carica confectionery business: 1) Optimizing advances in information technology of social media accounts for promotion 2) Maintaining product quality. 3) Develop new products in existing consumer markets.

Keywords: *Development Strategy, Carica Sweets, SWOT, Wonosobo Regency*

I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian sebagai bagian dari sistem agribisnis memiliki sub sektor hortikultura yang berpotensi untuk dikembangkan. Salah satu komoditas dalam sub sektor hortikultura adalah buah-buahan. Buah carica merupakan salah satu komoditas buah-buahan yang tidak mudah ditemukan di Indonesia, namun tumbuh subur di dataran Tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo. Tidak seperti buah-buahan lain yang banyak diolah di berbagai daerah, manisan carica hanya diolah di Kabupaten Wonosobo. Sebagai buah yang unik Kabupaten Wonosobo

merupakan sentra pengolahan manisan carica dan menjadi makanan khas Kabupaten Wonosobo (Witono, 2019).

Karakteristik buah carica yang memiliki rasa masam, pahit, dan getah yang dapat menimbulkan gatal, membuat buah ini hanya enak dimakan apabila telah diproses terlebih dahulu. Buah carica juga termasuk dalam komoditi pertanian yang tidak tahan lama atau sangat cepat mengalami kerusakan bila disimpan dalam keadaan segar. Oleh karena itu, adanya upaya pengolahan lebih lanjut sangat membantu memperpanjang masa simpan buah sehingga dapat dikonsumsi kapan saja, lebih praktis, dan memberi nilai tambah terhadap buah (Hasanah, 2010).

Usaha manisan carica di CV Gemilang Kencana bergerak dalam usaha minuman sirup dari buah carica. Manisan carica terbuat dari kualitas premium menggunakan bahan baku dari buah carica yang bahkan hanya bisa tumbuh di beberapa tempat saja dipermukaan bumi ini salah satunya diantaranya di dataran tinggi Dieng Wonosobo. Buah carica merupakan *iconic* dari kabupaten Wonosobo.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat, CV Gemilang Kencana sangat membutuhkan manajemen yang handal dalam mengantisipasi persaingan. Manajemen yang tepat diperlukan sehingga perusahaan dapat menjalankan bisnis secara efektif dan efisien. Efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional juga memegang peranan penting sebagai upaya untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

Kendala yang dihadapi dalam usaha manisan carica ini terdiri dari berbagai faktor penghambat, baik eksternal maupun internal. Faktor internal yang menjadi kelemahan yaitu adopsi peralatan modern belum banyak dilakukan, belum adanya variasi produk, produk manisan carica masih kurang dikenal di daerah luar kabupaten Wonosobo, belum melakukan riset untuk pengembangan pasar dan harga bahan pembantu fluktuatif. Faktor eksternal yang menjadi ancaman yaitu keterbatasan pemasok buah carica, persaingan antara industri sejenis, harga bahan baku fluktuatif, berubahnya selera konsumen karena olahan

carica hanya berupa manisan, kondisi cuaca yang tidak menentu akan mempengaruhi bahan baku.

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi ke empat faktornya (Fatimah, 2017).

II. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*). Teknik studi kasus yaitu penelitian yang melibatkan pemeriksaan yang mendetail, mendalam, dan terperinci dari subjek studi (kasus), serta kondisi kontekstual terkait (Nawawi, 2003:1). Studi kasus pada penelitian ini yaitu dilakukan di CV Gemilang Kencana kecamatan Kretek Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah.

Penelitian ini menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Manisan Carica (Studi Kasus di CV Gemilang Kencana Kabupaten Wonosobo). Analisis yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha adalah analisis SWOT. Pendekatan kualitatif secara empiris dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat secara keseluruhan strategi pengembangan yang diterapkan oleh CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosobo. Kemudian pada analisis data menggunakan analisis SWOT. Selanjutnya untuk penentuan prioritas strategi digunakan analisis QSPM. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan informan kunci dan informan biasa.

B. Metode penentuan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk di teliti (Amirullah, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah tenaga kerja yang ada di CV Gemilang Kencana.

a. Sampel

1) Pengambilan Sampel Lokasi Penelitian

Pengambilan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling* dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Amirullah, 2015). Penelitian ini dilakukan di industri manisan carica Kabupaten Wonosobo tepatnya di CV Gemilang Kencana Kecamatan Kretek.

CV Gemilang Kencana, sebagai lokasi penelitian karena CV Gemilang Kencana merupakan UMKM yang memproduksi manisan carica yang sudah memiliki badan hukum dan legalitas BPOM dan MUI.

2) Metode Pengambilan Sampel Informan

Sampel informan adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Informan terdiri dari dua jenis yaitu informan kunci dan informan biasa. Informan kunci merupakan informan yang mengetahui dan memiliki informasi tentang permasalahan yang sedang diteliti. Informan biasa merupakan informan yang mengetahui dan berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Penentuan informan dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*) yang terdiri dari informan kunci dan informan biasa. Informan kunci yang diambil yaitu Direktur utama/Pemilik CV Gemilang Kencana, Kepala Bagian Pemasaran CV Gemilang Kencana, Kepala Bagian Distribusi dan Logistik, Kepala Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Wonosobo. Informan biasa terdiri dari pegawai bagian

produksi CV Gemilang Kencana dan *Reseller* CV Gemilang Kencana.

C. Metode Analisis Data

1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi dalam suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan factor-faktor strategi internal dalam kerangka *strength* dan *weakness* perusahaan.

2. Analisis SWOT

SWOT adalah sebuah singkatan dari *Strength* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T). Analisis SWOT sendiri merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Suryatama, 2014).

3. Analisis QSPM

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix* atau QSPM) adalah teknik analitis dalam literatur yang dirancang untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai tindakan alternatif. QSPM adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi (David, 2011).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

1. Analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Tabel 1. Matriks IFAS CV Gemilang Kencana

No	KEKUATAN	Bobot	Rating	Skor
1	Sudah adanya legalitas BPOM, MUI	0,13	4,00	0,50
2	Lokasi industri strategis (tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha dan dekat dengan kota)	0,11	3,75	0,40
3	Mampu bersaing dengan produk manisan carica merek lain	0,12	4,00	0,48
4	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0,11	3,75	0,42
5	Memiliki <i>reseller</i> yang sudah tersebar di wilayah Wonosobo	0,12	4,00	0,46
KELEMAHAN				
1	Adopsi peralatan modern belum banyak dilakukan	0,08	1,50	0,12
2	Belum adanya variasi produk	0,10	2,00	0,20
3	Produk manisan carica masih kurang dikenal di daerah luar kabupaten Wonosobo	0,10	2,00	0,21
4	Belum melakukan riset untuk pengembangan pasar	0,8	1,00	0,8
5	Harga bahan pembantu fluktuatif	0,07	1,25	0,09
Total		1,00		2,95

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Faktor yang menjadi kekuatan utama yang diharapkan meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk mengembangkan usaha manisan carica di CV Gemilang Kencana adalah Sudah adanya legalitas BPOM, MUI dengan hasil skor 0,50 dengan bobot 0,13 dan rating 4,00, diikuti oleh Mampu bersaing dengan produk manisan carica merek lain dengan hasil skor 0,48 dengan bobot 0,12 dan rating 4,00. Faktor lain yang dapat dimanfaatkan adalah Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen yang memiliki skor 0,42 dengan bobot 0,11 dan rating 3,75, Memiliki *reseller* yang sudah tersebar di wilayah Wonosobo memiliki skor 0,46 dengan bobot 0,12 dan rating 4,00, Lokasi industri strategis (tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha dan dekat dengan kota) memiliki skor 0,40 dengan bobot 0,11 dan rating 3,75.

Kelemahan dalam usaha pengembangan yang akan dilakukan yaitu Produk manisan carica masih kurang dikenal di daerah luar kabupaten Wonosobo memiliki skor 0,21 dengan bobot 0,10 dan

rating 2,00. Faktor lain yang menjadi kelemahan adalah Belum adanya variasi produk memiliki skor 0,20 dengan bobot 0,10 dan rating 2,00. Adopsi peralatan modern belum banyak dilakukan yang memiliki skor 0,12 dengan bobot 0,08 dan rating 1,50, diikuti oleh harga bahan pembantu fluktuatif memiliki skor 0,09 dengan bobot 0,07 dan rating 1,25. Belum melakukan riset untuk pengembangan pasar memiliki skor 0,08 dengan bobot 0,08 dan rating 1,00. Berdasarkan analisis faktor internal usaha manisan carica di CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosobo diperoleh total skor sebesar 2,95.

2. Analisis Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Tabel 2. Matriks EFAS CV Gemilang Kencana

No	PELUANG	Bobot	Rating	Skor
1	Pangsa pasar luas untuk penjualan manisan carica	0,11	4,00	0,42
2	Produk manisan carica hanya ada di Wonosobo	0,11	4,00	0,43
3	Kemajuan teknologi dan informasi	0,11	3,50	0,39
4	Manisan carica merupakan produk yang mengandung banyak vitamin	0,12	3,75	0,44
5	Kabupaten Wonosobo merupakan daerah tujuan wisata alam	0,10	4,00	0,38
ANCAMAN				
1	Keterbatasan pemasok buah carica	0,09	2,25	0,20
2	Persaingan antara industri sejenis	0,11	2,00	0,22
3	Harga bahan baku fluktuatif	0,08	1,75	0,14
4	Berubahnya selera konsumen karena olahan carica hanya berupa manisan.	0,11	1,75	0,18
5	Kondisi cuaca yang tidak menentu akan mempengaruhi bahan baku.	0,08	2,00	0,16
Total		1,00		2,97

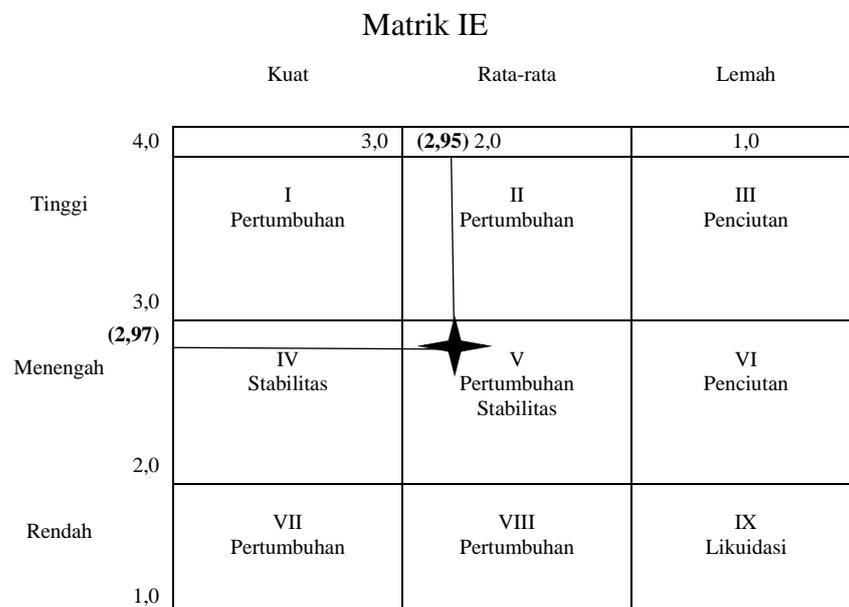
Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Faktor yang menjadi peluang sangat baik adalah Manisan carica merupakan produk yang mengandung banyak vitamin yang memiliki skor 0,44 dengan bobot 0,12 dan rating 3,75. Diikuti oleh produk manisan carica hanya ada di Wonosobo yang memiliki skor 0,43 dengan bobot 0,11 dan rating 4,00. Faktor lain yang menjadi peluang adalah Pangsa pasar luas untuk penjualan manisan carica yang memiliki skor 0,42 dengan bobot 0,11 dan rating 4,00. Kemajuan teknologi dan informasi yang memiliki skor 0,39 dengan bobot 0,11 dan rating 3,50. kabupaten Wonosobo merupakan daerah tujuan wisata alam yang memiliki skor 0,38 dengan bobot 0,10 dan rating 4,00.

Faktor yang menjadi ancaman usaha manisan carica di CV Gemilang kencana adalah persaingan antara industri sejenis memiliki skor 0,22 dengan bobot 0,11 dan rating 2,00. Keterbatasan pemasok buah carica memiliki skor 0,20 dengan bobot 0,09 dan rating 2,25. Faktor lain yang menjadi ancaman adalah berubahnya selera konsumen karena olahan carica hanya berupa manisan yang memiliki skor 0,18 dengan bobot 0,11 dan rating 1,75. Kondisi cuaca yang tidak menentu akan mempengaruhi bahan baku yang memiliki skor 0,16 dengan bobot 0,08 dan rating 2,00 dan harga bahan baku fluktuatif yang memiliki skor 0,14 dengan bobot 0,08 dan rating 1,75. Berdasarkan analisis faktor eksternal usaha manisan di CV Gemilang Kencana hasil analisis matrik EFAS diperoleh total skor sebesar 2,97.

B. Matriks IE

Pertemuan titik dari hasil matrik IFAS dan EFAS merupakan hasil yang dipergunakan untuk menentukan matrik IE. Hasil analisis dari matrik IFAS diperoleh sebesar 2,95 dan hasil dari matrik EFAS diperoleh sebesar 2,97. Berdasarkan titik pertemuan dari hasil analisis matrik IFAS dan EFAS dapat diketahui posisi usaha manisan carica di CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosobo terletak pada strategi sel V yaitu Pertumbuhan Stabilitas.



Gambar 1. Matriks IE
 Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil dari Gambar 23 Matrik IE dengan hasil skor IFAS sebesar 2,95 dan EFAS sebesar 2,97 sehingga matrik IE berada pada sel V yaitu mempertahankan dan memelihara (*hold and maintain*). Strategi mempertahankan dan memelihara yang dapat diterapkan adalah strategi intensif antara lain mempertahankan kualitas manisan carica, mengembangkan pasar produk manisan carica CV Gemilang Kencana, mengadopsi peralatan modern untuk mempermudah proses pengepressan cup manisan carica dan mencuci buah carica, serta mengembangkan produk baru dari buah carica.

C. Analisis SWOT

Tabel 3. Matriks SWOT CV Gemilang Kencana

INTERNAL	<p><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Sudah adanya legalitas BPOM, MUI Lokasi industri strategis (tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha dan dekat dengan pusat kota) Mampu bersaing dengan produk manisan carica merek lain Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen Memiliki <i>reseller</i> yang sudah tersebar di seluruh wilayah Wonosobo 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Adopsi peralatan modern belum banyak dilakukan Belum adanya variasi produk Pemasaran manisan carica masih dominan di wilayah Wonosobo Belum melakukan riset untuk pengembangan pasar Harga bahan pembantu fluktuatif 	
EKSTERNAL	<p><i>Opportunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Pangsa pasar luas untuk penjualan manisan carica Produk manisan carica hanya ada di wonosobo Perkembangan teknologi dan informasi Manisan carica merupakan produk yang mengandung banyak vitamin Kabupaten Wonosobo merupakan daerah tujuan wisata alam 	<p><i>Strategi S-O</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi melalui IG: @caricagemilang, Web: https://caricagemilang.com, Market Place shopee: Carica Gemilang untuk pemasaran secara <i>online</i> (S1, S5, O1, O3, O5) Menjaga kualitas produk. (S3, S4, O2, O4) 	<p><i>Strategi W-O</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan promosi secara offline menggunakan banner atau pamflet yang disebarakan ditempat yang strategis di Wonosobo. (W3, O3) Menggunakan peralatan yang lebih modern untuk mempercepat proses produksi seperti mesin pencuci buah (<i>Air Bubble Vegetable Washer</i>) (W1, O3)
	<p><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Keterbatasan pemasok buah carica Persaingan antara industri sejenis Harga bahan baku fluktuatif Berubahnya selera konsumen karena olahan carica hanya berupa manisan Kondisi cuaca yang tidak menentu akan mempengaruhi bahan baku 	<p><i>Strategi S-T</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan informasi manfaat mengkonsumsi manisan carica melalui akun sosial media yang dimiliki CV Gemilang Kencana. (S3, S4, T2) 	<p><i>Strategi W-T</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan proses pengepressan cup manisan carica dengan menggunakan alat pres yang lebih canggih agar proses pengemasan dapat lebih maksimal. (W1, T2) Mengembangkan produk baru pada pasar konsumen yang sudah ada. (W2, T4)

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Penentuan alternatif strategi didasarkan pada hasil matriks IE (Internal-Eksternal) yang diperoleh dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan alternatif strategi pada industry kecil CVGemilang Kencana di kabupaten Purworejo.

D. Analisis QSPM

1. Alternatif I: Mengoptimalkan teknologi dan informasi melalui IG: @caricagemilang, Tiktok: @caricagemilang dan Web: <https://caricagemilang.com>, *Market Place* shopee: Carica Gemilang untuk pemasaran secara *online*.

Faktor yang menjadi alasan adanya strategi ini karena dengan mengoptimalkan teknologi dan informasi dapat memperluas pemasaran secara *online* sampai luar daerah Wonosobo, sehingga produk manisan carica CV Gemilang Kencana dapat lebih dikenal oleh calon konsumen yang lain. Mengoptimalkan teknologi dan informasi dapat dilakukan dengan menggunakan akun media sosial yang dimiliki CV Gemilang Kencana. Hal yang perlu dilakukan adalah sering update kegiatan yang berkaitan dengan manisan carica, lebih menata *feeds* pada akun instagram dan membuat video testimoni pelanggan.

2. Alternatif II: Menjaga kualitas produk.

Faktor yang menjadi alasan dikarenakan apabila rasa dari manisan carica CV Gemilang berubah atau tidak sama dengan manisan yang sebelumnya, tentunya pelanggan tidak akan membeli manisan carica CV Gemilang lagi. Hal tersebut dapat terjadi karena pelanggan merasa kecewa dengan kualitas manisan yang tidak sama. Menjaga kualitas produk dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas dari bahan baku utama maupun bahan baku pembantu yang dibutuhkan untuk produksi. Bahan baku utama harus disortir terlebih dahulu dengan ketentuan memilih buah dengan tingkat kesegaran buah yang sudah matang berwarna kuning dan tekstur dari daging buah jika dipegang tidak terlalu lembek. Bahan baku pembantu untuk manisan carica harus tetap menggunakan gula pasir 100% agar manis

yang didapatkan yaitu rasa manis asli tanpa meninggalkan rasa di tenggorokan.

3. Alternatif VII: Mengembangkan produk baru pada pasar konsumen yang sudah ada.

Faktor yang menjadi alasan dikarenakan agar konsumen dapat menikmati buah carica tidak hanya pada olahan manisan carica saja, tetapi dapat menikmati dari olahan yang lainnya. Pengembangan produk baru pada buah carica dapat dilakukan dengan menambah variasi produk seperti sirup buah carica, selai buah carica dan kripik dari buah carica. Adanya variasi produk baru dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap olahan dari buah carica, sehingga konsumen tidak bosan akan satu olahan dari buah carica.

Terdapat 3 alternatif strategi yang memiliki skor rendah berdasarkan tabel 25, sebagai berikut:

1. Alternatif V: Memberikan informasi manfaat mengkonsumsi manisan carica melalui akun media sosial yang dimiliki CV Gemilang Kencana.

Faktor yang menjadi alasan strategi ini tidak menjadi prioritas dikarenakan konsumen menganggap bahwa manisan carica jika dikonsumsi dalam waktu lama kurang baik untuk tubuh. Hal tersebut terjadi karena manisan carica mengandung banyak gula yang dapat mengakibatkan gula darah tinggi.

2. Alternatif IV: Menggunakan peralatan yang lebih modern untuk mempermudah proses produksi seperti mesin pencuci buah (*Air Bubble Vegetable Washer*).

Faktor yang menjadi alasan strategi ini tidak menjadi prioritas dikarenakan untuk membeli alat tersebut membutuhkan biaya yang cukup banyak, sehingga harus dipertimbangkan oleh perusahaan terlebih dahulu.

3. Alternatif VI: Melakukan proses pengepresan cup manisan carica dengan menggunakan alat pres yang lebih canggih agar proses pengemasan dapat lebih maksimal.

Faktor yang menjadi alasan strategi ini tidak menjadi prioritas dikarenakan untuk mempunyai alat *cup sealer* yang sesuai ukuran cup manisan carica CV Gemilang Kencana, perusahaan harus memesan ukuran yang sesuai ukuran cup manisan carica yang ada di CV Gemilang Kencana. Hal tersebut membutuhkan waktu dan yang lama untuk mempunyai alat pres tersebut.

IV. PENUTUP

Hasil perumusan prioritas strategi pada matrik QSPM terdapat 3 prioritas strategi yang dapat diterapkan pada usaha manisan carica di CV Gemilang Kencana kabupaten Wonosob untuk mengembangkan usahanya yaitu: 1) Mengoptimalkan kemajuan teknologi dan informasi melalui IG: @caricagemilang, Web: caricagemilang, *Market Place shopee*: Carica Gemilang untuk promosi. 2) Menjaga kualitas produk. 3) Mengembangkan produk baru pada pasar konsumen yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). Sanitasi Industri Pengolahan Carica. *Bayumedia Publishing Malang*, Volume 16, Nomor 4, Halaman: 293–303. Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id>.
- David, F. (2011). *Manajemen Strategi Konsep* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat. Diunduh dari www.belbuk.com/manajemen-strategis-konsep-buku.
- Fatimah, F. N. D. (2017). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. Diunduh dari <https://koinworks.com/blog/analisis-swot>.
- Hasanah, U. (2010). Proses Produksi Manisan Carica di UD. YUASA FOOD Berkah Makmur Desa Krasak Mojotengah Kabupaten Wonosobo. *Universitas Sebelas Maret*. Diunduh dari <https://www.bing.com/search1>.

Maskur, A., Sabri, dan Patria N. (2020). *Swot Analisis Dan Matrik Swot Analisis Dalam rangka Pemasaran Produk Perdagangan Bank*. Diunduh dari <https://www.bing.com/search?>.

Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: INDEKS. Diunduh dari <https://opac.perpusnas.go.id/>.

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. Diunduh dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?>.

Suryatama, E. (2014). *Lebih Mengenal Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya: Kata Pena, Diunduh dari <http://inlislite.undiksha.ac.id/opac/detail-opac?id=16762>.

Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: Andi. Diunduh dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1176974>.

Witono, Utami, D.P., dan Hasanah, U.(2019). Strategi Pengembangan Pemasaran Manisan Carica CV Yuasafood Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Surya Agritama, Volume 5, Nomor 10, Halaman: 48–56*. Diunduh dari <https://onesearch.id/Record/IOS2562.article-3093>