

**Strategi Pengembangan Usaha Suwar Suwir “Abi” Di Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember
(Studi kasus : Di Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember)**

Khoirun Nisa¹, Endang Wahyu Pudjiastutik²
Universitas Islam Jember
endangwp9@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is an agricultural country that has abundant natural resources in the form of agricultural products. The food crops sub-sector is one of the agricultural products that has an important role as a supplier of consumption needs. The aims of the research were (1) to know the 4p marketing mix/marketing mix of the “abi” suwar suwir business in Panti Village, Panti District, Jember Regency. (2) To find out the development strategy in the “abi” suwar suwir business in Panti Village, Panti District, Jember Regency. The research method is using Qualitative Descriptive Analysis, and data analysis by observation, interviews and questionnaires. The results of this study indicate that those using the marketing mix4p analysis of the “Abi” suwar suwir business have not fully implemented the marketing mix4p properly. Among other things, in terms of packaging, promotion, and the lack of human resources. The results of the SWOT analysis show that the position of the SWOT matrix diagram is in a positive aggressive strategy, positive in square 1 is obtained from reducing the number of strengths, weaknesses and opportunities and threats, this is a favorable situation. The marketing strategy has opportunities and strengths.

Keywords: Suwar Suwir, Marketing mix4p, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sumberdaya alam yang melimpah berupa produk pertanian. Sub sektor tanaman pangan merupakan salah satu dari produk pertanian yang memiliki peranan penting sebagai pemasok kebutuhan konsumsi. Selain itu, produk-produk hasil tanaman pangan memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan dan mempunyai peluang besar dalam upaya meningkatkan nilai tambah produk agribisnis. Prospek tersebut berkaitan dengan dukungan aspek teknologi pascapanen. Hal ini dikarenakan produk olahan mampu memberikan nilai tambah yang sangat besar dibandingkan dengan produk segar. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk Mengetahui marketing mix 4p/bauran pemasaran usaha suwar suwir “abi” di Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember ; 2) Untuk mengetahui strategi pengembangan dalam usaha suwar suwir “abi” di Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian di laksanakan di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan, dimulai pada bulan

Desember 2022 sampai bulan Januari 2023 dengan metode deksriptif kualitatif, Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara dan pengisian kuisioner untuk mengetahui berhubungan langsung dengan tujuan penelitian atau sumber lain yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Sedangkan data sekunder diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik usaha Suwar Suwir menggunakan daftar pertanyaan atau angket yang telah disiapkan. Analisis tujuan 1 meggunakan penjelasan secara deskriptif kualitatif menggunakan marketing mix4p, analisis tujuan 2 menggunakan metode EFAS dan IFAS, matrik SWOT , matrik grand strategy.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Marketing Mix 4P

Strategi pemasaran pada dasarnya memberikan arah dalam kaitan nya dengan variabel variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran. Dalam strategi pemasaran digunakan bauran pemasaran untuk membangun produk mencapai target pasar dalam penjualan dengan menggunakan 4P atau 7P yang diambil. Dalam penelitian ini menggunakan 4P yaitu, produk, harga, tempat, promosi. Dimana produksi suwar suwir “Abi” sampai saat ini masih jadi buruan atau sasaran para wisatawan untuk dijadikan oleh oleh khas jember, maka perlu melihat perkembangan dari salah satu produksi suwar suwir milik Pak Hendro yang ada di Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Produk

Produk utama yaitu suwar suwir “Abi” milik Pak Hendro yang berada di Desa Panti Kecamatan Panti, dimana didalam nya mengambil tiga variabel untuk mengetahui jenis dan bentuk secara spesifik dari suwar suwir “Abi” yang di produksi Pak Hendro, sebagai berikut :

a. Kemasan Produk

Kemasan pada produksi suwar suwir “Abi” menggunakan mika bening dengan ukuran 1kg yang berisi 90 biji, dan ukuran 1/2kg yeng berisi 45 biji.

b. Nama Produk

Nama produk dari pemilik usaha atau pemilik industri yaitu suwar suwir “Abi”

c. Desain Produk

Desain suwar suwir “Abi” memilik dua jenis ukuran yang berbeda yang pertama agak memanjang dengan ukuran 3cm dan yang kedua dengan ukuran setengah nya dari ukuran yang pertama yaitu 1 1/2cm.

2) Harga

Harga yang diberikan dari industri suwar suwir “Abi” memiliki harga yang berbeda sesuai ukuran dan kemasan dari produksi suwar suwir “Abi” tersebut. Dalam bauran pemasaran yang kedua yaitu harga dengan mengambil tiga variabel didalam terdapat cara pembayaran, deferensiasi, dan daftar harga. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Cara Pembayaran

Cara pembayaran yang di terapkan dalam pembayaran suwar suwir “Abi” ini yaitu menggunakan metode pembayaran transfer rekening dan cash atau uang tunai.

b. Deferensiasi

Pada industri suwar suwir “Abi” dimana harga penjualan suwar suwir “Abi” memiliki nilai harga yang berbeda dengan melihat ukuran besar dan kecilnya.

c. Daftar Harga

Daftar harga suwar suwir “Abi” antara tengkulak dan pengecer tidak sama, yang biasanya ke tengkulak per kg itu 35.000 ke pengecer itu bisa 38.000 per kg nya.

3) Tempat

Terdapat 3 variabel yaitu lokasi, ritel, dan channel. Dapat di jelaskan sebagi berikut:

a. Lokasi

Pada industri suwar suwir “Abi” berlokasi di Desa Panti Kecamatan Panti, tempat strategi penjualan suwar suwir “Abi” sangat strategis dari jalan menuju lokasi produksi masuk gang sekitaran 30m dan tempat produksinya tidak jauh dari pemukiman warga warga di sekitar nya.

b. Ritel

Konsumen yang membeli produk seara ecer ini bertujuan untuk mengkomsumsinya sendiri dan tidak menjualnya lagi dengan satuan harga Rp 500 rupiah/biji dan pelanggan atau tengkulak suwar suwir “Abi” yang membeli untuk di jual kembali dengan kemasan kiloan yang berisi 90 biji dengan harga Rp 30-35 000 rupiah.

c. Channel

Channel yang di gunakan dalam industri suwar suwir “Abi” sebagai sarana untuk memasarkan produk Ada dua jenis penyalur yang pertama diambil langsung oleh tengkulak. Sehinga tengkulak menjual nya lagi atau menjual ke konsumen, yang kedua yaitu konsumen langsung membelinya ketempat usaha suwar suwir “Abi” untuk dikonsumsi sendiri.

4) Promosi

Industri suwar suwir “Abi” milik Pak Hendro menggunakan promosi untuk meningkatkan penjualan dengan mengambil tiga variabel yang didalam nya terdapat promosi penjualan, jenis media, dan jenis iklan. Dijelaskan sebagai berikut:

a. Promosi Penjualan

Proses penjualan usaha suwar suwir “Abi” yang dilakukan dengan mempromosikan secara langsung atau lisan kepada konsumen yang sudah berlangganan maupun masi belum menjadi pelanggan, dan selain itu juga mempromosikan nya melalui Whatsap yang ada.

b. Jenis Media

jenis media sosial industri suwar suwir “Abi” menggunakan Whatsap yanga bertujuan untuk informasi penjualan suwar suwir “Abi” yang di produksinya.

c. Jenis Iklan

Pada penjualan suwar suwir “Abi” tidak ada proses iklan yang digunakan. Karena dalam produksi suwar suwir kalangan masyarakat banyak yang sudah mengetahui nya serta banyak nya tutorial cara pembuatan di sosial media seperti di youtube.

Analisis SWOT

Tabel 2. Analisis Strategi Pengembangan

Faktor Internal	Kekuatan	1. Harga Terjangkau
		2. Pilihan Rasa Bervariasi
		3. Cita Rasa Produk Yang Konsisten
		4. Pelayanan Penjualan Yang Baik
		5. Tenaga Kerja Yang Profesional
Faktor Internal	Kelemahan	1. Target Pasar Terbatas
		2. Kemasan Kurang Menarik
		3. Promosi Kurang
		4. Keterbatasan Teknologi Dalam Pemasaran
		5. Managemen Kerja Yang Tidak Optimal
Faktor Eksternal	Peluang	1. Luasnya Pangsa Pasar
		2. Produk Yang Slalu Berkembang
		3. Tidak Adanya Pesaing
		4. Banyaknya Permintaan
		5. Adanya Dukungan Bumdes
Faktor Eksternal	Ancaman	1. Harga Bahan Baku Naik
		2. Adanya Persaingan Olahan Tape
		3. Pesaing Olahan Produk Dalam Pangsa Pasar
		4. Tidak Adanya Mitra Kerja
		5. Kurangnya Sdm Dalam Pengiriman

1) Faktor Internal

Berdasarkan faktor internal dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha. Adapun faktor internal sebagai berikut:

A. Kekuatan (Strength)

1. Harga terjangkau

Harga suwar suwri “Abi” masih terjangkau meskipun harga bahan baku yang sering naik dan harga pasaran suwar suwir lain nya yang menjadi naik

2. Pilihan rasa bervariasi

Suwar suwar “Abi” ini tidak hanya rasa tape tetapi masih memiliki beberapa varian rasa lainnya seperti rasa coklat, rasa strawberry, rasa nanas, rasa sirsak dan beberapa rasa buah lainnya.

3. Cita rasa produk yang konsisten

Rasa suwar suwri “Abi” ini tetap konsisten tidak pernah mengurangi rasa sedikit pun meskipun harga bahan baku sedang naik, dengan takaran yang tetap.

4. Penjualan yang baik

Dalam penjualan suwar suwir “Abi” ini pelayanan dan penjualan sangat baik dan ramah kepada konsumen baik konsumen tengkulak maupun konsumen ecer.

5. Tenaga kerja yang profesional

Produksi suwar suwir “Abi” memiliki produk atau karyawan yang sudah berpengalaman dalam pembuatan suwar suwir. Jadi rasa suwar suwir “Abi” sudah tidak perlu diragukan lagi.

B. Kelemahan (Weaknesses)

1. Kemasan kurang menarik

Kemasan suwar suwir “Abi” hanya ada satu jenis, yaitu menggunakan mika yang dikasi nama industri dengan kemasan dan isi yang berbeda. Kemasan 1kg isi 90 biji dan kemasan 1/2kg isi 45 biji.

2. kurangnya promosi produk

Usaha suwar suwir “Abi” cara mempromosikannya masih kurang dalam sosial media, hanya menggunakan Whatsap saja, dan menawarkan secara langsung kepada para tengkulak dan konsumen yang membelinya ecer.

3. Keterbatasan teknologi dalam pemasaran

Pemasaran suwar suwri “Abi” dalam pemasarannya masih terbatas karena tidak adanya akun sosial media seperti instagram, facebook, tiktok, dan lain lain.

4. Manajemen kerja yang tidak optimal

Manajemen kerja dalam produksi usaha suwar suwir “Abi” sampai saat

ini masi kurang optimal dengan pekerja yang masi belum ada ketentuan jam kerjanya.

5. Keerbatasan bahan baku

Bahan baku dalam pengolahan suwar suwir “Abi” masi sering terbatas terutama singkongnya karna di desa sana mayoritas petaninya menanam padi, jagung, dll. Hanya beberapa yang menanam singkong.

2) Faktor Eksternal

Berdasarkan faktor eksternal dapat diidentifikasi peluang dan ancaman lembaga. Adapun faktor eksternal tersebut sebagai berikut :

A. Peluang (Opportunities)

1. Tidak adanya pesaing

Suwar suwar “Abi” yang berada di Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember, samapai saat ini hanya satu yang memproduksinya sehingga tidak ada pesaing.

2. Banyaknya Permintaan

Suwar suwir “Abi” peminat nya semakin bertambah sehingga produksi setiap hari, produksi suwar suwir “Abi” setiap harinya bisa sampai 50 kg

3. Adanya dukungan bumdes

Usaha suwar suwir “Abi” ini tidak hanya dukungan sendiri namun juga adanya dukungan dari bumdes, sehingga lebih mengenalkan produksi ke masyarakat daerah sana terutama di Kecamatan Panti,

4. Luasnya pangsa pasar

Pangsa pasar suwar suwri “Abi” tidak hanya ada di warung warung kecil dan ke pengecer tetapi suwar suwir “Abi” sudah masuk ke toko oleh oleh khas jember yang termasuk besar dan terkenal, seperti ditoko khas oleh oleh jember primadona

5. Produk yang selalu berkembang

Produk suwar suwir “Abi” ini selalu berkembang dari pertama mendirikan atau memproduksi samapai saat ini terus berkembang dengan adanya permintaan setiap hari dari konsumen sehingga memproduksinya setiap hari.

B. Ancaman (Treats)

1. Harga bahan baku naik

Bahan baku pembuatan suwar suwir yang sering naik membuat kebingungan produksi untuk menentukan harga nya namun harga dan takaran bahan baku pembuatan tetap tidak dikurangi

2. Adanya Persaingan olahan tape

Adanya persaingan olahan maksudnya dalam pasar itu ada olahan tape juga namun bukan suwar suwir tetapi seperti prol tape, brownis tape dll.

3. Pesaing olahan produk dalam pangsa pasar
Pesaing olahan produk dalam pangsa pasar maksudnya dalam satu toko atau pasar ada produk suwar suwir juga dari perusahaan lain.
4. Tidak adanya mitra kerja
Produksi suwar suwir “Abi” ini meskipun sudah cukup terkenal namun masi belum mempunyai cabang tempat produksi atau mitra kerja.
5. Kurangnya SDM dalam pengiriman
Kurang nya SDM dalam pengiriman masih kurang canggih seperti menggunakan gojek, dan yang lain nya namun pengiriman nya hanya manual saja atau dikirim sendiri oleh pemilik nya.

Analisis Matrik IFAS

Dalam analisis internal matrik IFAS dilakukan pengidentifikasian faktor-faktor strategis internal yang memiliki pengaruh terhadap strategi pengembangan usaha suwar-suwir “Abi” yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Dalam analisis tersebut dilakukan pembobotan dan pemberian rating terhadap faktor-faktor strategi internal. Perhitungan rata-rata pembobotan faktor-faktor strategi internal dapat dilihat pada tabel

Tabel 3. Analisis Matrik IFAS

Faktor internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Harga terjangkau	0,12	3	0,36
2. Pilihan rasa bervariasi	0,16	4	0,64
3. Citarasa produk yang konsisten	0,12	3	0,36
4. Pelayanan penjualan yang baik	0,16	4	0,64
5. Memiliki citarasa yang khas	0,12	3	0,36
	0,68	17	2,36
Kelemahan			
1. Kemasan kurang menarik	0,08	2	0,16
2. Promosi kurang	0,04	1	0,04
3. Keterbatasan teknologi dalam pemasaran	0,08	2	0,16
4. Manajemen kerja yang tidak optimal	0,04	1	0,04
5. Keterbatasan bahan baku	0,08	2	0,16
	0,32	8	0,56
TOTAL	1	25	1,8

Hasil pada kolom bobot diperoleh dari nilai ranting pada setiap indikator kekuatan dan kelemahan dibagi dengan total ranting faktor internal. Penjumlahan dari ranting faktor internal adalah 25. Secara singkat bobot = (rating : 2). Hasil skor dari faktor internal ialah 1,8.

Analisis Matrik EFAS

Dalam analisis internal matrik IFAS dilakukan pengidentifikasian faktor-faktor strategis internal yang memiliki pengaruh terhadap strategi pengembangan

usaha suwar suwir “Abi” yang terdiri dari Peluang dan ancaman. Dalam analisis tersebut dilakukan pembobotan dan pemberian rating terhadap faktor-faktor strategi Eksternal. Perhitungan rata-rata pembobotan faktor-faktor strategi eksternal dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4. Analisis Matrik EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Tidak adanya pesaing	0,12	3	0,36
2. Banyaknya permintaan	0,16	4	0,64
3. Adanya dukungan dari BUMDES	0,12	3	0,36
4. Luasnya pangsa pasar	0,16	4	0,64
5. Produk yang selalu berkembang	0,12	3	0,36
Jumlah	0,68	17	2,36
Ancaman			
1. Bahan baku naek	0,08	2	0,16
2. Adanya persaingan olahan tape	0,08	2	0,16
3. Pesaing olahan produk dalam pangsa pasar	0,04	1	0,04
4. Tidak adanya mitra kerja	0,04	1	0,04
5. Kurangnya SDM dalam pengiriman	0,08	2	0,16
Jumla	0,32	8	0,56
TOTAL	1	25	1,8

Hasil pada kolom bobot diperoleh dari nilai rating pada setiap indikator peluang dan ancaman dibagi dengan total rating faktor eksternal. Penjumlahan dari rating faktor eksternal adalah 25 Secara singkat bobot = (rating : 25). Hasil skor dari faktor eksternal (peluang serta ancaman) ialah 1,8.

Dari hasil matrik SWOT didapatkan beberapa strategi diantaranya :

1). Strategi SO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya diantaranya :

- a) Strategi pelayanan yang lebih menarik dengan memberikan testimoni kepada konsumen
- b) Dapat memperluas target pasar dengan melakukan pendekatan dengan distributor atau pemasok
- c) Meningkatkan daya tarik pada konsumen dengan melakukan pelatihan pembuatan suwar-suwir terhadap komunitas ibu-ibu
- d) Meningkatkan inovasi pembuatan suwar suwir dengan adanya konsistensi terhadap pembuatan produk suwar-suwir

2). Strategi WO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan diantaranya :

- a) Melakukan penjualan promosi yang lebih menarik dengan melakukan promo semakin banyak beli prodak harga semakin murah

- b) Menggunakan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan pemasaran seperti marketplace, facebook, tik-tok shop
- c) Menambah pasokan bahan baku dengan melakukan kerja sama dengan petani
- d) Meningkatkan kualitas kemasan dengan mendesain ulang yang lebih modern

Tabel 5. Analisis matrik SWOT

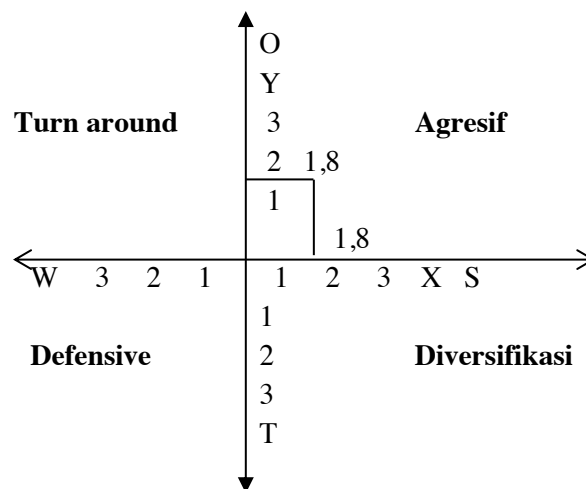
IFAS	Kekuatan (S) 1. Harga terjangkau 2. Pilihan rasa bervariasi 3. Cita rasa produk yang konsisten 4. Penjualan yang baik 5. Memiliki citarasa yang khas	Kelemahan (W) 1. Kemasan kurang menarik 2. promosi kurang 3. Keterbatasan teknologi dalam pemasaran 4. Manajemen kerja yang tidak optimal 5. Keterbatasan bahan baku
EFAS		
Peluang (O) 1. Tidak adanya pesaing 2. Banyaknya Permintaan 3. Adanya dukungan bumdes 4. Luasnya pangsa pasar 5. Produk yang selalu berkembang	STRATEGI SO 1. Strategi pelayanan yang lebih menarik (S4 + O3) 2. Dapat memperluas target pasar (S1 + O1) 3. Meningkatkan daya tarik pada konsumen (S3 + O3) 4. Meningkatkan inovasi pembuatan suwar suwir (S2 + O5)	STRATEGI WO 1. Melakukan penjualan promosi yang lebih menarik (W2 + O4) 2. Menggunakan media sosial sebagai media promosi untuk meningkatkan pemasaran (W3 + O2) 3. Menambah pasokan bahan baku (W5 + O2) 4. Meningkatkan kualitas kemasan (W1 + O1)
Ancaman (T) 1. Harga bahan baku naik 2. Adanya Persaingan olahan tape 3. Pesaing olahan produk dalam pangsa pasar 4. Tidak adanya mitra kerja 5. Kurangnya SDM dalam pengiriman	STRATEGI ST 1. Mencari bahan baku yang murah dengan kualitas yang baik (S3 + T1) 2. Memperluas hubungan dengan mitra kerja (S2 + T4) 3. Meningkatkan inovasi dalam pengiriman (S1 + T5)	STRATEGI WT 1. Meningkatkan hubungan bisnis (W2 + T2) 2. Melakukan strategi penjualan (W3 + T3) 3. Lebih memperbagus kemasan produk (W1 + T3) 4. Memfasilitasi lagi dalam pemasaran (W3 + T1)

3). Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi diantaranya :

- a) Mencari bahan baku yang murah dengan kualitas yang baik
- b) Memperluas hubungan dengan mitra kerja dengan memberikan buy 1 get 1 saat opening atau promosi pertama

- c) Meningkatkan inovasi dalam pengiriman melalui jasa online seperti JNT, JNE
- 4). Strategi WT adalah strategi yang diterapkan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman diantaranya :
 - a) Meningkatkan hubungan bisnis dengan mempromosikan keunggulan dari bahan baku
 - b) Melakukan strategi penjualan dengan memberikan ongkir murah untuk pengiriman yang jarak lumayan jauh
 - c) Lebih memperbagus kemasan produk dengan melakukan perijinan jual agar terdaftar sebagai produk halal yang tidak ilegal
 - d) Melakukan kontrak kerja kepada petani agar meminimalisir harga bahan baku ketika naik dan keterbatasan bahan baku

Diagram matrik SWOT



Gambar 3. Diagram Matrik SWOT

Dari hasil pemetaan diagram metrik swot dihasilkan sumbu vertikal (y) dengan nilai 1,82 dari hasil total skor peluang dikurangi hasil dari skor ancaman yaitu $(2,36 - 0,56 = 1,8)$. Sedangkan hasil dari sumbu (x) adalah 1,86 dari hasil total skor kekuatan dikurangi hasil skor kelemahan $(2,36 - 0,56 = 1,8)$. maka usaha suwar suwir “Abi” menghasilkan strategi yang positif dan agresif atau situasi yang sangat menguntungkan dengan cara melaksanakan tindakan yang cukup agresif untuk memperbesar pasar.

Strategi agresif ialah strategi yang menunjukkan nilai positif dan positif, maka total skor dari perhitungan pada diagram dalam ini penelitian ialah 1,8 dan 1,8 Dapat dilihat pada analisis matrik SWOT tabel strategi SO pernyataan-pernyataan tersebut yang masuk dalam golongan positif pada pengembangan dan prospek dari suwar-suwir “Abi” yaitu : Strategi pelayanan yang lebih menarik dengan memberikan testimoni kepada konsumen, Dapat memperluas target pasar dengan

melakukan pendekatan dengan distributor atau pemasok, Meningkatkan daya tarik pada konsumen dengan melakukan pelatihan pembuatan suwar-suwir terhadap komunitas ibu-ibu, Meningkatkan inovasi pembuatan suwar suwir dengan adanya konsistensi terhadap pembuatan produk suwar-suwir Abi.

KESIMPULAN

1. Hasil bauran pemasaran yang diterapkan usaha suwar suwir “Abi” ini masih belum sepenuhnya menjalankan marketing mix4p dengan baik. Antara lain dalam pengemasan produk masi kurang menarik, mempromosikan produk belum sepenuhnya menggunakan sosial media, dan kurangnya SDM dalam pengiriman sehingga tidak bisa memperbanyak target keluaranya produksi,. Hal ini menunjukkan bahwa usaha milik Pak Hendro masih tergolong tidak sepenuhnya menerapkan pemasaran atau strategi marketing 4p.
2. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi diagram matrik SWOT berada di kuadran I yaitu strategi Agresif yang hasilnya positif, positif artinya usaha suwar-suwir Abi menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang besar dalam strategi pemasarannya. Strategi yang digunakan diantaranya Strategi pelayanan yang lebih menarik Dapat memperluas target pasar, Meningkatkan daya tarik pada konsumen, Meningkatkan inovasi pembuatan suwar suwir Abi.

SARAN

1. Bagi pemilik usaha sebaiknya lebih menerapkan strategi marketing yang baik dan berkualitas seperti melakukan kemasan produk lebih menarik dan memanfaatkan media promsi teknologi di era digital ini supaya mendapatkan konsumen yang lebih luas lagi.
2. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya melakukan penelitian yang lebih intensif terhadap usaha guna mengetahui strategi apa yang sesuai dengan media pengembangannya yang lebih banyak dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Ratih. 2019. *Pengembangan Jamur Tiram Gratis Melalui SWOT Dilihat dari Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Jamur Tiram di Desa Lubuk Sabung, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Seluma) 14 (2), Hal. 161-172*
- Danang. 2012. *Data Kualitatif Adalah Data Yang Berupa Kata Kata, Kalimat, Skema dan Gambar*
- Hayes. 1978. *Strategi Berarti Semua Kegiatan Dalam Lingkup Perusahaan,*

Termasuk sumber daya yang dimiliki perusahaan

Jach. 1998. *Strategi Berarti Semua Kegiatan Dalam Lingkup Perusahaan, Termasuk sumber daya yang dimiliki perusahaan*

Puji Handoyo, R. (2022). *Strategi Pengembangan Produk Usaha Tape 77 Di Bondowoso (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember)*

Purba, Deddy Wahyudin, Mochamad Thohiron, dkk. (2020). *Pengantar Ilmu Pertanian. Medan : Yayasan Kita Menulis*

Widodo, Arif Siaha. (2021). *Rencana Pengembangan Komuditi Singkong*