



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

Skripsi Fais Belum Parafrase_113827

Author(s) Coordinator

perpustakaan umsidaprist

Organizational unit

Perpustakaan

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



25
The phrase length for the SC 2

6118
Length in words

45413
Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		0
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		87

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	IMPLEMENTASI Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT DAN QSPM UNTUK MENENTUKAN ALTERNATIF STRATEGI GUNA MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF BAGI USAHA PRODUKSI KELOMPOK BURUH PEMBATIK DI KESER NOTOG PATIKRAJA BANYUMAS Sulasih Sulasih;	45 0.74 %
2	https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/19096/1/Halaman%20Identitas%20Skripsi_Anis%20Nur%20Prihandini_2006411022.pdf	29 0.47 %

3	https://repository.uinsaizu.ac.id/25576/1/PUTRI%20ELI%20SAFITRI_Analisis%20SWOT%20Strategi%20Pemasaran%20Produk%20Tabungan%20Emas%20Dalam%20Upaya%20Meningkatkan%20Jumlah%20Nasabah%20Dengan%20Pendekatan%20Matriks%20IFAS%20EFAS%20%28Studi%20Kasus%20Pegadaian%20Syariah%20Cabang%20Pasar%20Wage%20Purwokerto%29.pdf	28	0.46 %
4	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3373/24144/27199	25	0.41 %
5	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3373/24144/27199	23	0.38 %
6	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3373/24144/27199	22	0.36 %
7	Aplikasi Statistical Quality Control pada Pengendalian Kualitas Kerupuk Puli di UKM Kerupuk Puli Fitri Iffan Maflahah, Mojono Mojono,Istifarain Rodiah Anisa;	21	0.34 %
8	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3305/23720/26703	21	0.34 %
9	https://repository.uinsaizu.ac.id/10527/1/Skripsi_Fera%20Agus%20D_1717201021.pdf	19	0.31 %
10	https://repository.unika.ac.id/13325/2/07.30.0108%20Rendy%20Yan%20Ferdinand%20BAB%20I.pdf	19	0.31 %

from RefBooks database (6.52 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERAS IKATAN CINTA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM Amellia Ayu Safira,Ahya Rahmatul, Suprapto Suprapto;	78 (6) 1.27 %
2	Aplikasi Statistical Quality Control pada Pengendalian Kualitas Kerupuk Puli di UKM Kerupuk Puli Fitri Iffan Maflahah, Mojono Mojono,Istifarain Rodiah Anisa;	54 (3) 0.88 %
3	IMPLEMENTASI Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT DAN QSPM UNTUK MENENTUKAN ALTERNATIF STRATEGI GUNA MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF BAGI USAHA PRODUKSI KELOMPOK BURUH PEMBATIK DI KESER NOTOG PATIKRAJA BANYUMAS Sulasih Sulasih;	45 (1) 0.74 %
4	Strategi Keunggulan Kompetitif dalam Penerapan Financial Teknologi: Analisis SWOT dan QSPM Pada Yayasan Darut Taqwa Purwosari Kabupaten Pasuruan Sholihun;	42 (3) 0.69 %
5	Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Ukm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19 Nurul Hilmiyah, Murti Widyaningsih, Iha Haryani Hatta, Erwin Permana;	39 (3) 0.64 %
6	ANALISIS SWOT TERHADAP PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN HASIL KEGIATAN KERJA DI LEMBAGA PEMASYARAKATAN PEREMPUAN KELAS IIB BENGKULU (Swot Analysis Of The Marketing Strategy Planning The Results Work Activities In The Bengkulu Class IIB Women Prison) Umar Anwar,Sibuea Grace Tresya;	24 (2) 0.39 %
7	PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE QSPM PADA BISNIS SAMBAL NOESANTARA Sugianto Clara Amelinda, Charly Hongdiyanto;	23 (2) 0.38 %
8	PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DAN USULAN PERANCANGAN ULANG KEMASAN PRODUK PADA UMKM KOTA GEDE Fitria Shinta Devi, Andung Jati Nugroho, Rochim Alfin Arif, Risdya Santoso;	17 (1) 0.28 %
9	STRATEGI PERENCANAAN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN DALAM PENINGKATKAN MUTU DI SD MUTIARA 17 AGUSTUS 2 Rahayu Assya Meidia Sari, Ratnaningsih Sita Ratnaningsih;	15 (2) 0.25 %
10	ANALISIS SWOT, IFE, EFE DAN MATRIKS QSPM DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RS XYZ Novita Stevani;	13 (1) 0.21 %

11	Strategi Kelayakan Penyaluran Kredit Pada Usaha Mikro dan Kecil Di Cirebon (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Cipto Cirebon Tahun 2018-2020) Suryahadi Suryahadi, Musa Hubeis,Ricky Rinaldi;	10 (1) 0.16 %
12	Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Mengkonsumsi Asam Folat Selama Kehamilan Rahayu Septiana;	9 (1) 0.15 %
13	ANALISIS BISNIS STRATEGI NASI PADANG 99 Tiarapuspa, Kevin Al Kautsar, Hidayat Rachmat, Veren Melistiana,Hadi Pratama Muhamad Davala;	7 (1) 0.11 %
14	Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Melalui Analisis SWOT Pada Usaha Dagang Di Desa Sari Mekar (Studi Kasus UD Toya Mertaada) I Ketut Suardika, Gede Ardana Yasa;	7 (1) 0.11 %
15	Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Lokal di Kampung Tanjung Siambang Kelurahan Dompak Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang edward mandala, RINAH SRI AMBAR, SANJAYA IRVAN DHARMA, EFFENDI DESRIAN;	6 (1) 0.10 %
16	Evaluasi Optimal Pemilihan Pemasok Limbah Botol PET untuk Mitra Bank Sampah Menggunakan Metode AHP dan Taguchi Loss Function: (Studi Kasus : PT Anugrah Alam Manunggal) Afrizal Alfakhri, Suseno Suseno;	5 (1) 0.08 %
17	DESIGN AND SELECTION OF COMPETITIVE STRATEGY IN PT. ELNOV DWIATA MANDIRI WITH SWOT METHOD AND COMPLEX PROPORTIONAL ASSESSMENT Qori Nugraha,Akbar Mohammad;	5 (1) 0.08 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)

from the Database Exchange Program (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)

from the Internet (9.87 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3373/24144/27199	87 (5) 1.42 %
2	https://core.ac.uk/download/pdf/84789371.pdf	59 (6) 0.96 %
3	https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/19096/1/Halaman%20Identitas%20Skripsi_Anisa%20Nur%20Prighthandini_2006411022.pdf	48 (4) 0.78 %
4	https://repository.uinsaizu.ac.id/25576/1/PUTRI%20ELI%20SAFITRI_Analisis%20SWOT%20Strategi%20Pemasaran%20Produk%20Tabungan%20Emas%20Dalam%20Upaya%20Meningkatkan%20Jumlah%20Nasabah%20Dengan%20Pendekatan%20Matriks%20IFAS%20EFAS%20%28Studi%20Kasus%20Pegadaian%20Syariah%20Cabang%20Pasar%20Wage%20Purwokerto%29.pdf	43 (2) 0.70 %
5	https://repository.uinsaizu.ac.id/10527/1/Skripsi_Fera%20Agus%20D_1717201021.pdf	41 (4) 0.67 %
6	https://ejournal.unrat.ac.id/index.php/poras/article/download/28993/28267	33 (3) 0.54 %
7	https://repository.unika.ac.id/13325/2/07.30.0108%20Rendy%20Yan%20Ferdinand%20BAB%20I.pdf	29 (2) 0.47 %
8	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3305/23720/26703	26 (2) 0.42 %
9	https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/2685	23 (2) 0.38 %
10	http://etd.uinsyahada.ac.id/8583/1/1840200159.pdf	22 (2) 0.36 %
11	https://www.kajianpustaka.com/2023/06/fault-tree-analysis-fta.html	22 (2) 0.36 %

12	https://123dok.com/article/fta-fault-tree-analysis-landasan-teori.q5mg1v6r	20 (2) 0.33 %
13	https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jtmu/article/download/49195/43696	20 (2) 0.33 %
14	http://repository.ub.ac.id/7886/7/DICKY%20ARIEF%20PRATAMA.pdf	18 (1) 0.29 %
15	http://repository.unmuhammadiyah.ac.id/3879/1/A.%20PENDAHULUAN.pdf	16 (1) 0.26 %
16	https://repository.uinsaizu.ac.id/26154/1/JIHAN%20SABRINA%20ZATALINI_STUDI%20KELAYAKAN%20OBISNIS%20UMKM%20PADA%20ASPEK%20PEMASARAN%20DAN%20ASPEK%20PRODUKSI%20ABRIK%20PENGGORENGAN%20KERUPUK%20E%2880%9CNINEUNG%2880%9D%20DI%20DESA%20PAGONGAN%20KABUPATEN%20TEGAL%20DITINJAU%20DARI%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM.pdf	15 (1) 0.25 %
17	https://repository.unika.ac.id/21420/1/15.E1.0040%20Annisa%20Nugrahaningsih%20-%20COVER.pdf	14 (1) 0.23 %
18	https://jurnal-tmit.com/index.php/home/article/download/451/115	13 (1) 0.21 %
19	https://media.neliti.com/media/publications/85611-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan.pdf	13 (1) 0.21 %
20	http://eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/251/36/COVER.pdf	10 (1) 0.16 %
21	https://jim.unindra.ac.id/index.php/sijie/article/download/588/364	8 (1) 0.13 %
22	https://media.neliti.com/media/publications/202734-identifikasi-penyebab-kerusakan-valve-pa.pdf	7 (1) 0.11 %
23	http://repository.podomorouniversity.ac.id/902/4/11190033_TA_4_KataPengantar.pdf	7 (1) 0.11 %
24	https://mahasiswa-indonesia.id/analisis-strategi-pengembangan-ukm-es-teh-indonesia-dengan-pendekatan-analisis-swot-dan-model-strategi-generik-porter/	5 (1) 0.08 %
25	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/5499	5 (1) 0.08 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)

Page | 1

http://doi.org/10.21070/ijccd.v4i1.843
STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK KRUPUK
PULI UNGGULAN DESA MOJOANYAR DENGAN METODE
SWOT DAN FAULT TREE ANALYSIS

Moch Fais Fachrudin), Prof. Dr. **Hana Catur Wahyuni, ST, MT***, **1) Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia 2) Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia** *Email Penulis Korespondensi:
Faisfanur18@gmail.com, Hanacatur@umsida.ac.id

Abstract. Puli Gendar Mawar is a home business that produces puli crackers. Choosing the right marketing strategy will greatly help the company in competing and excelling. The purpose of this study is to obtain a SWOT strategy, to determine the measurement strategy, and to determine product failure consisting of FTA. In Puli Gendar Mawar UMKM to determine the type of SWOT strategy and to determine the intensive. The methods used are SWOT and FTA. The use of the SWOT Matrix is justified by its fast, effective, and efficient ability to identify opportunities that are relevant to the development, decision making, and expansion of the organization's vision and mission. FTA is an instrument used to determine failures against various alternative choices. The results of this study are that the strategy used is intensive which is in quadrant III. The strategy in quadrant III is the Strength-Threat (ST) strategy.
Keywords - Matrik IFE; Matrik EFE; EFAS; SWOT; Fault Tree Analysis

Abstrak. Puli Gendar Mawar merupakan usaha rumahan yang memproduksi kerupuk puli. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat akan sangat membantu perusahaan dalam bersaing dan unggul. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan strategi SWOT, untuk mengetahui strategi pengukuran, dan untuk mengetahui kegagalan produk terdiri dari FTA. Pada UMKM Puli Gendar Mawar untuk mengetahui jenis strategi SWOT dan Mengetahui intensif. Metode yang digunakan adalah SWOT dan FTA. Penggunaan **Matriks SWOT dijustifikasi oleh kemampuannya yang cepat, efektif, dan efisien** .

dalam mengidentifikasi peluang-peluang yang relevan dengan pengembangan, pengambilan keputusan, serta perluasan visi dan misi organisasi. FTA merupakan instrumen yang digunakan untuk mengetahui

kegagalan terhadap berbagai pilihan alternatif. Hasil Penelitian ini adalah strategi yang digunakan adalaah intensif yang berada di kuadran III. Strategi yang berada pada kuadran III yaitu strategi kekuatan-ancaman (ST).

Kata Kunci – Matrik IFE; Matrik EFE; EFAS; SWOT; Analisa Pohon Kesalahan

I. PENDAHULUAN

Kerupuk adalah salah satu jenis camilan yang dibuat dari tepung tapioka dan berbagai bumbu tambahan. Di Indonesia, terdapat beragam variasi kerupuk, seperti kerupuk bawang, kerupuk udang, kerupuk kulit, kerupuk puli, emping melindo, kerupuk ikan, kerupuk beras, kerupuk mie, opak, dan lainnya. Kerupuk puli sendiri dibuat dari campuran tepung terigu, tepung tapioka, serta bumbu-bumbu tertentu. Umumnya, proses pembuatan kerupuk puli melibatkan gelatinisasi pati dalam adonan melalui tahap pengukusan, pencetakan, dan pengeringan. Kualitas kerupuk sangat bergantung pada tahapan pembuatan adonan, proses pencetakan, dan pengeringan. Biasanya, pencetakan dilakukan secara manual dengan pisau, yang dapat menyebabkan ukuran dan ketebalan kerupuk tidak seragam. Selain itu, dalam tahap penjemuran, adonan kerupuk berisiko menempel pada tempat pengeringan, yang dapat mengakibatkan bentuk kerupuk menjadi tidak rapi [1].

UMKM Puli Gendar Mawar terletak di Mojokerto Jawa Timur sejak tahun 2019 merupakan kempined kerupuk, suasana kerupuk sendiri di rumah. Krupuk puli memiliki rasa yang berada di tengah. Sebagian membelinya melalui pedagang dengan wilayah di dalam dan luar Mojokerto, sedangkan yang lain memilih pedagang tertentu. Ketika memilih dan membeli bahan baku, harga serta kualitas, pelayanan, dan aspek lainnya dipertimbangkan sebelum membeli bahan baku agar produk jadi dalam bentuk krupuk sempurna. Namun, dalam proses pembelian tersebut, [2]. Saat membuat krupuk puli, pati dalam adonan menjadi gelatin selama proses pengukusan dan pembentukan pati adonan pada tahapan pengeringan, dan penjemuran. Kualitas krupuk terutama ditentukan oleh proses pembuatan adonan pembentukan, dan pengeringan. umumnya pisau manual digunakan dalam proses pencetakan. [1]. Pembuatan kerupuk puli dilakukan dengan cara digoreng dengan minyak, sehingga pembuatannya dengan tangan sangat memakan waktu [3].

Penting bagi perusahaan untuk melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal guna mengantisipasi kemungkinan dampak negatif. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi peluang yang mungkin muncul dari faktor-faktor eksternal. Dengan adanya perdagangan bebas, perusahaan memiliki kesempatan lebih besar untuk memperluas pasar ke negara lain. Meskipun lingkungan eksternal sulit dikendalikan karena melibatkan berbagai pihak yang tidak memiliki hubungan langsung dengan perusahaan, analisis faktor eksternal (EFE) tetap menjadi bagian penting, terutama dalam perumusan strategi perusahaan. Demikian pula, analisis faktor internal (IFE) juga

2 | P a g e

dibutuhkan oleh perusahaan untuk mendukung proses strategis analisis eksternal. Lingkungan internal untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan faktor dari lingkungan eksternal dan internal perlu ditentukan alternatif –alternatif strategi dengan menggunakan analisis SWOT .yang nantinya akan dipilih salah satu strategi yang paling tepat dengan menggunakan analisis FTA yang akan digunakan untuk mengidentifikasi

kegagalan proses produksi serta memperbaiki permasalahan yang terdapat pada proses produksi [4].

UMKM Puli Gander Mawar telah berjalan cukup lama, namun belum mampu menjangkau pasar yang luas dan belum bisa bersaing secara optimal dengan produk kerupuk lainnya. Padahal, usaha ini masih memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mendalam terhadap faktor eksternal (EFE) dan internal (IFE), serta mengevaluasi berbagai alternatif strategi melalui analisis SWOT guna menentukan strategi paling tepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing. Harapannya, usaha kerupuk ini dapat terus bertahan dan berkembang, bukan justru terancam hilang karena ketidakmampuan bersaing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian lanjutan, sehingga penulis memilih judul penelitian mengenai implementasi Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks SWOT, dan FTA untuk merumuskan strategi alternatif dalam rangka meningkatkan keunggulan kompetitif pada usaha produksi ini. Krupuk Puli pada UMKM Puli Gander Mawar [5]. Untuk mencapai dan bisa meningkatkan kualitas proses produk dengan menggunakan data dari supplier yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis agar bisa mendapatkan informasi untuk meningkatkan kualitas produk, sehingga bisa memenuhi keinginan supplier [6].

Penelitian ini merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh Devani & Amalia tentang peningkatan kualitas pada UMKM menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi peluang kompotif dan strategi. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode SWOT Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dan menginformasikan strategi pemasaran, dan untuk menentukan posisi umkm anda dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya [7]. Penelitian ini dilakukan Erwin Fault Tree Analysis digunakan untuk manajemen risiko Pertimbangkan kecelakaan yang tidak diinginkan sebagai peristiwa puncak dan identifikasi berbagai kegagalan yang menyebabkan peristiwa puncak melalui analisis logika top-down [8]. Penelitian selanjutnya dilakukan Pamungkas digunakan untuk mendapatkan himpunan potongan minimum dari kombinasi kejadian yang menyebabkan cacat pada produk puli kerupuk selama proses produksi [9].

Analisis SWOT adalah identifikasi Berbagai faktor dianalisis secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berlandaskan pada logika yang bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalkan kelebihan serta potensi ancaman. Proses pengambilan keputusan strategis senantiasa berkaitan dengan penyusunan misi, tujuan, strategi, serta kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, seorang perencana strategis perlu mengevaluasi faktor-faktor strategis, seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, berdasarkan kondisi aktual yang dihadapi perusahaan [10].

Matriks SWOT adalah suatu kerangka analisis yang menggabungkan aspek internal perusahaan dengan faktor-

faktor lingkungan eksternal. Pendekatan SWOT digunakan sebagai dasar dalam konstruksi matriks ini penggunaan Matriks SWOT dijustifikasi oleh kemampuannya yang cepat, efektif, dan efisien dalam mengidentifikasi peluang-peluang yang relevan dengan pengembangan, pengambilan keputusan, serta perluasan visi dan misi organisasi. Matriks SWOT dibentuk berdasarkan faktor-faktor yang berhubungan dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihasilkan melalui proses analisis dan perbincangan bersama para ahli dengan penerapan analisis SWOT, berbagai opsi strategi dapat dihasilkan. Meskipun opsi-opsi tersebut saling terhubung, perlu memberikan bobot pada setiap opsi karena tingkat signifikansinya bervariasi [11].

Masalah yang ditemukan pada UMKM kerupuk puli Gender Mawar terdapat beberapa jenis yaitu, strategi pemasaran kurang memadai, kurangnya pengalaman karyawan, bahan baku yang tidak sesuai. hal ini menjadi sebuah kerugian bagi umkm yang seharusnya optimal untuk memproduksi produk krupuk puli [12].

Tujuan penelitian menyusun strategi pemasaran produk untuk meningkatkan serta mengoptimalkan penjualan yang diidentifikasi melalui metode SWOT dan Fault Tree Analysis. Dengan metode SWOT dapat untuk mengidentifikasi secara sistematis faktor-faktor dalam usaha faktor eksternal berupa **kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman** guna mengembangkan strategi pemasaran yang optimal [13]. Sedangkan Failure tree analysis (FTA) merupakan teknik analisis yang menggunakan metode grafis untuk mewakili analisis proses virtual dan mengidentifikasi peristiwa kegagalan berdasarkan perkiraan probabilitas kegagalan. FTA juga mengacu pada identifikasi penyebab kegagalan dalam proses produksi yang dapat menyebabkan kesalahan serius jika dilakukan secara tidak tepat, dan menentukan apakah produk tersebut relatif mungkin rusak [14].

II. METODE

Penelitian ini akan dilakukan pada waktu yang telah dilakukan selama 6 bulan pada bulan april hingga September 2024. Penelitian skripsi akan dilaksanakan di JL. sadar tengah, Desa Mojogeneng Rt 08 Rw 01, Kec. Mojoanyar, Kab. Mojokerto, Jawa Timur 67156. Batasan masalah penelitian ini hanya membahas mengenai faktor-

P a g e | 3

faktor internal dan eksternal perusahaan yang didapatkan melalui wawancara dengan pihak manajemen perusahaan UMKM. Puli Gander Mawar.

Batasan masalah penelitian Pembahasan ini terbatas pada aspek-aspek internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak manajemen UMKM Puli Gander Mawar:

1. Faktor internal dalam perusahaan melibatkan aspek manajemen, sistem informasi, pemasaran, sistem informasi dll.
2. Faktor eksternal yang memengaruhi perusahaan terdiri dari mikro (pemasok, pelanggan, pesaing), industri (ancaman substitusi, kompetisi, pendatang baru), serta makro (demografi, ekonomi, sosial, politik, teknologi).
3. Penelitian ini tidak mencakup permasalahan terkait keuangan perusahaan UMKM Puli Gander Mawar.

Dalam penelitian ini mengacu pada penggunaan metode SWOT yang akan diintegrasikan dengan metode Fault Tree Analysis

Langkah-langkah penelitian yang ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Survei Pendahuluan

Penelitian awal dilakukan guna memahami situasi perusahaan, oleh karena itu, penulis dapat memahami secara lebih jelas mengenai UMKM Puli Gander Mawar.

2. Identifikasi Masalah

Permasalahan dirumuskan melalui wawancara langsung dengan pihak terkait UMKM Puli Gander Mawar.

3. Studi Literatur

Kajian pustaka digunakan untuk memperoleh informasi serta dasar teori yang mendasari penelitian. Sumber kajian pustaka meliputi buku, jurnal, majalah, serta berbagai referensi lainnya.

4. Identifikasi Variabel Penelitian

Penetapan variabel dalam penelitian meliputi faktor-faktor dari lingkungan eksternal serta aspek internal perusahaan. Faktor-faktor internal diidentifikasi melalui wawancara dengan pihak manajemen perusahaan

5. Penentuan Responden

Responden dipilih secara purposif, sejumlah tiga orang, yang berasal dari divisi manajemen pemasaran, termasuk manajer distribusi dan lapangan, di mana responden tersebut dianggap memiliki pengetahuan mengenai faktor-faktor strategi internal dan eksternal dan turut serta dalam merancang strategi pemasaran serta distribusi produk serta memiliki pemahaman menyeluruh mengenai kondisi perusahaan saat ini.

6. Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan face validity. Face validity adalah suatu penilaian apakah Instrumen yang diajukan digunakan untuk mengukur konsep yang diinginkan [15]. Penilaian mengenai face validity bersifat subjektif dan umumnya melibatkan proses di mana para ahli di bidang konstruksi tes dan area terkait menilai instrumen untuk menentukan apakah, menurut pandangan mereka, instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Face validity mengacu pada persepsi orang terhadap keandalan tes tersebut. Pertanyaan yang tidak relevan dapat menyebabkan peserta tes meragukan validitas tes dan menghasilkan jawaban yang kurang dapat dipercaya. [16].

7. Analisis Data

Analisis data dalam perumusan strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan pendekatan SWOT Fault Tree Analysis (FTA) Melalui tiga tahapan dalam proses analisis data. Secara lebih rinci, tahapan-tahapan analisis data tersebut adalah sebagai berikut::

A. SWOT

SWOT adalah singkatan dari strength, weaknesses, opportunities, dan threats. Analisa SWOT digunakan

mengidentifikasi sistem etika dari berbagai elemen untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis ini didasarkan pada analisis resional yang memungkinkan Anda memaksimalkan strenght dan weaknesses sekaligus meminimalkan opportunities dan threats [9].

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengetahui posisi usaha kecil dengan masa kini memutuskan skema aktual yang pemanfaatan kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahannya produk krupuk puli. Analisis SWOT menggunakan kuesioner yang mencakup faktor eksternal dan internal. Konsumen kemudian mengisi survei, yang menghasilkan nilai, peringkat, dan skor tertimbang. Hasil pembobotan yang diperoleh masing-masing faktor eksternal dan internal diolah sehingga diperoleh hasil berupa posisi kuadran UMKM [14].

Internal Factor Evaluation

Ife merupakan analis yang dipakai untuk merangkum dan mempertimbangkan strenght dan weakness dalam area-area bisnis dan dipakai acuan untuk identifikasi dan evaluasi kaitan antara area yang terjadi didalam bisnis dan menjadi penentu kekuatan dan kelemahan serta pengambilan keputusan suatu perusahaan dari aspek internal yang menjadi poin dalam melakukan analisis tersebut [18].

Merupakan suatu alat dalam perumusan strategi yang berfungsi untuk merangkum dan menilai kekuatan serta kelemahan utama di berbagai bidang fungsional perusahaan, sekaligus menjadi landasan dalam mengidentifikasi dan menganalisis keterkaitan antar area tersebut. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) yakni indikator perumusan

4 | P a g e

Strategi ini dimanfaatkan untuk menggambarkan serta **mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam bidang fungsional** perusahaan, sekaligus mengidentifikasi dan mengkaji hubungan antar bidang tersebut [17].

Eksternal Factor Evaluation

Digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal perusahaan yang berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dinilai signifikan. Informasi **eksternal** dihimpun guna **menganalisis** aspek-aspek yang berkaitan dengan kondisi **ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan hidup, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, serta tingkat persaingan.** Faktor-faktor internal maupun eksternal yang telah dianalisa, disusun untuk diberikan penilaian berupa bobot dan peringkat. Skala penilaian terdiri atas empat tingkatan, yakni **4 untuk sangat kuat, 3 untuk kuat, 2 untuk kurang kuat, dan 1 untuk tidak kuat** [18]. Dapat disimpulkan bahwa penyusunan matriks EFE dilakukan melalui analisis terhadap lingkungan eksternal organisasi dengan cara mengidentifikasi berbagai peluang dan ancaman yang berpotensi memengaruhi kinerja organisasi. Melalui analisis ini, organisasi diharapkan mampu melakukan evaluasi guna memperkuat posisinya, merumuskan strategi dalam menghadapi ancaman, serta secara sigap memanfaatkan peluang yang muncul, sehingga mampu memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya [19].

EFAS

EFAS merupakan gabungan antara faktor peluang (O) dan ancaman (T) dengan menilai bobot dan peringkat. Tidak berbeda jauh dengan analisis EFAS, nilai bobot diperoleh dengan menetapkan skala prioritas berdasarkan persetujuan responden utama, sementara rating rata-rata dihitung dari seluruh responden yang terlibat [20]. EFAS digunakan untuk menentukan posisi usaha kecil saat ini dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal serta memutuskan strategi mana yang akan diterapkan untuk mengidentifikasi peluang ancaman yang akan dihadapi UMKM [14].

Matrik SWOT

Analisis SWOT merupakan **metode perencanaan strategis yang digunakan untuk memantau dan menilai lingkungan perusahaan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, untuk mencapai tujuan bisnis tertentu.** Dalam menyusun matriks SWOT, langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan, menentukan faktor lingkungan luar perusahaan, keunggulan dicocokkan melalui peluang lalu catat hasil strategi pada sel SO, Kekurangan terkait **.peluang dicocokkan dan mencatat hasil dari strategi pada WO, Keunggulan internal menghadapi ancaman eksternal** dicocokkan kemudian Menuliskan output strategi pada sel ST, dan kelemahan Faktor internal dihadapkan dengan ancaman eksternal dicocokkan lalu Mencatat output strategi di sel WT adapun langkah-langkah dalam penyusunan Matriks SWOT yang akan diterapkan adalah sebagai berikut [21].

1. Menyesuaikan **kekuatan internal dengan peluang eksternal** **dan mencatat hasil dari strategi SO pada sel yang sesuai**
2. Menyesuaikan **kelemahan internal dengan peluang eksternal** **dan mencatat hasil dari strategi WO.**
3. Menghubungkan **kekuatan internal dengan ancaman eksternal** **dan mencatat hasil dari strategi ST.**
4. Menyesuaikan **kelemahan internal dengan ancaman eksternal** **dan mencatat hasil dari strategi WT** resultant

Strategi WT

Kekuatan Kelemahan

Daftar Kekuatan Daftar Kelemahan

Peluang Strategi S-O Strategi W-O

Daftar Peluang Gunakan kekuatan untuk

memanfaatkan peluang

Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang

Ancaman Strategi S-T Strategi W-T Daftar Ancaman Gunakan kekuatan untuk

menghindari ancaman

Minimalkan kelemahan dengan

menghindari ancaman

Tabel 1: Skema matrix SWOT

Skor dihitung dengan menetapkan nilai masing-masing variabel dibandingkan dengan total keseluruhan nilai, menggunakan rumus [4]:

Perhitungan bobot dari setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

Bobot =

Jumlah salah satu peryataan

Jumlah seluruh peryataan

Perhitungan bobot dari setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

Bobot =

Jumlah salah satu peryataan

Banyak peryataan

Skor = Bobot x Rating

B. Fault Tree Analysis

FTA adalah metode yang umum digunakan untuk mengidentifikasi risiko yang terkait dengan kesalahan. Peran FTA dalam industri adalah mengidentifikasi penyebab permasalahan teknis sehingga dapat diselesaikan secara efektif [22].

Fault Tree Analysis berfungsi untuk menjelaskan penyebab masalah dalam bentuk diagram pohon, penyusunan FTA

P a g e | 5

dilakukan melalui wawancara serta dimanfaatkan untuk mengenali penyebab yang mungkin terjadi serta jalur yang mengarah pada permasalahan utama [23].

fault tree analysis juga umum digunakan untuk mengetahui risiko yang terkait dengan kesalahan yang memberikan gambaran umum tentang hubungan kausal antara dua peristiwa yang saling terkait, sehingga memungkinkan identifikasi akar permasalahan melalui penggunaan diagram pohon guna menelusuri penyebab potensial dan jalur menuju permasalahan utama [24].

Langkah-langkah yang digunakan dalam pembuatan **fault tree analysis adalah sebagai berikut**

menentukan (top even)

menentukan intermediate even tingkat pertama terhadap kejadian puncak menentukan hubungan Peristiwa perantara dari tingkat pertama ke tingkat atas menggunakan gerbang logika

memutuskan intermediate tahap 2

memutuskan intermediate even 2 tingkat dengan tingkat pertama menggunakan gerbang logika
melanjutkannya sampai basic event

Simbol gerbang logika pada peristiwa biasanya digunakan untuk membuat hubungan logika antara akar penyebab dari suatu permasalahan pada kecacatan produk dengan mengetahui pengaruh baya kualitas pada produk yang rusak menunjukkan bahwa semakin tinggi biaya kualitas akan menyebabkan penurunan jumlah produk yang mengalami kecacatan [23].

Tabel simbol-simbol kajadian yang digunakan FTA: No Simbol Keterangan 1

Elipse menunjukkan kejadian pada level paling atas atau (Top Event)

2

Ractangle merupakan kejadian pada level menengah (lowest fault event)

3

Circal menunjukkan kejadian pada level paling bawah (lowest failure event)

4

Diambond menunjukkan kejadian yang tidak terduga (undeveloped event)

5

House menunjukkan kejadian input (input event) dan merupakan kegiatan terkendali

(signal) kegiatan ini dapat menyebabkan kerusakan

Gambar 1: **Simbol-simbol Fault Tree Analysis**

Tabel simbol-simbol gerbang yang digunakan pada FTA:

No Simbol Gate Keterangan 1 And gate. Output event adalah kejadian keluaran terjadi ketika semua kejadian masukan terjadi pada waktu yang sama..

2 Or gate. Output event merupakan Peristiwa keluaran terjadi ketika setidaknya satu peristiwa masukan terjadi 3

Input K out of n gate. Output event adalah Peristiwa keluaran terjadi ketika paling sedikit K keluaran dari suatu peristiwa masukan terjadi. 4

Exclusive OR gate. Output event merupakan Peristiwa keluaran terjadi ketika peristiwa

masukan terjadi, tetapi tidak terjadi ketika peristiwa masukan terjadi.

5

Inhibit gate. Input yaitu Ketika peristiwa bersyarat terjadi, suatu masukan menghasilkan keluaran.

6

Priority AND gate. Output event terjadi jika semua input event terjadi baik dari kanan

maupun kiri.

6 | P a g e

7 Not gate. Output event terjadi jika input event tidak terjadi.

Gambar 2: Simbol-simbol Gate Fault Tree Analysis

Diagram alur penelitian menjelaskan tahapan-tahapan dalam penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1: Diagram Alur Penelitian

Dalam gambar 1 mampu dilihat dalam riset dapat dilaksanakan dengan langsung diperusahaan agar memperoleh gagasan problematika serta menganalisa bukti yang dicari yang menjadi fokus penelitian, selanjutnya

P a g e | 7

berkas tadi dikerjakan dengan metode SWOT dan diintegrasikan serta teknik Fault Tree Analysis (FTA) dengan konsep diagram pohon.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Strategis Eksternal

Dari penelaahan lingkungan internal perusahaan, diketahui bahwa faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kekuatan dan kelemahan UMKM Puli Gender Mawar dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Faktor-Faktor Internal

Kekuatan

1. Memiliki rasa yang khas yang disukai banyak pelanggan
2. Menggunakan bahan alami
3. Produk tradisional yang dapat menarik pelanggan serta menyukai makanan tradisional
4. Mudah dipadukan dengan makanan lain
5. Harga produk yang sebanding dengan kualitasnya, tapi jarang ada promo atau diskon

Kelemahan

1. Ketahanan produk terbatas jika tidak disimpan dengan baik
2. Proses produksi yang terbilang lama
3. Kurangnya promosi
4. Kurangnya inovasi kemasan
5. Kurang dikenal luas

Sumber: [10]

B. Analisis Faktor Strategis Eksternal

Berdasarkan analisis lingkungan eksternal Perusahaan menghadapi sejumlah faktor eksternal yang dapat menjadi peluang maupun ancaman. Peluang dan Ancaman UMKM Puli Gender Mawar dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Faktor-Faktor Eksternal

Peluang

1. Pasar makanan tradisional yang berkembang
2. Inovasi rasa dan kemasan pada produk
3. Penjualan online untuk memasarkan produk
4. Peluang pasar ekspor terbuka luas
5. Pengembangan pelanggan yang loyal

Ancaman

1. Persaingan dengan produk modern
2. Bahan baku tergantung dengan musim
3. Perubahan gaya hidup
4. Kenaikan harga yang tinggi
5. Kualitas bahan baku yang tidak stabil

Sumber: [10]

1. Analisis Lingkungan Internal (IFE)

Strategi matriks IFE adalah hasil analisis terhadap lingkungan internal perusahaan. Matriks ini menyajikan ringkasan serta penilaian terhadap kekuatan dan kelemahan utama di berbagai aspek fungsional perusahaan bidan Fungsional dalam suatu unit bisnis. Selain itu, Matriks IFE juga berfungsi sebagai dasar untuk mengenali dan menilai keterkaitan antar bidang fungsional tersebut. Setelah Melalui analisis internal perusahaan, akan teridentifikasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang dimiliki perusahaan yang selanjutnya, informasi tersebut diubah menjadi bentuk kuesioner. Kuesioner tersebut diberikan kepada tujuh responden untuk diisi, yang kemudian digunakan dalam pembobotan melalui metode paired comparison matrix, sehingga didapatkan bobot untuk masing-masing. Begitu pula, pemberian peringkat dilakukan oleh tujuh responden yang sama. Setiap variabel diberi peringkat berdasarkan jumlah yang diperoleh dari masing-masing responden. Selanjutnya, hasilnya dibagi dengan jumlah responden untuk mendapatkan peringkat rata-rata. Setelah diperoleh bobot rata-rata dan peringkat rata-rata untuk

setiap variabel, nilai tertimbang tiap variabel dapat dihitung. Nilai tertimbang ini merupakan hasil perkalian antara bobot rata-rata dan peringkat rata-rata. Kekuatan utama bagi perusahaan Variabel yang memiliki nilai tertimbang terbesar adalah kekuatan utama, sementara kelemahan utama bagi perusahaan Variabel yang memiliki nilai tertimbang terkecil merupakan kelemahan utama seperti pada tabel 4 berikut: Tabel 2. Matrik IFE.

Tabel 2:Matrik IFE Ummk Puli Gender Mawar

8 | P a g e

Kekuatan					
Jumlah					
Bobot					
Bobot Jumlah					
Rating					
Rating Skor					
Memiliki rasa yang khas yang disukai banyak pelanggan	20	0,20	19	1,90	0,37
Menggunakan bahan alami	19	0,19	20	2,00	0,37
Produk tradisional yang dapat menarik pelanggan serta menyukai makanan tradisional	22	0,22	16	1,60	0,35
Mudah dipadukan dengan makanan lain	20	0,20	18	1,80	0,35
Harga produk yang sebanding dengan kualitasnya, tapi jarang ada promo atau diskon	21	0,21	17	1,70	0,35
Total	102	90	1,79		
Kelemahan					
Jumlah					
Bobot					
Bobot					
Jumlah					
Rating					
Rating Skor					
Ketahanan produk terbatas jika tidak disimpan dengan baik	19	0,22	18	1,80	0,39
Proses produksi yang terbilang lama	17	0,19	17	1,70	0,33
Kurangnya promosi	22	0,25	19	1,90	0,48
Kurangnya inovasi kemasan	12	0,14	11	1,10	0,15
Kurang dikenal luas	18	0,20	16	1,60	0,33
Total	88	81	-1,67		

Perhitungan bobot dari setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

Keterangan: total skor kelemahan bersifat negatif

Bobot =

Jumlah salah satu peryataan

Jumlah seluruh peryataan

=

20

102

Perhitungan bobot dari setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

Rating =

Jumlah salah satu peryataan

Total peryataan

=

19

10

= 1,90

Skor = Bobot x Rating

$$= 0,20 \times 1,90$$

$$= 0,37$$

Total Skor = Skor Kekuatan + Skor Kelemahan

Total Skor = 1,79 + (-1,67)

$$= 0,12$$

2. Analisis Lingkungan Eksternal (EFE)

Matriks EFE digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman dalam suatu unit bisnis. Proses analisis

Matriks EFE disusun melalui proses perhitungan yang sama seperti pada matriks IFE, yakni dengan menentukan bobot dan memberikan peringkat untuk setiap faktor, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 3: Matrik EFE Ummk Puli Gender Mawar

Peluang

Jumlah

Bobot

Bobot

Jumlah

Rating

Rating Skor

Pasar makanan tradisional yang berkembang 19 0,20 17 1,70 0,34

Inovasi rasa dan kemasan pada produk 19 0,20 16 1,60 0,32

Penjualan online untuk memasarkan produk 17 0,18 15 1,50 0,27

Peluang pasar terbuka luas 21 0,22 15 1,40 0,31

Pengembangan pelanggan yang loyal 18 0,19 14 1,40 0,27

Total 94 77 1,52

Ancaman

Jumlah

Bobot

Bobot

Jumlah

Rating

Rating Skor

Persaingan dengan produk modern 16 0,20 16 1,60 0,31

Bahan baku tergantung dengan musim 17 0,21 20 2,00 0,41

Perubahan gaya hidup 15 0,18 15 1,50 0,27

Kenaikan harga yang tinggi 18 0,22 13 1,30 0,29

Kualitas bahan baku yang tidak stabil 16 0,20 14 1,40 0,27

Total 82 78 -1,56

Perhitungan bobot dari setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

Keterangan: total skor ancaman bersifat negatif

Bobot =

jumlah salah satu peryataan

Jumlah seluruh peryataan

=

16

94

Perhitungan bobot dari setiap variabel dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

Page | 9

Rating =

Jumlah salah satu peryataan

Total peryataan

=

16

10

= 1,6

Skor = Bobot x Rating

= 0,20 x 1,70

= 0,34

Total Skor = Skor Peluang + Skor Ancaman

Total Skor = (1,52) + (-1,56)

= -0,04

3. Analisa EFAS

Berdasarkan hasil analisa menunjukkan bahwa hasil matrik IFE dengan bobot 0,12 yang artinya usaha kerupuk

UMKM Puli Gander Mawar **berada pada posisi yang unggul dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.** Sedangkan hasil matrik EFE dengan bobot -0,04 yang artinya usaha kerupuk UMKM

Puli Gander Mawar mempunyai kemampuan peluang **tergolong sedang dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.** Strategi yang diterapkan usaha UMKM Kerupuk Puli Gander Mawar adalah strategi intensif.

A. Matrik SWOT

Berdasarkan hasil analisis IFE dan EFE, total skor IFE yang diperoleh adalah 0,12, sementara **total skor EFE mencapai -0,04.** Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan berada pada kuadran III dalam matriks IE.

Kuadran III menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman

ST (Strength-Threat) [25]. Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan **peluang yang ada sambil mengurangi ancaman yang dihadapi.** Perusahaan yang berada di kuadran III (Strength-Threat) menunjukkan bahwa perusahaan memiliki

kekuatan yang signifikan, namun di sisi lain, terdapat ancaman eksternal. Fokus yang harus diutamakan oleh perusahaan adalah mengurangi masalah eksternal yang ada agar dapat merebut posisi pasar yang lebih baik. Strategi Strength-Threat (ST) adalah pendekatan yang digunakan untuk menghadapi ancaman (Threat) dengan memanfaatkan kekuatan (Strength) yang dimiliki perusahaan tersedia. Tujuannya adalah untuk memperbaiki atau menghilangkan ancaman dengan cara yang memungkinkan organisasi atau individu dapat mengoptimalkan kekuatan yang ada secara efektif. Berikut adalah grafik kuadran strategi pada analisis SWOT seperti pada gambar 2.

Gambar 3: Matrik SWOT

Berdasarkan hasil gambar 2 mendapatkan keputusan rekomendasi strategi yang digunakan perusahaan adalah Strategi yang digunakan adalah merubah intensif. Strategi ST (Strength-Thearth) memanfaatkan kekuatan yang ada pada internal perusahaan dan mengurangi ancaman yang tersedia pada eksternal perusahaan.

B. Analisis Matrik SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Analisis SWOT dilakukan dengan memanfaatkan **data yang diperoleh** dari matriks IFE dan EFE. Empat strategi utama yang disarankan meliputi strategi S-O (Strength- Opportunities), W-O (Weakness-Opportunities), S-T (Strength- Threats), dan W-T (Weakness-Threats).

Dari keempat strategi tersebut, akan diperoleh berbagai alternatif strategi dilakukan perusahaan. Alternatif strategi dirancang dengan mempertimbangkan kondisi yang dijelaskan oleh matriks IFE dan EFE. Setiap faktor saling berhubungan untuk membentuk alternatif strategi yang didasarkan pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Puli Gender Mawar. Keuntungan dari penerapan model ini adalah kemudahan dalam merumuskan strategi berdasarkan gabungan faktor eksternal dan internal. Strategi tersebut penjelasannya seperti pada tabel 6 berikut.

10 | Page

Tabel 4: Matrix SWOT UMKM Puli Gander Mawar

Faktor Internal

Faktor Eksternal

Kekuatan Kelemahan

1. Memiliki rasa yang khas yang disukai banyak pelanggan
1. Ketahanan produk terbatas jika tidak disimpan dengan baik
2. Menggunakan bahan alami
2. Proses produksi yang terbilang lama
3. Produk tradisional yang dapat menarik pelanggan serta menyukai makanan tradisional
3. Kurangnya promosi
4. Mudah dipadukan dengan makanan lain
4. Kurangnya inovasi kemasan
5. Harga produk yang sebanding dengan kualitasnya, tapi jarang ada promo atau diskon
5. Kurang dikenal luas

Peluang Strategi (S-O) Strategi (W-O)

1. Pasar makanan tradisional yang berkembang
 1. Membuka toko resmi di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak.
 1. Mendesain ulang kemasan agar lebih modern dan fungsional, misalnya dengan kemasan ziplock, kedap udara, atau ramah lingkungan.
 2. Inovasi rasa dan kemasan pada produk
 2. Kembangkan varian rasa baru, seperti rasa pedas, keju, atau rempah-rempah tradisional.
 2. Menjalin kerja sama dengan mitra produksi agar bisa memenuhi permintaan pasar ekspor dan domestik
 3. Penjualan online untuk memasarkan produk
 3. Buat kemasan dalam ukuran mini dan family pack agar konsumen punya banyak pilihan.
 3. Mengadakan survei kepada pelanggan tetap untuk mengetahui varian rasa yang diinginkan.

4. Peluang pasar ekspor terbuka luas
5. Pengembangan pelanggan yang loyal

Ancaman Strategi (S-T) Strategi (W-T)

1. Persaingan dengan produk modern
1. Mengadakan campaign untuk menarik konsumen yang mendukung UMKM.
 1. Membeli bahan baku dalam jumlah besar saat musim panen agar harga lebih murah dan ketersediaan terjamin.
 2. Bahan baku tergantung dengan musim
 2. Mencantumkan informasi bahan alami, tanpa pengawet, nilai gizi, serta label halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.
 2. Bekerja sama langsung dengan petani/pemasok tetap untuk menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas dengan harga stabil.
 3. Perubahan gaya hidup
 3. Mengatur sistem produksi dengan metode pre-order atau batch production untuk mengatur arus permintaan.
 3. Mengatur harga dengan efisiensi produksi agar tetap kompetitif.
 4. Kenaikan harga yang tinggi
 4. Melatih tenaga kerja agar lebih terampil dan efisien.
 4. Membuat SOP penyimpanan dan distribusi agar produk tidak cepat melempem sebelum sampai ke konsumen.
 5. Kualitas bahan baku yang tidak stabil

Pada tabel 6 diatas didapatkan hasil pada strategi SWOT adalah sebagai berikut:

1. Membuka toko resmi di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak.
2. Kembangkan varian rasa baru, seperti rasa pedas, keju, atau rempah-rempah tradisional.
3. Buat kemasan dalam ukuran mini dan family pack agar konsumen punya banyak pilihan.
4. Mendesain ulang kemasan agar lebih modern dan fungsional, misalnya dengan kemasan ziplock, kedap udara, atau ramah lingkungan.
5. Menjalin kerja sama dengan mitra produksi agar bisa memenuhi permintaan pasar eksport dan domestik

Page | 11

6. Mengadakan survei kepada pelanggan tetap untuk mengetahui varian rasa yang diinginkan.
 7. Mengadakan campaign "Bangga Produk Lokal" untuk menarik konsumen yang mendukung UMKM.
 8. Mencantumkan informasi bahan alami, tanpa pengawet, nilai gizi, serta label halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.
 9. Mengatur sistem produksi dengan metode pre-order atau batch production untuk mengatur arus permintaan.
 10. Melatih tenaga kerja agar lebih terampil dan efisien.
 11. Membeli bahan baku dalam jumlah besar saat musim panen agar harga lebih murah dan ketersediaan terjamin..
 12. Bekerja sama langsung dengan petani/pemasok tetap untuk menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas dengan harga stabil.
 13. Mengatur harga dengan efisiensi produksi agar tetap kompetitif.
 14. Membuat SOP penyimpanan dan distribusi agar produk tidak cepat melempem sebelum sampai ke konsumen.
- C. Analisa Perbaikan Menggunakan Fault Tree Analysis
- Hal yang perlu diperhatikan pada tahap ini adalah mengidentifikasi potensi penyebab kesalahan yang terjadi di setiap strategi pemasaran sehingga dapat teridentifikasi penyebab secara umum yang menyebabkan kegagalan pemasaran produk yang kemudian dijadikan acuan untuk membuat fault tree analysis. Gambar fault tree analysis

dapat dilihat pada gambar 4.

Gambar 4: Tabel fault tree analysis

Kriteria kegagalan strategi yang terjadi yaitu kualitas produk krupuk puli menurun dan pasar sulit berkembang, yang ditunjukkan pada gambar 4. permasalahan tersebut dapat terjadi karena faktor intensif. Faktor intensif disebabkan karena faktor yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang kurang efektif, kualitas bahan baku tidak stabil, kenaikan harga bahan baku, persaingan dengan produk modern, perubahan gaya hidup konsumen, dan pasar. Faktor ini menyebabkan pemasaran pada produk tidak dapat bersaing dengan baik yang akan menyebabkan kerugian pada umkm.

IV. REKOMENDASI

Berdasarkan diagram fault tree analysis didapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi UMKM meliputi faktor eksternal yaitu: strategi pemasaran kurang efektif, kualitas bahan baku tidak stabil, kenaikan harga bahan baku, persaingan dengan produk modern, perubahan gaya hidup konsumen, pasar, jadi untuk rekomendasi yang dapat diberikan untuk menangani kondisi eksternal yang terjadi pada UMKM sebagai berikut:

1. Memberikan promosi di marketplace & media sosial
2. Memberikan arahan pelatihan digital marketing
3. Melakukan kerjasama kontrak langsung dengan petani
4. Diversifikasi supplier bahan baku
5. Membeli bahan baku saat musim panen dalam jumlah besar (stok)
6. Memberikan inovasi rasa (pedas, keju, rempah tradisional)

12 | P a g e

7. Melakukan perbaiki kemasan agar lebih menarik dan fungsional
8. Menyediakan varian kerupuk panggang (non-goreng)
9. mengurus legalitas, sertifikasi halal, BPOM, dan izin ekspor

V. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan alternatif strategi yang didapatkan dari hasil dan pembahasan menggunakan metode SWOT adalah menghasilkan IFE (0,12) dan EFE (-0,04) terletak pada kuadran III.

Pemilihan strategi pemasaran yang tepat akan sangat membantu perusahaan dalam bersaing dan unggul. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan strategi SWOT, untuk mengetahui strategi pengukuran, dan untuk Mengetahui tujuan alternatif strategi terdiri dari FTA. Pada UMKM Puli Gander Mawar. Hasil Penelitian ini adalah strategi yang digunakan adalah intensif yang berada di kuadran III. Strategi yang berada pada kuadran III yaitu strategi Strenght Thearth (ST) Strategi tersebut menyimpulkan bahwa perusahaan memilih strategi untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas produk. Sehingga saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah menjadikan konsumen yang bekerja sama atau pelanggan sebagai responden untuk mempertimbangkan strategi pemasaran. Kemudian guna menilai strategi pemasaran yang digunakan perlu diterapkan dengan lebih rinci, agar berbagai aspek perusahaan dapat terungkap dengan lebih jelas dalam hasilnya. Di samping itu, disarankan pula untuk menggambarkan faktor-faktor pesaing dengan lebih terperinci, termasuk memberikan bobot dan merinci keunggulan-keunggulan dalam persaingannya.

UCAPAN TERIMA KASIH Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt, Tuhan yang Maha Esa, atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Dengan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan, terutama kepada **kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan.** Saya juga mengucapkan terima kasih kepada bapak ibu dosen yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama saya menempuh pendidikan. Dengan selesainya artikel ini, saya dengan penuh **rasa hormat mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah** membantu dalam penyelesaian artikel ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

REFERENSI

- [1] R. A. Istifarin, I. Maflahah, and M. Mojiono, “**Aplikasi Statistical Quality Control pada Pengendalian Kualitas Kerupuk Puli di UKM Kerupuk Puli Fitri,”** EDUFORTECH, vol. 9, no. 1, pp. 30–42, Mar. 2024.
- [2] V. Amalia and E. Adriantantri, “**Analisis Pengukuran Efisiensi Supplier Bahan Baku Kerupuk Kulit Sapi Guna Mengetahui Supplier Tetap Pada Umkm Bagus Surya Mojokerto,”** vol. 3, no. 2, 2020.
- [3] N. Adha and D. R. L. Vahlevi, “Analisis Swot Dalam Strategi Pengembangan Home Industri Kerupuk Puli Ud. Viskar Mandiri,” Vol. 3, 2022.
- [4] S. Novita, “**Analisis Swot, Ife, Efe Dan Matriks Qspm Dalam Strategi Pengembangan Bisnis Rs Xyz,”** vol. 6, 2023.
- [5] I. I. Sholeh and B. Hartono, “Strategi Pengembangan Pemasaran Kerupuk ‘UD AGUNG’ dengan Metode Analisis SWOT,” JP, vol. 20, no. 1, pp. 84–89, Mar. 2022.
- [6] A. F. Mustika, “Untuk Memenuhi Pesyaratana Memperoleh Gelar Sarjana Teknik”.
- [7] M. Nur, “Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Di Ukm Xyz,” JUTIN, vol. 4, no. 2, pp. 29–35, Nov. 2021.
- [8] E. -, “Kajian Penerapan Metode Six Sigma sebagai Alat Peningkatan Kualitas Proses Manufaktur dan Produk di Industri Manufaktur Pulp dan Kertas,” JVTI, vol. 4, no. 2, pp. 30–41, Dec. 2022.
- [9] **S. Pamungkas, E. Suhendar, and R. Usman, “Implementasi Metode Lean Six Sigma dan Fault Tree Analysis Untuk Peningkatan Kualitas Produk Kulit Kebab Labanese di PT Bangaji Citrarasa Lestari,”** Performa, vol. 22, no. 2, p. 98, Sep. 2023.

- [10] N. Kamilia and T. Setiyarini, "Strategi Pengembangan Produk Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Pada Industri Rumahan Kerupuk Udang Kwanyar," JKIM, vol. 1, no. 3, Jan. 2022.
- [11] D. J. M. Sari and M. N. Sudjoni, "Strategi Pemasaran **Sari Buah Salak (Study Kasus: Pusat Oleh-Oleh Pronojiwo Winna Sari, Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang)**".
- [12] F. Zahila, C. Indrawan, R. Y. P. Sianipar, and S. M. Khoiroh, "Peningkatan Produktivitas UMKM Kerupuk Puli Melalui Re- Branding & Digital Marketing Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto".

Page | 13

- [13] F. Hanafi, M. Rizki, N. Nofirza, and I. Kusumanto, "Analisis Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM Di UMKM Pempek Lenlin," INTECOMS, **vol. 6, no. 1, pp. 533–539**, Jun. 2023.
- [14] R. O. Sav and M. Anis, "Analisis Pengendalian Kualitas Dan Identifikasi Cost Of Quality Pada Produk Gula," 2023.
- [15] **A. Setiawan and H. C. Wahyuni, "Integrasi Metode SWOT dan AHP Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran (Studi Kasus : PT. Rattan Craft Indonesia)," prozima, vol. 2, no. 1, pp. 12–19, Jun. 2018.**
- [16] **N. Ardiansyah and H. C. Wahyuni, "Analisis Kualitas Produk Dengan Menggunakan Metode FMEA dan Fault Tree Analisis (FTA) Di Exotic UKM Intako," prozima, vol. 2, no. 2, pp. 58–63, Dec. 2018.**
- [17] **S. Sulasih, " Implementasi Matrik Efe, Matrik Ife, Matrik Swot Dan Qspm Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patikraja Banyumas," E-Bis, vol. 3, no. 1, pp. 27–40, Jun. 2019.**
- [18] Sholihun, " **Strategi Keunggulan Kompetitif dalam Penerapan Financial Teknologi: Analisis SWOT dan QSPM Pada Yayasan Darut Taqwa Purwosari Kabupaten Pasuruan,**" nisbah, **vol. 4, no. 2, pp. 218–239**, Jul. 2023.
- [19] M. N. Khalim, M. I. Zamzani, and C. D. P. Hertadi, "[No title found]," EJMUNUD, vol. 13, no. 9, p. 1494, Sep. 2024.
- [20] M. H. R. Putra and A. Wisnu Aryaseta, "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Serta Pendekatan IFAS dan EFAS Pada Rumah Sakit Mata Pasuruan," TECNOSCIENZA, vol. 8, no. 2, pp. 365–380, Apr. 2024.
- [21] N. Hilmiyah, Erwin Permana, Iha Haryani Hatta, and Murti Widyaningsih, " **Strategi Pengembangan Usaha Pelaku UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19,**" Jurnal Riset Bisnis, vol. 5, no. 2, pp. 226–245, Apr. 2022.
- [22] Yuliatin Ali Syamsiah, Dwi Sukma Donoriyanto, and Isna Nugraha, "Analisis Resiko Pada UMKM XYZ Menggunakan Analisa Swot," sscj-amik, vol. 1, no. 6, pp. 425–440, Jan. 2024.
- [23] D. R. K. Wijaya and Y. Praharso, "Pengendalian Keterlambatan Pengiriman Barang **Menggunakan Metode Fta Dan Fmea,**" vol. 1, no. 1, 2022.
- [24] **M. Y. Muchsinin and W. Sulistiowati, " Quality Control Analysis To Reduce Product Defects With The Lean Six Sigma Method And Fault Tree Analysis,"** PELS, vol. 3, Jan. 2023.
- [25] Z.-S. Qurrotu'aini and M. Ardan, "Analisis Fishbone sebagai Implementasi Solusi Penggunaan Tempat Tidur Belum Ideal Rumah Sakit," vol. 4, 2023.