

## ANALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL

**Sintha Dewi Agustina, Abdullah, Andini Intan Putri, Arina, Dea Amanda,  
Fitriani, Indah Sepitriani, M. Latiful Umar, Misriyanti, M. Rizki, Ririn  
Qurratul Aini, Selvi, Siti Azijah, Winarsi Asi Permani, Wiwik Rahayu**

**Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) An-Nadwah Kuala Tungkal  
Email: [staiannadwah@gmail.com](mailto:staiannadwah@gmail.com)**

### ABSTRAK

Tujuan dari penulisan artikel penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis SWOT studi kelayakan bisnis UMKM pada usaha kerupuk udang yang ada di kota Kuala Tungkal. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan jenis data yang digunakan adalah jenis data primer dan sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah bertujuan agar pengusaha kerupuk udang yang ada di Kota Kuala Tungkal dapat mempelajari lebih dalam tentang kelayakan bisnis. Selain itu, dengan adanya penelitian ini para pengusaha dapat memahami tentang pemasaran dan analisis kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dapat dijadikan tolak ukur untuk keberlangsungan dan perkembangan usahanya. Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT untuk usaha bisnis sangat bermanfaat untuk menentukan prioritas yang diutamakan terlebih dahulu, memperkirakan kendala, risiko, masalah, ancaman yang mungkin akan terjadi, mengetahui letak usaha, membantu meningkatkan perkembangan usaha, dan mempermudah dalam mengambil keputusan. Selain itu, analisis SWOT juga berarti memanfaatkan kekuatan (*Streghths*) untuk menghasilkan peluang (*Opportunities*), mengatasi kelemahan (*Weaksnesses*) untuk mencegah ancaman (*Threats*), dan memanfaatkan kekuatan (*Strengths*) untuk mengatasi ancaman (*Threats*).

**Kata kunci:** Analisis SWOT, Studi Kelayakan Bisnis, Strategi Pemasaran

### PENDAHULUAN

Kerupuk udang adalah kerupuk yang terbuat dari bahan adonan tepung tapioka dan udang yang dihaluskan kemudian diberi bumbu rempah dan penyedap rasa. Kerupuk udang berasal dari Sidoarjo. Bahan utama yang digunakan untuk membuat kerupuk ini adalah udang. Udang yang digunakan biasanya udang segar atau udang kering dengan kualitas baik. Udang dihancurkan sampai halus dan dicampurkan dengan adonan tepung tapioka dan bumbu-bumbu lain. Kemudian dikukus dan diiris tipis-tipis, setelah itu dijemur hingga kering. Pengeringan dengan terik matahari biasanya sekitar 2-3 hari. Kerupuk mentah

## **NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL**

---

yang kering ini siap digoreng kapan saja agar bisa menjadi kerupuk yang siap dihidangkan.

Kerupuk merupakan makanan ringan yang cukup populer di seluruh kalangan masyarakat di Indonesia yang sering dikonsumsi sebagai cemilan atau pelengkap lauk. Kerupuk dibuat dari tepung tapioka dengan atau tanpa penambahan bahan makanan yang diizinkan. Kerupuk juga memiliki keragamannya dalam bentuk, ukuran, warna, bau, rasa, kerenyahan, ketebalan, ataupun nilai gizinya berdasarkan pengolahannya. Melihat dari kebiasaan masyarakat Indonesia menjadikan kerupuk sebagai pelengkap makanan, menjadikan suatu gagasan awal dalam menciptakan suatu kegiatan penelitian terhadap kerupuk. Berdasarkan bahan baku pembuatannya, terdapat berbagai macam kerupuk diantaranya kerupuk udang, kerupuk ikan, kerupuk kerang, kletek, rambang, dan beberapa jenis lainnya.

Salah satu jenis kerupuk yang sering dijumpai di daerah-daerah Indonesia khususnya Pulau Jawa adalah kerupuk udang. Kerupuk udang memiliki bahan baku utama tepung tapioka dan daging udang segar. Kerupuk udang mempunyai beberapa kualitas bergantung pada banyaknya komposisi udang yang terkandung dalam kerupuk. Semakin banyak jumlah udang yang terkandung dalam kerupuk, serta kualitas udang yang masih segar maka semakin baik kualitas kerupuk yang dihasilkan. Bahan baku utama pada proses pengolahan kerupuk udang yaitu udang, daging udang sendiri memiliki kandungan protein yang tinggi, sumber mineral dan sumber vitamin. Selain itu, kandungan protein, kitin dan kalsium karbohidrat juga terdapat di dalam kulit udang.

### **KAJIAN TEORI**

#### **Analisis SWOT**

SWOT adalah metode merencanakan pemodelan, strategi dan pengembangan bisnis yang digunakan sebagai menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari spekulasi bisnis. Keempat faktor tersebut membentuk singkatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

#### **Studi Kelayakan Bisnis**

## **NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL**

---

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu aktivitas mendalami dan mempelajari dalam suatu bisnis atau usaha yang nantinya akan dijalankan serta sebagai patokan layak atau tidaknya suatu bisnis atau usaha tersebut untuk dijalankan. Mempelajari studi kelayakan bisnis berarti menganalisis dengan terfokus pada data dan informasi yang tersedia, kemudian dihitung dan diukur serta dianalisa dengan menggunakan metode tertentu.

Penelitian Kelayakan dapat diartikan sebagai mempelajari secara mendalam apakah usaha yang akan dijalankan menghasilkan keuntungan lebih besar daripada biaya modal yang dikeluarkan. Adapun pengertian bisnis yaitu suatu kegiatan usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Jadi dengan adanya studi kelayakan bisnis akan memberikan gambaran usaha yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan.

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis seperti aspek hukum, aspek finansial, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek manajerial, aspek dampak lingkungan dan aspek sosial ekonomi.

### **Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang menyeluruh, terpadu dan terencana. Yang dilakukan oleh perkelompok atau organisasi dalam melakukan sebuah usaha agar bisa mengakomodir menjalankan permintaan pasar dengan cara membentuk produk jual berharga, menetapkan nilai harga jual, menyampaikan, memberitahukan, saling bertukar tawarantawaran, klien dan masyarakat umum. Sederhananya definisi pemasaran sama dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen, jenis jenis untuk pemasaran ini yakni, periklanan, promosi dan penjualan. Pemasaran juga sebagai kegiatan yang terpenting dalam bidang usaha, pada kondisi usaha saat ini. Pemasaran menjadi pendukung untuk meningkatkan penjualan untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan dengan baik. Memiliki pengetahuan untuk pemasaran mengenai hal hal yang penting untuk perusahaan, pengetahuan ini untuk mengatasi hambatan pada pemasaran, seperti melemahnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh daya beli konsumen

terhadap suatu produk sehingga perusahaan merasakan akibatnya dari penurunan pembelian produk.

### **Strategi Pemasaran**

Pendapat Chandra, strategi pemasaran ialah rencana yang menguraikan tujuan perusahaan terhadap dampak dari kegiatan atau struktur pemasaran terhadap permintaan barang/produk dari pelanggan atau lini produknya di pasar tertentu. Program pemasaran mencakup tindakan pemasaran yang akan memengaruhi permintaan pada produk, termasuk perubahan harga, perubahan kampanye periklanan, merencanakan kampanye khusus, menentukan saluran distribusi, dan lain-lain.

Dalam strategi pemasaran, terdapat *4P marketing mix* atau bauran pemasaran yaitu:

1. *Product* (Produk)

Hal ini berarti apa yang diproduksi perusahaan dan yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dasar pelanggan. Tantangan dalam produk adalah menciptakan dan memberikan keunikan dan keunggulan dalam kebutuhan tersebut. Saat menambah penawaran produk, harus mempertimbangkan untuk menambahkan nilai dan diferensiasi melalui jaminan, garansi, dan aplikasi yang mudah digunakan atau konten digital seperti video yang membantu pengguna mendapatkan hasil maksimal dari produk.

2. *Price* (Harga)

Dalam penetapan harga, perusahaan harus mencari tahu informasi apa yang dicari pelanggan dan mengetahui permintaan pasar atas produk atau jasa tersebut, karena harga juga merupakan penanda kuat posisi pasar di depan pasar pesaing.

3. *Place* (Tempat)

Konsep tempat adalah tempat di mana pelanggan melakukan pembelian. Lokasi ini dapat berupa toko fisik, aplikasi, situs *online* dan lainnya.

Perusahaan perlu memikirkan lokasi mana yang cocok untuk target konsumennya.

#### 4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan langkah penting dalam bisnis, ketika perusahaan ingin berkomunikasi dengan pelanggan tentang produk yang menawarkan berbagai keuntungan dan harga yang menarik.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk menurut Tjiptono (2006:51) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:175) definisi lain kualitas produk adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang diambil ialah jenis penelitian kualitatif deskriptif . Penelitian kualitatif ialah salah satu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai melalui metode statistik atau metode kuantifikasi lainnya. Straus dan Corbin (2008) menetapkan bahwa penelitian kualitatif mampu meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, fungsi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan keluarga.

Kualitatif deskriptif ialah suatu langkah dalam penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif lalu digambarkan secara deskriptif. Jenis data deskriptif sering kali digunakan dalam menganalisa fenomena, kejadian, sosial budaya, dan lain-lain.

### **Jenis Data**

#### 1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung dari

sumber primer seperti wawancara, survei, tes, dll. Data primer biasanya selalu bersifat khusus karena menyesuaikan dengan kebutuhan peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah ada sebelumnya dan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

1. Observasi

Teknik ini diterapkan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Peneliti langsung terjun ke lapangan dan mengamati objek penelitian dengan mata kepala sendiri, yang kemudian dikumpulkan dalam buku catatan.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data berupa tanya jawab. Peneliti mewawancarai informan untuk mendapatkan informasi yang diharapkan. Peneliti bertindak sebagai pewawancara dan narasumber bertindak sebagai informan.

3. Dokumentasi

Menurut Suharsini Arikunto, metode dokumentasi adalah metode mencari informasi data dalam bentuk catatan, buku, laporan, surat kabar, tulisan, jurnal, notulen rapat, agenda dan foto-foto kegiatan. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk melengkapi data dari observasi dan wawancara.

### **Lokasi Penelitian**

Kegiatan penelitian berlokasi di toko-toko yang ada di kota Kuala Tungkal

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian Usaha Kerupuk Udang Toko Sanah**

## **NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL**

---

Usaha Kerupuk udang yang berada di Kuala Tungkal tepatnya di Jalan Baharek Kelurahan Kampung Nelayan Milik Ibu Sanah sudah berdiri sejak tahun 2005 dimana bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kerupuk ini menggunakan daging udang, tepung, bawang putih, cabe merah, cabe kering, penyedap rasa, garam. Kendala yang sering terjadi pada produksi kerupuk Sanah adalah para nelayan yang terkadang tidak menghasilkan banyak tangkapan udang.

Cara pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Sanah ialah dengan memasarkan ke toko-toko fisik, sosial media, toko *online* (Shopee) dan membangun kerja sama dengan pelanggan/reseller.

Pada pengelolaan, dampak dari pengolahan kerupuk udang bagi lingkungan sekitaran rumah' produksi Ibu Sanah tidak ada karena tidak ada pembuangan limbah yang berbahaya bagi lingkungan sekitar.

### **Hasil Penelitian Usaha Kerupuk Udang Toko Ova**

Kerupuk Ova dengan nama pemiliknya Ibu Rahmayanti, beralamat di jalan Harapan Kuala Tungkal dan berdiri sejak tahun 2015. Kendala-kendala dalam produksi kerupuk yaitu minimnya lokasi penjemuran kerupuk udang sehingga seringkali mengalami kerugian akibat terlindas kendaraan umum yang melewati area sekitar. Cara pemasaran kerupuk udang yaitu melalui reseller dan media *online* serta ada sebagian yang mengambil langsung dari rumah produksi. jika pelaut tidak mendapatkan tangkapan udang yang dibeli dari nelayan, udang dibeli di pasar dengan harga sedikit mahal dibandingkan harga dari produk langsung. Produksi tergantung banyak udang kisaran 30 kilo sekali produksi berapa omset sebulan dalam penjualan kerupuk udang omset tidak tertentu standar pendapatan sekitar 8 juta jika lebaran tiba ada peningkatan dari omset biasa Jika harga barang pokok seperti minyak naik. Dampak dari pengelolaan kerupuk udang bagi lingkungan sekitar kulit udang langsung dibuang ke laut jadi tidak ada pencemaran lingkungan Selain itu kulit udang juga biasa digunakan masyarakat sekitar yang membutuhkan untuk dikeringkan lalu dijadikan pelet. Dalam memproduksi kerupuk udang ini, pernah mengikuti pelatihan khusus dan mendapatkan sertifikat dan logo halal.

### **Hasil Penelitian Usaha Kerupuk Udang Toko Wati**

Usaha kerupuk udang yang berada di alamat Jalan Harapan Kuala Tungkal, milik ibu Wati ini berdiri sejak tahun 2019. Kendala yang sering terjadi dalam produksi kerupuk udang cuaca dikarenakan jika cuaca bagus maka hasil produksi akan bagus jika hujan turun maka hasil kerupuk udang yang sudah di iris akan menimbulkan efek bitnik atau sering di sebut jamur karna kerupuk udang ini tidak memakai pengawet. Cara pemasaran kerupuk udang dengan cara membuka lapak toko tetap, stok yang sudah siap jual di simpan di toko dan proses jual beli juga berlangsung di toko. Jika pelaut tidak mendapatkan tangkapan udang maka harus membeli di tempat yang lain untuk membeli udang, dan melakukan kerja sama dengan para pembuat kerupuk udang lain. Jika ada yang mendapatkan udang makan akan berbagi dengan pembuat yang lain. Omset yang didapatkan oleh ibu Wati dalam sebulan tidak menentu standar pendapatan 1.000.000 dibulan yang biasa dan akan mengalami kenaikan jika lebaran tiba, omsetnya mencapai 2.000.000 kadang lebih. Jika harga barang pokok seperti minyak, tepung dan lain lain naik harga kerupuk udang kerupuk udang tetap sama tidak ada kenaikan harga barang karna lingkungannya hampir sama jadi menyesuaikan. Misal di kurangi isi dalam kemasan. Dampak dari pengolahan kerupuk udang bagi lingkungan masyarakat sekitar tidak ada.

### **Hasil Penelitian Usaha Kerupuk Udang Toko Anisa**

Bisnis kerupuk yang berlokasi di Jalan Bahare Kuala Tungkal, merupakan bisnis yang bergerak di bidang produksi kerupuk udang yang mempunyai merek sendiri yaitu Kerupuk Anisa. Produksi ini berdiri sejak tahun 2018 hingga sekarang ini. Kerupuk udang juga merupakan cemilan yang banyak digemari para masyarakat karena, kerupuk udang ini merupakan makanan ringan yang memiliki rasa yang enak, bukan hanya itu kerupuk udang juga mempunyai kualitas yang baik khususnya pada pemilihan bahan baku pembuatan kerupuk udang tersebut. Kerupuk udang juga memiliki gizi dan protein yang tinggi dan cocok untuk terus dikonsumsi oleh siapa saja.

## **NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL**

---

Kemasan kerupuk udang Anisa sangat berkualitas dan sudah mempunyai merek tersendiri sehingga masyarakat bisa mengenali produk tersebut. Dalam pemasaran kerupuk udang Anisa ini dengan cara menitipkan produknya ke beberapa toko dan mempromosikan produknya melalui sosial media yaitu *Facebook* dan *WhatsApp*, sehingga bisa memudahkan orang luar daerah melihat produksi kerupuk udang Anisa. Untuk kendala yang dihadapi selama produksi kerupuk udang Anisa selama ini yaitu bahan baku yang mulai susah untuk didapatkan khususnya udang, karena para nelayan mengalami pendapatan udang yang kurang. Dan juga jika cuaca yang tidak mendukung maka itu juga bisa membuat penghambat dalam pengeringan kerupuk udang tersebut.

Untuk harga kerupuk udang Anisa ini yaitu mulai dari harga Rp.65.000 dan jika harga bahan baku naik maka kerupuk udang Anisa juga akan naik harganya. Harga kerupuk udang ini menyesuaikan dengan perkembangan kenaikan bahan baku. Dan untuk sekarang ini karena bahan baku udang susah didapatkan, maka otomatis harga kerupuk udang bisa bertambah.

Dan untuk omzet penjualan kerupuk udang Anisa sekarang ini banyak perubahan karena perekonomian sekarang ini sangat menurun, sehingga pembeli kerupuk udang juga berkurang. Tetapi kerupuk Anisa ini masih bisa menghasilkan omzet perbulannya mulai dari Rp.500.000-Rp.3.000.000 dan juga bisa lebih dihari-hari menuju lebaran. Karena biasanya masyarakat banyak membutuhkan kerupuk udang sebagai makanan ringan dan juga tambahan lauk makan.

Dampak pada produksi kerupuk udang Anisa ini yaitu tidak ada karena dalam tempat pembuangan bahan-bahan yang sudah tidak dipakai lagi seperti kulit udang maupun kemasan lainnya dibuang ke tempat pembuangan langsung, sehingga tidak menimbulkan bau yang tidak sedap.

### **Hasil Penelitian Usaha Kerupuk Udang Toko Adip**

Toko kerupuk Adip yang beralamat di Perumahan jalan Harapan, Kuala Tungkal dengan nama pemilik Reni Al Fajri yang berdiri sejak 2018. Kendala-kendala dalam produksi kerupuk yaitu cuaca dikarenakan jika cuaca bagus maka hasil produksi akan bagus, jika hujan turun maka hasil kerupuk udang yang sudah diiris akan ditemukan efek bintik atau sering disebut jamur karena kerupuk udang

ini tidak memakai pengawet. Pemasaran kerupuk udang yaitu melalui reseller dan media online serta ada sebagai yang mengambil langsung dari rumah produksi. Jika para nelayan tidak mendapatkan tangkapan udang maka udang dibeli di pasar dengan harga sedikit mahal dibandingkan harga dari pelaut langsung. Jika harga barang pokok seperti minyak naik, tidak ada kenaikan harga barang karena lingkungannya hampir sama menyesuaikan. adapun dampak dari pengolahan kerupuk udang bagi lingkungan sekitar yaitu kulit udang langsung ke laut jadi tidak adanya pencemaran lingkungan. Pemilik toko sudah pernah mengikuti pelatihan dan mendapatkan sertifikat dan logo halal.

### **Hasil Penelitian Usaha Kerupuk Udang Toko Ipu Nibung**

Usaha kerupuk udang yang berada di daerah Kuala Tungkal tepatnya di siswa ujung dengan nama tokoh IPU NIBUNG KERUPUK UDANG dan berdiri sejak tahun 2011. Jenis-jenis usaha atau kerupuk yang dijual seperti kerupuk udang, kerupuk jengkol, kerupuk ikan. Untuk strategi pemasaran dari kerupuk udang sendiri belum menggunakan media sosial karena pada masa sekarang ini banyak ibu-ibu yang kurang paham menggunakan alat teknologi. Namun walaupun tidak menggunakan media pemasaran secara online tetapi di toko tersebut sudah sudah banyak pelanggan atau konsumen. dan untuk pembuatan kerupuknya kurang lebih sama dengan pembuatan kerupuk pada umumnya. Dari suatu usaha tersebut tidak lepas dari banyaknya kendala salah satunya di saat bahan utama udang tidak ada maka pembuat kerupuk udang juga terhenti. Namun, ketika musim berganti dan banyak orang yang menjual udang di saat itulah para pengusaha banyak memproduksi udang tersebut. penghasilan yang didapatkan sekitar Rp 500.000 dalam satu minggu

### **Analisis SWOT Usaha Kerupuk Udang di Kuala Tungkal**

#### **Kekuatan (*Strengths*)**

1. Kerupuk udang merupakan salah satu kerupuk yang paling digemari masyarakat.
2. Cita rasa kerupuk udang yang terus terjaga yang menjadi ciri khas.
3. Harga yang cukup murah dengan kualitas produk yang baik.
4. Lokasi tempat usaha yang cukup strategis.

## NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL

---

5. Sudah menggunakan mesin teknologi yang modern.
6. Sudah mempunyai nama produk/merk sendiri.
7. Pengemasan yang rapi dan kuat.
8. Mulai melakukan penjualan dan promosi secara online.
9. Penjualan meningkat pada hari-hari tertentu.
10. Pemilik toko bersikap ramah tamah dan murah senyum.
11. Adanya kenyamanan dan kepercayaan pelanggan.
12. Bahan-bahan olahan kerupuk udang yang mudah untuk dicari.
13. Limbah dari olahan kerupuk udang bersifat ramah lingkungan.
14. Adanya kerja sama dengan toko lain/*reseller*.
15. Beberapa toko usaha udang di Kuala Tungkal sudah pernah mengikuti pelatihan dan sudah mendapatkan sertifikasi halal.

### **Kelemahan (*Weaknesses*)**

1. Merk produk masih lemah yang cenderung tidak membedakan dengan merk lain dengan produk yang sama
2. Tidak punya pemasok udang jika nelayan tidak mendapat tangkapan udang dan harus membeli udang yang lebih mahal di tempat lain.
3. Belum banyak yang menggunakan sistem *delivery* atau pengantaran produk ke tempat pembeli.
4. Belum memaksimalkan potensi promosi dan penjualan secara *online*.
5. Belum memaksimalkan strategi pemasaran.
6. Kurangnya inovasi pada produk untuk menarik pelanggan.
7. Kurangnya memperluas jangkauan pelanggan.
8. Kurangnya *investor* yang menanamkan modalnya.

### **Peluang (*Opportunities*)**

1. Hari-hari tertentu atau adanya acara berpotensi meningkatkan permintaan pasar.
2. Promosi dan penjualan secara online berpeluang menambah pelanggan baru.

## **NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL**

---

3. Sertifikasi halal akan menambah keyakinan pembeli terutama pembeli baru.
4. Adanya investor akan menambah modal usaha.

### **Ancaman (*Threats*)**

1. Cuaca yang buruk akan mempengaruhi hasil olahan kerupuk udang.
2. Jika nelayan sedang tidak mendapatkan tangkapan udang, beberapa toko bahkan berhenti beroperasi sampai mendapatkan bahan mentah udang.
3. Kemungkinan naiknya bahan-bahan olahan seperti minyak dapat mempengaruhi nilai jual.
4. Munculnya produk-produk serupa dari kompetitor yang punya daya saing.

### **PENUTUP**

Dari Analisis SWOT di atas, kesimpulan dan saran yang diberikan agar pengusaha kerupuk dapat menerapkan strategi untuk mengevaluasi usahanya dan meminimalisir kerugian, yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan ciri khas pada produk kerupuk udang agar untuk membedakan dengan produk lain.
2. Meningkatkan produksi yang lebih efisien seperti memanfaatkan alat operasional berteknologi.
3. Meningkatkan promosi dan penjualan secara online.
4. Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM)
5. Mengembangkan olahan produk menjadi lebih menarik.
6. Melakukan penyusunan anggaran untuk usaha jangka panjang.
7. Meningkatkan kerja sama dengan toko/reseller lain.
8. Mencari pemasok tetap untuk meningkatkan hasil produksi
9. Mengolah limbah dari olahan udang agar lebih bermanfaat
10. Mempertahankan nilai jual dan kualitas agar pelanggan tetap setia.
11. Menerapkan sistem *delivey* untuk mengantarkan pesanan ke rumah pelanggan.

# **NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL**

---

## **REFERENSI**

- Adnyana, I Made. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2020.
- Ananda. 2022. *Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan*. <https://www.gramedia.com/best-seller/analisa-swot/>
- Dqlab. 2022. *Mengenal Komponen Teknik Analisis Data Deskriptif Kualitatif*. <https://www.dqlab.id/mengenal-komponen-teknik-analisis-data-deskriptif-kualitatif>
- Haque-Fawzi, Marissa Grace dkk. 2022. *Strategi Pemasaran*. Tangerang Selatan: Pascal Books
- Jurnal.id. 2017. *Pahami Analisis SWOT Perusahaan, Simak Contoh Ini!*. <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-manfaat-faktor-yang-memengaruhi-dan-contoh-analisis-swot/>
- Murdiyanto, Eko. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Wikipedia. 2022. *Kerupuk Udang*. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kerupuk\\_udang](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kerupuk_udang)
- Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit dkk. 2018. *Analisis SWOT*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press
- Wreta, Adelaide. 2022. *7P Dalam Pemasaran: Apa Itu, Konsep, dan Contohnya*. <https://www.google.com/amp/s/finance.detik.com/solusiukm/d-6319993/7p-dalam-pemasaran-apa-itu-konsep-dan-contohnya/amp>

## **Biografi Penulis**

Sintha Dewi Agustina, Lahir di Kuala Tungkal 11 Agustus 1983, telah menyelesaikan jenjang Pendidikan tingkat SMA di SMA Piri 1 Yogyakarta Tahun 2001, kemudian menyelesaikan Program Strata Satu (S.1) di STIE YKPN Yogyakarta Tahun 2005 Manajemen. Menyelesaikan Program Strata Dua (S.2) di Universitas Jambi Bidang Studi Manajemen Sumber Daya Manusia Tahun 2021. Tahun 2005-2021 bekerja di PT. BPR Tanggo rajo Perseroda dengan jabatan

# NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL

terakhir direktur. Sekarang aktif sebagai dosen STAI An-Nadwah Kuala Tungkal Jurusan Manajemen Bisnis Syariah (MBS) sejak Tahun 2022.

## LAMPIRAN DOKUMENTASI

### Dokumentasi Usaha Kerupuk Udang Toko Sanah



### Dokumentasi Usaha Kerupuk Udang Toko Wati



### Dokumentasi Usaha Kerupuk Udang Toko Adib



### Dokumentasi Usaha Kerupuk Udang Toko Upi Nibung



# NALISIS SWOT STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA USAHA KERUPUK UDANG DI KUALA TUNGKAL

---

## Dokumentasi Usaha Kerupuk Udang Toko Anisa



## Dokumentasi Usaha Kerupuk Udang Toko Ova

