Vol. 3 No. 1 (June 2023)
Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri
DOI: 10.25047/jmaa.v3i1.37
e-ISSN: 2807-3789
p-ISSN: 2807-4130

Srategi Pemasaran Pisang Pasir Pada *Home Industry* Buk Lis di Kota Mojokerto

Banana Marketing Strategy for Buk Lis Home Industry in Mojokerto City

Salsabila Luki Pangesti [1*], Ariesia Ayuning Gemaputri [1], Dhanang Eka Putra [1], Fredy Eka Ardhi Pratama [1]

[1] Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember
* *lukisalsabila4@gmail.com*

SUBMITTED : JUN 29, 2022 | **ACCEPTED : MAY 05, 2023** | **PUBLISHED : JUN 30, 2023**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dari produk pisang pasir yang telah diproduksi sejak lama namun hingga saat ini masih menjadi produk favorit bagi kalangan remaja. Tetapi, seiring berjalannya waktu ditambah dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak pesaing bisnis yang menjualkan produk yang sejenis sehingga menjadikan produk pisang pasir menjadi tersisih. Lokasi UMKM Pisang Pasir Buk Lis bertempat di Gang Gotong Royong No 4, Mergelo, Balongsari, Kecamatan Magersari, Kota Mojokerto. Penelitian ini bertujuan : 1) Menganalisis faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran pisang pasir pada UMKM Pisang Pasir Buk Lis. 2) Menentukan dan menganalisis strategi yang sesuai dalam strategi pemasaran pisang pasir pada UMKM Pisang Pasir Buk Lis. 3) Menentukan dan menjelaskan strategi yang menjadi prioritas dari beberapa strategi pemasaran alternatif pisang pasir pada UMKM Pisang Pasir Buk Lis. Dengan menggunakan perhitungan metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yakni melakukan observasi secara internal dan eksternal perusahaan dimana yang diteliti melalui IFE dan EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan analisis QSPM untuk dapat menentukan strategi alternatif. Berdasarkan dengan hasil penelitian perhitungan QSPM, di dapat strategi utama yang menjadi prioritas yaitu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, cita rasa, dan pelayanan dengan skor TAS sebesar 6,96.

Kata kunci — Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM

ABSTRACT

This research is motivated by the banana fried product that has been produced for along time but is still a favorite product for teenagers. However, as time goes by coupled with the development of technology, more and more business competitors are selling similar products, thus making the banana sand product marginalized. The location of the Banana Fried Buk Lis Home Industry is located at Gang Gotong Royong No. 4, Mergelo, Balongsari, Magersari District, Mojokerto City. The purpose of this research: 1) Analyze internal and external factors in the marketing strategy of Banana Fried at Home Industry Buk Lis. 2) Determine and analyze the appropriate strategy in the marketing strategy of banana fried at the Home Industry Banana Fried Buk Lis. 3) Determine and explain the strategies that are the priorities of several alternative marketing strategies for banana at the Banana Fried Buk Lis Home Industry. By using the calculation of the data analysis method used in this study,namely conducting observations internally and externally of the company which was studied through IFE and EFE, IE Matrix, SWOT Matrix and QSPM analysis tobe able to determine alternative strategies. Based on the results of the QSPM calculation research, the main strategy that becomes a priority is to improve and maintain product quality, taste, and service with a TAS score of 6.96.

Keywords *— Marketing Strategy, SWOT, QSPM*

OPEN ACCESS

© 2023. Salsabila L. Pangesti, Ariesia A. Gemaputri, Dhanang E. Putra, Fredy E. A. Pratama

Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Perkembangan yang terjadi di dunia bisnis terutama di Indonesia saat ini sudah terbilang semakin maju. Di dunia bisnis pada saat ini berkembang sangat pesat khususnya dalam hal menghasilkan barang atau jasa maupun dalam segi peran pemasaran yang merupakan salah satu faktor penting sebagai penentu keberhasilan dalam kegiatan berbisnis. Bisnis yang terdapat pada suatu perusahaan harusnya lebih memahami mengenai pentingnya kegiatan pemasaran karena pemasaran berperan sangatlah penting dalam meningkatkan keberhasilan pada perusahaan tersebut[1].

Pengertian pemasaran merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen[2].

Pisang merupakan komoditi yang menarik untuk dapat ditingkatkan dan dikembangkan produksinya. Komoditi ini dapat ditemukan di berbagai tempat dengan harga yang relatif murah dan variasi jenis yang beragam. Pisang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk makanan bahkan camilan yang dapat menghasilkan omset yang cukup menjanjikan. Pada era saat ini sangat banyak dan sedang jamannya para pengusaha membuka tempat tempat usaha seperti UMKM. *Home Industry* Buk Lis merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Mojokerto.

UMKM ini berdiri sejak tahun 2017, berlokasi di Gang Gotong Royong No 4, Mergelo, Balongsari, Kecamatan Magersari, Kota Mojokerto. Beberapa produk yang diproduksi oleh UMKM ini yaitu Pisang Pasir, Banana Roll, Churros Bite, Cipeng kering dan Cipeng kuah, Lumpia Pisang, Chicken Karage. Untuk melihat mengenai keberhasilan pada suatu usaha dapat juga dilihat dari proses pemasaran dengan membandingkan harga yang dijual sehingga hal itu dapat menarik minat para konsumen.

Home Industry Buk Lis memiliki keinginan dalam usaha produksi pisang pasir agar dapat terus berkembang dan berinovasi sehingga konsumen dapat tetap dan semakin menggemari produk pisang pasir. Menjadi usaha yang sangat berkualitas, dapat mempertahankan usahanya dan dapat bersaing dengan usaha makanan ringan lainnya. Pisang pasir merupakan olahan pangan dari pahan pisang yang telah diolah sedemikian rupa menjadi beberapa bagian dan disajikan dengan toping berbagai varian rasa.

Adanya pengambilan judul strategi pemasaran dengan memfokuskan salah satu produk yaitu pisang pasir dikarenakan pada produk pisang pasir terdapat beberapa usaha dengan produk yang sejenis dan hal tersebut dapat membuat UMKM Pisang Pasir sedikit khawatir dan harus meningkatkan kualitas produknya untuk menarik perhatian konsumen. Sehubungan dengan permasalahan ini, maka perlu adanya penyelesaian dengan cara merumuskan strategi yang tepat untuk diterapkan oleh *Home Industry* Buk Lis.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode SWOT digunakan untuk mengevaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan pada lingkungan pemasaran, dapat membantu menetapkan prioritas mana yang didahulukan serta tanpa adanya metode SWOT kita dapat mengetahui potensi pasar, minat konsumen dan peluang pasar[3].

Sedangkan QSPM merupakan satu satunya teknik analisis untuk menetapkan daya tarik dan pilihan alternatif terhadap produk. Pada penelitian ini, setelah melakukan perumusan strategi kemudian akan dilakukan pemilihan strategi yang tepat terhadap perusahaan dengan menggunakan QSPM.

2. Metodologi

2.1. Definisi Operasinal Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan definisi yag menjadikan variabel yang diteliti menjadi operasional yang berfungsi untuk menghindari kesalahan dalam proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Maka, diberikan beberapa faktor yang dibahas dalam analisis SWOT adalah faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan.

Faktor internal merupakan faktor yang diambil dari dalam perusahaan dan dimanfaatkan sebagai peluang dalam meminimalisir ancaman yang ada di perusahaan.

a. Pemasaran. Dapat dideskripsikan sebagai mendefinisikan, mengantisipasi, membuat dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk produk dan jasa.
b. Produksi dan Operasi. Merupakan fungsi dari bisnis yang terdiri dari semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa.
c. Manajemen. Merupakan fungsi dari lima aktivitas dasar manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penempatan karyawan dan pengendalian.
d. Harga. Merupakan nilai nominal yang ditetapkan ataupun yang ditawarkan oleh UMKM Pisang Pasir Buk Lis saat melakukan pemasaran.
e. Produk. Merupakan barang yang dihasilkan oleh produsen untuk dipasarkan pada konsumen yang dihasilkan dari suatu proses produksi yang berguna untuk memenuhi kebutuhan konsumen [4].

Faktor eksternal merupakan faktor yang diambil dan berasal dari luar perusahaan serta tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan tersebut.

a. Sosial. Merupakan berbagai interaksi antara suatu perusahaan dengan berbagai kelompok masyarakat yang dilayaninya. Faktor tersebut meliputi keyakinan, sistem nilai yang dianut, sikap, opini, dan gaya hidup.
b. Teknologi. Merupakan perkembangan teknologikal yang sudah, sedang, atau akan terjadi. Dimana teknologi tersebut digunakanuntuk segi dan proses bisnis yang mana teknologi tersebut akan diterapkan.
c. Industri. Merupakan industri dimana tempat perusahaan bergerak yang turut berpengaruh terhadap jalannya roda perusahaan yang bersangkutan. Faktor tersebut meliputi ancaman dari pendatang baru, pemasok, pembeli, produk subtitusi, dan persaingan [5]

2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk pengambilan data dalam penelitian ini yaitumenggunakan wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan 2 kuesioner yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka digunakan untukmenentukan faktor-faktor internal dan eksternal. Kuesioner terbuka dikarenakan jawaban telah disediakan dan diberikan tempat kosong untuk menjawab pertanyaansesuai dengan kondisi responden.

Kuesioner tertutup yang ditujukan kepada pihak internal perusahaan yaitu pemilik usaha Pisang Pasir dan pengelola dari Pisang Pasir *Home Industry* Buk Lis untuk memperoleh informasi terkait data internal maupun eksternal dari *Home Industry* Buk Lis. Pemilihan kuesioner tertutup dikarenakan proses pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner tertutup dapat memudahkan peneliti karena di dalam kuesioner telah di sediakan pilihan jawabannya. Sehingga jawaban dari responden lebih fokus dan juga tidak melenceng dari jawaban yang diharapkan.

Pemilihan kuesioner karena mempunyai keuntungan, yaitu:

a. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
b. Dapat dijawab responden menurut waktu responden masing-masing.
c. Dapat dibuat anonim, sehingga responden dapat mengisinya dengan bebas.
d. Dapat dibuat terstandart sehingga semua responden diberi pertanyaan yang sama.

Pemberian skor pada kuesioner sangat diperlukan dengan menggunakan skala likert. skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan skala likert yang pengukurannya sebagai berikut[6]:

a. SS (Sangat Setuju) = 5
b. S (Setuju) = 4
c. RR (Ragu-Ragu) = 3
d. TS (Tidak Setuju) = 2
e. STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian ini, terdapat langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Pengumpulan data primer diperoleh secara langsung dari perusahaan yang diteliti.
   a. Observasi dilakukan dengan melihat langsung dilapangan digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung melalui wawancara survey analisis jabatan. [6].
   b. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti [6].

2. Pengumpulan data sekunder merupakan data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah penelitian. Untuk pengumpulan data sekunder yaitu dokumen atau data tambahan terkait dari *Home Industry* Buk Lis.

2.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan dalam proses menganalisa data dalam proses penelitian. Teknik analisa yang digunakan yaitu dengan matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, dan QSPM.

3. Pembahasan

3.1. Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan

3.1.1. Faktor Internal Perusahaan

a. Pemasaran

Kegiatan pemasaran pada Pisang Pasir Buk Lis sudah cukup baik, dimana telah memiliki media pemasaran di media sosial yakni Instagram dan Whatsapp.

b. Produksi dan Operasi

Pisang Pasir Buk Lis dalam memproduksi produknya menggunakan bahan-bahan yang dibeli langsung kemudian langsung di produksi dan ada juga yang masih di simpan. Setiap pekerjaan yang dilakukan oleh Buk Lis dan anaknya untuk memproduksi produk tiap hari nya selalu teratur dan sesuai dengan tupoksi masing-masing. Sistem pemesanan pada Pisang Pasir Buk Lis dapat melalui aplikasi Gojek dan Grab atau bisa juga langsung.

c. Manajemen

Home Industry Buk Lis memiliki suatu perencanaan untuk usahanya kedepan namun, situasi saat ini yakni pandemi yang menyebabkan perencanaan Pisang Pasir Buk Lis hanya digunakan untuk jangka pendek. Adanya peraturan pemerintah terkait pandemi, sangat mempengaruhi perencanaan Pisang Pasir Buk Lis. Pihak Pisang Pasir Buk Lis harus melakukan perencanaan usaha seperti melakukan gencaran promosi di sosial media (Instagram). Pisang Pasir Buk Lis untuk saat ini belum memiliki karyawan, hanya Buk Lis dan anaknya yakni Naomi yang mengelola usaha ini dikarenakan suatu hal, tetapi hal itu tidak menutup kemungkinan bahwasanya usaha mereka bisa bersaing dan bertahan di era pesaing bisnis dengan usaha yang selaras. Adanya pengendalian juga dapat menguntungkan suatu usaha, dimana dapat melakukan evaluasi kinerja dan dapat meminimalisir ketidakefisienan. Selain itu, pengendalian merupakan fungsi manajemen tentang penilaian, sehingga apa yang telah dilakukan dapat diarahkan dengan maksud untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

d. Harga

Harga jual produk Pisang Pasir yakni untuk yang porsi mini Rp 6.000 isi5pcs dan RP 8.000 isi 7pcs. Untuk yang kemasan besar dibandrol harga Rp10.000. Adapun produk pisang pasir kemasan besar pada topping cokelat jikamemakai Dark Choco dibandrol dengan harga Rp 10.000 sedangkan jika memakai Goldenfill dibandrol dengan harga Rp 15.000. Pemborong biasanyamembeli dalam kapasitas besar yang berisi sekitar 150-200 setiap minggunya.

e. Produk

UMKM Pisang Pasir Buk Lis memproduksi dan memasarkan produknyadengan bermacam ukuran yaitu porsi mini, porsi besar. Produk yang dijual juga memiliki berbagai varian menu beragam, diantaranya ada Pisang Pasir, Banana Roll, Churros Bite, Cipeng kering dan Cipeng kuah, Lumpia Pisang, Chicken Karage.

3.1.2. Faktor Eksternal Perusahaan

a. Sosial

Meningkatnya permintaan terhadap produk makanan menjadi salah satupeluang untuk berbisnis makanan. Kondisi sosial lingkungan sekitar *Home Industry* Buk Lis dapat mempengaruhi dalam perubahan gaya hidup yang dapat mendukung permintaan.

b. Teknologi

Home Industry Buk Lis masih menggunakan teknologi yang modern dimana yakni mesin pencampur varian rasa dimana untuk peralatan seperti itu sangatlah mudah ditemukan

c. Pesaing

Pesaing *Home Industry* Buk Lis terdiri dari produsen pisang dengan inovasi sejenis di daerah Mojokerto.

d. Pelanggan

Sasaran pelanggan *Home Industry* Buk Lis yakni mayoritas masyarakat di daerah sekitar, remaja dan tidak jarang juga untuk ibu rumah tangga yang menjadi pelanggan yang memborong banyak. Selain itu, *Home Industry* Buk Lis juga sudah banyak mendapatkan kepercayaan di kalangan konsumen karena kualitas produk yang sangat baik.

3.2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

3.2.1. Identifikasi Faktor Lingkungan Internal Perusahaan

a. Kekuatan

- Lokasi yang strategis

Pemilihan lokasi usaha sangatlah penting, pada *Home Industry* Buk Lis memiliki lokasi yang strategis dapat menjadi salah satu keuntungan bagi pelaku usaha. Lokasinya terletak masuk tidak jauh dari gang masuk jalan besar ramai di pinggir jalan, dekat pertokoan.

- Kualitas Produk Produk

Pisang Pasir yang diproduksi *Home Industry* Buk Lis ini memiliki kualitas yang dapat terjamin dimana berkomitmen hanya menggunakan bahan baku yang berkualitas.

- Menu dan variasi yang beragam

Home Industry Buk Lis menyediakan berbagai menu dan juga varian rasa. Adapun menu yang disediakan yakni Pisang Pasir, Banana Roll, Churros Bite, Cipeng kering dan Cipeng kuah, Lumpia Pisang, Chicken Karage.

- Harga Terjangkau

Home Industry Buk Lis juga tidak jarag memberikan potongan harga bagi konsumen dalam jumlah yang besar. Dapat dikatakan bahwasanya harga dari *Home Industry* Buk Lis telah sesuai dengan kualitas produk yang di berikan kepada kosnumen Pisang Pasir Buk Lis.

- Kapasitas Produksi Baik

Home Industry Buk Lis termasuk usaha yang memiliki kapasitas produksi yang baik, dimana setiap harinya selalu datang pesanandan konsumen. Berbagai kalangan konsumen, tidak sedikit juga yang melakukan pemesanan produk dalam jumlah banyak setiap harinya.

Dapat dipesan melalui Gojek dan Grab *Home Industry* Buk Lis telah bekerja sama dengan Gojek dan Grab yang dapat memudahkan konsumen memesan pesanan tanpa harus datang langsung ke *Home Industry* Buk Lis.

b. Kelemahan

- Alat produksi yang masih sederhana

Alat produksi yang digunakan oleh *Home Industry* Buk Lis masih sangat sederhana dimana masih menggunakan alat pencampur varian saja. Untuk alat produksi lainnya masih menggunakan sdm sendiridan untuk proses pengemasannya juga masih sangat sederhana.

- Tenaga kerja masih kurang

Home Industry Buk Lis saat ini belum memiliki karyawan ataupun tenaga kerja lain selain Buk Lis dan anaknya yakni Naomi. Hal tersebut dilandasi karena adanya beberapa karyawan yang telah usai bekerja, hingga saat ini masih belum adanya lowongan karyawan baru untuk usaha ini.

- Kurangnya Lahan Parkir

Lokasi yang masuk gang sedikit sempit, sehingga jika ada kendaraan besar berpapasan akan sangat susah.

3.2.2. Identifikasi Faktor Lingkungan Eksternal Perusahaan

a. Peluang

- Pertumbuhan Penduduk

Pertumbuhan jumlah penduduk menjadi salah satu peluang bagi *Home Industry* Buk Lis karena pertumbuhan jumlah penduduk sejalan dengan meningkatnya kebutuhan dan permintaan terhadap tingkat konsumsi terhadap usaha ini.

- Tingginya Loyalitas Konsumen

Home Industry Buk Lis memiliki beberapa konsumen yang fokus orientasinya bukan hanya terhadap rasa dan kualitas produk.

- Tingginya Minat Konsumsi

Minat konsumsi pada konsumen di Mojokerto juga sangat tinggi. Masyarakat Mojokerto banyak yang minat dengan pisang pasir ini, dimana karena pelayanannya ramah, menu yang beragam, varian rasa yang beragam, ditambah juga dengan harga yang di tawarkan oleh *Home Industry* Buk Lis juga tergolong terjangkau di kalangan masyarakat.

- Perkembangan Teknologi Semakin Canggih

Media sosial merupakan platform yang efektif untuk dilakukan sebagai sarana pemasaran produksuatu usaha dikarenakan juga masyarakat pada jaman sekarang cenderung banyak beraktifitas dengan media social.

b. Ancaman

- Munculnya Pesaing Baru

Persaingan antar suatu usaha dalam industri bisnis cenderung kompsetitif, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya usaha yang sejenis dengan *Home Industry* Buk Lis.

- Perubahan Selera Konsumen

Banyak usaha sejenis dengan *Home Industry* Buk Lis dimana juga menyediakan tempat dan pelayanan yang nyaman dan baik juga serta memiliki menu yang bervariasi. Hal itu dapat mempermudah untuk menarik konsumen, sehingga dapat menjadi ancaman bagi *Home Industry* Buk Lis untuk harus dapat menyesuaikan produknya dengan permintaan konsumen.

- Promosi Masih Kurang Optimal

Pada *Home Industry* Buk Lis ini hanya melakukan promosi yang dibilang masih belum optimal dikarenakan hanya melaluiInstagram. Adabaiknya jika *Home Industry* Buk Lis harus lebih memperhatikan promosi di berbagai media sosial lainnya agar semakin banyak konsumen yang mengenal usaha ini.

3.3. Analisis Matriks IFE

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal pada *Home Industry* Buk Lis meliputi kekuatan dan kelemahan, selanjutnya dilakukan pembobotan dan pemberian rating untuk diketahui nilai tertimbangnya.

Berdasarkan hasil analisis Internal Factor Evaluation (IFE) dapat diketahui yang menjadi kekuatan utama dari *Home Industry* Buk Lis yaitu kualitas produk dengan skor tertimbang 0.52, sedangkan yang menjadi kelemahan utama dari *Home Industry* Buk Lis yaitu tenaga kerja masih kurang dan kurangnya lahan parkir dengan skor sama tertimbang 0.33. Berdasarkan tabel faktor internal dapat diperoleh data dari analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), dengan skor total bobot sebesar 2.96.

Tabel 1. Matriks IFE

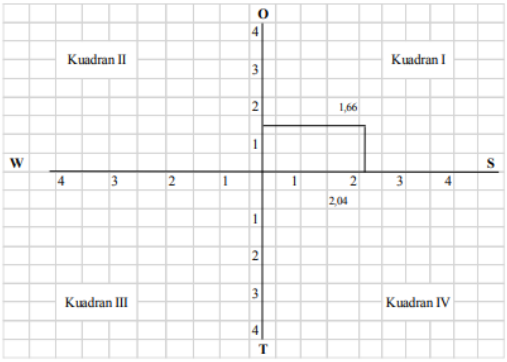
Faktor-Faktor Internal Perusahaan	Bobot	Rating	Skor
	(A)	(B)	(AxB)
Kekuatan			
Lokasi yang strategis	0,09	2	0,36
Kualitas produk	0,13	4	0,52
Menu dan variasi yang beragam	0,11	4	0,44
Harga terjangkau	0,11	3	0,33
Kapasitas produk baik	0,08	3	0,24
Dapat dipesan melalui Gojek dan Grab	0,11	3	0,33
Jumlah			**2,04**
Kelemahan			
Alat produksi masih sederhana	0,13	2	0,26
Tenaga kerja masih kurang	0,11	3	0,33
Kurangnya lahan parkir	0,11	3	0,33
Jumlah			**0,92**
Total Faktor Internal	**1,00**		**2,96**

Sumber : Data Primer

3.4. Analisis Matriks EFE

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal pada *Home Industry* Buk Lis meliputi kekuatan dan kelemahan, selanjutnya dilakukan pembobotan dan pemberian rating untuk diketahui nilai tertimbangnya.

Evaluation (EFE) yang menjadi ancaman utama dari UMKM Pisang Pasir Buk Lis yaitu munculnya pesaing baru dengan skor tertimbang 0.42, dikarenakan dengan banyaknya pesaing baru ditambah juga dengan pesaing bisnis yang menggunakan produk sejenis dapat menjadi ancaman bagi UMKM Pisang Pasir Buk Lis dalam mendapatkan daya tarik konsumen. Kemudian untuk ancaman yang memiliki skor kecil yaitu perubahan selera konsumen dengan skor tertimbang 0.32, dikarenakan dengan skor kecil inilah termasuk kedalam ancaman bagi perusahaan namun tidak dipungkiri juga memiliki dampak yang minim dibanding dengan indikator yang lain.



Gambar 1. Posisi Pisang Pasir Buk Lis dalam Kuadran SWOT

Berdasarkan gambar diatas, posisi Pisang Pasir Buk Lis berada diantara sumbu O(Opportunity) dan S(Strenght) yaitu pada Kuadran I dimana yang artinya Pisang Pasir Buk Lis dapat disarankan untuk melakukan strategi progresif yakni dengan pemanfaatan kekuatan internal perusahaan agar mendapatkan keuntungan dari peluang eksternal perusahaan dengan tujuan pencapaian pertumbuhan penjualan yang baik dan meningkat.

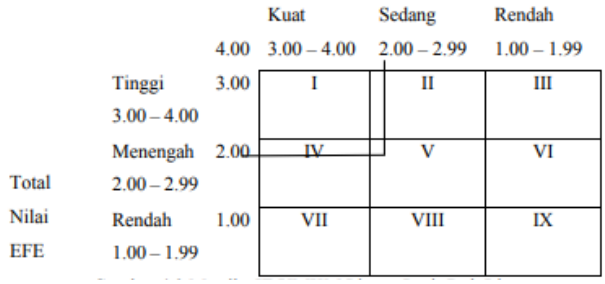
Tabel 2. Matriks EFE

Faktor-Faktor Eksternal Perusahaan	Bobot (A)	Rating (B)	Skor (AxB)
Peluang			
Pertumbuhan penduduk	0,1	3	0,3
Tingginya loyalitas konsumen	0,16	3	0,48
Tingginya minat konsumsi	0,16	2	0,32
Perkembangan teknologi semakin canggih	0,14	4	0,56
Jumlah			**2,04**
Ancaman			
Munculnya pesaing baru	0,14	3	0,42
Perubahan selera konsumen	0,16	2	0,32
Promosi masih kurang optimal	0,12	3	0,36
Jumlah			**1,1**
Total Faktor Eksternal	**1,00**		**2,76**

Sumber : Diolah Dari Data Primer

3.5. Analisis Matriks IE

Berikut hasil pemetaan pada matriks IE:



Gambar 2. Matriks IE

Home Industry Buk Lis pada pemasarannya menempati posisi sel V. Hal ini dapat menunjukkan bahwa *Home Industry* Buk Lis ada di posisi yang baik. Strategi yang digunakan pada kuadran ini yakni strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal dimana merupakan kegiatan degan tujuan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi lain serta dengan meningkatkan jenis produk serta jasa. Kemudian, strategi yang dapat digunakan berdasarkan dengan lingkungan internal dan eksternal perusahaan yakni berupa strategi penetrasi pasardan pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar merupakan hal pencarianpangsa pasar yang lebih besar untuk hal produk dan jasa yang telah ada melalui usaha pemasaran yang lebih memadai. Promosi yang dapat dilakukan yakni sepertipromosi melalui meda social, koran, dan radio.

3.6. Analisis Matriks SWOT

Setelah melakukan analisis lingkungan factor internal dan eksternal perusahaan, maka dilakukan penyusunan strategi alternative berdasarkan analisis SWOT, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. berikut hasil analisis SWOT:

Tabel 3. Matriks SWOT

IFE / EFE	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	1. Lokasi yang strategis 2. Kualitas produk 3. Menu dan variasi yang beragam 4. Harga terjangkau 5. Kapasitas produk baik 6. Dapat dipesan melalui Gojek dan Grab	1. Alat produksi masih sederhana 2. Tenaga kerja masih kurang 3. Kurangnya lahan parkir
Opportunities (O) 1. Pertumbuhan penduduk 2. Tingginya loyalitas konsumen 3. Tingginya minat konsumen 4. Perkembangan teknologi semakin canggih	**Strategi SO** 1. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, cita rasa, dan pelayanan. (S2, S3, S4, S5, O2, O3) 2. Mengoptimalkan media sosial (S1, S6, O1, O4)	**Strategi WO** 1. Menambah tenaga kerja guna (W2, O1) 2. Memanfaatkan ketersediaan lokasi udaha serta menambah alat produksi (W1, W3, T1, T2)
Threats (T) 1. Munculnya pesaing baru 2. Perubahan selera konsumen 3. Promosi masih kurang optimal	**Strategi ST** 1. Menarik perhatian konsumen dengan memanfaatkan media sosial dan promosi (S1, S6, T3) 2. Mempertahankan kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk sejenis (S2, S3, S4, S5, T1, T2)	**Strategi WT** 1. Memperluas lokasi produksi untuk lahan parkir dan menambah kapasitas produksi (W3, T1, T2)

Sumber : Diolah Dari Data Primer

3.7. Analisis QSPM

Tahapan ini merupakan tahapan pemilihan strategi alternatif dalam pengambilan suatu keputusan, dimana analisis QSPM ini adalah tahap terakhir yangdilakukan sebagai proses perumusan suatu strategi alternatif yang telah dirumuskandalam analisis SWOT. Adapun hasil dari analisis QSPM pada UMKM Pisang Pasir Buk Lis, sebagai berikut :

Berdasarkan dengan hasil perhitungan QSPM, maka diperoleh skor TAS tertinggi dimana akan menjadi alternatif strategi yang di prioritaskan oleh UMKM Pisang Pasir Buk Lis yakni meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, cita rasa dan pelayanan dengan total skor TAS sebesar 6.96.

Alternatif strategi ini dimungkinkan untuk UMKM Pisang Pasir Buk Lis untuk bisa menguasai pangsa pasar serta dapat bersaing dengan usaha yang sejenis. Adanya alternatif strategi inijuga diperoleh dari penilaian perusahaan serta penilaian expert. Selain agar dapat mengusai pangsa pasar, UMKM Pisang Pasir Buk Lis memiliki tingkat loyalitas konsumen yang tinggi dimana hal ini juga dapat menguntungkan bagi UMKM Pisang Pasir Buk Lis untuk menggaet konsumen baru.

Sedangkan untuk alternatif strategi yang tidak begitu diminati yakni menambah tenaga kerja dengan total TAS sebesar 5.06. Alternatif strategi ini tidakbegitu diminati dikarenakan meskipun dengan keterbatasan tenaga kerja yang ada,tidak mengurangi nilai baik dari UMKM Pisang Pasir Buk Lis. UMKM Pisang PasirBuk Lis masih tetap menjadi usaha yang bernilai baik dimata konsumen.

Pemilik juga beranggapan bahwasanya meskipun memiliki keterbatasan tenaga kerja, pekerjaan yang mereka lakukan yakni melayani konsumen dengan baik pun tidak terkendala dan tidak pernah mendapat kritikan akan soal pelayanan.

Tabel 4. Hasil Perhitungan QSPM

No	Alternatif Strategi	TAS	Peringkat
1	Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, cita rasa, dan pelayanan	6,96	1
2	Menarik perhatian konsumen dengan mengoptimalkan media sosial dan mengadakan promosi	6,85	2
3	Menambah tenaga kerja	5,06	5
4	Memanfaatkan ketersediaan lokasi usaha serta menambah alat produksi	6,05	4
5	Memperluas lokasi produksi untuk lahan parkir dan menambah kapasitas produksi	6,21	3

Sumber: Diolah Dari Data Primer

4. Kesimpulan

observasi mengenai "Strategi Pemasaran Pisang Pasir *Home Industry* Buk Lis Kota Mojokerto" yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT dan juga metode analisis QSPM, maka dapat mengetahui kesimpulannya yakni sebagai berikut :

1. Adapun faktor internal sebagai kekuatan utama dari *Home Industry* Buk Lis adalah kualitas produk, sedangkan untuk kelemahan utama adalah tenaga kerja masih kurang dan kurangnya lahan parkir. Selain itu,untuk faktor eksternal yang menjadi peluang utama bagi *Home Industry* Buk Lis adalah perkembangan teknologi semakin canggih, sedangkan untuk ancaman utamanya adalah munculnya pesaing baru. Sedangkan untuk factor eksternal sebagai kekurangan adalah internal biasa terjadi manajemen yang melakukan manipulasi untuk beberapa kepentingan.
2. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh 5 strategi alternatif yaitu : 1) Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, cita rasa, dan pelayanan. 2) Menarik perhatian konsumen dengan mengoptimalkan media sosial dan mengadakan promosi. 3) Menambah tenaga kerja. 4) Memanfaatkan ketersediaan lokasi usaha serta menambah alat produksi. 5) Memperluas lokasi produksi untuk lahan parkir dan menambah kapasitas produksi.
3. Berdasarkan hasil perhitungan dengan QSPM diperoleh 5 strategi dimana adapun prioritas strategi utama yakni meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, cita rasa dan pelayanan, dengan nilai AS sebesar 56 dan skor TAS sebesar 6,96 Sedangkan untuk alternatif strategi yang memiliki prioritas rendah yaitu menambah tenaga kerja, dengan skor AS sebesar 41 dan skor TAS sebesar 5,06.

5. Daftar Pustaka

[1] Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017.

[2] M. Herman, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.

[3] F. Rangkuti, *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia, 2016.

[4] Kotler, Philip, Amstrong, and Gary, *Prinsip-Prisip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2014.

[5] S. P. Siagian, *Manajemen Strategi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018.

[6] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet, 2016.