



**MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
KUE KIPANG TIGA SAUDARA
(Study Kasus Desa Penegah Kecamatan Pelawan
Kabupaten Sarolangun)**

Endang Fitriana

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Manajemen Keuangan Syariah, Endangfitriana130100@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRACT

This thesis is the result of qualitative research using the SWOT analysis method which aims to find out how the strategy of developing the Kipang Tiga Saudara Cake Business is to increase sales turnover by first analyzing or knowing how the company is. In addition to being researched with a qualitative descriptive approach, this research also uses the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) analysis method. SWOT analysis is a way to systematically identify various factors in order to formulate corporate strategy.

The data collection technique carried out by the researcher was by direct observation conducted at the Kipang Tiga Saudara Cake Business and conducting interviews with the owner of the Kipang Tiga Saudara Cake Business and then also by adding from reading books and also other sources related to the title of the study. The data obtained from the results of the collection and then analyzed using SWOT analysis to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business development strategy carried out by the Kipang Tiga Saudara entrepreneur.

The results showed that of the 7p namely product, price, place, promotion, people, physical evidence and the existing marketing strategy process. However, what is used in the Kipang Tiga Saudara business is only 4p, namely product, price, promotion and people which is run. The business development strategy used is Product Kipang made with quality glutinous rice sold at cheap and affordable prices, always increasing sales promotion both offline and online, and people who provide the best service.

Keywords: Business Development Strategy, Kipang Three Brothers, SWOT Analysis.

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan Usaha Kue Kipang Tiga Saudara untuk meningkatkan omset penjualan dengan terlebih dahulu menganalisis atau mengetahui bagaimana keadaan perusahaan. Penelitian ini selain diteliti dengan pendekatan deskriptif kualitatif juga menggunakan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan observasi langsung yang dilakukan pada Usaha Kue Kipang Tiga Saudara dan melakukan wawancara dengan owner/pemilik Usaha Kue Kipang Tiga Saudara kemudian juga dengan menambahkan dari buku-buku bacaan dan juga sumber lain yang berhubungan dengan judul penelitian. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan dan kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha Kipang Tiga Saudara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 7p yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* strategi pemasaran yang ada. Namun yang digunakan pada Usaha Kipang Tiga Saudara hanya 4p yaitu *product, price, promotion dan pople* yang di jalankan. Adapun strategi pengembangan usaha yang digunakan adalah *Product* Kipang dibuat dengan beras ketan yang berkualitas dijual dengan *Price* murah dan terjangkau, selalu meningkatkan *Promotion* penjualan baik secara offline dan online, dan *people* yang memberikan pelayanan terbaik.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Kipang Tiga Saudara, Analisis SWOT.

1. PENDAHULUAN

Manajemen telah berkembang sedemikian rupa sehingga akan di temukan macam-macam definisi manajemen. Salah satunya Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi agar dapat mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Beberapa pakar dalam ilmu manajemen mendefinisikan manajemen strategis dengan cara yang berbeda-beda salah satunya adalah manajemen strategi sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan. Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, agar dibuat oleh pimpinan dan implementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Manajemen strategi dapat dimanfaatkan secara baik oleh lingkungan makro, seperti dalam manajemen pemerintahan dan dapat digunakan juga untuk lingkungan mikro misalnya seperti manajemen perusahaan atau organisasi.

Usaha kecil menengah merupakan salah satu kekuatan penggerak utama pembangunan ekonomi. Gerakan Departemen UMKM sangat penting untuk menciptakan pertumbuhan dan sektor profesi. UMKM sangat fleksibel dan dapat dengan mudah disesuaikan juga menciptakan peluang kerja lebih cepat dari sektor bisnis lain, juga cukup beragam dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan. Menjadi sebuah alasan UMKM sebagai bagian penting pertumbuhan ekonomi, dalam haluan negara telah digambarkan secara jelas bahwa peran ekonomi kerakyatan berbasis UMKM. Keadaan ini semakin memperkuat peranan dan dukungan yang harus diberikan terhadap perkembangan UMKM.

UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia, aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat di pisahkan dari kehidupan masyarakat dalam mencukupi kebutuhan hidup Oleh sebab itu jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99 persen dari total jumlah sektor yang ada menjadikan UMKM sebagai salah satu wadah paling tepat untuk menampung para tenaga kerja yang tidak memiliki keahlian tinggi.

Pengembangan ekonomi lokal juga perlu di arahkan untuk mendukung perkembangan sektor-sektor yang mempunyai potensi yang menciptakan kesempatan kerja yang luas dan memiliki prospek yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah. Upaya dalam memberikan kesadaran masyarakat dalam pengembangan usaha ekonomi masyarakat melalui pengembangan kewirausahaan mandiri.

Pengembangan industri pengolahan pangan didukung adanya sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani yang mampu menghasilkan berbagai macam produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal maupun import dan dapat diolah secara tradisional maupun moderen. Jumlah dan jenis produk pangan pun menjadi semakin beragam dengan berkembang nya produk lokal.

Aparatur Pemerintah Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun sebagai instansi pemerintah dalam melaksanakan aktivitasnya sangat membutuhkan pengelolaan manajemen yang sangat baik, agar dalam melakukan tugas dan tanggung jawab dapat berjalan dan sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya masing-masing

Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah berupa Jajanan tradisional yang terbuat dari bahan dasar ketan yaitu Kipang. Usaha Kipang Tiga Saudara ini sudah ada sejak 2002 di kelolah oleh ibu Siti Nurbaya dirumahnya. Pada tahun 2010 ibu siti meninggal dunia, usaha Kipang ibu siti dilanjutkan oleh anaknya yang bernama ibu Taibah. Sejak itu usaha ini menjadi sedikit berkembang dari yang sebelumnya tidak memiliki izin usaha namun setelah di kelola oleh anak nya usaha Kipang Tiga Saudara mendapatkan surat izin usaha dan diberi nama Usaha Kipang Tiga Saudara. Hal itu menjadi pencapaian baik untuk usaha kipang yang ada di Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun, karena sejak adanya usaha kipang di Desa Penegah, Usaha Kipang Tiga Saudara menjadi yang pertama mendapatkan surat izin usaha yang sah dikeluarkan langsung oleh kantor dinas Prindagkop dan memiliki nama usaha.

Meski demikian namun pendapatan Usaha Kipang Tiga Saudara masih stabil belum mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari pendapatan tahun-tahun sebelumnya. Berikut table data pendapatan dan pada Usaha Kipang Tiga Saudara pada tahun 2022:

Tabel 1. Pendapatan Pada Usaha Kipang Tiga Saudara Di Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun Tahun 2017-2021

| No | Tahun | Pendapatan Penjualan |
|----|-------|----------------------|
| 1 | 2017 | Rp. 50.000.000 |
| 2 | 2018 | Rp. 46.000.000 |
| 3 | 2019 | Rp. 47.000.000 |
| 4 | 2020 | RP. 50.000.000 |
| 5 | 2021 | Rp. 52.500.000 |

Dapat dilihat dari tabel di atas penghasilan Kue Kipang Tiga Saudara dari tahun ke tahun stabil pendapatannya tidak pernah mengalami penurunan yang begitu signifikan dan tidak ada kenaikan yang sangat tinggi. Seharusnya dengan usaha yang sudah berjalan selama dua puluh tahun usaha ini harus dapat berkembang lebih pesat, namun hal itu tidak terjadi pada Usaha Kipang Tiga Saudara di Desa Penegah.

Usaha Kipang Tiga Saudara di Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun sudah bertahan selama 20 tahun, namun industri ini belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Pemilik Usaha kipang Tiga Saudara sendiri sudah berupaya melakukan strategi pengembangan seperti menjaga kualitas produk, memberikan harga diskon, promosi, memberikan pelayanan terbaik

Usaha Kipang di Desa Penegah ini di produksi secara individu dan terpisah, kipang sendiri termasuk makanan cemilan yang menjadi produk unggulan ataupun oleh-oleh khas dari Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun. Sebagai usaha ekonomi masyarakat di desa penegah, industri kipang diharapkan dapat selalu berinovasi untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan industri-industri lain. Oleh karena itu diperlukannya pengembangan bisnis dengan perencanaan strategi yang baik untuk dimasa sekarang dan masa yang akan datang.

Semua pencapaian maupaun strategi pengembangan yang dilakukan Usaha Kipang Tiga Saudara selama ini masih belum cukup membuat usaha ini bisa berkembang pesat. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Kue Kipang Tiga Saudara di Desa Penegah Kecamatan Pelawan, Kabupaten Sarolangun.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata kerja bahasa inggris “to manage” yang berarti mengatur. Selain itu, kata “to manage” mempunyai sinonim antara lain : mengurus, memeriksa, atau mengawasi, menuntun/mengemudikan. Manajemen juga dapat di definisikan sebagai suatu upaya perencanaan, pengkoordinasian, pengorganisasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran yang efisien dan efektif

Organisasi dan manajemen tidak dapat dipisahkan karena kedua unsur ini saling berkaitan Organisasi dapat diartikan sebagai orang yang ditugaskan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan manajemen adalah ilmu, proses, dan seni yang meliputi perilaku merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengadili melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Pengertian Strategi

Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu terjadi dari “apa yang dapat terjadi”, bukan di mulai dari “apa yang terjadi”

Strategi adalah pengertian secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Dalam strategi yang baik terdapat koordinasi kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor, pendukung, yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanann, dan memiliki Taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Tipe-Tipe Strategi

Menurut Rangkuti, bahwa pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis:

1. Strategi Manajemen Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan ekonomi secara makro, misalnya strategi pengembang produk, penerapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, dan sebagainya.
2. Strategi Investasi Strategi ini merupakan strategi yang berorientasi pada investasi misalnya, perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.
3. Strategi Bisnis Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Karakteristik Strategi

Strategi memiliki tiga karakteristik mendasar. Pertama adalah pandangan depan, ini adalah apa yang kita lakukan dan bagaimana kita berniat untuk melakukannya Strategi mendefinisikan tujuan jangka panjang tetapi juga menentukan bagaimana tujuan tersebut akan tercapai. Juga bimbingan tindakan yang berusaha untuk memberikan apa yang dibutuhkan agar memperoleh hasil yang memuaskan Karakteristik dari strategi yang kedua adalah pengakuan bahwa organisasi suatu perusahaan tergantung pada kemampuan sumber daya untuk berlangsung secara efektif. Kualitas dan kuantitas sumber daya dan potensi mereka yang berpengaruh untuk memberikan hasil pada perusahaan Karakteristik yang ketiga adalah untuk mencapai tujuan bisnis orang ketika mengembangkan strategi fungsional sebagai sumber daya manusia konteks internal maupun eksternal.

Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Pengertian Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman). Sedangkan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*opportunities*) namun seacara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan mengambil tindakan, perusahaan akan lebih mampu mengambil manfaat dari perubahan-perubahan ini. Kedua, langkah ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi

3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Penegah, Kecamatan Pelawan, Kabupaten Sarolangun, yakni menyangkut dengan Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Kue Kipang Tiga Saudara di Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun dengan alasan karena Desa Penegah salah satu desa yang memiliki usaha ekonomi masyarakat yang mampu bersaing dengan industri lainnya.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif maka dari itu penulis mendeskripsikan tentang Manajemen Strategi Pengembangan Usaha di Desa Penegah Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun.

Sumber Data

Penulis menggunakan dua sumber data untuk mendukung hasil dalam penelitian ini yang telah penulis lakukan di antaranya menggunakan.

1. Data primer

Data primer yaitu data yang di peroleh secara langsung, dari pemilik usaha melalui pertemuan, baik itu melalui wawancara, observasi, dan alat lainnya. Data primer di peroleh langsung dari objek atau sumber utama, dan data tersebut di dapatkan melalui wawancara.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung dari orang lain, seperti kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, jurnal ilmiah, tesis, skripsi atau pustaka Data sekunder dalam penelitian ini di dapat dari buku-buku ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Observasi

Observasi adalah menandakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap yang di teliti. Melalui tehnik ini penulis melakukan pengamatan dalam berbagai hal yang berkenaan dengan subjek penelitian maupun data yang ingin di kumpulkan.

Wawancara

Wawancara dalam pendekatan kualitatif bersifat mendalam, wawancara dan observasi bisa dilakukan secara bersamaan. Wawancara dapat digunakan untuk menggali lebih dalam dari data yang di peroleh dari observasi. Dengan demikian tidak ada informasi yang terputus antara yang di lihat dengan yang di dengar serta di catat. Wawancara mendalam suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi yang mendalam. Komunikasi antara pewawancara dengan yang di wawancara bersifat intensif dan masuk kepada hal-hal yang bersifat detail. Tujuannya untuk memperoleh informasi yang rinci dan memahami latar belakang sikap dan pandangan narasumber.

Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian mempunyai dua makna yang sering dipahami secara keliru oleh peneliti pemula, dokumen yang di maksudkan sebagai alat bukti tentang sesuatu termasuk catatan-catatan, foto, rekaman, video, atau apapun yang di hasilkan oleh peneliti. Dokumen dalam bentuk ini lebih cocok disebut sebagai dokumentasi kegiatan atau kenang-kenangan. Kedua dokumen yang berkenaan dengan peristiwa atau momen maupun kegiatan yang telah lalu, yang padanya mungkin di hasilkan sebuah informasi fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian. Berbeda dengan bentuk pertama dimana dokumen sebagai bukti seorang peneliti, pada bentuk kedua dokumen merupakan sumber yang memberikan data atau informasi maupun fakta kegiatan peneliti baik itu catatan maupun foto, rekaman video atau apapun bentuk lainnya. Karena itu bentuk kedua ini yang akan di bicarakan lebih mendetail dalam penulisan berikut sebagai salah satu tehnik pengumpulan data dalam penelitian. Salah satu tehnik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, ada

beberapa hal penting yang dipahami secara baik, yakni: pengertian dan kegunaan atau manfaat dokumen, jenis-jenis dokumen, dan nilai-nilai sebuah dokumen dalam penelitian.

Tehnik Pengolahan Data Dan Analisa

Tehnik analisis data dalam penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang sangat penting memerlukan ketelitian maupun keakuratan dari peneliti. Analisis data merupakan proses mencari maupun menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan maupun bahan-bahan lainnya, sehingga dapat difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ada pada usaha Kue Kipang Tiga Saudara, Desa penegah, Kecamatan Pelawan, Kabupaten sarolangun

Analisis Internal

- A. Kekuatan (Strength): 1.Pelayanan baik 2. Produksi melimpah 3. Harga terjangkau 4. Sumber daya alam yang mendukung 5.Varian rasa yang beragam 6. Mengutamakan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen.
- B. Kelemahan (Weakness): 1.Pengemasan kurang menarik 2.System pemasaran kurang transparan 3.Tidak ada logo khusus 4.Tidak adanya promosi via media cetak dan media sosial.

Analisis Eksternal

- C. Peluang (Opportunities): 1.Jumlah penduduk meningkat 2.Kebutuhan pasar meningkat 3.Bisa menjadi salah satu oleh-oleh khas Desa Penegah 4.Perkembangan teknologi bisa digunakan untuk promosi
- D. Ancaman (Threat): 1.Bersaing dengan produk yang sama 2.Lokasi usaha dengan pesaing bersebelahan 3.Harga bahan bahan tidak stabil.

Berdasarkan analisis SWOT di atas yaitu kurang seimbang faktor internal dan eksternal yang dilakukan. Seperti belum bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan dan tidak bisa memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi kelemahan.

Kelemahan yang dimiliki usaha Kue Kipang Tiga saudara ini membuat kekuatan yang ada pada usaha menjadi tidak berpengaruh untuk pengembangan usaha ini. Karena seharusnya pemilik usaha harus lebih mengerti apa kelemahan dari usahanya juga, bukan hanya mengutamakan kelebihan, karena dengan tidak seimbang pemahaman internal dari usaha sendiri membuat usaha jadi sulit berkembang. Hal inilah yang terjadi pada Usaha Kipang Tiga Saudara.

Salah satunya faktor kelemahan pada pengemasan yang kurang menarik. Seharusnya kemasan itu menjadi hal yang sangat penting pada bentuk usaha penjualan barang, kemasan menjadi daya tarik utama sebelum konsumen mencicipi rasa. Kemasan yang menarik membuat konsumen tertarik. Namun sayangnya hal ini tidak menjadi perhatian penting bagi pemilik Usaha Kipang Tiga Saudara.

Begitupun dengan faktor-faktor kelemahan lainnya yang terdapat pada Usaha Kipang Tiga Saudara. Sistem pemasaran kurang transparan, tidak ada logo khusus dan tidak difungsikan dengan maksimal penjualan via offline maupun online. sehingga membuat usaha ini kurang dikenal oleh masyarakat luar karena tidak memiliki sistem pemasaran yang transparan dan membuat konsumen baru sulit untuk mengenal produk ini. Sangat disayangkan dari usaha ini padahal media online seharusnya menjadi peluang besar untuk mempromosikan usaha agar dapat lebih berkembang dan lebih dikenal secara meluas terutama di wilayah kabupaten sarolangun.

Jumlah penduduk meningkat juga membuat kebutuhan pasar meningkat seharusnya ini menjadi peluang bagi usaha Kipang Tiga Saudara namun sayangnya hal ini tidak membuat usaha Kipang Tiga Saudara meningkat lebih pesat dari sebelumnya. Kipang tiga saudara di produksi di desa penegah seharusnya dengan Kipang Tiga Saudara desa penegah juga dapat lebih terkenal dengan oleh-oleh khasnya dan kekreatifan penduduknya. Ancaman yang dihadapi oleh usaha kipang tiga saudara adalah bersaing dengan produk yang sama lokasi usaha kipang tiga saudara pun tidak jauh dari lokasi pesaing dimana lokasi pesaing bersebelahan langsung dengan usaha kipang tiga saudara namun itu tidak membuat usaha kipang tiga saudara menjadi mundur dengan daya saing produk import lebih baik, harga bahan-bahan yang tidak stabil pemilik usaha kipang tiga saudara sangat merespon ancaman-ancaman yang ada.

Strategi pengembangan usaha Kue Kipang Tiga Saudara di Desa Penegah, Kecamatan Pelawan, Kabupaten Sarolangun.

Sebuah usaha pastinya membutuhkan strategi pengembangan usaha yang baik agar usaha dapat berkembang lebih cepat dan lebih pesat. Sebuah pengembangan usaha pastinya berkaitan dengan pemasaran dan dari 7 fungsi pemasaran yang ada yang digunakan oleh pengusaha Kipang Tiga Saudara hanya 4 fungsi yaitu:

1.Product. Kualitas produk adalah hal yang paling diutamakan karena dengan kualitas produk yang baik maka akan membuat pelanggan sangat puas dengan hasilnya, baik dari rasa maupun teksturnya jika pelanggan merasa puas pasti pemilik usahapun juga ikut senang. *2.Price.* Harga juga menjadi hal yang penting dalam pengembangan usaha. Memberikan harga diskon kepada pelanggan dapat menarik perhatian pelanggan, khususnya untuk pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak dan untuk dijual kembali, pak amril selaku pemilik usaha selalu memberikan harga diskon kepada para pelanggan yang membeli produk kipang dalam jumlah banyak minimal 20 bungkus kemudian untuk dijual kembali. Bukan hanya itu pak amril juga sering memberikan bonus seperti melebihkan produk untuk mereka konsumsi sendiri. *3.Promotion.* Promosi menjadi hal yang sangat penting dalam setiap pengembangan usaha terutama usaha di bidang kuliner. Pak amril pernah mempromosikan produk ini melalui media sosial namun hal itu tidak bertahan lama dan sekarang sudah tidak terlalu aktif lagi. Namun dengan melihat perkembangan media sosial saat ini bapak amril akan mengaktifkan kembali promosi secara online karena dinilai sangat efektif untuk kondisi sekarang. *4.People.* Seorang yang memiliki usaha harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen agar konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan, seperti yang dilakukan pak amril, pelayanan terbaik yang pak amril berikan kepada para konsumen yaitu mengantarkan barang pesanan konsumen sesuai alamat toko. Bapak amril mengantarkan barang pesanan para konsumen namun dengan jarak tertentu dan minimal pemesanan tertentu. Jika memesan minimal sepuluh bungkus maka pak amril siap mengantar barangnya tanpa dikenakan ongkos kirim dan dengan alamat masih dalam kabupaten sarolangun. 2 minggu sekali pemilik toko manisan di pasar sarolangun menelpon pak amril untuk memesan Kipang Tiga Saudara dan bapak amril siap mengantarkan tanpa dikenakan biaya ongkos kirim. Bahkan pak amril pun memberi harga yang khusus bagi konsumen yang membeli produk Kipang Tiga Saudara untuk dijual kembali.”

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT di atas yaitu kurang seimbang faktor internal dan eksternal yang dilakukan. Seperti belum bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan dan tidak bisa memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi kelemahan.
2. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha Kipang Tiga Saudara yaitu *pertama* menjaga kualitas produk, *kedua* memberi harga yang diskon, *ketiga* promosi dan *keempat* selalu memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan. Namun semua strategi pengembangan usaha yang dilakukan masih kurang maksimal. Karena memang faktor SDM yang mempunyai dibidang pengembang masih belum ada, sehingga menghambat pengembangan usaha dan membuat usaha tidak berkembang pesat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Usaha Kipang Tiga Saudara diharapkan dapat memberikan Logo Khusus sehingga membuat pelanggan baru yang melihat produk ini akan lebih tertarik. Dan dapat membuat produk akan terlihat lebih keren dan tampil berbeda dari produk-produk pesaing.
2. Usaha Kipang Tiga Saudara seharusnya aktif dalam mempromosikan produknya pada via media online agar system pemasaran lebih luas dan lebih banyak di kenal oleh konsumen luar daerah. Karena dengan memanfaatkan promosi via media sosial dapat menjadikan pengembangan usaha lebih pesat dan lebih meluas dan di tambah lagi dengan terus memperbarui informasi yang dapat dilihat oleh setiap pengguna

- media sosial yang dimana media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Sehingga lebih banyak konsumen yang mengetahui tentang adanya Usaha Kipang Tiga Saudara ini.
3. Pelatihan manajemen kepada pemilik usaha yang dilakukan oleh pemerintah daerah secara berkelanjutan agar usaha lebih berkembang

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Trantri. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo, 2013.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Effendy, Onong Uchjana. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Rosda, 2007.
- Etta Mamang Sangadji, Sopian dan. *Manajemen Sumber Daya Strategik*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- Fandy, Tjipto dan. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Gerunfgan, W.A. *Psikologi ssosial*. Jakarta: Aditama, 2010.
- HAW, dan Widjaja. *Otonomi Daerah Merupakan Otonomi Asli, Bulat dan Utuh*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- J.Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Johan Setiawan, Albi Anggito and. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Kasmir, Jakfar dan. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Phillip,dkk, KJloter. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Sutrisno, Edi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Tamara, Angelica. “Implementasi Analisi Swot Dalam Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis” 04, No 03 2016.
- Usmara, Usi. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Book, 2008.
- Wijayanto, Dian. *pengantar manajemen*. jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Y, Suharno dan santoso. *markeing in practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Yunus, Eddy. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Cv. Anddi Offset, 2016.