

**STRATEGI PENGEMBANGAN KERUPUK LEPIT PD GENERASI  
DI DESA PETIRHILIR KECAMATAN BAREGBEG  
KABUPATEN CIAMIS**

***DEVELOPMENT STRATEGY FOR KERUPUK LEPIT PD GENERASI  
in PETIRHILIR BAREGBEG DISTRICT CIAMIS REGENCY***

**PARHANIL IBAD<sup>1</sup>, BENIDZAR M ANDRIE<sup>1</sup>, MOCHAMAD ARIEF  
RIZKI MAULADI<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian Universitas Galuh

E-mail : [parhanilibad@gmail.com](mailto:parhanilibad@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bermaksud dalam mengevaluasi secara menyeluruh berbagai keuntungan, keterbatasan, peluang, dan tantangan yang dihadapi Kerupuk lepit PD Generasi dalam lingkungan operasional dan pasar mereka serta untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha kerupuk lepit PD Generasi. Penelitian ini mengadopsi metodologi kualitatif yang dilengkapi dengan kerangka studi kasus untuk mendapatkan wawasan yang mendalam. Pengumpulan data melibatkan pengamatan proses produksi dan melakukan wawancara dengan individu-individu kunci yang bertanggung jawab untuk membuat Kerupuk lepit di PD Generasi. Informasi sekunder diperoleh dari lembaga-lembaga terkemuka dan publikasi-publikasi relevan yang sejalan dengan tujuan penelitian. Teknik *purposive sampling* diimplementasikan dalam memastikan pengumpulan data menargetkan tujuan-tujuan penelitian tertentu secara efektif. Analisis tersebut mengungkapkan faktor-faktor intrinsik dan ekstrinsik secara signifikan memengaruhi kemampuan PD Generasi untuk memproduksi Kerupuk lepit secara efisien. Keuntungan-keuntungan yang menonjol meliputi ketahanan produk, rasa yang khas, tidak adanya bahan pengawet buatan, dan keterjangkauan, sehingga sangat menarik bagi pelanggan. Di sisi lain, tantangan-tantangan meliputi terbatasnya variasi produk, barang-barang yang belum selesai dibuat, kemasan yang tidak memenuhi standar, strategi pemasaran yang belum berkembang, dan kendala-kendala finansial. Sementara itu, prospek pertumbuhannya meliputi permintaan pasar yang terus meningkat, pelanggan yang loyal, ketersediaan tenaga kerja yang memadai, dan potensi yang belum tergarap di pasar yang lebih luas. Namun, bisnis Kerupuk Lepit menghadapi ancaman eksternal seperti meningkatnya persaingan dalam industri terkait, meningkatnya biaya bahan baku, dan isu lingkungan, termasuk ketidakpastian iklim. Untuk mempertahankan daya saing, operasi PD Generasi di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, memerlukan penyesuaian strategis untuk mengatasi kelemahan dan memaksimalkan peluang pertumbuhan.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan, Kerupuk Lepit PD Generasi.

***ABSTRACT***

This study also aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats associated with PD Generasi's Kerupuk lepit and propose actionable strategies to support the company's development and long-term sustainability. Primary data was obtained through field observations and interviews with PD Generasi personnel, while secondary data came from relevant institutions and literature, utilizing targeted sampling techniques to gather comprehensive insights. The results emphasize the critical role of internal characteristics and external environmental factors in shaping the production outcomes of Kerupuk lepit at PD Generasi. Key strengths of the product include its extended shelf life, unique and appealing flavor, lack of synthetic preservatives, and competitive pricing that caters to a wide consumer base. Market opportunities identified in the study consist of extensive growth potential, rising consumer demand, strong customer loyalty, and sufficient availability of skilled labor. On the other hand, the threats identified comprise competition within the industry, rising costs for essential raw materials, and negative environmental conditions, such as unpredictable weather patterns. To sustain and enhance its

market position, PD Generasi must implement comprehensive reform measures to address its weaknesses while capitalizing on available opportunities.

**Keywords:** Strategy, Development, Crackers of PD Generation.

## PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, Indonesia sangat bergantung pada sektor pertanian untuk memenuhi tujuan ekonomi dan memenuhi beragam kebutuhan penduduknya. Sektor pertanian di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mendorong kemajuan ekonomi, khususnya melalui pengembangan industri pengolahan makanan, yang biasa disebut sebagai agroindustri. Agroindustri, sebagai bagian dari agribisnis, mengkhususkan diri dalam mengubah produk pertanian mentah menjadi barang setengah jadi atau barang siap konsumsi, yang berkontribusi secara signifikan terhadap nilai tambah (Mea *et al*, 2014).

Menurut data BPS Indonesia, “terdapat 137.890 usaha Mikro Kecil (UMK) dan Usaha Menengah Besar (UMB) di Kabupaten Ciamis, dengan rincian 137.301 usaha Mikro Kecil (UMK) dan 589 Usaha Menengah Besar (UMB)”. Pertumbuhan sektor UMKM menjadi pendorong penting bagi perkembangan agroindustri di wilayah tersebut, salah satu contohnya adalah usaha Kerupuk Lepit milik PD Generasi yang berlokasi di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten

Ciamis. Nama "Lepit" berasal dari bentuk silinder yang dihasilkan melalui proses pencetakan unik yang digunakan dalam produksinya, kerupuk tersebut dilipat hingga membentuk setengah lingkaran, mirip dengan potongan kentang goreng.

Dalam menjalankan usaha kerupuk Lepit, PD Generasi menghadapi berbagai tantangan, seperti tidak memiliki label produk, kurangnya pelatihan dalam hal pemasaran dan branding, yang berdampak pada pengembangan perusahaan. Akibatnya, produksi sering kali hanya dilakukan ketika ada pesanan. Rencana pengembangan strategis sangat penting untuk memastikan daya saing Kerupuk Lepit sekaligus mengatasi tantangan yang dihadapi oleh PD Generasi. Mendesain strategi yang disesuaikan dengan kondisi spesifik perusahaan sangat penting untuk mempertahankan operasinya. Agar efektif, strategi pengembangan Kerupuk Lepit harus mencerminkan atribut dan kendala khas yang melekat pada usaha pertanian khusus.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dan menerapkan pendekatan studi kasus untuk menganalisis bisnis Kerupuk Lepit PD Generasi secara komprehensif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif berfokus pada fenomena atau gejala alami. (Abdussamad, 2021). Mudjia (2017) menyatakan “metodologi studi kasus memungkinkan pemeriksaan yang mendalam, terperinci, dan terfokus terhadap subjek penelitian, sehingga memberikan wawasan yang berharga”.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendukung pembahasan yang lengkap, penelitian ini mengintegrasikan analisis data primer dan sekunder untuk membentuk pemahaman yang komprehensif tentang subjek tersebut.

### **Teknik Penarikan Sampel**

Dalam penelitian ini, purposive sampling dipilih sebagai metode pengumpulan data primer, yang merupakan teknik penarikan sampel yang tidak acak. Sampel sengaja dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang secara langsung relevan dengan tujuan penelitian, memastikan pendekatan yang terfokus dan efektif untuk mengatasi masalah (Lenaini, 2021).

Responden dalam penelitian ini meliputi pemilik agroindustri kerupuk Lepit, karyawan, dan konsumen.

### **Rancangan Analisis Data**

Untuk membantu dalam pengambilan keputusan, penelitian ini menggunakan analisis Matriks Internal Eksternal dan SWOT. Temuan tersebut menyoroti interaksi antara kekuatan internal dan tantangan eksternal berdampak signifikan terhadap kinerja penjualan dan strategi pengembangan, yang menggarisbawahi perlunya melakukan analisis SWOT yang menyeluruh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian terhadap produsen Kerupuk Lepit di Desa Petirhilir mengidentifikasi beberapa faktor internal dan eksternal utama sebagai berikut:

### **1. Faktor Internal**

Di Desa Petirhilir, faktor internal yang melekat pada produk meliputi:

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

- 1) Daya tahan
- 2) Profil rasa yang unik dan menarik
- 3) Tidak adanya pengawet sintetis
- 4) Harga yang kompetitif

#### **b. Kelemahan (Weakness)**

- 1) Variasi produk terbatas yang membatasi pilihan konsumen
- 2) Produk yang belum sepenuhnya jadi

3) Kemasan yang sederhana dan tidak menarik

4) Upaya pemasaran yang tidak memadai

## 2. Faktor Eksternal

Untuk bisnis kerupuk lepit di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis, faktor eksternal berikut diidentifikasi:

### Peluang (Opportunity)

1) Potensi Pasar Yang Luas Dan Ruang Lingkup Pertumbuhan

2) Meningkatnya Minat Dan Permintaan Konsumen

3) Basis Pelanggan Yang Loyal Dan Konsisten

4) Tenaga Kerja Yang Tersedia Untuk Mendukung Permintaan Produksi

### a. Ancaman (Threat)

1) Persaingan ketat dalam segmen industri yang sama

2) Meningkatnya biaya bahan baku

3) Tantangan lingkungan

Setelah mengidentifikasi variabel-variabel ini, tabel Ringkasan Analisis Faktor Internal dan Eksternal (IFAS) dikembangkan. Tabel ini mengkategorikan elemen internal sebagai kekuatan atau kelemahan dan elemen eksternal sebagai peluang atau ancaman, yang memudahkan perencanaan strategis.

Dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

**Tabel 1. IFAS (Internal Strategic Factors Analytic Summary)**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan</b>			
1. Produk Tahan Lama	0,06	3,2	0,206
2. Citra Rasa Produk yang Khas	0,07	3,4	0,234
3. Tidak Menggunakan Bahan Pengawet	0,07	3,6	0,254
4. Harga Terjangkau	0,07	3,5	0,44
<b>Total Kekuatan</b>			<b>0,938</b>
<b>Kelemahan</b>			
1. Tidak Adanya Variasi Produk	0,06	3,0	0,179
2. Produk Setengah Jadi	0,05	2,6	0,132
3. Pengemasan Produk Sederhana	0,06	3,2	0,206
4. Promosi Masih Kurang	0,06	3,4	0,215
5. Permodalan yang Masih Terbatas	0,07	3,2	0,210
<b>Total Kelemahan</b>			<b>0,942</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>1,88</b>

Tabel 1 menunjukkan total nilai kekuatan dan kelemahan 1,88, menjelaskan kondisi internal produsen Kerupuk Lepit cukup baik, dengan total skor kekuatan 0,938 dan total skor kelemahan 0,942.

Faktor pembobotan diperoleh dengan perkalian nilai dan bobot. Skor pembobotan mulai dari 4,00, yang menunjukkan kualitas atau pengaruh tertinggi, hingga 1,0, yang menunjukkan kualitas terlemah.

**Tabel 2. EFAS (Eksternal Strategic Factors Analytic Summary)**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1. Pangsa Pasar Luas	0,05	2,7	0,147
2. Permintaan Meningkat	0,06	3,2	0,206
3. Memiliki Konsumen Tetap	0,06	3,2	0,206
4. Tersedia Cukup Tenaga Kerja	0,07	3,3	0,215
Total peluang			0,773
Ancaman			
1. Adanya Pesaing dari Industri Sejenis	0,07	3,6	0,249
2. Harga Bahan Baku Naik	0,05	2,6	0,139
3. Cuaca dan Iklim Sangat Mempengaruhi	0,05	2,6	0,39
Total Ancaman			0,527
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>1,3</b>

Tabel 2 memberikan skor keseluruhan 1,3 untuk peluang dan ancaman yang digabungkan, yang mencerminkan lingkungan bisnis, yang berarti faktor eksternal mendukung pengrajin kerupuk lepit dengan skor peluang 0,773 dan skor ancaman 0,527. Hasil analisis IFAS dan EFAS menghasilkan nilai berikut: Nilai-nilai ini menentukan strategi yang dapat diimplementasikan dalam mempromosikan Kerupuk Lepit di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis. Strategi ini kemudian dapat digunakan

sebagai dasar untuk kampanye pengambilan keputusan.

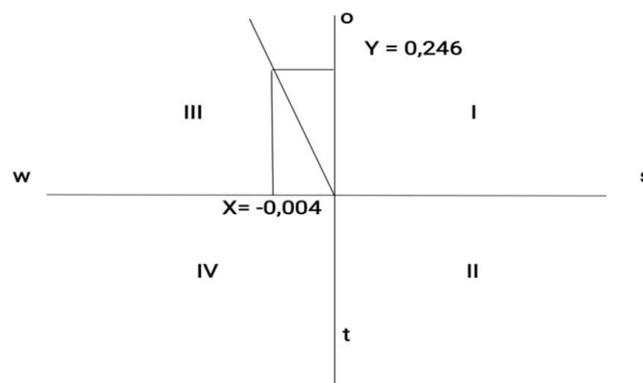
**Tabel 3. Hasil IFAS dan EFAS**

Kekuatan (Strength)	0,938
Kelemahan (Weakness)	0,942
Peluang (Opportunity)	0,773
Ancaman (Threat)	0,527

Untuk membuat diagram, cari posisi x dan y menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{S-W}{2} = \frac{0,938-0,942}{2} = -0,004$$

$$Y = \frac{O-T}{2} = \frac{0,773-0,527}{2} = 0,246$$



**Gambar 1. Hasil Diagram SWOT**

Berdasarkan analisis SWOT, bisnis Kerupuk Lepit di Desa Petirhilir berada pada Kuadran III, yang memerlukan intervensi strategis segera. Posisi ini menandakan sebuah perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar tetapi juga mengalami kendala dalam kelemahan internal yang ada. Meskipun memiliki kelemahan dalam perusahaan, usaha kerupuk lepit ini masih memiliki peluang dari segi eksternal.

### Strategi Pemasaran

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan pemasaran Kerupuk Lepit

meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang teridentifikasi, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, langkah selanjutnya adalah menentukan alternatif strategi menggunakan Matriks SWOT. Menurut Rangkuti (2016), “Matriks SWOT dapat secara jelas menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada”. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4, matriks ini dapat menghasilkan berbagai strategi alternatif.

**Tabel 4. Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>Weakness (W)</b> 1. Tidak adanya variasi produk 2. Produk setengah jadi 3. Pengemasan produk sederhana 4. Promosi masih kurang 5. Permodalan yang masih terbatas
<b>EFAS</b> <b>Opportunity (O)</b> 1. Pangsa pasar luas 2. Permintaan meningkat 3. Memiliki konsumen tetap	<b>Strategi (W-O)</b> 1. Melakukan promosi melalui media elektronik untuk mendapatkan pelanggan baru dan membuat label dan kemasan yang kreatif dan inovatif. (W3, W4, O2, O3) 2. Membuat inovasi dan variasi pada produk (W1, W2, O1, O2, O3) 3. Membuat peraturan antar distributor dan perusahaan terkait pembelian produk dalam jumlah besar (W5, O3)

Sumber: Olah data, 2024

Tabel 4 menunjukkan beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan, yaitu:

1. Memanfaatkan platform media digital untuk mempromosikan produk

direkomendasikan sebagai strategi yang efektif untuk menarik pelanggan baru dan membuat label dan kemasan yang inovatif. Untuk meningkatkan peluang

mendapatkan konsumen baru, Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi melalui berbagai media elektronik yang efektif dan menjangkau luas. Selain itu, perusahaan juga harus menciptakan label dan kemasan yang kreatif serta inovatif, sehingga produk kerupuk lepit ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga meninggalkan kesan yang kuat bagi para konsumen (Supriyono, 2015).

2. Membuat inovasi dan variasi pada produk

Perusahaan dapat mengembangkan inovasi dan variasi pada produk dengan menambahkan fitur-fitur baru yang menarik, memperkaya pilihan rasa atau desain, serta memanfaatkan teknologi terbaru Langkah ini diambil untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memenuhi berbagai kebutuhan serta preferensi yang beragam. Dengan inovasi ini, perusahaan dapat memastikan berharap produk tetap unggul di pasar yang semakin kompetitif (Husna, 2021).

3. Membuat peraturan antar distributor dan perusahaan terkait pembelian produk dalam jumlah besar

Perusahaan harus dapat menetapkan peraturan yang jelas dan terstruktur antara distributor dan perusahaan

perusahaan kerupuk lepit terkait pembelian produk dalam jumlah besar. Peraturan ini akan mencakup ketentuan mengenai harga, kuota minimum pembelian, waktu pengiriman, serta syarat dan ketentuan pembayaran. Dengan adanya peraturan ini, diharapkan tercipta hubungan kerja yang lebih transparan dan saling menguntungkan, sekaligus memastikan distribusi produk berjalan secara efisien dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan penelitian dan diskusi ini:

1) Bapak Adi secara aktif mempromosikan Kerupuk Lepit di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, sebagai bagian dari pengaruh oleh faktor internal dan eksternal berikut:

- a. Kekuatan yaitu produk ini tahan lama, memiliki rasa unik, tidak menggunakan bahan pengawet, dan murah.
- b. Salah satu kelemahan produk ini adalah jangkauannya yang terbatas, belum dikembangkan secara

maksimal, tidak adanya label yang sesuai, desain kemasan yang terlalu mendasar, upaya periklanan yang minim, strategi pemasaran yang terbatas, dan sumber daya keuangan yang tidak mencukupi untuk ekspansi yang lebih luas.

- c. Peluangnya meliputi akses ke pasar yang luas dan terus berkembang, permintaan produk yang terus meningkat, basis pelanggan yang berdedikasi, dan ketersediaan tenaga kerja terampil yang mampu mendukung pertumbuhan dan kebutuhan operasional perusahaan.
- d. Ancaman meliputi persaingan yang ketat di antara pelaku usaha sejenis di industri ini, meningkatnya biaya bahan baku, dan dampak yang tidak terduga dari fluktuasi suhu dan perubahan kondisi cuaca, yang dapat memengaruhi proses produksi.

2) Rencana strategis pertumbuhan yang diusulkan untuk usaha kerupuk Lepit, yang berlokasi di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, berfokus pada penerapan strategi turnaround. Ini mencakup peningkatan kegiatan promosi melalui media elektronik untuk menarik konsumen baru, menciptakan label dan

kemasan yang kreatif serta inovatif, mengembangkan inovasi dan variasi produk, serta menetapkan peraturan antara distributor dan perusahaan mengenai pembelian dalam jumlah besar.

### **Saran**

Penelitian ini menyarankan hal-hal sebagai berikut:

- a. Untuk membangun bisnis online, promosi kerupuk lepit harus dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik atau media sosial.
- b. Membuat label dan kemasan yang jelas agar identitas produk dapat dikenali oleh konsumen, sehingga mereka dapat membedakan produk ini dari produk pesaing.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia-Data Sensus Ekonomi 2016.
- Husna, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 311-320.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian,*

- Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Mea, C., Lolowang, T. F., Olfie, B. L., & Kumaat, R. M. (2014, February). Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Pala Di Kelurahan Aermadidi Kabupaten Minahasa Utara (Studi Kasus Di Ud. Murni). In COCOS (Vol. 4, No. 2).
- Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S.(2017). STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA. Ekp, 13(3), 1576–1580.
- Rangkuti, F. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Supriyono, K., & Leonardo Budi Hasiolan, M. (2015). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada perumahan bukit semarang baru (bsb) city di semarang. *Journal Of Management*, 1(1).