



## Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Industri Keripik Nenas Pasca Pembangunan Jalan Tol Bangkinang-Pekanbaru

Rahmad Akbar<sup>1</sup>, Dzulhijjah Yetti<sup>2</sup>, Merlia Rahmayani<sup>3</sup>, Khairul Hasybi<sup>4</sup>

Program Studi Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Kampar <sup>(1,2,3,4)</sup>

DOI: 10.31004/jutin.v6i4.19913

✉ Corresponding author:  
[tyogawinanda@gmail.com]

Article Info	Abstrak
<p><i>Kata kunci: Peramalan; Ekspor; Trend Linier; Copra; Coconut shell</i></p>	<p>Home Industri Keripik Nenas adalah sebuah perusahaan yang menghasilkan keripik Nenas, namun masalah yang mereka hadapi adalah tantangan berupa penurunan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan pesaing dengan menggunakan metode benchmarking dan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman perusahaan, serta merancang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Hasil dari analisis benchmarking mengungkapkan bahwa pesaing memiliki banyak keunggulan. Sementara itu, hasil perhitungan SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama Keripik Nenas adalah rasanya yang lezat, namun perusahaan ini memiliki kelemahan dalam variasi produk yang terbatas. Perusahaan memiliki peluang besar dalam bentuk loyalitas tinggi dari konsumen terhadap produk mereka, tetapi juga menghadapi ancaman dari munculnya produk sejenis di pasar. Oleh karena itu, dari analisis SWOT ini, beberapa strategi pemasaran dapat dirancang untuk meningkatkan penjualan.</p>
<p><i>Keywords: Forecasting; Export; Linear Trend; Copra; Coconut shell</i></p>	<p><b>Abstract</b></p> <p>Home Industry Keripik Nenas is a company that produces dry and wet cakes, but they are facing challenges in the form of declining sales. This research aims to identify competitors' advantages using the benchmarking method and to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities and threats, as well as designing marketing strategies to increase sales. The results of the benchmarking analysis reveal that competitors have many advantages. Meanwhile, the SWOT calculation results show that Keripik Nenas's main strength is its delicious taste, but this company has a weakness in its limited product variety. Companies have great opportunities in the form of high consumer loyalty to their products, but also face threats from the emergence of similar products on the market.</p>

Therefore, from this SWOT analysis, several marketing strategies can be designed to increase sales.

## 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Kampar merupakan salah satu daerah yang banyak terdapat industri makanan tradisional di daerahnya, salah satunya adalah Industri Makanan Tradisional Keripik Nenas, Industri Kecil yang berlokasi di Kualu Nenas, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. Bisnis ini mulai berkembang cukup pesat dalam 10 tahun terakhir bahkan sudah terdapat Usaha yang cukup besar dan berkembang yang mempunyai cabang di Pekanbaru bahkan ada yang sudah masuk ke supermarket dan pusat perbelanjaan Pekanbaru. Meskipun usaha ini memiliki brand Makanan Tradisional Keripik Nenas, namun tidak hanya menjual makanan tradisional Keripik Nenas saja, namun juga berbagai makanan tradisional Kampar seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Jenis Makanan Tradisional Pada Usaha Keripik Nenas Di kecamatan Tambang Danau Kabupaten Kampar

Makanan Kering	Makanan Basah
Kue sopik, Keripik nenas dan nangka, Kerupuk Loyang, Kue pilin, Kue royko, Keripik pisang, Keripik tempe.	Kue talam, Kue putu, Pudding jagung, Roti jala, Galopuong.

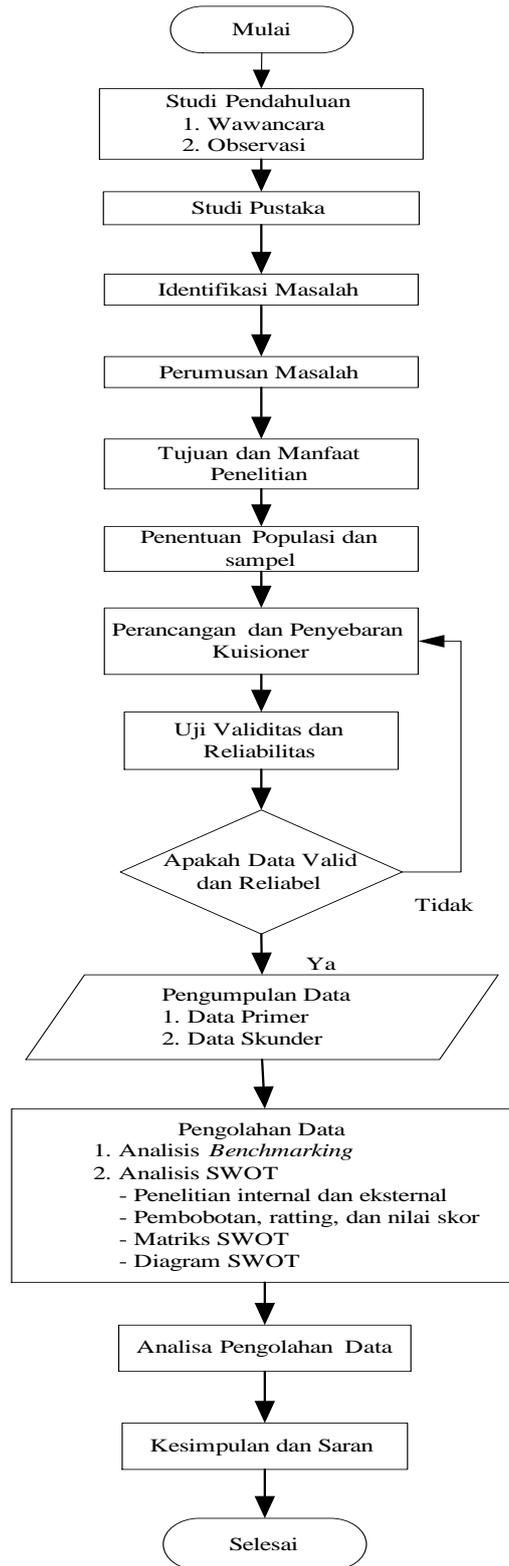
(Pengumpulan Data, 2023)

Berbagai makanan tradisional dijual di kawasan itu Konsumen memiliki banyak pilihan makanan, baik makanan kering atau makanan basah dengan harga terjangkau. Usaha dari Keripik Nenas Ini adalah perhatian orang-orang dari berbagai daerah melewati daerah itu untuk membeli oleh-oleh atau sekadar untuk dinikmati selama perjalanan.

Berdasarkan diskusi dengan masyarakat Kecamatan Tambang, maka permasalahan prioritas yang akan ditangani adalah penurunan penjualan setelah pembangunan jalan Tol, Permasalahan yang mempengaruhi Home Industri Keripik Nenas dalam menjalankan bisnisnya yaitu Pertama, perusahaan dalam memasarkan produk belum melakukan kegiatan promosi, selama ini yang dilakukan Home Industri Keripik Nenas hanya menjual produk secara personal selling (mouth to mouth), sehingga banyak masyarakat luas yang belum mengetahui keberadaan kelompok Home industri Keripik Nenas serta produk yang dihasilkannya. kedua, Pengetahuan mitra tentang wirausaha Keripik Nenas. ketiga, Usaha makanan tradisional ini belum melakukan pemasaran untuk meningkatkan penjualan produknya selain hanya menjual secara sederhana. Keempat , Produk yang di jual masih dikemas dengan menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Kelima, Belum adanya variasi ukuran kemasan untuk produk-produk yang dijual sehingga tidak memberikan pilihan ukuran kemasan kepada konsumen, sementara konsumen yang membeli produk-produk pada industri ini memiliki kebutuhan yang berbeda-beda terhadap volume produk yang dijual. Keenam , Industri ini belum mengadakan inovasi-inovasi dalam produknya (selain Keripik Nenas), hal ini menyebabkan melemahnya jumlah permintaan produk dari konsumen, serta usaha ini kalah saing dengan produk usaha lain yang telah melakukan inovasi produk dalam merebut perhatian konsumen (Diniaty et al., 2019).

Dengan permasalahan di atas ingin melakukan analisis strategi pemasaran Home Industri Keripik Nenas menggunakan metode SWOT dan Benchmarking. Dengan metode SWOT perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahannya dalam bersaing dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan meminimalkan ancaman. Adapun metode Benchmarking adalah sebuah metode peningkatan kinerja secara sistematis dan logis melalui pengukuran dan perbandingan kinerja dan kemudian menggunakannya untuk meningkatkan kinerja. Untuk memiliki keunggulan bersaing dan mencapai kinerja perusahaan yang baik, maka dibutuhkan Benchmarking. karena dengan menggunakan Benchmarking perusahaan dapat melakukan perbandingan keunggulan bersaing antar perusahaan, dan hasil perbandingan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menciptakan keunggulan bersaing perusahaan itu sendiri. Selain itu, Benchmarking adalah teknik atau alat untuk meningkatkan performa perusahaan agar perusahaan memiliki performa yang superior. Benchmarking juga bermanfaat untuk memperbaiki kinerja perusahaan sehingga dapat tercapai peningkatan kinerja perusahaan (Winanda & Akbar, 2022). Maka dengan latar belakang masalah di atas penulis mengambil judul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Industri Kecil Keripik Nenas".

## 2. METODE



Gambar 1 Metodologi Penelitian

### A. Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data Primer, data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber data utaa berupa hasil observasi dan wawancara kepada pemilik keripik nenas.

2. Data Sekunder, data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada yang berupa catatan-catatan penjualan harian.

## **B. Pengolahan Data**

Data yang diolah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Analisis Benchmarking, alat analisis untuk melihat kinerja usaha keripik nenas
2. Analisis SWOT, analisis yang memaksimalkan Kekuatan dan peluang, namun meminimalkan kelemahan dan ancaman.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Usaha Pesaing (Benchmark)**

Dari hasil survei yang dilakukan dalam penelitian terhadap Home Industri Keripik Nenas, ditemukan satu aspek benchmarking yang akan diterapkan pada Home Industri Keripik Nenas, yakni perbandingan dengan produk Nadhira Napoleon yang sejenis. Alasan benchmarking dilakukan pada Nadhira Napoleon adalah karena usaha ini memiliki sistem kerja yang lebih efisien dan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan Home Industri Keripik Nenas.

### **Analisis Keunggulan dan Kelemahan Pesaing (Benchmark)**

Keunggulan yang dimiliki oleh pesaing menjadi acuan penting dalam upaya meningkatkan kinerja Home Industri Keripik Nenas. Sementara itu, kelemahan yang ada pada pesaing dapat menjadi peluang bagi Home Industri Keripik Nenas untuk meningkatkan daya saingnya.

### **Analisis Kunci Sukses Pesaing (Benchmark)**

Salah satu aspek kunci keberhasilan pesaing dibandingkan dengan Home Industri Keripik Nenas adalah sebagai berikut :

1. keragaman dan variasi produk yang lebih besar. Dengan memiliki beragam produk, pesaing dapat menawarkan lebih banyak pilihan kepada konsumen, sehingga membuat mereka merasa bahwa Nadhira Napoleon memahami preferensi konsumen dengan baik.
2. Pesaingnya memperlihatkan keberapi-rapian dalam proses pembuatan produk, menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap tata letak dan kebersihan area produksi. Ini memberikan kesan produk yang lebih berkualitas kepada konsumen yang datang langsung ke perusahaan.
3. Proses pembuatan produk dijalankan dengan standar kebersihan yang tinggi, tidak ada karyawan yang bekerja tanpa menggunakan pakaian kerja. Ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjaga kebersihan selama proses produksi, sehingga konsumen yang menyaksikan proses tersebut tidak memiliki keraguan terhadap kualitas produk yang dihasilkan.
4. Nadhira Napoleon menetapkan harga produknya lebih tinggi dari pada Home Industri Keripik Nenas yang menawarkan harga yang lebih terjangkau.
5. Pesaing memberikan diskon kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar, menunjukkan upaya mereka untuk mempertahankan pelanggan dengan memberikan insentif harga jika pembelian dilakukan dalam jumlah besar.
6. Produk Nadhira Napoleon dikemas dengan sangat mewah, sehingga menarik perhatian konsumen. Kemasan mewah ini membantu konsumen mengingat dan percaya bahwa produk Nadhira Napoleon memiliki standar kebersihan yang tinggi.
7. Produk pesaing dapat ditemukan di setiap swalayan, berkat adanya alat transportasi dan jumlah karyawan yang lebih banyak. Dengan sumber daya yang lebih melimpah, Nadhira Napoleon dapat mengisi rak-rak swalayan dan toko makanan di berbagai daerah pemasaran.

## **Identifikasi dan Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Keripik Nenas**

### **Matrik IFE (Internal Factor Evaluation)**

Analisis matriks IFE adalah hasil dari mengidentifikasi faktor-faktor internal yang mencakup kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) yang memiliki dampak pada Home industri Keripik Nenas. Penentuan nilai dan bobotnya dilakukan melalui metode perbandingan berpasangan. Penilaian dilakukan oleh 7 responden, termasuk Bapak Agus, pemilik usaha, dan 6 karyawan yang bekerja di Home Industri Keripik Nenas. Hasil total skor dihitung dengan mengalikan bobot dan penilaian, yang dapat ditemukan di Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Analisis Matrik IFE Home Industri Keripik Nenas

<b>Faktor Internal</b>			
<b>Kekuatan (Strengths)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
A	0.070	3.86	0.270
B	0.054	3.43	0.185
C	0.069	3.57	0.246
D	0.065	3.43	0.223
E	0.055	3.71	0.204
F	0.051	3.00	0.153
G	0.050	3.29	0.165
H	0.058	3.71	0.215
<b>Kelemahan (Weaknees)</b>			
I	0.063	1.14	0.072
J	0.051	1.29	0.066
K	0.065	1.71	0.111
L	0.061	1.43	0.087
M	0.072	2.00	0.144
N	0.071	1.57	0.111
O	0.045	1.71	0.077
P	0.060	1.57	0.094
Q	0.041	1.71	0.070
<b>Total</b>	<b>1.00</b>	<b>42.13</b>	<b>2.494</b>

Sumber: Pengolahan Data (2023)

**Matrik EFE (Eksternal Factor Evaluation)**

Analisis matriks EFE adalah hasil dari mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mencakup peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang berdampak pada Home Industri Keripik Nenas. Penentuan nilai dan bobotnya dilakukan melalui metode perbandingan berpasangan. Penilaian diperoleh dari 100 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk Home Industri Keripik Nenas. Total skor dihasilkan dengan mengalikan bobot dan penilaian. Rekapitulasi hasil Matriks EFE Home Industri Keripik Nenas dapat ditemukan di Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Hasil Analisis Matrik EFE Home Industri Keripik Nenas

<b>Faktor Eksternal</b>			
<b>Peluang (Opportunities)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
A	0.069	3.15	0.217
B	0.055	3.14	0.173
C	0.070	3.50	0.245
D	0.058	2.93	0.170
E	0.075	3.48	0.261
F	0.078	3.63	0.283
G	0.071	3.15	0.224
H	0.058	3.28	0.190
I	0.055	3.35	0.184
J	0.069	3.58	0.247
K	0.063	3.07	0.193
<b>Ancaman (treathths)</b>			
L	0.041	1.54	0.063
M	0.041	1.55	0.064
N	0.037	1.55	0.057
O	0.040	1.54	0.062
P	0.038	1.52	0.058
Q	0.043	1.51	0.065

<b>R</b>	0.038	1.50	0.057
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>46,97</b>	<b>2,813</b>

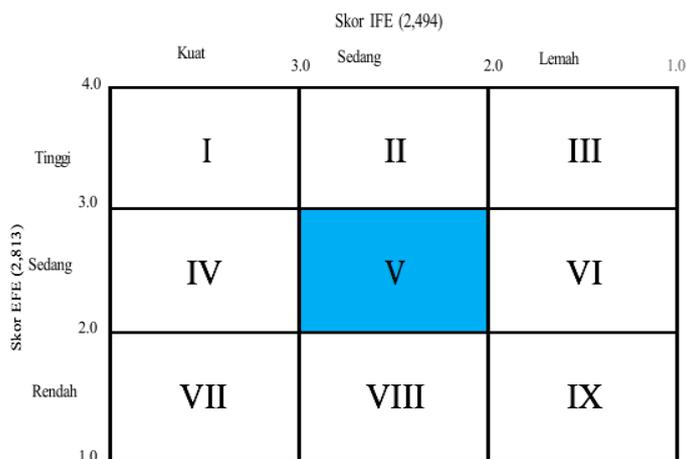
Sumber: Pengolahan Data (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik EFE diperoleh total skor yang dimiliki oleh Home Industri Keripik Nenas sebesar 2,813. Skor bobot total yang berada diatas 2,5 mengindikasi bahwa perusahaan mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan dengan skor 0,283. Selama ini konsumen lebih merasa puas terhadap produk yang dihasilkan oleh Home Industri Keripik Nenas ini. Ancaman utama dari Home Industri Keripik Nenas ini adalah bermunculan produk yang sejenis dengan skor 0,065. Sebagai perusahaan yang memproduksi produk khas, tentunya banyak munculnya pesaing dengan produk yang sejenis.

**Matrik IE (Internal – Eksternal)**

Berdasarkan hasil dari Matriks IFE dan Matriks EFE, langkah selanjutnya adalah menyusun Matriks Internal-Eksternal atau Matriks IE. Matriks IE digunakan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap posisi perusahaan dan untuk menentukan strategi yang paling sesuai untuk perusahaan. Hasil penilaian Matriks IE untuk Home Industri Keripik Nenas dapat ditemukan dalam Gambar 4.5. Dengan nilai rata-rata IFE sebesar 2,494 dan nilai rata-rata EFE sebesar 2,813, perusahaan Home Industri Keripik Nenas berada dalam kuadran V. Di posisi ini, strategi yang paling sesuai adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh Home Industri Keripik Nenas mencakup strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan produk, seperti yang dapat dilihat dalam Gambar 2 berikut.



Gambar 2 Hasil Matrik IE Home Industry Keripik Nenas

**Analisis Matrik SWOT**

Terdapat empat strategis matriks SWOT yang dapat digunakan oleh pimpinan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, adapun analisis masing-masing strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Strength Opportunity (SO):
  - a. Mempertahankan kualitas dan harga produk Home Industri Keripik Nenas untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Ini dilakukan dengan menjaga rasa, kualitas, dan harga yang tetap kompetitif.
  - b. Menjalin kerja sama dengan agen distributor potensial untuk memperluas pangsa pasar.
  - c. Mengembangkan produk untuk mempertahankan minat konsumen.
  - d. Menawarkan potongan harga pada pembelian dalam jumlah besar.
  - e. Memperhatikan kebersihan dan kerapian area kerja untuk menjaga kualitas produk.
2. Strategi Weakness Opportunity (WO):
  - a. Menjalankan manajemen yang terstruktur dan mengadakan diskusi rutin untuk evaluasi dan perbaikan.
  - b. Meningkatkan promosi melalui website, iklan, dan strategi pemasaran lainnya.
  - c. Memperluas area pemasaran ke wilayah-wilayah baru.
  - d. Meningkatkan kapasitas produksi dengan menambah SDM dan persediaan bahan baku.
3. Strategi Strength Threat (ST):
  - a. Inovasi dalam produk dan cita rasa untuk bersaing dengan produk sejenis dan pengganti.

4. Strategi Weakness Threat (WT):
  - a. Membangun usaha patungan dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku.
  - b. Meningkatkan kinerja dan jumlah SDM melalui pelatihan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, kami dapat membuat kesimpulan untuk perbaikan strategi pemasaran di Home Industri Keripik nenas sebagai berikut :

1. Keunggulan pesaing dibandingkan dengan Home Industri Keripik nenas mencakup:
  - a. Variasi produk yang lebih banyak.
  - b. Proses pembuatan yang lebih rapi, bersih, dan higienis.
  - c. Harga yang lebih tinggi pada beberapa produk.
  - d. Penawaran potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar.
  - e. Kemasan produk pesaing yang menarik.
  - f. Kehadiran produk pesaing di setiap swalayan.
  - g. Jaringan pemasaran pesaing yang lebih luas.
2. Analisis SWOT Home Industri Keripik Nenas mengungkapkan:
  - a. Faktor internal: Kekuatan utama: Produk dengan rasa yang enak, Kelemahan utama: Keterbatasan variasi produk dibandingkan pesaing.
  - b. Faktor eksternal: Peluang utama: Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan, Ancaman utama: Kemunculan produk serupa di pasaran.
  - c. Posisi Home Industri Keripik Nenas dalam matriks IE berada pada kuadran V, yang menunjukkan strategi yang tepat adalah strategi menjaga dan mempertahankan.
3. Rancangan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Home Industri Keripik Nenas adalah sebagai berikut:
  - a. Strategi Strength Opportunity (SO): Mempertahankan rasa, kualitas, dan harga produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen, Menjalani kerja sama dengan agen distributor potensial untuk memperluas pangsa pasar, Mengembangkan produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen, Memberikan potongan harga pada pembelian dalam jumlah besar, Memperhatikan kebersihan dan kerapian area kerja serta karyawan untuk meningkatkan kualitas dan kebersihan.
  - b. Strategi Weakness Opportunity (WO): Menjalankan sistem manajemen perusahaan yang terstruktur, Meningkatkan promosi melalui website dan iklan untuk meningkatkan kepopuleran produk, Memperluas area pemasaran dengan ekspansi pangsa pasar, Meningkatkan kapasitas produksi untuk mengisi pangsa pasar yang masih luas.
  - c. Strategi Strength Threat (ST): Menciptakan produk baru dan citarasa yang bersaing dengan produk serupa.
  - d. Strategi Weakness Threat (WT): Membangun usaha patungan dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku, Meningkatkan kinerja dan jumlah SDM melalui pelatihan

#### 5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat diajukan dua saran yaitu :

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat diaplikasikan untuk meningkatkan penjualan UMKM pada daerah terpencil.
2. Bagi para peneliti lain yang tertarik pada permasalahan yang sama yaitu penurunan penjualan diharapkan untuk dapat meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan dan penurunan penjualan, agar penelitian-penelitian yang akan datang memiliki ruang lingkup yang lebih luas.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Ranginang (Rengginang) Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 267–276.
- Diniaty, D., Kusumanto, I., Roza, F., Husna, F. D., Hartati, M., & Nofirza, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ikan Salai Patin Pada Kelompok XYZ Analysis Strategy Marketing in an Effort to Increase Sales Salai Patin Fish at XYZ Group. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 109. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i1.3080>
- Ibrahim, M. (2015). Analisis Lingkungan Pada Industri Makanan Tradisional Kampar (Kasus Usaha Lopek Bugi) Di

- Kecamatan Tambang Danau Kabupaten Kampar. *Perpustakaan Universitas Riau*, 01(02), 267–276. <https://repository.unri.ac.id/handle/123456789/6921>
- Kusumawaty, Y. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138. <https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.2235>
- MANAJEMEN PEMASARAN. (2023). (n.p.): Selat Media.
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Suhandi, Hanafiah, H., & Harsono, P. (2020). Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Dengan Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 144–151.
- Winanda, T. Y., & Akbar, R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Permata Sari Dalam Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode Benchmarking Dan Swot. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 62–71. <https://doi.org/10.59061/jsit.v5i2.81>