



Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Rumah Tangga Olahan Jipang

Business Development Strategy in the Jipang Processing Home Industry

Dian Wijiarti¹, Isna Windani², Dyah Panuntun Utami³

¹Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Jl. K.H.A. Dahlan No. 3 & 6
Purworejo, Jawa Tengah 54111 Indonesia.

email : dianwijiarti933@gmail.com; isnawindani@umpwr.ac.id, dyahpu@umpwr.ac.id

Korespondensi author: isnawindani@umpwr.ac.id

ABSTRACT

Article History:

Accepted: 30-12-2025

Online : 30-12-2025

Keyword:

Business Development;
Strategy;
Jipang;
Home Industry



Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dari Industri Rumah Tangga Niratama untuk pengembangan usaha Jipang. 2) Mengidentifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang berasal dari Industri Rumah Tangga Niratama dalam pengembangan usaha Jipang. 3) Menyusun strategi yang dapat diterapkan pada Industri Rumah Tangga Niratama dalam pengembangan usaha Jipang. 4) Mengetahui prioritas strategi pengembangan yang tepat digunakan Industri Rumah Tangga Niratama dalam pengembangan usaha Jipang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode studi kasus. Pengambilan sampel penelitian ditentukan dengan berdasarkan *purposive sampling*. Sampel yang diambil terdiri dari 4 informan kunci dan 2 informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan perumusan prioritas startegi berdasarkan analisis QSPM dalam pengembangan usaha yang tepat dilakukan di Industri Rumah Tangga Niratama yaitu, melakukan inovasi produk Jipang dengan penambahan varian rasa seperti ketan hitam, melinjo, pembuatan akun media sosial dan market place sebagai sarana untuk memperluas pasar dan promosi.

This study aims to 1) Identify the internal factors (strengths and weaknesses) of the Niratama Household Industry for Jipang business development. 2) Identify external factors (opportunities and threats) originating from the Niratama Household Industry in Jipang business development. 3) Develop a strategy that can be applied to the Niratama Household Industry in developing the Jipang business. 4) Knowing the appropriate priority development strategies used by the Niratama Home Industry in developing the Jipang business. The basic method used in this research is qualitative research. The research used is descriptive qualitative research. Descriptive qualitative research is in the form of research using the case study method. Research sampling was determined based on purposive sampling. The samples taken consisted of 4 key informants and 2 supporting informants. The research results show that the

formulation of strategic priorities based on QSPM analysis in business development is appropriate for the Niratama Home Industry, namely, innovating Jipang products by adding flavor variants, creating social media accounts and market places as a means of expanding markets and promotions.

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki potensi sumber daya alam yang tinggi dalam mengembangkan sektor pertanian. Potensi produk pertanian dan minat konsumen dapat di tingkatkan melalui agroindustri yang dapat menambah nilai jual, menginovasi produk menjadi lebih awet, menarik dan mudah dikonsumsi [1].

Pengolahan hasil pertanian adalah subsistem kedua setelah pengolahan dan produksi pertanian. Pengolahan hasil pertanian dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil produk pertanian [2], peningkatan dari segi kualitas produk pertanian [3], menambah lapangan pekerjaan [4], peningkatan pendapatan dari produsen dan menumbuhkan keterampilan produsen dalam mengelola hasil pertanian [5]. Produk pertanian yang cukup potensial sebagai bahan baku industri adalah beras ketan. Beras ketan memiliki karakteristik yang hampir sama dengan beras yang biasa dikonsumsi sebagai nasi, tetapi beras ketan lebih pulen daripada beras yang biasa dikonsumsi sebagai nasi karena mengandung amilopektin yang lebih tinggi sehingga menjadi lengket dan keras [6].

Kabupaten Purworejo merupakan salah satu sentra pertanian di Jawa Tengah. Salah satu komoditas unggulan di kabupaten Purworejo adalah komoditas beras. Data luas areal dan produksi beras tanaman tahunan kabupaten Purworejo 2024 disajikan di Tabel 1.

Tabel 1. Data Industri yang Mengelola Jipang di Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo 2024

No.	Nama Industri	Kapasitas Produksi (ball/hari)
1.	Jipang Niratama	50
2.	Jipang Mak Cies	43
3.	Jipang Berkah	35
4.	Jipang Manggar Sari	30
5.	Rizki Ana	25
6.	Zakia	28
7.	Maju Lancar	30
8.	Raihan	32
9.	Kurnia	31

Sumber: Analisis Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel 1 industri Jipang yang memproduksi paling banyak di kecamatan Pituruh adalah Industri Jipang Niratama dengan kapasitas produksi Jipang sebesar 50 ball/hari dan produksi paling rendah yaitu industri Jipang Rizki

Ana dengan kapasitas produksi Jipang sebesar 25 ball/hari. Berdasarkan data di atas Industri Rumah Tangga Niratama sebagai prioritas dalam penelitian ini. IRT Niratama merupakan Industri yang bergerak di industri Jipang di Desa Luwenglor. Menghadapi persaingan yang semakin ketat, Industri Rumah Tangga Niratama membutuhkan strategi yang efektif dan efisien dalam menjalankan dan mengembangkan usaha Jipang. Perumusan strategi yang tepat dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Industri Rumah Tangga Niratama.

Identifikasi faktor internal yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), dan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) atau yang biasa disebut SWOT pada industri Jipang perlu dilakukan sebagai strategi penentu keberlangsungan bisnis Industri Rumah Tangga Niratama. Berdasarkan keempat faktor yang telah diketahui kemudian dilakukan penilaian menggunakan IFAS dan EFAS. Penilaian faktor-faktor tersebut diharapkan dapat memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman dan membangun peluang di masa depan, sehingga dapat membantu untuk menetapkan prioritas mana saja yang harus didahulukan dan diprioritaskan oleh Industri Rumah Tangga Niratama dalam mengembangkan usaha Jipang dengan penerapan strategi pengembangan usaha yang tepat.

Sebagai upaya pengembangan usaha olahan Jipang, diperlukan strategi yang tepat serta alternatifnya sehingga Industri Rumah Tangga Niratama mampu mengambil keputusan yang tepat terhadap masalah-masalah yang kompleks dan tidak terstruktur sehingga dapat lebih efektif dan efisien dalam mengembangkan usaha olahan Jipang. Perumusan alternatif strategi pengembangan olahan Jipang diidentifikasi dengan analisis QSPM. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) merupakan desain strategi yang dirumuskan dalam menentukan alternatif secara obyektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan baik internal maupun eksternal yang diidentifikasi sebelumnya [7].

B. MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yaitu dari bulan November sampai bulan April 2025. Penelitian ini dilaksanakan di Industri Rumah Tangga Jipang Niratama desa Luweng Lor, kecamatan Pituruh, kabupaten Purworejo. Pemilihan Industri Rumah Tangga Niratama dilakukan dengan pertimbangan Industri Rumah Tangga Niratama sudah memiliki label halal dan PIRT, menggunakan nira kelapa murni, tidak menggunakan bahan pengawet. Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang di ambil oleh peneliti dibagi menjadi 2 jenis yaitu informan kunci (*key informant*) dan informan biasa. Informan kunci yaitu Pemilik Industri Rumah Tangga, Bagian Produksi,

Bagian Pemasaran, dan Dinas UMKM. Informan biasa yaitu, *reseller* produk Jipang, dan petani beras ketan.

Metode yang diterapkan pada analisis data penelitian ini adalah metode deskriptif. Deskriptif analisis merupakan studi yang digunakan untuk menentukan fakta dengan interpretasi yang lebih spesifik. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang dilaksanakan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik dalam satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa adanya perbandingan dan variabel tersebut dengan variabel lain saling berkesinambungan sehingga dapat menggambarkan suatu hasil dari penelitian dan tidak dapat digunakan pembuatan kesimpulan secara luas [8].

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT adalah instrument analisis lingkungan baik internal maupun eksternal dan merupakan suatu strategi yang lebih efektif dalam meminimalkan kelemahan dan ancaman [9]. Analisis QSPM merupakan tahap terakhir dalam perumusan strategi dalam pengambilan keputusan. QSPM adalah alat yang memungkinkan dalam menyusun strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara obyektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan baik internal maupun eksternal yang diidentifikasi sebelumnya [7].

C. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. **Analisis Faktor Internal dan Eksternal**

a. Analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Analisis Matriks IFAS disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 diatas faktor internal dengan kekuatan utama adalah menggunakan nira murni dengan skor sebesar 3,95 dengan rating sebesar 3,83 dan bobot sebesar 0,12. Industri Rumah Tangga Niratama menggunakan nira kelapa murni pada proses pembuatan jipang. Kelebihan menggunakan nira kelapa murni yaitu membuat produk jipang lebih tahan lama [9]. Nira kelapa dapat menjadi pengawet alami pada produk jipang dan dapat memberikan tekstur yang renyah sehingga memiliki cita rasa yang unik. Nira kelapa mempunyai rasa yang khas yang lebih disukai konsumen [10], dan mempunyai raas yang renyah [11]. Faktor internal dengan kekuatan kecil adalah kemasan sesuai dengan standar keamanan pangan dengan skor sebesar 3,60 dengan rating 3,50 dan bobot 0,10.

Faktor internal yang menjadi kelemahan utama pada Industri Rumah Tangga Niratama adalah pemasaran belum menyebar di kabupaten Purworejo dengan skor 3,75 sedangkan ratingnya 3,66 dan bobot 0,09. Pemasaran belum menyebar di kabupaten Purworejo dikarenakan Industri Rumah Tangga Niratama belum memiliki outlet untuk penjualan jipang. Penjualan Industri Rumah Tangga Niratama melalui *reseller* dan biasa datang langsung ke tempat produksi atau rumah Bapak Minat Hartono. Faktor internal yang menjadi kelemahan kecil adalah

kegiatan promosi belum di lakukan dengan baik skor 3,41 dan rating 3,33 serta bobot 0,08. Faktor internal berpengaruh terhadap industry rumah tangga [12].

Tabel 1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

Faktor strategis internal/IFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan:			
Memiliki PIRT dan label halal	0,11	3,66	3,77
Menggunakan Nira Murni	0,12	3,83	3,95
Kemasan sesuai dengan standar keamanan pangan	0,10	3,50	3,60
Harga produk jipang terjangkau	0,09	3,66	3,75
Tidak menggunakan bahan pengawet	0,12	3,83	3,95
Kelemahan:			
Akses rumah produksi jipang terlalu jauh dari jalan raya	0,08	3,66	3,74
Produksi jipang masih fluktuatif	0,07	3,50	3,57
Pemasaran belum menyebar di kabupaten Purworejo	0,09	3,66	3,75
Proses produksi jipang masih menggunakan alat tradisional	0,10	3,50	3,60
Kegiatan promosi belum di lakukan dengan baik	0,08	3,33	3,41
Total	1,00		3,70

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Analisis Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*) disajikan di Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diatas faktor eksternal yang dapat dijadikan peluang sangat baik oleh Industri Rumah Tangga Niratama adalah perkembangan media sosial dan market place dengan skor sebesar 3,96, rating sebesar 3,83 dan bobot sebesar 0,13. Perkembangan media sosial dan *market place* memudahkan Industri Rumah Tangga Niratama dalam mempromoskan dan memasarkan produk jipang. Faktor eksternal yang mempunyai peluang kecil adalah permintaan produk jipang semakin meningkat dengan skor sebesar 3,60 dengan rating 3,50 dan bobot 0,10. Permintaan produk jipang yang semakin meningkat dikarenakan pada bulan bulan tertentu seperti Idul Fitri, Tahun baru dan pada saat musim Nikah menjadi salah satu faktor produk jipang cukup digemari oleh masyarakat, baik dari yang muda maupun yang tua. Konsumsi makanan meningkat ketika bulan romadhon dan Idul fitri [13] dan pada tahun baru [14].

Tabel 2. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Faktor strategis internal/IFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
--------------------------------	-------	--------	----------------

Peluang:			
Permintaan produk jipang semakin meningkat	0,10	3,50	3,60
Perkembangan media sosial dan <i>market place</i>	0,13	3,83	3,96
Peluang pasar cukup besar	0,12	3,50	3,62
Adanya program dari dinas UMKM	0,09	3,66	3,75
Produk Jipang disukai dari berbagai kalangan	0,09	3,66	3,75
Ancaman:			
Ketersediaan beras ketan fluktuatif	0,10	3,83	3,93
Harga beras ketan fluktuatif	0,09	3,33	3,42
Munculnya produk jipang sejenis	0,07	3,50	3,57
Cuaca yang tidak menentu saat penjemuran beras ketan	0,08	3,66	3,74
Pelanggan bosan dengan produk jipang yang kurang bervariasi	0,08	3,83	3,91
Total	1,00		3,72

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar untuk Industri Rumah Tangga Niratama adalah ketersediaan beras ketan fluktuatif dengan skor 3,93 dan rating 3,83 serta bobot 0,10. Ancaman utama yang dihadapi Industri Rumah Tangga Niratama adalah faktor cuaca di desa Luweng Lor yang tidak menentu, sehingga menyebabkan ketersediaan beras ketan fluktuatif. Bahan baku untuk produksi makanan dipengaruhi musim [15]. Dikarenakan Industri Rumah Tangga Niratama hanya membeli persediaan beras untuk memproduksi jipang kepada masyarakat Luweng Lor. Faktor eksternal yang mempunyai ancaman kecil adalah harga beras ketan fluktuatif dengan skor sebesar 3,42 dengan rating 3,33 dan bobot 0,09. Harga beras ketan fluktuatif dipengaruhi permintaan dan rantai pemasaran [16].

Faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar untuk Industri Rumah Tangga Niratama adalah ketersediaan beras ketan fluktuatif dengan skor 3,93 dan rating 3,83 serta bobot 0,10. Ancaman utama yang dihadapi Industri Rumah Tangga Niratama adalah faktor cuaca di desa Luweng Lor yang tidak menentu, sehingga menyebabkan ketersediaan beras ketan fluktuatif. Dikarenakan Industri Rumah Tangga Niratama hanya membeli persediaan beras untuk memproduksi jipang kepada masyarakat Luweng Lor. Pembelian barang pada tempat tertentu akan mempengaruhi harga beli [17][18]. Faktor eksternal yang mempunyai ancaman kecil adalah harga beras ketan fluktuatif dengan skor sebesar 3,42 dengan rating 3,33 dan bobot 0,09.

2. Matriks IE

Penentuan strategi menggunakan matriks IE (Internal-Eksternal) menunjukkan bahwa titik pertemuan antara sumbu X dengan total skor pada matriks IFAS sebesar 3,70 dan sumbu Y dengan total skor pada matriks EFAS sebesar 3,72. Matriks IE Industri Rumah Tangga Niratama disajikan di Gambar 1.

		Total Skor IFAS 3,70		
		Kuat	Rata-rata	Lemah
Total Skor EFAS 3,72	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Menengah 2,0-2,99	VI	V	IV
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 1. Matriks IE Industri Rumah Tangga Niratama

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Gambar 1 menunjukkan bahwa titik koordinat berada pada sel I. Hasil skor IFAS sebesar 3,70 dan EFAS 3,72 sehingga matriks IE pada sel I adalah tumbuh bangun dan bangun (*growth and build*). Strategi yang digunakan yaitu strategi inisiatif.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT industri Industri Rumah Tangga Niratama disajikan di Gambar 1.

Penentuan alternatif strategi didasarkan pada hasil matriks IE (Internal-Eksternal) yang diperoleh dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan alternatif strategi [19][20]. Berikut merupakan alternatif strategi yang diterapkan di Industri Rumah Tangga Niratama.

a. Strategi S-O

Strategi S-O (*Strength-Opportunities*) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal yaitu:

1. Mengikuti kegiatan expo yang diselenggarakan oleh Dinas UMKM untuk memperkuat branding dari produk Jipang (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3, O4, O5).

Expo yang diselenggarakan oleh Dinas UMKM dapat menjadi sarana untuk Industri Rumah Tangga Niratama untuk memperluas jejaring dengan pelaku usaha, kolaborasi dengan instansi dan memperkuat brand dari Jipang Niratama. Expo meningkatkan branding dan nilai jual suatu barang [21][22].

b. Strategi W-O

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan internal dan memanfaatkan peluang eksternal yang ada yaitu:

1. Pembuatan akun media sosial dan market place sebagai sarana untuk memperluas pasar dan promosi (W2, W3, W5, O1, O2, O3, O4, O5).

Pembuatan akun media sosial dan *market place* dapat dijadikan sebagai wadah untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas dan memudahkan untuk konsumen mengetahui informasi seputar produk jipang Niratama. Pembuatan *Market Place* memudahkan Industri Rumah Tangga dalam melayani konsumen dan dapat memperluas jangkauan pasar. Marketplace berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM [23][24].

2. Penambahan karyawan yang menguasai IT untuk admin pemasaran online (W3, W5, O1, O2, O3, O4, O5).

Penambahan karyawan yang menguasai IT untuk admin pemasaran online di *marketplace*, *shoppe*, *tokopedia* dan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dapat membantu Industri Rumah Tangga Niratama dalam memperluas jangkauan promosi, penawaran produk dan penjualan terhadap produk jipang. Media sosial berperan dalam mengembangkan pemasaran UMKM [25][26].

c. Strategi S-T

Strategi S-T (*Strenght-Treaths*) adalah strategi yang digunakan untuk memaksimalkan kekuatan internal dan mengatasi ancaman. Alternatif strategi yang dilakukan yaitu,

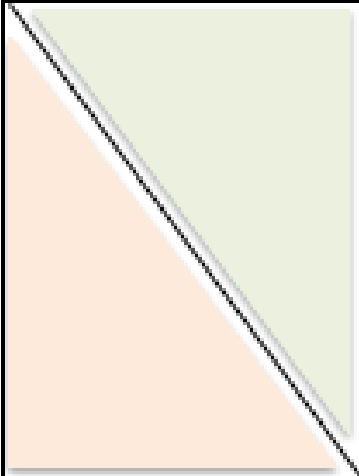
1. Melakukan inovasi produk Jipang dengan penambahan varian rasa (S1, S2, S4, S5, T1, T2, T3, T4, T5).

Penambahan varian rasa pada produk jipang sebagai inovasi Industri Rumah Tangga Niratama. Dengan penambahan varian rasa dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk jipang, varian rasa yang banyak menjadi salah satu daya tarik konsumen dimana konsumen bisa memilih sesuai selera [27].

2. Meningkatkan *Quality Control* jipang untuk menjaga kualitas produk. (S1, S2, S3, S5, T1, T2, T3, T4).

Meningkatkan *Quality Control* jipang pada Industri Rumah Tangga Niratama dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan menjaga keberasian

dalam memproduksi produk jipang. Quality control dapat menjaga kualitas dan meningkatkan daya jual [28].

	Strengths (S) 1. Memiliki PIRT dan Label Halal 2. Menggunakan nira kelapa murni 3. Kemasan sesuai standar keamanan pangan 4. Harga produk murah dan terjangkau 5. Tidak menggunakan bahan pengawet	Weakness (W) 1. Akses rumah produksi terlalu jauh dari jalan raya 2. Produksi jipang masih fluktuatif 3. Pemasaran belum menyebar di kabupaten Purworejo 4. Proses produksi jipang masih menggunakan alat tradisional 5. Kegiatan promosi belum dilakukan dengan baik
	Opportunities (O) 1. Permintaan produk semakin meningkat 2. Perkembangan media sosial dan <i>market place</i> 3. Peluang pasar cukup besar 4. Adanya program dari Dinas UMKM 5. Produk jipang disukai dari berbagai kalangan	Strategi SO Membuat strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang
	Threats (T) 1. Ketersediaan beras ketan fluktuatif 2. Harga beras ketan fluktuatif 3. Munculnya produk jipang sejenis 4. Cuaca yang tidak menentu saat penjemuran beras ketan 5. Pelanggan bosan dengan produk jipang yang kurang bervariasi	Strategi ST Membuat strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
		Strategi WO Membuat strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
		Strategi WT Membuat strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Analisis Data Primer,2024

Gambar 1. Matriks SWOT

d. Strategi W-T

Strategi W-T (*Weakness-Treaths*) adalah strategi yang digunakan untuk

meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman, alternatif strategi yang digunakan yaitu:

1. Meningkatkan kualitas produk dengan penerapan teknologi modern (W2, W4, T1, T2, T4, T5).

Peningkatan kualitas produk dengan penerapan teknologi modern dapat membantu Industri Rumah Tangga dalam memproduksi jipang. Penerapan teknologi dapat dilakukan dengan penggunaan oven listrik, pengaturan temperature suhu dan kelembaban di ruangan guna menjaga kualitas produk jipang tidak menurun dan terhindar dari jamur. Oven listrik dapat mengatur suhuan kelembapan dengan tepat [29], dapat memeprtahankan kualias produk [30]. Produksi jipang yang berkualitas dan produksi yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha [31].

4. Analisis QSPM

Prioritas strategi pengembangan usaha di Industri Rumah Tangga Niratama menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Matrik QSPM mengkolaborasikan matrik IE dan matrik SWOT yang telah diperoleh, berikut merupakan Tabel matriks QSPM. Tabel matriks QSPM disajikan di Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4 terdapat altenatif strategi yang memiliki skor tertinggi dan skor terendah, 2 skor tertinggi menjadi prioritas alternatif strategi yaitu:

1. Alternatif III: Meningkatkan *Quality Control* jipang untuk menjaga kualitas produk menjadi faktor strategi alternatif prioritas strategi yang pertama dengan skor 6,19. Alasan meningkatkan *Quality Control* jipang untuk menjaga kualitas produk sehingga dapat memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan sesuai standar Industri Rumah Tangga Niratama. Dengan penjagaan *Quality Control* dapat membuat konsumen lebih percaya terhadap produk jipang Niratama
2. Alternatif IV: Pembuatan akun media sosial dan market place sebagai sarana untuk memperluas pasar dan promosi menjadi faktor strategi alternatif prioritas strategi yang kedua dengan skor 6,10. Alasan adanya strategi ini memudahkan Industri Rumah Tangga dalam melayani konsumen dan dapat memperluas jangkauan pasar. Pembuatan akun media sosial dan market place dapat dijadikan sebagai wadah untuk mengenalkan produk ke masyarakat luas dan memudahkan untuk konsumen mengetahui informasi seputar produk Jipang Niratama.

Tabel 4 Matriks QSPM

No	Faktor Utama	Bobot	Strategi I		Strategi II		Strategi III		Strategi IV		Strategi V		Strategi VI	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan														
1	Memiliki PIRT dan label halal	0,11	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40
2	Menggunakan nira kelapa murni	0,11	4	0,40	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	3	0,30
3	Kemasan sesuai dengan standar keamanan pangan	0,08	3	0,27	2	0,18	3	0,27	3	0,27	2	0,18	4	0,36
4	Harga produk jipang terjangkau	0,10	3	0,27	3	0,27	2	0,18	3	0,27	4	0,36	3	0,27
5	Tidak menggunakan bahan pengawet	0,10	3	0,30	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Kelemahan														
1	Akses rumah produksi terlalu jauh dari jalan raya.	0,09	2	0,16	3	0,24	3	0,24	2	0,16	2	0,16	2	0,16
2	Produksi jipang masih fluktuatif	0,08	3	0,27	3	0,27	3	0,27	2	0,18	4	0,36	3	0,27
3	Pemasaran belum menyebar di kabupaten Purworejo	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30
4	Proses produksi jipang masih menggunakan alat tradisional.	0,10	3	0,27	4	0,36	3	0,27	3	0,27	3	0,27	4	0,36
5	Kegiatan promosi belum di lakukan dengan baik	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24	4	0,32	4	0,32	3	0,24

Lanjutan Tabel 4

No	Faktor Utama	Bobot	Strategi I						No	Faktor Utama	Bobot	Strategi		
			I AS	II TAS	III AS	IV TAS	V AS	VI TAS				I AS	II TAS	III AS
Peluang														
1	Permintaan produk jipang semakin meningkat	0,10	3	0,27	2	0,18	3	0,27	2	0,18	3	0,27	3	0,27
2	Perkembangan media sosial dan <i>market place</i>	0,12	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30	2	0,20	3	0,30
3	Peluang pasar cukup besar	0,11	2	0,22	4	0,44	4	0,44	4	0,44	3	0,33	2	0,22
4	Adanya program dari dinas UMKM.	0,11	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30	4	0,40	2	0,20
5	Produk Jipang disukai dari berbagai kalangan	0,10	2	0,20	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Ancaman														
1	Ketersediaan beras ketan fluktuatif	0,10	2	0,18	3	0,27	2	0,18	4	0,36	3	0,27	3	0,27
2	Harga beras ketan fluktuatif	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40
3	Munculnya produk jipang sejenis	0,09	3	0,24	3	0,24	3	0,24	4	0,32	2	0,16	4	0,32
4	Cuaca yang tidak menentu saat penjemuran beras ketan	0,08	3	0,27	3	0,27	4	0,36	4	0,36	3	0,27	3	0,27
5	Pelanggan bosan dengan produk jipang yang kurang bervariasi	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36	3	0,27	4	0,36	4	0,36
Total			5,97			6,02		6,19		6,10		5,71		5,87

Sumber : Analisis Data Primer, 2024

D. **SIMPULAN DAN SARAN**

Faktor internal kekuatan yang dimiliki oleh Industri Rumah Tangga Niratama yaitu memiliki PIRT dan Label Halal, menggunakan nira kelapa murni, kemasan sesuai dengan standar keamanan pangan, harga produk jipang terjangkau, tidak menggunakan bahan pengawet. Faktor internal kelemahan yang dimiliki oleh Industri Rumah Tangga Niratama akses rumah produksi jipang terlalu jauh dari jalan raya, produksi jipang masih fluktuatif, pemasaran belum menyebar di kabupaten Purworejo, proses produksi jipang masih menggunakan alat tradisional, kegiatan promosi belum dilakukan dengan baik.

Faktor eksternal peluang yang dimiliki oleh Industri Rumah Tangga Niratama yaitu permintaan produk jipang semakin meningkat, perkembangan media sosial dan *market place*, peluang pasar cukup besar, adanya program dari Dinas UMKM, produk jipang disukai dari berbagai kalangan. Faktor eksternal ancaman yang dimiliki oleh Industri Rumah Tangga Niratama yaitu ketersediaan beras ketan fluktuatif, harga beras ketan fluktuatif, munculnya produk jipang sejenis, cuaca yang tidak menentu saat penjemuran beras ketan, pelanggan bosan dengan produk jipang yang kurang bervariasi.

Strategi pengembangan usaha yang digunakan oleh Industri Rumah adalah a) mengikuti kegiatan expo yang diselenggarakan oleh Dinas UMKM untuk memperkuat branding dari produk Jipang, b) melakukan inovasi produk Jipang dengan penambahan varian rasa, c) meningkatkan *Quality Control* jipang untuk menjaga kualitas produk, d) pembuatan akun media sosial dan *market place* sebagai sarana untuk memperluas pasar dan promosi, e) penambahan karyawan yang menguasai IT untuk admin pemasaran online, f) meningkatkan kualitas produk dengan penerapan teknologi modern.

Prioritas strategi berdasarkan analisis QSPM dalam pengembangan usaha yang tepat dilakukan di Industri Rumah Tangga Niratama yaitu, meningkatkan *Quality Control* jipang untuk menjaga kualitas produk. Pembuatan akun media sosial dan *market place* sebagai sarana untuk memperluas pasar dan promosi. Penambahan karyawan yang menguasai IT untuk admin pemasaran online dan meningkatkan kualitas produk dengan penerapan teknologi modern.

Saran penelitian yaitu Industri Rumah Tangga Niratama dapat membuat media sosial dan *market place* dan mempromosikan produk Jipang yang di jual dengan memasang iklan pada media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok*, *Youtube* maupun *whatsapp*. Membuat *browser* yang akan disebarluaskan guna meningkatkan pengetahuan dari masyarakat terhadap produk jipang yang akan dipasarkan sehingga akan menarik konsumen lebih banyak. Pemilik usaha dapat

melakukan branding produk dan penambahan varian rasa yang banyak sehingga konsumen tidak bosan karena produk jipang memiliki varian rasa yang banyak.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Udayana, I. G. Bagus. (2011). Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Journal repository warmadewa*, Volume 3, Nomor 8, Halaman 18-37.
- [2] Noor, T. I., Sulistyowati, L., Yudha, E. P., Saidah, Z., Wicaksono, S. L., Syakirotn, M., & Widhiguna, I. P. S. R. (2023). Peningkatan Nilai Tambah Produk Pertanian Guna Menjadikan Desa Tahan Pangan. *Abdimas Galuh*, 5(1), 560-568.
- [3] Risal, D., & Rahmawati, R. (2021). Diseminasi Mesin Teknologi Multifungsi untuk Meningkatkan Kualitas Produksi Jagung dan Limbahnya. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 5(3), 119-124.
- [4] Rahmat, S., Ikhsanudin, M., Diani, R., Kusuma, Y. F., Putri, S., Ningrum, P. A., & Annisa, N. (2021). Pengolahan Hasil Pertanian dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Petani di Kabupaten Bintan. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau (JPPM Kepri)*, 1(2), 155-167.
- [5] Rachmawati, R. R., & Gunawan, E. (2020). Peranan petani milenial mendukung ekspor hasil pertanian di Indonesia. In *Forum penelitian agro ekonomi* (Vol. 38, No. 1, pp. 67-87).
- [6] Wibowo, P., Indrasari, S.D., & Jumali. (2009). Identifikasi Karakteristik dan Mutu Beras di Jawa Barat Penelitian Pertanian Tanaman Pangan. *Journal Ilmiah Multi Sciences* Volume 28, Nomor 2, Halaman 43-49.
- [7] David, R. Freid, 2009. *Manajemen Strategi Konsep*. Salemba Empat, Jakarta.
- [8] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- [9] Budaraga, I. K., Aditiawarman, M., Fandeli, H., Sumarno, W., & Syukra, R. A. (2024). *Teknologi Pengolahan Kelapa Terpadu: Beserta Berbagai Tutorial Pengolahan Pohon Kelapa*.
- [10] Setyawan, A., & Ninsix, R. (2016). Studi penambahan pengawet alami pada nira terhadap mutu gula kelapa yang dihasilkan. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 5(2), 1-10.
- [11] Santoso, U., & Harmayani, E. (2023). *Ragam Kudapan Jawa*. Penerbit Andi.
- [12] Siswanti, T. (2020). Analisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 5(2).
- [13] Hasanah, A. F. (2020). Analisis perilaku konsumen masyarakat Ponorogo sesaat dan sesudah datangnya bulan Ramadhan. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 1(2), 95-106.
- [14] Suryawati, S. H., Saptanto, S., & Putri, H. M. (2016). Analisis preferensi konsumsi ikan menghadapi natal 2015 dan tahun baru 2016. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 6(1), 15-24.

- [15] Bahtiar, R., & Raswatie, F. D. (2022). Analisis fluktuasi harga pangan di Kota Bogor. *Indonesian Journal of Agricultural Resource and Environmental Economics*, 1(2), 70-81.
- [16] Mubarokah, M., & Dewi, E. T. (2023). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Beras Ketan di Kota Surabaya: Analysis of Marketing Channels and Margins for Glutinous Rice Commodities in the city of Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Agribisnis*, 11(2), 57-62.
- [17] Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- [18] Hidayat, T. (2020). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119.
- [19] Dewi, E. S. M., Wahyuni, N. C. T., Pujiyati, H., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2024). Rumusan strategi bisnis dan strategi pemasaran pada uma sapna villa berdasarkan analisis matrik ifas-efas. *Juima: jurnal ilmu manajemen*, 14(2), 137-153.
- [20] Siregar, A. P. H. (2020). Analisis strategi bersaing toko roti X berdasarkan IE-matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1-21.
- [21] . Gayatri, L., Fitriana, D., Muttaqina, M. S., Zeriana, E., Pitoewas, B., & Halim, A. (2025). Analisis Program Lampung Begawi dalam Memperkenalkan Budaya dan Produk Unggulan UMKM Provinsi Lampung. *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* | E-ISSN: 3089-7084, 1(3), 302-312.
- [22] ok Kurnia, J. M., & Huwae, G. N. (2024). Strategi Komunikasi Government Relations Pemkot Dalam Usaha Branding Salatiga Sebagai Kota Gastronomi. *Jurnal Selasar Kpi: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 109-131.
- [23] Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69-75.
- [24] Manurung, M. (2024). Peran Marketplace dalam Meningkatkan Akses Pemasaran UMKM di Indonesia. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 2(02), 74-81.
- [25] Sirait, E., Siregar, S. E., Kasrim, K., Tammubua, M. H., & Sekamdo, M. A. (2025). Analisis media sosial dan marketplace untuk mengembangkan pemasaran umkm. *Jurnal lentera bisnis*, 14(3), 4312-4324.
- [26] Rachma, N., & Fahrurrozirahman, F. (2022). Analisis Pemanfaatan Pemasaran Di Media Sosial Dan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Pada Umkm Industri Rumahan Di Desa Karang Kedawang Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 7(1), 1-26.
- [27] Suwadi, H. A., Lumanauw, B., & Samadi, R. L. (2024). Pengaruh Product Variety dan Cita Rasa terhadap Preferensi Konsumen UMKM Aneka Kue di Pasar Bahu Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(03), 669-679.
- [28] Maharani, A. N., & Junianto, J. (2025). Analysis Of The Application Of GMP (Good Manufacturing Practice) In household Scale Pindang Fish Processing:

- Case Study In Sukabumi City. *Jurnal Sains dan Teknologi Perikanan*, 5(1), 1-15.
- [29] Ridwan, A. (2024). Oven Listrik Keripik Buah Berbasis Arduino dengan Menggunakan Metode Fuzzy Logic dan Sensor DHT22. *The Indonesian Journal of Computer Science*, 13(5).
- [30] Sobirin, R. F., Islami, Z. S., & Wibowo, T. (2025, August). Rancang Bangun Oven Pengering Komposit Serat Alam Menggunakan Pemanas Listrik. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 16, No. 1, pp. 289-295).
- [31] Zulfadah, A & Awaluddin. (2019). Peningkatan Kapasitas Produksi Kue Jipang untuk Meningkatkan Pendapatan Bagi Para Pelaku Industri Kue Jipang Ambarawa, Kabupaten Semarang. *Journal Universitas Diponegoro*, Volume 3, Nomor 2, Halaman 428–43.