Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SINGKONG UNTUK *BUSINESS GROWTH* DENGAN ANALISIS SWOT (Studi Kasus Usaha Keripik Singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora)

Aina Nur Fitria[1], Bekti Widyaningsih[2], Arivatu Ni'mati Rahmatika[3]
Universitas KH. A. Wahab Hasbullah[1], Universitas KH. A. Wahab Hasbullah[2,] Universitas KH. A. Wahab Hasbullah[3]
Email: manasikanaaina@gmail.com[1], Bekti@unwaha.ac.id[2], arivaturahmatika@gmail.com[3]

Abstrak
Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya strategi pengembangan usaha keripik singkong dalam menghadapi tantangan UMKM pedesaan, seperti keterbatasan pemasaran digital dan persaingan pasar, melalui analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui strategi pengembangan usaha yang diterapkan, mengetahui kondisi internal yaitu kekuatan dan kelemahan usaha, serta mengetahui kondisi ekstenal yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku usaha keripik singkong. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung, wawancara sebagai sumber data primer, serta literatur dan hasil penelitian terdahulu sebagai sumber data sekunder. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang didukung oleh teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pegembangan yang diterapkan meliputi fokus pada kualitas produk, kolaborasi dengan penjual lokal, serta promosi dari mulut ke mulut untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Bedasarkian hasil analisis SWOT, kekuatan usaha terletak pada wilayah yang strategis, kualitas produk yang baik, dan hubungan baik dengan pelanggan, sedangkan kelemahannya adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Peluang usaha berasal dari mudahnya komunikasi dan informasi, sementara ancaman utamanya adalah persaingan pasar yang semakin ketat. Secara keseluruhan, analisis SWOT menghasilkan rekomendasi strategi SO, ST, WO, dan WT untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Business Growth, Analisis SWOT.

Abstract
The background of this study is the importance of business development strategies for cassava chips enterprises in addressing the challenges faced by rural MSMEs, such as limited digital marketing and increasing market competition, through SWOT analysis. This study aims to identify the business development strategies implemented, analyze the internal conditions including the strengths and weaknesses of the business, and examine the external conditions, namely the opportunities and threats faced by cassava chips business owners. The research method used is qualitative research with a descriptive approach. The research data were obtained through direct observation, interviews as primary data sources, as well as literature reviews and previous research findings as secondary data sources. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing, supported by triangulation techniques to ensure data validity. The results of the study indicate that the development strategies implemented include focusing on product

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

quality, collaborating with local sellers, and utilizing word-of-mouth promotion to increase customer loyalty. Based on the SWOT analysis, the strengths of the business lie in its strategic location, good product quality, and strong relationships with customers, while its weakness is the lack of digital technology utilization. Business opportunities arise from the ease of communication and access to information, whereas the main threat is the increasingly intense market competition. Overall, the SWOT analysis resulted in recommendations for SO, ST, WO, and WT strategies to support sustainable business growth.
***Keywords**: Development Strategy, Business Growth, SWOT Analysis.*

A. Pendahuluan

Industri pengolahan makanan memiliki peran penting dalam menjaga ketahanan pangan nasional dengan menyediakan produk olahan yang bernilai tambah dan menciptakan lapangan kerja, baik di pedesaan maupun perkotaan. Usaha pengolahan makanan, seperti produksi keripik singkong, merupakan sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan. Produk keripik singkong juga memiliki prospek pasar yang menguntungkan, terutama di kalangan masyarakat yang menggemari camilan ringan. Bisnis keripik singkong dapat membantu meningkatkan ketahanan pangan dan daya beli masyarakat melalui peningkatan pendapatan. Untuk mencapai tujuan ini, ada banyak cara. Pertama, ada kemungkinan peningkatan partisipasi aktif masyarakat melalui pelibatan langsung dalam proses pembuatan dan pengolahan keripik singkong. Ini dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dan membuka peluang kerja baru, seperti yang ditunjukkan oleh pelatihan yang dilakukan di Desa Jati, yang berhasil meningkatkan keterampilan pengolahan singkong dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.[1]

Kedua, mendorong investasi dalam bisnis keripik singkong di wilayah pedesaan akan membantu menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan nilai tambah produk lokal. Menurut studi kasus yang dilakukan pada agroindustri keripik singkong "Pasutri" di Desa Rancamanyar, strategi pengembangan usaha yang tepat dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.[2]

Ketiga, mendukung petani singkong melalui pelatihan dan pendampingan tentang manajemen usaha dan teknik pengolahan. Tujuan dari langkah ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan pendapatan masyarakat. Ini terbukti di Desa Sungai Majo Pusako, di mana kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat setempat dan dapat menghasilkan pendapatan bagi mereka.[3]

Usaha keripik singkong adalah kombinasi manajemen keuangan dan manajemen produksi, dengan manajemen keuangan melibatkan penggunaan input dan output. Semakin efisien dan efektif bisnis ini dijalankan, semakin besar keuntungan yang dihasilkan, dan semakin kuat posisinya di pasar dan mencapai tujuan bisnis.Untuk mencapai tujuan, efisiensi dalam pengelolaan usaha sangat penting, tetapi hal ini dapat gagal jika strategi utamanya salah. Teknik analisis lingkungan dapat digunakan untuk

[1] A L M U Azarah and Hanifah Hikmawati, □Pelatihan Pengolahan Keripik Singkong Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Jati□ 01, no. 02 (2024): 75□85.

[2] Dkk Rika Widianita, □Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong Di Desa Rancamanyar Kabupaten Bandung Jawa Barat□, Skripsi VIII, no. I (2023): 2.

[3] Yelly Zamaya et al., Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Industri Rumah Tangga Keripik Singkong Di Desa Sungai Majo Pusako, (Journal of Community Engagement Research for Sustainability 2, no. 3, 2022), 108□114, https://doi.org/10.31258/cers.2.3.108-114.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

menentukan strategi bisnis yang tepat dengan memantau lingkungan. Analisis lingkungan dapat menentukan posisi bisnis dan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pengusaha keripik singkong di Kabupaten Blora. Ini memungkinkan untuk mengantisipasi semua masalah yang ada. Oleh karena itu, untuk membuat strategi pengembangan bisnis keripik singkong di Kabupaten Blora, diperlukan ide yang terukur dan terarah.

Analisis SWOT menjadi alat yang esensial dalam merumuskan strategi pengembangan usaha keripik singkong. Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, pelaku usaha dapat merancang langkah-langkah yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif.[4] Banyak usaha kecil dan menengah (UKM) keripik singkong belum menggunakan teknologi digital dengan benar dalam strategi pemasaran mereka. Sedangkan penggunaan media sosial dan platform online dapat meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar.[5]

Pengusaha keripik singkong menghadapi beberapa tantangan dalam menjalankan usaha mereka, terutama dalam pengadaan bahan baku singkong yang berkualitas dan proses produksi yang membutuhkan peralatan khusus. Selain itu, menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk juga menjadi tantangan tersendiri agar tetap memenuhi standar pasar. Meskipun begitu, alasan untuk memproduksi keripik singkong adalah penyediaan bahan baku yang mudah didapatkan dengan harga terjangkau, serta permintaan pasar yang besar. Keripik singkong juga memiliki cita rasa yang khas dan banyak disukai oleh konsumen.

Untuk saat ini, kesulitan yang dialami oleh pengusaha usaha keripik singkong khususnya yang ada di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora adalah tidak adanya supplier atau pemasok tetap untuk membeli hasil produksi mereka. Oleh karena itu, pengelola harus mencari mitra atau distributor yang tertarik untuk menjual produk keripik singkong mereka. Untuk menarik minat supplier atau pemasok, pengelola perlu meningkatkan cita rasa keripik singkong agar para pemasok tertarik dan bersedia untuk membeli dalam jumlah yang lebih besar.

Tidak hanya itu pengelola juga kesulitan untuk mendapatkan singkong yang berkualitas karena ketika singkong yang didapat dari petani memiliki kualitas rendah maka hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap cita rasa dari keripik singkong tersebut, sehingga pengelola akan berusaha mencari singkong tebaik untuk mendapatkan kualitas yang terbaik nantinya.

Selain itu, Pengusaha juga kesulitan dalam melakukan pemasaran online, karena pengusaha belum dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Hal ini menyebabkan produk keripik singkong sulit dikenal oleh pasar yang lebih luas, sehingga penjualan kurang optimal. Kurangnya kemampuan menggunakan platform digital dan media sosial membuat pengusaha kesulitan menjangkau potensi konsumen dan meningkatkan kesadaran merek secara efektif.

Untuk memastikan keberhasilan usaha, pengusaha harus dapat mengelola modal dengan bijak. Pengelolaan modal yang baik termasuk dalam hal pengadaan bahan baku,

[4] Imam Darul Firmansyah, Moh. Kurdi, and Nurdody Zakki, Pengembangan Strategi Bisnis Dengan Analisis Swot Pada Pabrik Kripik Singkong Sumenep, (*Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 4, no. 1, 2023), 89□99, https://doi.org/10.36490/value.v4i1.695.

[5] Praba Indariswati, Sapta Raharja, and Soewarno T. Soekarto, Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa Di Bekasi, (Scientific Repository 6, no. 2, 2011), 99□104.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

dan biaya operasional lainnya. Selain itu, pengusaha juga perlu menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga jual agar produk tetap diminati konsumen dan didukung dengan pemasaran yang kreatif baik secara online. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat, pengusaha bisa memaksimalkan keuntungan dan menghindari kerugian.

Maka dari hal tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat judul Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong Untuk Business Growth Dengan Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Keripik Singkong Didesa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora).

B. Metode Penelitian (Bold)

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan jawaban atas masalah tertentu. Jenis penelitian ini menggunakan asumsi dan menggunakan kerangka penafsiran atau psikologi yang membentuk atau mempengaruhi pemikiran tentang masalah yang berkaitan dengan makna yang dipahami oleh individu atau kelompok dalam konteks masalah sosial atau manusia.[6] Menurut Bogdan dan Taylor, metode kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari banyak orang atau perilaku yang dapat diamati.[7]

Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang memberikan gambaran tentang semua data dan keadaan subjek atau objek penelitian, kemudian dibandingkan dengan situasi saat ini, dan kemudian mencoba untuk menyelesaikan masalah. Metode ini dapat memberikan informasi terbaru yang dapat digunakan untuk kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat diterapkan pada berbagai masalah. Penelitian deskriptif pada dasarnya adalah suatu proses penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang suatu peristiwa atau fenomena secara teratur, berdasarkan data yang nyata, dan disusun dengan cermat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung di lokasi dan menerapkannya secara sistematis. Peneliti langsung melakukan kunjungan ke tempat usaha untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan mendapatkan data yang spesifik mengenai Strategi Perkembangan Usaha Keripik Singkong dengan menggunakan pendekatan Analisis SWOT sebagai studi kasus pada usaha keripik tela di lokasi penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora.
    a. Fokus Produk

        Memilih untuk memusatkan kepada satu produk yaitu keripik singkong, mereka memungkinkan untuk mendalami setiap aspek produksi dan pemasaran keripik singkong tersebut. Langkah ini tidak hanya mendapatkan keahlian yang mendalam terkait produksi dan pemasaran saja akan tetapi juga memungkinkan mereka untuk menyempurnakan kualitas

[6] Creswell Jhon, W, Penelitian Kualitatif & Desain Riset, *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* 94, no. 3 (2015): 522.

[7] Masfi Sya fiatul Ummah, *Metode Penelitian Kualittaif*, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

produk dengan lebih baik, sehingga mempunyai pandangan yang baik pula dipasaran.[8]

Memfokuskan upaya pada produksi keripik singkong, mereka mampu menyajikan produk dengan kualitas dan rasa yang konsisten pada konsumen. Hal ini menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas konsumen yang kuat, sebab konsumen yakin dapat mengandalkan keripik singkong suko roso ini untuk mendapatkan keripik singkong yang bermutu tinggi.[9]

b. Berkolabrasi dengan penjual lokal

Berkolaborasi dengan penjual lokal sangat membantu usaha keripik singkong dalam memperluas pasar dengan mempunyai pelanggan lokal yang sudah lama mempercayainya dan menjadi peran sentral dalam ekosistem bisnis lokal. Strategi dengan cara berkolaborasi dengan penjual lokal ini tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar, akan tetapi juga berpotensi meningkatkan reputasi usaha keripik singkong dilingkungan sekitar. Usaha keripik singkong ini telah berhasil menjadikan kolaborasi dengan penjual lokal sebagai strategi yang kuat di usahanya dan membawa manfaat untuk kedua belah pihak. Melalui kolaborasi ini juga dapat memperluas jangkauan pasar dan mencari nama baik serta dukungan dikomunitas sekitar.[10]

Usaha keripik singkong ini mempunyai kolaborasi dengan berbagai penjual lokal di berbagai sekitar khususnya diwilayah Blora. Salah satunya keripik singkong yang letaknya itu bertepatan di Desa Doplang Kecamatan Randublatung Kabupaten Blora**.** Berkolaborasi dengan penjual toko keripik ini memungkinkan Usaha Keripik Singkong suko roso untuk terus menyediakan produk secara konsisten.

Kemudian Usaha Keripik Singkong ini juga berkolaborasi dengan penjual yang tempatnya di Kedungtuban Kabupaten Blora. Toko Keripik ini menjualkan hasil keripik singkong dari usaha Bapak Jayyin, ini menjadikan keripik singkong menjadi lebih luas dikomunitas lokal wilayah tersebut. Usaha keripik singkong berkolaborasi dengan Toko Keripik di Kecamatan Bangilan Kabupaten Tuban. Dengan menyediakan keripik singkong di wilayah tersebut, secara efektif mereka dapat meningkatkan daya sebar produk dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang mempunyai kebiasaan belanja di Toko Keripik yang ada di Bangilan Tuban.[11]

c. Strategi pemasaran dari mulut ke mulut

Usaha Keripik singkong ini tidak menguasai ilmu teknologi media sosial tetapi usaha keripik singkong ini telah menjadikan pertahanan pada cita rasa atau kualitas keripik singkong untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dari loyalitas pelanggan ini pendapatan pada usaha keripik singkong mengalami peningkatan.[12]

[8] Bapak Jayyin (pemilik usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.
[9] Ibu Indah (karyawan usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.
[10] Pak Kasen (Karyawan usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.
[11] Bapak Jayyin (pemilik usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.
[12] Bapak Jayyin (pemilik usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

Strategi pemasaran dari mulut ke mulut telah diterapkan sejak lama dalam bisnis mereka dan strategi ini mampu mempererat silaturahmi yang baik dengan pelanggan melalui rekomendasi yang autentik dan membangun kepercayaan dan loyalitas merk.

Strategi pemasaran dari mulut kemulut ini yang didukung oleh upaya mempertahankan cita rasa dan kualitas produk, tidak hanya bertujuan untuk membangun loyalitas pelanggan. Akan tetapi lebih dari itu, strategi ini juga bisa mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang karena mereka mendapatkan keyakinan rasa yang konsisten dan pengalaman yang menyenangkan sejak pembelian pertama. Seiring berjalannya waktu, pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan ini akan tersebar luaskan secara lisan, sehingga pelanggan yag puas akan merekomendasikan keripik singkong tersebut kepada orang lain.[13]

2. Kondisi Internal (kekuatan dan kelemahan) usaha keripik singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora.
    a. Kekuatan
        1) Wilayahnya sangat strategis.

            Usaha keripik singkong diatas menunjukkan bahwa sumber daya utama bisnis terletak pada pemanfaatan lahan pribadi yang besar di belakang rumah, yang dirancang khusus untuk produksi keripik singkong. Lahan ini mengurangi biaya sewa dan mengurangi biaya operasional yang signifikan. Lahan ini memungkinkan peningkatan kapasitas produksi, proses kerja yang lebih lancar, kenyamanan karyawan, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan tanpa hambatan ruang atau biaya tambahan.
        2) Kualitas keripik singkong yang dihasilkan memenuhi standart yang baik.

            Kualitas keripik singkong yang diproduksi oleh usaha keripik singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora, telah memenuhi standar yang baik, terutama dari segi tekstur dan rasa. Tidak adanya keluhan dari pelanggan menjadi indikasi bahwa produk keripik singkong ini berkualitas uggul dan mampu bersaing dengan produsen lain di pasar.
        3) Hubungan yang baik dengan pelanggan.

            Hubungan erat antara pem ilik usaha dengan pelanggan terjalin dengan baik. Pemilik usaha keripik singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora menerapkan layanan yang berkonsep kekeluargaan. Pelanggan sering mengunjungi langsung tempat produksi sehingga silaturahmi tetap terjaga. Terkadang pemilik usaha keripik singkong juga memberikan layanan pengantaran untuk pemesanan yang cukup banyak pada pelanggan yang wilayahnya masih bisa dijangkau.
    b. Kelemahan
        1) Pemilik belum memaksimalkan teknologi yang ada.

[13] Ibu Indah (karyawan usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

Usaha keripik singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora masih belum memaksimalkan promosi produknya. Saat ini, informasi tentang keripik singkong hanya disebarkan melalui cara dari mulut kemulut dari pelanggan hingga calon pembeli. Belum ada langkah khusus yang dilakukan melalui media cetak, siaran radio, maupun media digital lainnya.

2) Promosi yang belum maksimal.

Usaha keripik singkong saat ini belum menggunakan platform penjualan online. Pemasaran produk hanya dapat dilakukan dengan mitra yang bekerja sama secara langsung. Akibatnya, jangkauan pasar bisnis tersebut tidak dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas melalui media digital.

3. Kondisi Eksternal (peluang dan ancaman) usaha keripik singkong di Desa Sumber Kecamatan Kradenan Kabupaten Blora.
   a. Peluang
      1) Inovasi gizi dan rasa.

      Seiring dengan perubahan dan perkembangannya pasar makanan ringan, usaha keripik singkong kini dihadapkan pada peluang besar untuk mengembangkan usahanya. Peluang ini berasal dari tingginya minat konsumen terhadap cemilan daerah yang otentik dan trend masyarakat yang kini lebih memprioritaskan pilihan makanan ringan yang lebih sehat. Dengan itu usaha ini memiliki potensi kuat untuk melakukan inovasi rasa sekaligus meningkatkan kualitas pengolahan agar produk yang dihasilkan lebih sehat dan bergizi.

      2) Mudahnya komunikasi dan informasi.

      Informasi internet dan teknologi merupakan peluang besar untuk mengembangkan bisnis keripik singkong. Pelaku bisnis dapat meningkatkan pengetahuan tentang bisnis mereka dengan akses internet yang cepat, yang membantu mereka berkembang. Selain itu, penerapan teknologi ini memperluas cakupan pelanggan dan menghemat waktu dan biaya. Meskipun demikian, bisnis saat ini masih mengandalkan komunikasi tradisional seperti telepon dan belum memaksimalkan penggunaan media sosial. Ini menjadi tantangan yang harus diatasi karena media sosial memiliki potensi yang sangat besar sebagai alat untuk pemasaran dan pengembangan bisnis.

   b. Ancaman
      1) Persaingan yang semakin ketat.

      Ancaman terbesar adalah persaingan yang semakin ketat karena munculnya banyak merek baru yang menjual produk serupa dan perubahan cepat dalam preferensi pelanggan yang mengharuskan perubahan untuk mencegah produk ditinggalkan. Karyawan menambahkan bahwa pesaing baru dengan berbagai rasa terus muncul, membuat persaingan semakin keras, dan jika Anda tidak mengikuti tren pasar terbaru, Anda berisiko kehilangan pelanggan.

      2) Mudahnya pelanggan untuk berpindah tempat.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 4 Juli 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 5257-5265

Akibat munculnya banyak merek baru yang menjual produk serupa, persaingan di industri keripik singkong semakin ketat, mengancam bisnis kecil seperti di Desa Sumber, Blora. Pemilik usaha mengatakan bahwa ancaman terbesar adalah persaingan ini, pesaing baru seringkali lebih agresif dalam pemasaran dan inovasi rasa, membuat sulit mempertahankan pelanggan setia.

D. Penutup

kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hasil bisnis keripik singkong "Suko Roso" di Desa Sumber, Kecamatan Kradenan, Kabupaten Blora, menggunakan strategi pengembangan dengan fokus produk, berkolaborasi dengan penjual lokal, dan strategi pemasaran dari mulut ke mulut. Strategi-strategi ini secara efektif mendorong pertumbuhan bisnis melalui peningkatan loyalitas pelanggan dan efisiensi operasional.

Selain itu, kondisi internal bisnis menunjukkan kekuatan utama, seperti wilayahnya sangat strategis, kualitas keripik singkong yang dihasilkan memenuhi standart yang baik, dan hubungan yang baik dengan pelanggan. Namun, hal ini dibatasi oleh kelemahan, seperti Pemilik belum memaksimalkan teknologi yang ada dan promosi yang belum maksimal.

Kondisi eksternal menunjukkan bahwa ada peluang besar dari Inovasi gizi dan rasa dan mudahnya komunikasi dan informasi. Di sisi lain, ancaman utama adalah persaingan yang semakin ketat serta mudahnya pelanggan untuk berpindah tempat.

Saran

Bagi Usaha Keripik Singkong: Pemilik usaha diharapkan memanfaatkan teknologi digital seperti marketplace dan media sosial untuk memperluas pemasaran mereka, mengatasi kelemahan konvensional dan memanfaatkan peluang komunikasi informasi yang mudah. Selain itu, untuk menarik pelanggan yang sadar akan kesehatan, usaha diharapkan melakukan inovasi dalam varian rasa dan pengemasan bergizi untuk memperkuat kekuatan kualitas produk di tengah ancaman persaingan yang ketat dan memperluas produksi mereka.

Bagi penelitian selanjutnya: Diharapkan bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan melalui pendekatan campuran yang mengintegrasikan analisis SWOT kualitatif dengan pengukuran kinerja kuantitatif seperti Return on Assets (ROA) atau tingkat pertumbuhan penjualan pada UMKM keripik singkong di Blora, sehingga memberikan validasi empiris yang lebih kuat terhadap strategi pertumbuhan bisnis. Serta melakukan perbandingan efektivitas strategi serupa pada komoditas makanan singkong lainnya seperti getuk atau tepung mocaf di wilayah Jawa Tengah untuk memperoleh generalisasi yang lebih luas.

Bagi dunia akademik: Diharapkan bagi dunia akademik, hasil penelitian ini menjadi referensi bagi penelitian Analisis SWOT di prodi Ekonomi Syariah khususnya untuk studi kasus UMKM makanan lokal. Diharapkan menginspirasi pengembangan kurikulum yang mengintegrasikan analisis SWOT dengan teknologi digital untuk mata kuliah Pengembangan Usaha UMKM mengingat kelemahan umum pada usaha tradisional seperti dalam kasus ini, serta berkontribusi pada jurnal akademik tentang

pertumbuhan bisnis UMKM pedesaan dengan penekanan pada peluang inovasi camilan lokal di era digital.

.

DAFTAR PUSTAKA

A L M U Azarah and Hanifah Hikmawati, □Pelatihan Pengolahan Keripik Singkong Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Jati□ 01, no. 02 (2024): 75□85.

Bapak Jayyin (pemilik usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Bapak Jayyin (pemilik usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Bapak Jayyin (pemilik usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Creswell Jhon, W, □Penelitian Kualitatif & Desain Riset,□ *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* 94, no. 3 (2015): 522.

Dkk Rika Widianita, □Strategi Pengembangan Usaha Keripik Singkong Di Desa Rancamanyar Kabupaten Bandung Jawa Barat□, Skripsi VIII, no. I (2023): 2.

Ibu Indah (karyawan usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Ibu Indah (karyawan usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Imam Darul Firmansyah, Moh. Kurdi, and Nurdody Zakki, Pengembangan Strategi Bisnis Dengan Analisis Swot Pada Pabrik Kripik Singkong Sumenep, (*Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 4, no. 1, 2023), 89□99, https://doi.org/10.36490/value.v4i1.695.

Masfi Sya□fiatul Ummah, *Metode Penelitian Kualittaif*, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019.

Pak Kasen (Karyawan usaha keripik singkong), wawancara oleh penulis, 17 Juli 2025.

Praba Indariswati, Sapta Raharja, and Soewarno T. Soekarto, Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa Di Bekasi, (Scientific Repository 6, no. 2, 2011), 99□104.

Yelly Zamaya et al., Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Industri Rumah Tangga Keripik Singkong Di Desa Sungai Majo Pusako, (Journal of Community Engagement Research for Sustainability 2, no. 3, 2022), 108□114, https://doi.org/10.31258/cers.2.3.108-114.