

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang tepat sasaran dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan (1) Usaha Pempek Kak Yan 147 dan tempe sudah berjalan selama 12 tahun, dalam setahun usaha ini memperoleh pendapatan ± Rp. 80.000.000. (2) Hasil wawancara terhadap pihak internal yang menjadi faktor internal kekuatan yaitu : Harga produk dan layanan yang ditawarkan terjangkau, lokasi usaha berada di pusat kota memiliki database pelanggan untuk memudahkan promosi dan penjualan produk, kualitas cita rasa, memiliki kapasitas produksi yang baik sedangkan faktor eksternal peluang yaitu : Produk dapat dikonsumsi semua kalangan, kebutuhan masyarakat untuk menjadikannya buah tangan sangat tinggi, memiliki stok produk sehingga pelanggan tidak perlu menunggu produk terlalu lama, respon positif pelanggan terhadap produk, memiliki standar harga untuk bersaing dengan kompetitor. (3) Strategi yang dapat digunakan pada usaha Pempek Kak Yan 147 yaitu strategi SO dengan menambah jumlah dan jenis produksi, meningkatkan kualitas produk menjadi lebih baik, melakukan penjualan di beberapa lokasi pasar serta memanfaatkan bantuan dari pihak pemerintah untuk mengusulkan atau meminta sosialisasi tentang produk-produk olahan pempek.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Matriks IFAS, EFAS, dan Strategi Pengembangan.

ABSTRAC

This research aims to find out what strategies are right on target in developing the Pempek Kak Yan 147 business in the city of Jambi. The results of the research show (1) The Pempek Kak Yan 147 and tempeh business has been running for 12 years, in a year this business earns an income of ± Rp. 80,000,000. (2) The results of interviews with internal parties which are internal factors of strength are: The price of the products and services offered is affordable, The business location is in the city center Has a customer database to facilitate product promotion and sales, Quality of taste, Has good production capacity while other factors external opportunities, namely: 1. The product can be consumed by all groups, the public's need to make it into souvenirs is very high, has product stock, so customers don't have to wait too long for the product, positive customer response to the product, has standard prices to compete with competitors (3) The strategy that can be used in the Pempek Kak Yan 147 business is the SO strategy by increasing the number and type of production, improving product quality to be better, selling in several market locations and utilizing assistance from the government to propose or request outreach about processed pempek products.

Keywords: SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS, and Development Strategy.

