

## MODEL BISNIS PLAN DAN DAYA SAING UMKM MELALUI STRATEGI PEMASARAN PRODUK TERASI BAWANG DI INDRAMAYU

Meddy Nurpratama<sup>1\*</sup>, Agus Yudianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Wiralodra

<sup>1</sup>meddynurpratamafe@unwir.ac.id, <sup>2</sup>agus.yudianto@unwir.ac.id

**ABSTRACT** - *The research entitled Behavioral model of MSME Processing Processed Onions and Tersi, Indramayu Regency. The purpose of this research is to explore and analyze the behavior of MSME actors processing agricultural products in Indramayu district and how the efforts are being made with business continuity MSME actors can apply or implement a business plan planning model, SWOT analysis, in dealing with business competition. The data collection method was carried out using interview techniques which were equipped with a semi-structured list of questions. The questionnaire was used as a guide so that interviews were more structured and standardized. The analysis technique that will be used is the concept of SWOT analysis is the concept of seeking analysis to determine a decision on a problem. SWOT itself is an acronym for Strength, Weakness, Opportunity, Treats. The term analysis of strengths and opportunities in preparing a business plan or and looking for weaknesses and strengths because in this concept all processes are carried out carefully and identify as much detail as possible so that decisions taken are effective and able to have a significant impact on dealing with problems.*

**Keyword:** *Plan Business Model, MSME Competitiveness, Marketing strategy*

**ABSTRAK** - Penelitian berjudul Model perilaku UMKM Pengolah Hasil olahan bawang dan terasi kabupaten Indramayu. Tujuan dalam penelitian yang akan dilakukan ini yaitu menggali dan menganalisis perilaku pelaku UMKM pengolah hasil pertanian di kabupaten Indramayu dan bagaimana upaya yang dilakukan dengan kelangsungan usaha Para pelaku UMKM dapat menerapkan atau mengimplematasikan model perencanaan bisnis plan, Analisa SWOT, Dalam menghadapi persaingan usaha. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ialah wawancara dengan disertai penggunaan daftar pertanyaan

semi terstruktur. Kuesioner digunakan sebagai acuan wawancara, dengan demikian wawancara menjadi terstandar dan terstruktur. Tehnik analisis yang akan digunakan konsep analisa SWOT merupakan suatu konsep analisis untuk mencari keputusan atas suatu masalah. SWOT sendiri merupakan singkatan dari Streanght, Weakness, Oppurtunity, treats. Istilah analisa kekuatan dan peluang dalam menyusun bisnis plan atau dan mencari kelemahan dan kekuatan karena dalam konsep ini semua proses dilakukan dengan cermat dan mengidentifikasi sedetail mungkin hingga memperoleh keputusan yang efektif dan berdampak signifikan untuk mengatasi permasalahan.

**Kata kunci :** Model Bisnis Plan, Daya Saing UMKM, strategi Pemasaran

### PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah berkembang pesat di banyak negara. Pertumbuhannya tidak hanya berdampak pada peningkatan produksi dan pendapatan per individu, tetapi juga melibatkan implementasi perubahan dalam struktur masyarakat dan bisnis. Perkembangan IPTEK berperan penting dalam mendorong praktik kewirausahaan, yang menghasilkan kemunculan berbagai layanan serta produk yang inovatif. Hal ini dapat membuka peluang kerja dan pasar baru, yang pada akhirnya akan memicu pertumbuhan usaha secara berkelanjutan di banyak sektor. Mayoritas usaha yang tumbuh di negara berkembang termasuk dalam kategori usaha kecil. Hal ini menegaskan bahwa usaha kecil memiliki kontribusi yang besar dalam menciptakan pendapatan bagi masyarakat setempat.

Pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh dinamika perekonomian daerah, yang sebagian besar dihasilkan dari kegiatan perekonomian berskala menengah dan kecil. Pengusaha menengah dan kecil memiliki peran penting sebagai tahap awal perkembangan industrialisasi di daerah, namun mereka menghadapi berbagai kendala di lapangan. Memulai usaha baru memerlukan perencanaan sebelumnya, meskipun bisa sederhana dan tak perlu selalu tertulis. Namun, banyak wirausaha baru di negara kita enggan atau merasa tidak mampu atau ragu untuk menyusun rencana tertulis karena berbagai alasan. Padahal, perencanaan yang tak tertulis pun biasanya telah ada dalam benak mereka, mencakup jawaban atas berbagai pertanyaan, seperti jenis usaha yang akan dijalankan, alasan memilih usaha tersebut, lokasi usaha, target konsumen, sumber modal, dan lain sebagainya.

Siwang atau terasi bawang adalah makanan khas Indramayu dan Cirebon, terbuat dari campuran terasi dan bawang merah yang disangrai. Makanan yang cocok banget jadi taburan di berbagai sajian. Rasanya gurih dan renyah, hanya dimakan dengan nasi hangat pun cocok. Membuat siwang sangatlah praktis, karena bahan-bahannya tidak banyak dan hanya perlu ditumis. Siwang juga bisa disimpan dalam waktu yang cukup lama dan awet. Usaha ini masih terbilang tradisional di daerah Indramayu oleh karena itu kita akan mencoba memulai usaha ini untuk melestarikan produk makanan ini.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Resource-Based View (RBV) termasuk teori yang mempengaruhi sejarah teori manajemen, terutama dalam teori manajemen stratejik. Secara

umum, RBV berfokus pada pemahaman mengenai potensi sumber daya dan kapabilitas organisasi (Coulter, 2002:37). Teori ini bertujuan menjelaskan bagaimana sumber daya internal yang berasal dari suatu perusahaan bisa kompetitif dan unggul secara berkelanjutan. Akan tetapi tidak semua sumber daya perusahaan merupakan faktor yang berpotensi membuat perusahaan meraih keunggulan kompetitif. Menurut Barney (1991:105–106), untuk meraih keunggulan kompetitif, sumber daya perusahaan harus memiliki empat kriteria yang penting, yaitu tak dapat ditiru, langka, bernilai, dan tak tergantikan.

Resources Based View perusahaan merupakan sebuah kesatuan aset strategic yang sukar ditiru (imperfectly imitable), bernilai (valuable), langka (rare), dan tak tergantikan (non-substitutable) (Meso, et al., 2000:224). Nieves, et al. (2014) melakukan kajian empirik yang menunjukkan bahwa resource-based view dapat menjelaskan atau berpengaruh terhadap kapasitas inovasi sebuah perusahaan. Argumen tersebut diperkuat dengan hasil penelitian Lava (2011) dan Urbancova (2013) yang menyimpulkan bahwa strategi resourcebased view memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas organisasi dalam berinovasi. Hubungan Relasional Strategi Resource-Based View dan Entrepreneurial Skill Resource-based view juga dipandang sebagai strategi dalam meraih keunggulan kompetitif organisasi melalui identifikasi sumber daya organisasi yang heterogen. Pendekatan berbasis sumber daya ini bertujuan mengklasifikasikan sumber-sumber daya strategis organisasi yang paling berpotensi kompetitif dan unggul (Akio, 2005:126). Akio (2005:137) berpendapat bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan mengidentifikasi sumber daya strategis dalam

keberagaman sumber daya perusahaan (resource-based view), akan tetapi entrepreneurial skill yang merupakan intangible resource juga mempengaruhi daya saing perusahaan.

Sebab, dengan memiliki entrepreneurial skill yang baik seseorang dapat mempersepsikan keadaan pasar dan mengambil peluang keberhasilan melalui heterogenitas sumber daya yang dimilikinya. Pada dasarnya, entrepreneurship berkaitan dengan pola pikir kewirausahaan (Gündođdu, 2012:296). Argumen tersebut diperkuat Scheepers (2012: 400), yang menerangkan jika entrepreneurship berhubungan dengan entrepreneurial skill, di mana entrepreneurial skill merupakan kemampuan yang berkaitan erat dengan persepsi atau cara pikir perusahaan terhadap peluang-peluang yang ada dilingkungannya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa entrepreneurial skill merupakan suatu kemampuan yang mengidentifikasikan pengaruh-pengaruh perusahaan dan bagaimana cara perusahaan dalam menyikapi atau mempersepsikan peluang-peluang yang ada tersebut. Entrepreneurial skill dapat melahirkan kemampuan berinovasi sebuah organisasi, karena entrepreneurial skill inilah yang membentuk sensitivitas seseorang untuk melakukan dan meningkatkan kapasitas berinovasi. Kardos (2012) mengkaji secara empirik dan membuktikan jika kemampuan entrepreneurial berpengaruh terhadap cara pandang organisasi atau seseorang dalam berinovasi.

Hal ini menunjukkan bahwa entrepreneurial skill merupakan faktor penentu kegiatan berinovasi pada perusahaan. Scheepers (2012) berpendapat bahwa faktor entrepreneurial skill merupakan faktor dominan yang dapat membuat perusahaan meraih

keunggulan kompetitif. Hal ini diperkuat pendapat Grant (1991: 118–119) yang menjelaskan bahwa sumber daya (RBV) merupakan segala sesuatu yang dimasukkan ke dalam proses produksi, tetapi hanya sebagian kecil yang produktif. Hal itu membutuhkan kemampuan khusus untuk mengkoordinasikan dan mengkombinasikan beberapa kelompok sumber daya produktif sehingga mencapai keunggulan kompetitif. Shirokova (2013) mengkaji secara empirik berhasil menunjukkan jika nilai-nilai entrepreneurial seperti eksploitasi dan eksplorasi berpengaruh positif terhadap kinerja atau keunggulan kompetitif perusahaan. Lingkungan yang terus berubah dan persaingan yang semakin meningkat mengharuskan setiap organisasi untuk senantiasa berinovasi. Perusahaan harus mampu mengeluarkan produk baru yang dapat melebihi apa yang diharapkan oleh konsumennya.

Hal ini menjadikan perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif. Berdasarkan Veland, et al. (2013:10), yang mengatakan bahwa setiap organisasi menginginkan keunggulan kompetitif, dan cara terbaik untuk meraih keunggulan kompetitif adalah dengan berinovasi. Geroski (1995) berpendapat bahwa terdapat hubungan langsung antara inovasi dan kinerja perusahaan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan inovasi memiliki kemampuan bertahan dalam menghadapi gejolak ekonomi atau tekanan dari lingkungannya. Sebaliknya, perusahaan yang tidak berinovasi lebih rentan terhadap tekanan atau gejolak yang berasal dari lingkungan eksternalnya. Sedangkan menurut Andreas (2013), strategi inovasi mampu memediasi sumber daya dan kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi inovasi berpengaruh terhadap

keunggulan kompetitif suatu organisasi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan fenomena yang diteliti. Dan hubungannya dengan keberlangsungan warung bakso Zayyani Chips. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bersaing dengan lapak lain. Pengumpulan data didasarkan pada data primer dan sekunder, sedangkan alat penelitian sebelumnya berasal dari jurnal, internet, dan buku. Dalam kegiatan penelitian ini, analisis data berlangsung dari awal sampai akhir penelitian. Data penelitian dikumpulkan menggunakan teknik wawancara dan observasi. Terdapat 2 informan yaitu pemilik dan karyawan warung bakso Zayyani Chips dengan kriteria yaitu: 1) Penemuan harga yang tepat saat pandemic, 2) Promosi yang dilakukan Informan, 3) Lokasi warung informan yang strategis/tidak strategis. Data yang sudah diperoleh dari wawancara dan observasi kemudian dianalisis serta diambil kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Rencana Bisnis (Business Plan) tidak hanya dibutuhkan untuk usaha skala besar. Jika seseorang sedang memulai usaha, penting untuk menyusun Rencana Bisnis agar bisnis dapat berjalan dengan lancar di masa depan. Dengan perencanaan yang terperinci, Rencana Bisnis akan menjadi alat berharga untuk perjalanan bisnis, dan keputusan yang akan diambil dapat terarah dengan baik karena adanya panduan dari Rencana Bisnis tersebut.

Berdasarkan Hisrich & Peters (1995), Business Plan ialah dokumen tertulis yang disusun oleh pengusaha dan mencakup semua aspek eksternal dan internal yang relevan dalam memulai usaha baru. Biasanya, Business Plan berisi rencana

terpadu seperti pemasaran, keuangan, manufaktur, dan sumber daya manusia. Sebelum memberikan alasan membuka Siwang kami akan menjelaskan terlebih dahulu apa itu Siwang dan bahan apa saja yang digunakan untuk membuat Siwang.

Tujuan utama pembuatan Business Plan adalah untuk menyajikan ide dan rencana bisnis secara terperinci dalam bentuk dokumen tertulis. Hal ini menjadi penting untuk menarik minat investor. Jika Business Plan Anda telah disusun dengan matang dan rinci, akan membantu Anda dalam menghadapi perubahan ide bisnis agar dapat terus berkembang di masa depan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan setiap unsur dalam Business Plan dengan cermat.

Business Plan membantu memahami pencapaian-pencapaian yang telah terjadi dalam bisnis yang sebelumnya telah direncanakan. Selain itu, Business Plan juga memungkinkan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki jika terjadi kegagalan. Melalui Business Plan, seseorang dapat memahami struktur bisnis, kejelasan rencana bisnis, menguji perhitungan bisnis, mempertajam sistem operasional, dan mengenali pesaing dalam industri bisnis. Ketika menjalankan bisnis, akan bermitra dengan pihak lain. Dengan adanya Business Plan, dapat menggunakan dokumen ini sebagai alat untuk menyamakan persepsi dan kesepahaman dengan para mitra bisnis.

- Tahapan Komponen Penting dalam Pembuatan :
  - *Executive Summary,*
  - *Introduction,*
  - *Market Analysis And Marketing,*
  - *Production Analysis,*
  - *Human Resource Analysis,*
  - *Financial Analysis*

**Meddy Nurpratama, dkk**

- *Business Opportunities*
- *Business Execution*
- *Attachments*

Berikut adalah Komponen Penting dalam Pembuatan Business Plan:

1. Ringkasan Eksekutif: Merupakan gambaran singkat mengenai bisnis yang akan dibuat, termasuk misi, visi, serta tujuan bisnis. Disarankan untuk membuat ringkasan eksekutif yang menarik, yang terdiri sekitar 1-2 halaman.
2. Pendahuluan: Berisi latar belakang perusahaan, informasi mengenai orang-orang di balik bisnis, konsultan atau ahli yang ikut terlibat, struktur perusahaan, serta susunan pemilik saham. Selain itu, juga mencakup misi, visi, serta tujuan bisnis.
3. Analisis Produksi dan Sistem Operasi Bisnis: Menyajikan informasi tentang cara produksi dalam bisnis, apakah membentuk produk baru atau meningkatkan nilai guna suatu barang.
4. Analisis Pasar dan Pemasaran: Melibatkan analisis pasar untuk produk yang ditawarkan, dan kompetitor yang memiliki bisnis serupa serta keunggulan bisnis yang dijalankan dan dibandingkan pesaing. Ini mencakup strategi dan perencanaan pemasaran yang akan diterapkan dalam bisnis.
5. Analisis Keuangan: Meliputi perhitungan daya ungkit, pengembalian modal, peramalan pemasukan, pengembalian atas investasi, serta sumber pendanaan, baik melalui modal yang dimiliki saat ini maupun dana yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Juga sertakan rincian tentang asal usul modal yang Anda miliki saat ini.

6. Analisis SDM: Berisi daftar orang-orang yang diperlukan dalam bisnis Anda. Rencana pengembangan SDM juga termasuk dalam komponen ini.
7. Peluang Bisnis: Menjelaskan secara rinci masalah yang ingin diatasi serta solusi dari masalah tersebut. Jangan lupa untuk menuliskan keunggulan ide bisnis yang ditawarkan dan tetapkan target bisnis Anda.
8. Eksekusi Bisnis: Berisi mengenai bagaimana bisnis dilaksanakan, termasuk di dalamnya distribusi produk/produk yang ditawarkan dan sistem operasional perusahaan. Sertakan juga model Business Plan untuk mendukung pelaksanaan bisnis tersebut.



**Gambar 1 :**  
**Membuat Model Bisnis Plan**

### 5 Langkah Membuat Business Plan

#### 1. Melakukan Riset

Untuk menciptakan business plan yang berdaya guna, langkah pertama yang perlu dilakukan seseorang adalah melakukan riset sebagai pondasi dari business plan tersebut. Lakukan riset dengan teliti dan mendalam, serta sesuaikan dengan kebutuhan pasar. Dalam riset ini,

seseorang harus mencari informasi mendalam mengenai analisis produk yang akan dijalankan dan strategi yang diadopsi oleh pesaing. Melalui riset yang detail ini, seseorang akan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang bisnis yang akan dijalankan. Jika suatu saat menghadapi kesulitan, seseorang dapat mengatasi permasalahan tersebut dengan cepat karena telah benar-benar memahami seluk-beluk bisnis yang akan dijalankan. Selain itu, hasil riset yang telah dilakukan akan menjadi acuan untuk mengembangkan produk baru dan memperluas jaringan bisnis.

## 2. Menetapkan Tujuan Bisnis

Dalam Business Plan yang telah dibuat, terdapat informasi mengenai latar belakang, jenis bisnis, serta strategi penjualan yang akan digunakan nantinya. Untuk menulis seluruh informasi tersebut, penting bagi seseorang untuk menetapkan tujuan bisnis yang ingin dicapai. Tujuan tersebut mencerminkan harapan dan hasil yang diinginkan dari bisnis mereka. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk segera menentukan tujuan bisnis agar proses bisnis dapat berjalan dengan terarah. Dengan tujuan yang jelas, seseorang dapat mengambil berbagai keputusan yang sesuai dengan apa yang ingin mereka capai di masa depan.

## 3. Membuat Company Profile

Company Profile merupakan hal wajib yang harus ada dalam business plan seseorang, biasanya diletakkan di halaman paling depan untuk memperkenalkan usaha mereka. Karena itu, company profile harus dibuat secara jelas dan detail agar jika suatu saat presentasi

dilakukan untuk mendapatkan pendanaan, calon investor bisa langsung melihat bisnis yang dijalankan dengan jelas karena penjelasan yang lengkap dan detail. Selain itu, juga perlu mencantumkan bagaimana bisnis tersebut didirikan, jasa atau produk apa yang ditawarkan, target pasar yang ingin dicapai, serta sumber daya yang sekarang dimiliki.

## 4. Mencatat Seluruh Transaksi Keuangan

Akan ada saatnya business plan yang telah dibuat menjadi sarana untuk mendapatkan pendanaan dari investor. Jika hal ini terjadi, jangan lupa untuk mencantumkan arus keuangan bisnis. Seluruh transaksi keuangan yang berkaitan dengan bisnis sangatlah penting untuk dicatat, baik dalam jumlah besar atau kecil. Tentunya, semakin besar perusahaan dan semakin banyak transaksi yang perlu dicatat, maka jangan ragu untuk menggunakan software akuntansi online yang lengkap untuk membantu proses tersebut.

Calon investor pasti ingin mengetahui seluruh informasi tentang bisnis sebelum dana diberikan, terutama mengenai arus keuangan yang merupakan faktor penting. Jika arus keuangan bisnis berjalan lancar, dana dari investor pasti akan diperoleh dengan mudah. Oleh karena itu, penting bagi akuntansi perusahaan dagang untuk dicatat dengan tepat dan akurat. Selain itu, pemilik usaha juga perlu memperhatikan dan melakukan audit persediaan dengan melihat laporan untuk memastikan bahwa inventaris tidak mengalami masalah.

## 5. Memiliki Strategi Marketing

Strategi marketing yang dibuat dapat berupa timeline agar lebih teratur, seperti kapan promo

akan diberikan atau produk baru diperkenalkan. Begitulah panduan penting yang harus dilakukan dalam pembuatan business plan. Strategi marketing yang dilakukan harus terencana dengan baik. Jangan sampai sudah memiliki strategi marketing tetapi ternyata sia-sia. Buatlah strategi marketing yang memberikan dampak positif dan bermanfaat bagi bisnis. Meskipun terkesan rumit, tetapi hal ini sangatlah penting dan akan sangat berguna untuk bisnis kedepannya. Selain business plan, keuangan harus diatur dengan baik. Salah satu cara untuk mempermudah dalam mengatur keuangan yaitu dengan menggunakan software akuntansi. Jurnal merupakan salah satu software akuntansi berbasis cloud serta software ERP yang mudah untuk digunakan.

Siwang adalah makanan atau lauk-pauk yang dibuat dari bahan utama bawang dan terasi yang dimasak dengan minyak dan terasi dimasak dengan cara digangsa, Siwang merupakan makanan khas Indramayu yang memiliki masa tahan atau kadaluarsa selama 1 tahun dan Siwang merupakan makanan atau lauk-pauk siap makan.

Perencanaan untuk kedepannya adalah untuk memperluas lapangan pekerjaan untuk orang-orang yang membutuhkan pekerjaan dan memperkenalkan produk Siwang ke berbagai daerah dari setiap cita rasa yang terdapat dalam siwang.

#### Proses produksi untuk usaha terasi bawang

Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey pada tahun 1960-an ketika sebuah proyek penelitian yang diinisiasinya dikerjakan di Stanford Research Institute. Sejak saat

itu, analisis SWOT mulai dikenal luas dan perlahan digunakan oleh para pebisnis pada masa itu untuk memanfaatkan metode analisis ini dalam Strategi marketing yang dilakukan harus menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan mereka masing-masing.

Analisa SWOT sangat bermanfaat bagi Grameds untuk merencanakan sesuatu dalam sebuah proyek atau bisnis. Secara sederhana dapat kita artikan bahwa analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan mempertimbangkan sekaligus mengevaluasi 4 komponen utama, yaitu:



#### 1. Strengths

Komponen pertama dalam analisis SWOT adalah strengths atau kekuatan. Dari sini, kita dapat mengidentifikasi sejauh mana faktor-faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis atau proyek yang sedang dijalankan.

Strengths atau kekuatan dalam membuka usaha terasi bawang memberi dampak positif bagi lingkungan sekitar contohnya dapat membuka lapangan pekerjaan bagi ibu-ibu untuk mengupas bawang secara manual, untuk melestarikan makanan daerah, dan bahan baku yang berkualitas

#### 2. Weaknesses

Kelemahan atau weakness dalam usaha terasi bawang adalah ketidakmampuan memperkirakan harga bahan baku. Usaha Siwang Nguntap dihadapkan pada berbagai hambatan, termasuk

fluktuasi harga bawang goreng yang sulit diprediksi yang mungkin terjadi dalam bisnis atau proyek dan masalah terkait ketahanan produk. Jika produk tersebut.

bawang goreng tidak laku dalam waktu yang lama, kualitasnya dapat menurun, mengeluarkan bau, dan memiliki rasa yang pahit. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan penggunaan bahan pengawet alami serta pengemasan produk dengan kemasan yang kedap udara agar produk dapat bertahan lama, sekitar satu tahun. Dalam menarik minat konsumen, penting untuk memperhatikan warna, aroma, rasa, kemasan, dan masa kadaluarsa produk yang dihasilkan.

### 3. Opportunities

Komponen ketiga dalam analisis SWOT adalah opportunities atau peluang. Dari analisis ini, kita dapat melihat sejauh mana faktor-faktor yang menjadi peluang dalam bisnis atau proyek yang sedang kita kerjakan.

Opportunities atau peluang dalam usaha terasi bawang yaitu dengan membuka usaha siwang, kita dapat melestarikan makanan tersebut oleh karena itu kita dapat melihat peluang usaha tersebut tinggi karena penjualan produk siwang di Indramayu belum banyak.

### 4. Threats

Komponen keempat dalam analisis SWOT adalah Threats atau ancaman. Dari analisis ini, dapat diidentifikasi sejauh mana faktor-faktor yang menjadi ancaman dalam bisnis atau proyek yang sedang dikerjakan. Ancaman-ancaman ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti persaingan yang ketat, perubahan tren pasar, regulasi pemerintah yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, atau situasi ekonomi yang tidak stabil. Dengan mengetahui dan memahami ancaman-ancaman ini, langkah-langkah pencegahan atau penyesuaian strategi dapat diambil guna mengatasi potensi risiko

Threats atau kelemahan dalam membuka usaha terasi bawang yaitu dengan berjalannya waktu dapat melihat peluang bisnis yang tinggi sehingga orang-orang ikut memproduksi objek yang sama yaitu terasi bawang oleh karena itu menimbulkan persaingan dalam bisnis yang tinggi

Dari keempat komponen analisa SWOT tersebut, bisa terlihat dengan jelas bahwa metode analisis ini efektif dan dapat mempermudah pebisnis membuat perencanaan bisnisnya yang mana mencakup pemahaman tentang kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang mungkin timbul secara terstruktur dan sistematis. Dengan demikian, para pihak yang bersangkutan dengan bisnis yang sedang dijalankan dapat lebih mudah mencerna, memahami, sekaligus mengenali lebih dekat proyek atau perusahaan.

## **KESIMPULAN**

Siwang dapat memaksimalkan penggunaan STP (segmenting, targeting, positioning) dengan memperluas pangsa pasar di dalam dan luar negeri melalui kerjasama dengan ritel minimarket atau pusat oleh-oleh yang ada di dalam dan luar negeri.

Penerapan Marketing Mix 4P (product, price, place, promotion) bisa dilakukan Siwang dengan menambah jenis kemasan saset produknya agar lebih ekonomis, dan memperluas promosi dengan menggunakan sponsorship. Selain itu, integrasi kebelakang Siwang dapat dimanfaatkan dengan menjalin kerjasama dengan banyak pemasok seperti petani atau kelompok tani untuk meningkatkan daya saing di pasar.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Akio, T. 2005. The Critical Assessment of The ResourceBased View of Strategic Management: The Source of Heterogeneity of The Firm. *Ritsumeikan International Affairs*. Vol.3, 125–150.
- Ananda. 2022. “Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan”. Dalam <https://www.gramedia.com/>. (Diakses tanggal 17 November 2022).
- Barney, J. 1991. Firm Resources And Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. Vol. 17, No. 1, 99–120.
- Barney, J. 2001. Is The Resource-Based View A Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes. *Academy of Management Review*. Vol.26, No.1, 41– 56
- Coulter, M. 2002. *Strategic Management In Action; 2<sup>nd</sup> Edition*. Prentice Hall: New Jersey
- Elmi, J. 2021. “Analisis Strategi Pemasaran Terasi Bawang (Siwang)”. Dalam <http://repository.unisma.ac.id/>. (Diakses tanggal 15 November 2022).
- Gubernur Lemhannas RI Audiensi, Sekretaris Jenderal Wantannas RI. 2022. “Beri Ceramah di Lemhannas RI, Wamenkumham RI: Restorative Justice Tidak Menghentikan Perkara”. Dalam <https://www.lemhannas.go.id/>. (Diakses tanggal 16 November 2022).
- Geroski, P.A. 1995. *Innovation And Competitive Advantage. Organisation For Economic Co-Operation And Development: Paris*.
- Grant, R. 1991. The Resource-Based Theory of Cempetitive Advantage: Implication For Strategy Formulation. *California Management Review*. 114–133.
- Gundogdu, M.Ç. 2012. Re-Thinking Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Innovation: A Multi-Concept Perspec-tive. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. No. 41, 296–303
- Kinasih, Ningtyas Dewanasari. 2022. “Pemasaran Langsung: Definisi, Manfaat, dan 3 Contohnya”. Dalam <https://www.ekrut.com/>. (Diakses tanggal 15 November 2022).
- Kardos, M. 2012. The Relationship between Entrepreneurship, Innovation and Sustainable Development. *Research on European Union Countries. Procedia Economics and Finance*. Vol. 3, 1030–1035.
- Lazuaedi, Dania. 2022. “Pemasaran Tidak Langsung (Indirect Marketing): Definisi dan Jenis Strategi Pemasarannya”. <https://inmarketing.id/>. (Diakses tanggal 15 November 2022).
- Lava, A. 2011. Pengaruh Strategi Resource-Based dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) pada Usaha Oleh-Oleh Makanan Khas Kota Probolinggo. Tesis Program Pasca Sarjana Fakultas s Ekonomi & Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Makanan, Resep. 2022. “Cara Membuat Siwang yang Awet dan Renyah”. Dalam <https://m.kumparan.com/>. (Diakses tanggal 12 November 2022).
- Makarao, M. Taufik. 2013. “Pengkajian hukum tentang Penerapan restorative justice dalam penyelesaian Tindak pidana yang dilakukan oleh anak- anak”. Dalam [https://www.bphn.go.id](https://www.bphn.go.id/). (Diakses tanggal 16 November 2022).
- Nurkasihani, Iba. 2019. “Restorative Justice, Alternatif baru dalam Sistem Pemidanaan”. Dalam <https://www.jdih.tanahlautkab.go.id/>. (Diakses tanggal 16 November 2022).
- Nieves, Q., & Osorio. 2014. Knowledge-Based Resources And Innovation In The Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 38, 65–73
- Products, Mekari. 2022. “7 Strategi Pemasaran Produk yang harus anda coba”. Dalam <https://www.jurnal.id/>. (Diakses tanggal 15 November 2022).
- Pristiwati, Endang. 2014. “Konsekuensi yang timbul dari Asas Legalitas dalam Hukum Pidana materuil”. Dalam <https://www.readcube.com/>. (Diakses tanggal 16 November 2022).
- Pemerintah Kota Yogyakarta. 2012. “Asas Legalitas Dalam Hukum Pidana”. Dalam <https://jdih.jogjakota.go.id/>. (Diakses tanggal 16 November 2022).
- Rahayu, Sri. 2014. “Implikasi Asas Legalitas terhadap Penegakan Hukum dan Keadilan”. Dalam nama jurnal ilmu hukum. Vol. 7 No. 3 (2014): INOVATIF. (Diakses tanggal 16 November 2022).

Syahrin, M. Alvi. 2018. "Penerapan Prinsip Keadilan Restoratif dalam Sistem Peradilan Pidana terpadu". Dalam <http://mhn.bphn.go.id/>. (Diakses tanggal 16 November 2022).

Scheepers, M. 2012. Antecedents Of Strategic Corporate Entrepreneurship. *European Business Review*. Vol. 24 No. 5, 400–424.

Shirokova, V., & Sokolova. 2013. Performance of Russian SME's: Exploration, Exploitation And Strategic Entre-preneurship. *Journal of Critical Perspectives on*

*International Business*. Vol. 9 no. 1/2, 173–203.

Urbancova, H. 2013. Competitive Advantage Achievement Through Innovation And Knowledge. *Journal of Competitiveness*. Vol. 5, Issue 1, 82–96.