

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG PADA INDUSTRI “FLAMBOYAN” DI KELURAHAN PANAU KECAMATAN TAWAELI KOTA PALU**

### **Business Development Strategy Of Banana Chips at "Flamboyan" Industry In Panau Village Sub District Tawaeli Palu City”**

*Siti Sakina<sup>1)</sup>, Dance Tangkesalu<sup>2)</sup>*

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu  
e-mail:Zhaiky\_yahya@ymail.com

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

#### **ABSTRACT**

This research aims to formulate an appropriate business development and can be applied to the development of banana chips in the industry "Flamboyan" in the Panau village Sub District Tawaeli The Palu City. The number of respondents who were interviewed is 5 people chosen from the parties both internal and external. Respondents from the internal parties i.e. 1 person as leader and 1 person as work force of industry "Flamboyan". Respondents from external parties i.e. 2 persons as consumer and 1 owners similar industry or competitors. An analysis of SWOT analysis is used. Based on the results of internal and external factors weighting can be concluded that the total score obtained from the reduction of total faktor strengths and weaknesses as 1.36 x-axis While the score of external factors that are the results of the subtraction between opportunities and threats factors factors as y-axis of 1.14. Based on the analysis of SWOT the position business development strategy of banana chip Flamboyan in quadrant I, then the strategy that is focused to the development that is using S-O strategies i.e. maintain chances of increased product demand, promotion strategies and maintain good relationship with distributor.

**Key Words:**Banana Chips, Development Strategy, Flamboyan Enterprises.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan pengembangan usaha yang tepat dan dapat diterapkan bagi pengembangan usaha keripik pisang pada industri “Flamboyan” di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu. Jumlah responden yang diwawancarai yaitu sebanyak 5 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu 1 orang pimpinan dan 1 orang tenaga kerja dari industri “Flamboyan”. Responden dari pihak eksternal yaitu 2 orang konsumen dan 1 orang pemilik industri sejenis atau pesaing. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X yaitu 1,36 sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,14. Berdasarkan diagram analisis dari SWOT posisi strategi pengembangan usaha keripik pisang Flamboyan berada pada kuadran I, maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu mempertahankan peluang permintaan produk yang meningkat, mempertahankan strategi promosi dan hubungan yang baik dengan distributor.

**KataKunci :**Industri Flamboyan, Keripik Pisang, Strategi Pengembangan.

## PENDAHULUAN

Pisang (*Musa Paradisica L.*) adalah tanaman buah berupa herba yang berasal dari kawasan Asia Tenggara. Tanaman buah ini kemudian menyebar luas ke kawasan Afrika (Madagaskar), Amerika Selatan, dan Amerika Tengah. Penyebaran tanaman ini selanjutnya hampir merata keseluruh dunia, yakni melalui daerah tropik dan subtropik dimulai dari Asia Tenggara ke timur Lautan Teduh sampai ke Hawaii, dan menyebar ke barat laut melalui Samudra Atlantik, Kepulauan Kanari sampai Benua Amerika (Suyanti dan Supriadi, 2008).

Salah satu jenis usaha yang mempunyai prospek yang cukup baik dari buah pisang adalah keripik pisang. Keripik pisang merupakan makanan olahan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup baik di pasar nasional. Keripik pisang merupakan makanan yang bisa dijadikan oleh-oleh khas Kota Palu dan memiliki nilai tambah yang besar dalam meningkatkan pendapatan perusahaan yang mengelola keripik pisang tersebut (Kapet palapas, 2009).

Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai *sarana* atau *input* dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri sebagai pengolah komoditas pertanian primer menjadi produk olahan baik produk akhir (*Finish Product*) maupun produk antara (*Intermediate Product*) (Aji, 2012).

Pentingnya agroindustri dalam pembangunan dan perekonomian nasional telah diyakini oleh semua pihak. Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu menyerap perolehan devisa melalui peningkatan ekspor dan mampu memunculkan industri baru. Karena

keunggulan agroindustri inilah, maka agroindustri dapat dipakai sebagai salah satu pendekatan pembangunan bagi suatu negara yang berbasis agraris. Produk pertanian umumnya sangat mudah rusak karena memiliki sifat yang mudah rusak, maka produk pertanian harus segera dipasarkan dalam bentuk segar atau diolah menjadi yang lebih tahan simpan. Agroindustri yang menggunakan produk pertanian sebagai bahan baku akan sangat menunjang perkembangan budidaya tanaman produk pertanian terutama tanaman pangan (Irawan, 2014).

Industri “Flamboyan” memiliki kelemahan bahwa kendala utama yang dihadapi oleh industri ini adalah ketersediaan bahan baku selain itu letak usaha yang kurang strategis juga membuat industri ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat, oleh karena itu diperlukan alternatif strategi yang tepat yang dapat mendukung pengembangan usaha keripik pisang pada industri “Flamboyan”. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha keripik pisang pada industri “Flamboyan”. Adapun tujuan dari penelitian yang bertempat pada industri “Flamboyan” adalah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan factor eksternal (peluang dan ancaman) dalam mendukung pengembangan usaha keripik pisang pada industri “Flamboyan” dan Merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat dan dapat diterapkan bagi pengembangan usaha keripik pisang pada industri “Flamboyan” di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada industri “Flamboyan” di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu “Flamboyan” merupakan salah satu industry pengolahan keripik pisang yang memilik. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Industri potensi untuk dikembangkan karena permintaan produk terus meningkat.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2016.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*), yang dilakukan dengan mewawancarai secara langsung. Jumlah responden yang diwawancarai yaitu sebanyak 5 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu 1 orang pimpinan dan 1 orang tenaga kerja dari industri “Flamboyan”. Responden dari pihak eksternal yaitu 2 orang konsumen dan 1 orang pemilik industri sejenis atau pesaing, dengan pertimbangan bahwa responden sangat berkompeten untuk memberikan informasi sehubungan dengan kegiatan penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan datasekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung pada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionary*), dan data sekunder diperoleh dari literatur, dan beberapa instansi yang terkait langsung dengan penelitian ini.

### Analisis Data

Tujuan penelitian ini akan dijawab dengan menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) dimana analisis SWOT digunakan menghasilkan strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor eksternal dan internal usaha keripik pisang pada industry Flamboyan, dari sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan dari sisi eksternal, akan dilihat peluang dan ancaman dari luar usaha (Rangkuti, 2009).

Tahap analisis IFAS dan EFAS yaitu dengan memberi nilai rating dan bobot. Lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis pemberian nilai rating dan bobot dalam tabel IFAS dan EFAS (Rangkuti, 2009), sebagai berikut :

1. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan

memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi internal pengembangan usaha. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, contohnya jika kelemahannya besar sekali nilainya 1, sedangkan jika lemah nilainya 4.

2. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi eksternal pengembangan usaha. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi +4, tetapi jika peluang kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
3. Memberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (Paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0).
4. Penentuan bobot akan dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi factor strategis internal dan eksternal kepada para responden dengan menggunakan metode “*paired comparison*” (David).

Bobot setiap variable diperoleh dengan menentukan nilai setiap variable terhadap jumlah nilai keseluruhan dengan menggunakan rumus:

$$ai = \frac{Xi}{\sum_{i=1}^n xi}$$

Keterangan :

- ai : Bobot faktor ke-i  
Xi : Nilai factor ke-i

n : Jumlah faktor  
 i : 1,2,3,...n

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Strategi Industri Flamboyan saat ini.** Strategi yang diterapkan oleh Industri Flamboyan saat ini yaitu pelaksanaan proses produksi dengan membuat produk menjadi beberapa jenis rasa yaitu rasa original, balado dan gula aren, dengan memproduksi beberapa jenis rasa dapat memberikan pilihan pada konsumen dan tentunya keripik pisang yang di produksi oleh industri Flamboyan dapat bersaing dipasaran. Pemilik industri Flamboyan juga telah mengeluarkan surat izin P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) sehingga jangkauan pemasaran produk lebih luas tidak hanya disekitar Tawaeli namun juga keluar daerah seperti Balikpapan dan Jakarta.

Strategi lain yang diterapkan oleh pemilik Industri Flamboyan yaitu dari segi promosi, jika sebelumnya pemilik industri melakukan promosi melalui blog pribadi, namun saat ini Industri Flamboyan mulai bergabung dan ikut memasarkan produknya disalah satu situs *online shop* yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu Bukalapak.com, tentunya ini merupakan

salah satu bentuk promosi yang menjadi kekuatan dari Industri Flamboyan karena produk yang dihasilkan dapat diketahui oleh seluruh masyarakat Indonesia, dan ini juga menjadi dorongan bagi industri sehingga produk yang dihasilkan benar-benar berkualitas agar dapat bersaing dan memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen.

**Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal.** Setelah faktor-faktor strategis internal pada usaha industri keripik pisang Flamboyan teridentifikasi, selanjutnya dibuat tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), berdasarkan hasil perhitungan setiap *rating*, maka diperoleh pembobotan untuk masing-masing nilai rating faktor internal dan eksternal terlihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1 menunjukkan bahwa faktor koefisien IFAS faktor kekuatan (*Strengths*) adalah sebesar 2,28 adapun koefisien IFAS faktor kelemahan (*Weakness*) adalah 0,92. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri Flamboyan lebih besar daripada faktor kelemahan. Hal ini berarti bahwa industri Flamboyan dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Tabel 1. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Usaha Keripik Pisang Industri Flamboyan, 2015.

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>			
a. Memiliki berbagai macam rasa	0,1	3	0,3
b. Kemasan produk	0,1	3	0,3
c. Strategi promosi	0,14	4	0,56
d. Produk tahan lama	0,14	4	0,56
e. Jangkauan pemasaran	0,14	4	0,56
Sub Total	0,62	18	2,28
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>			
a. Tempat kurang strategi	0,07	2	0,14
b. Kurangnya stok bahan baku	0,04	1	0,04
c. Kurangnya tenaga kerja	0,07	2	0,14
d. Manajemen usaha kurang baik	0,1	3	0,3
e. Produksi masih rendah	0,1	3	0,3
Sub Total	0,38	11	0,92
Total (1+2)	1	29	3,2

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*) Usaha Keripik Pisang Industri Flamboyan, 2015.

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>			
a. Permintaan produk cenderung meningkat	0,13	4	0,52
b. Bantuan pemerintah	0,13	4	0,52
c. Harga produk terjangkau	0,1	3	0,3
d. Hubungan yang baik dengan disributor	0,13	4	0,52
e. Pasar tersedia	0,1	3	0,3
Sub Total	0,59	18	2,16
<b>Ancaman (<i>Treaths</i>)</b>			
a. Adanya industri sejenis	0,1	3	0,3
b. Fluktuasi harga baha baku	0,07	2	0,14
c. Fluktuasi haraga bahan pelengkap	0,07	2	0,14
d. Munculnya keripik dengan inovasi baru	0,07	2	0,14
e. Perubahan selera konsumen	0,1	3	0,3
Sub Total	0,41	12	1,02
Total (1+2)	1	30	3,18

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Tabel 3. Hasil Skoring Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang pada Industri Flamboyan, 2015.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan dan Kelemahan	1,36	Sumbu X
Faktor Eksternal		
Peluang dan Ancaman	1,14	Sumbu Y

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kaudran dalam strategi pengembangan usaha keripik pisang pada Industri Flamboyan, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (*Strengths*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor peluang kelemahan (*Weakness*) maka diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal yaitu  $2,28 - 0,92 = 1,2$  maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,36.

Tabel 2 menunjukkan bahwa faktor koefisien EFAS faktor peluang (*Opportunities*) adalah sebesar 2,16 adapun koefisien EFAS faktor ancaman (*Treaths*) adalah 1,02. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri Flamboyan lebih

besar daripada faktor ancaman. Hal ini berarti bahwa industri Flamboyan dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kaudran dalam strategi pengembangan usaha keripik pisang pada Industri Flamboyan, yaitu total bobot x rating faktor peluang (*Opportunities*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor ancaman (*Treaths*) maka diperoleh nilai Y sebagai sumbu horizontal yaitu  $2,16 - 1,02 = 1,14$  maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,14.

Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan eksternal dapat disimpulkan

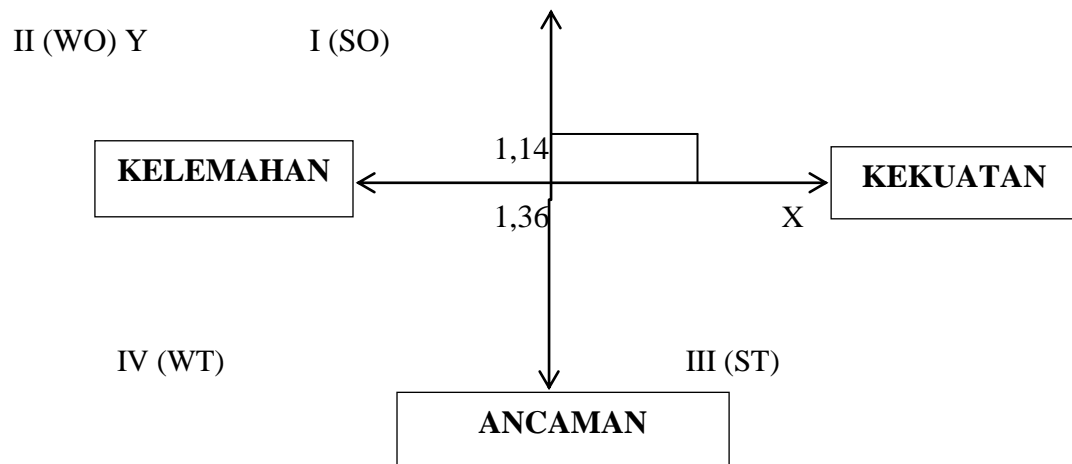
bahwa total skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X yaitu 1,36 sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,14 terlihat pada Tabel 3.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha keripik pisang industri Flamboyan yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha keripik pisang pada

industri Flamboyan berada pada kuadran I, usaha keripik pisang Flamboyan memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan.

Berdasarkan diagram analisis dari SWOT posisi strategi pengembangan usaha keripik pisang Flamboyan berada pada kuadran I, maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal, sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha keripik pisang pada industri Flamboyan adalah :



Gambar 4. Diagram SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri Flamboyan di Kota Palu.

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri Flamboyan, 2015.

	<b>Strengths (S)</b> Kekuatan : S1 Memiliki berbagai macam rasa S2 Kemasan produk S3 Strategi promosi S4 Daya simpan produk S5 Jangkauan pemasaran	<b>Weaknesses (W)</b> Kelemahan : W1 Tempat kurang strategi W2 Kurangnya stok bahan baku W3 Kurangnya tenaga kerja W4 Manajemen usaha kurang baik W5 Produksi masih rendah
<b>IFAS</b>		
<b>EFAS</b>		
<b>Opportunities (O)</b> Peluang : O1 Permintaan produk cenderung meningkat O2 Kebijakan pemerintah O3 Harga produk terjangkau O4 Hubungan yang baik	<b>Strategi (S-O)</b> 1. Memanfaatkan peluang permintaan produk yang cenderung meningkat dan harga produk yang terjangkau dengan cara mempertahankan kualitas dan rasa produk yang beragam dan menambah jumlah produksi keripik pisang.	<b>Strategi (W-O)</b> 1. Menambah tenaga kerja, memaksimalkan manajemen usaha yang selama ini kurang baik serta membangun kerja sama yang baik dengan

dengan distributor O5 Pasar tersedia	(S1,O1 dan O3) 2. Mempertahankan strategi promosi dan peluang pasar yang tersedia saat ini agar merk produk lebih dikenal oleh konsumen. Selain itu memanfaatkan peluang promosi yang bisa dilakukan dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah. (S2, S3, O2 dan O5) 3. Mempertahankan hubungan yang baik dengan distributor saat ini dan menambah relasi agar jangkauan pemasaran lebih luas. (S5 dan O4)	penyedia bahan baku agar permintaan produk yang cenderung meningkat dapat terpenuhi. (W2, W3, W4 dan O1)
Treats (T) Ancaman : T1 Adanya industri sejenis T2 Fluktuasi harga bahan baku T3 Fluktuasi harga bahan pelengkap/pendukung T4 Munculnya keripik dengan inovasi baru T5 Perubahan selera konsumen	<u>Strategi (S-T)</u> 1. Mempertahankan kualitas dan melakukan inovasi baru pada produk dan kemasan agar konsumen lebih tertarik serta menambah strategi promosi untuk mengatasi perubahan selera konsumen dan ancaman pesaing. (S1, S2, T1, T2 T4 dan T5)	<u>Strategi (W-T)</u> 1. Menambah stok bahan baku dan tenaga kerja dalam meningkatkan produksi agar dapat bersaing dengan produk dan industri lainnya. (W2, W3, T1 dan T4)

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2016.

1. Memanfaatkan peluang permintaan produk yang cenderung meningkat dan harga produk yang terjangkau dengan cara mempertahankan kualitas dan rasa produk yang beragam serta menambah jumlah produksi keripik pisang. Hal ini dilakukan agar permintaan konsumen dapat terpenuhi dengan cara meningkatkan produksi keripik pisang dengan harga yang terjangkau. Mempertahankan kualitas dan rasa produk yang beragam tentunya akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen yang mempunyai selera yang berbeda.
2. Mempertahankan strategi promosi saat ini yang memanfaatkan media internet dan memanfaatkan peluang pasar yang tersedia agar merk produk lebih dikenal oleh konsumen, selain itu salah satu cara yang juga bisa dilakukan yaitu memanfaatkan peluang promosi dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah. Saat ini banyak kegiatan pemerintah baik berupa pelatihan maupun pameran yang dilakukan untuk memperkenalkan produk-produk lokal kepada masyarakat baik dalam maupun luar daerah. Hal ini bisa menjadi alternatif

- promosi yang dapat dilakukan oleh Industri Flamboyan untuk memperkenalkan produknya agar jangkauan pemasaran keripik pisang bertambah luas.
3. Pemasaran suatu produk tidak terlepas dari hubungan yang baik dengan distributor. pimpinan industri Flamboyan harus mempertahankan kekuatan yang dimilikinya ini, selain itu penting juga menambah relasi agar jangkauan pemasaran keripik pisang lebih luas sehingga produk lebih dikenal oleh konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian mengenai strategi pengembangan usaha keripik pisang pada industri Flamboyan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha keripik pisang pada industri Flamboyan adalah strategi S-O. Strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan seluruh kekuatan

internal pada industri Flamboyan untuk memanfaatkan berbagai peluang eksternal.

2. Pemasaran suatu produk tidak terlepas dari hubungan yang baik dengan distributor. pimpinan industri Flamboyan harus mempertahankan kekuatan yang dimilikinya ini, selain itu penting juga menambah relasi agar jangkauan pemasaran keripik pisang lebih luas sehingga produk lebih dikenal oleh konsumen.

### **Saran**

Setelah melakukan analisis, maka saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah jumlah produksi keripik pisang agar permintaan konsumen yang cenderung meningkat dapat terpenuhi, selain itu menambah varian rasa pada produk keripik pisang agar konsumen dapat memilih dan tidak merasa bosan.
2. Menambah relasi dan kerja sama dengan berbagai pihak agar jangkauan

pemasaran produk keripik pisang bertambah luas sehingga produk industri Flamboyan lebih dikenal oleh konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kapetpalapas, 2009. *Potensi Pisang Sulawesi Tengah*. [http:// education. blogspot.com /2012/2013/ Potensi\\_Pisang-Sulawesi\\_Tengah\\_8261.html](http://education.blogspot.com/2012/2013/Potensi_Pisang-Sulawesi_Tengah_8261.html). Diakses pada tanggal 15 Oktober 2014.
- Aji B.P., 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karangayar. E-Journal Agrista Vol. 1 No. 2. Hal. 218-226.
- Irawan. D., 2014. Strategi Pengembangan Usaha Kacang goyang Pada Industri Rumah Tangga Primajaya di Kota Palu. Vol. 2 No. 6 Hal. 620-627.
- Rangkuti, 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Suyanti S., dan Supriyadi, 2008. *Pisang Budidaya Pengolahan dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya. Jakarta