

ABSTRAK

Kamil Muhammad Nur. 2023. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Daun Kelor Menggunakan Analisis SWOT Pada Usaha Kerupuk Hartua Desa krejengan Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo*. Skripsi/tesis, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing (I) Moh. Idil Ghufro, M.E.I. dan (II) Fahrudin, M.M.

Kata kunci: Daun Kelor, Strategi, Analisis SWOT, Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan dapat diartikan sebagai suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintegrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. Termasuk juga usaha kerupuk daun kelor Hartuna. Usaha kerupuk hartuna sudah berdiri sejak tahun 2017 sampai sekarang. Peneliti ingin meneliti dan memberikan strategi yang cocok untuk diterapkan di usaha kerupuk hartuna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Daun Kelor Hartuna Desa krejengan Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah Deskriptif Kualitatif yang mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk aktivitas analisis data kualitatif dalam penelitian ini ada tiga yaitu tahap reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Penelitian ini dilaksanakan di desa Krejengan Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo. Metode pemilihan responden yang digunakan menggunakan metode purposive sampling yang dilakukan dengan sengaja. Data kemudian di analisis menggunakan analisis SWOT.

Hasil menunjukan bahwa Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Daun Kelor Hartuna Desa krejengan Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo Berdasarkan Analisis Swot yaitu :

Faktor Internal : Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk,. Memanfaatkan lokasi yang dekat dengan bahan baku.

Faktor Eksternal : Memperluas target pemasaran sampai ke luar daerah, Meningkatkan promosi produk melalui berbagai media dan mengikuti pameran yang diselenggarakan pemerintah setempat.