



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Agroindustri

Agroindustri merupakan kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang memiliki nilai tambah ekonomi lebih tinggi. (Soekartawi (2001), menyatakan bahwa agroindustri adalah bagian dari sistem agribisnis yang berfungsi untuk mengubah bahan baku pertanian menjadi barang konsumsi maupun bahan baku industri lainnya melalui proses pengolahan. Dengan demikian, agroindustri memiliki peran penting dalam memperpanjang rantai nilai produk pertanian, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat di sektor pedesaan.

Agroindustri memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan karena menciptakan lapangan kerja, memperluas kesempatan berusaha, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Hadi dan Agustian (2008) menjelaskan bahwa pengembangan agroindustri dapat memperkuat keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri serta mempercepat proses industrialisasi pedesaan. Dengan adanya agroindustri, hasil pertanian tidak hanya dijual dalam bentuk mentah, tetapi juga dapat diolah menjadi berbagai produk olahan seperti makanan ringan, minuman, atau bahan baku industri lain yang bernilai tambah tinggi.

Agroindustri dibagi dua macam berdasarkan ruang lingkupnya yaitu agroindustri hulu dan agroindustri hilir. Dalam sistem agribisnis, agroindustri adalah salah satu subsistem lain yang membentuk sistem agribisnis. Sistem agribisnis terdiri dari subsistem input (agroindustri hulu), usaha tani (pertanian), output (agroindustri hilir), pemasaran dan penunjang. Pembicaraan mengenai pembangunan agroindustri tidak bisa dilepaskan



pembangunan agribisnis secara keseluruhan. Pengembangan agroindustri akan dapat meningkatkan permintaan hasil hasil peretanian sehingga dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian dan pendapatan petani. Perkembangan sektor pertanian akan meningkatkan permintaan sektor agroindustri hulu, sektor pemasaran dan sektor penunjang (keuangan , asuransi, konsultasi, pendidikan dsb). Dengan demikian pengembangan sektor agroindustri mempunyai efek pengganda (*multiplier effect*) yang besar (Masyhuri, 2000).

Selain berdampak ekonomi, agroindustri juga berperan dalam meningkatkan ketahanan pangan dan menjaga keberlanjutan sumber daya alam. Departemen Pertanian (2008), pengembangan agroindustri harus dilakukan secara berkelanjutan dengan memperhatikan aspek lingkungan, efisiensi sumber daya, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan pendekatan tersebut, agroindustri tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mewujudkan pembangunan pertanian yang berkelanjutan dan berbasis pada potensi lokal.

2.2 Sagu

Salah satu vegetasi yang dapat menjadi alternatif untuk revegetasi adalah tanaman sagu (*Metroxylon sagu*). *Metroxylon sagu* mampu tumbuh dengan baik di genangan air dan kondisi tanah yang miskin hara sehingga cocok ditanam di lahan gambut (Yanarita et al., 2020). Sagu (*Metroxylon sago*) diduga berasal dari Maluku dan Irian. Hingga saat ini belum ada data yang mengungkapkan sejak kapan awal mula sagu ini dikenal. Di wilayah Indonesia bagian Timur, sagu sejak lama dipergunakan sebagai makanan pokok oleh sebagian penduduknya terutama di Maluku dan Irian Jaya. Teknologi eksploitasi, budidaya dan pengolahan tanaman sagu yang paling maju saat ini adalah di Malaysia (Zulkifli et al., 2021).



Sagu merupakan tanaman multiguna.pemanfaatan sagu tidak melulu pangan. Sagu bisa menjadi bahan plastik atau pelarut industri. Di lahan, pohon sagu pun sangat mengalah. Ia tumbuh di tempat di mana tanaman lain tidak mau tumbuh. Lahan pasang surut atau rawa justru disukai pohon anggota famili Arecaceae itu (Trubus, 2020).

Sagu dimanfaatkan sebagai pengganti beras dan pangan lainnya. Jenis makanan olahan dari sagu yang paling banyak digemari dan dikonsumsi rumah tangga adalah 8 kapurung. Kapurung merupakan makanan khas yang berbahan dasar tepung sagu yang digulung dan diampur di dalam sayuran berkuah. Kapurung biasanya disajikan hampir tiap hari dan juga sering disajikan pada acara pernikahan, aqiqah,acara adat dan acara lainnya sebagai makanan pelengkap saat berkumpul keluarga (Ernawati et al., 2018).

2.3 Produk Turunan Sagu

Produk turunan sagu adalah berbagai hasil olahan yang berasal dari pati sagu (*Metroxylon sagu*) melalui proses pengolahan, baik secara tradisional maupun modern, untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi. Tujuannya adalah meningkatkan nilai ekonomi sagu, memperluas pasar, serta memperkuat ketahanan pangan berbasis sumber daya lokal. Berbagai macam produk turunan sagu adalah papeda,mie sagu, kerupuk sagu dll.

Kerupuk merupakan salah satu produk pangan tradisional Indonesia yang tergolong dalam kategori makanan ringan berbasis pati (*starchy snack*). Menurut Winarno (2004), kerupuk dapat didefinisikan sebagai produk pangan kering yang dihasilkan dari adonan berbasis pati yang telah diberi penambahan bumbu tertentu, kemudian mengalami proses pengukusan atau perebusan, diikuti dengan tahap pengeringan dan penggorengan hingga menghasilkan bentuk yang mengembang serta bertekstur renyah.



Kerupuk memiliki fungsi ganda, yakni sebagai pelengkap hidangan utama maupun sebagai kudapan yang dikonsumsi secara mandiri. Selain itu, kerupuk juga mencerminkan kekayaan kuliner nusantara yang berakar pada kearifan lokal dan tradisi pengolahan bahan pangan berbasis pati. Beragam jenis kerupuk yang berkembang di berbagai daerah di Indonesia menunjukkan adanya variasi bahan baku, teknik pengolahan, serta preferensi cita rasa yang berbeda-beda, menandakan kerupuk tidak hanya sebagai produk konsumsi tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat Indonesia.

Kerupuk sagu umumnya mempunyai daya kembang yang rendah setelah di goreng, sehingga perlu dilakukan pengembangan usaha untuk meningkatkan kualitas kerupuk sagu dengan menambah bahan lain. untuk meningkatkan kualitas kerupuk sagu. Produk ini menunjukkan potensi signifikan untuk dikembangkan menjadi komoditas unggulan di suatu wilayah. yang lebih tinggi. Pengembangan usaha kerupuk sagu berpotensi besar dalam mendukung perekonomian masyarakat pedesaan. Melalui pengolahan sagu menjadi produk bernilai tambah seperti kerupuk, petani dan pelaku usaha kecil dapat memperoleh pendapatan tambahan, sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap produk pangan berbasis terigu impor. Dengan demikian, keberadaan industri kerupuk sagu tidak hanya memperkuat ketahanan pangan berbasis sumber daya lokal, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan di sektor agroindustry.

2.4 Biaya

Biaya merupakan salah satu komponen utama dalam kegiatan ekonomi dan analisis usaha. Secara umum, biaya didefinisikan sebagai seluruh pengorbanan sumber daya ekonomi yang dinilai dalam satuan uang dan digunakan untuk memperoleh barang atau



jasa dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Menurut Mulyadi (2016) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, terutama dalam proses produksi atau penyediaan jasa.

Biaya dapat diartikan sebagai seluruh pengeluaran atau pengorbanan sumber daya ekonomi yang digunakan dalam pelaksanaan suatu kegiatan. Dalam proses produksi, biaya umumnya mencakup nilai dari berbagai input seperti bahan baku, biaya penyusutan aset tetap, serta berbagai pengeluaran lain yang tidak termasuk dalam komponen bahan baku dan penyusutan. Pada kegiatan usaha perdagangan, struktur biaya meliputi harga perolehan barang dagangan, biaya transportasi, biaya penanganan dan retribusi, serta penyusutan aset jangka panjang.

Hubungan antara berbagai jenis biaya dengan jumlah produk atau output yang dihasilkan berbeda, baik dari segi jumlah, komposisi, maupun bentuk fungsi biayanya. Dengan demikian, fungsi biaya pada perusahaan yang berorientasi produksi akan berbeda dengan fungsi biaya pada perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Perbedaan tersebut menuntut penerapan teknik analisis biaya yang sesuai dengan karakteristik kegiatan usaha masing-masing (Kotler, 1998).

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sampai menjadi output yang didalamnya termasuk barang yang dibeli dan jasa yang dibayar. Ada dua kategori atau pengelompokan biaya yaitu :

a. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan pengeluaran yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terdapat perbedaan dalam volume kegiatan produksi atau operasional pada tingkat



tertentu. Sebaliknya, biaya tetap per unit mengalami fluktuasi yang berbanding terbalik dengan volume kegiatan. Apabila volume kegiatan meningkat, maka biaya per unit akan menurun, dan sebaliknya, apabila volume kegiatan menurun, biaya per unit akan meningkat. Contoh dari biaya jenis ini meliputi biaya overhead, biaya pemasaran yang bersifat tetap, dan sejenisnya (Afriani et al., 2021).

b. Biaya variabel (*Variabel Cost*)

Artinya, pengeluaran yang termasuk dalam kategori biaya variabel memiliki sifat yang dapat disesuaikan jumlah dan komposisinya apabila terjadi perubahan dalam volume atau jenis produk yang dihasilkan selama satu periode operasional produksi (Kadarsan, 1992).

2.5 Penyusutan Alat

Menurut Libby dan short (2008) penyusutan adalah proses alokasi biaya bangunan dan peralatan selama masa manfaat produktif aset menggunakan metode yang sistematis dan rasional. Untuk menghitung biaya penyusutan alat dihitung dengan metode garis lurus (*straight line method*) Syarantau (2011).

Penyusutan adalah alokasi sistematis atas jumlah yang dapat disusutkan dari suatu aset selama umur manfaatnya. Sedangkan Libby dan Short (2008) mendefinisikannya sebagai proses alokasi biaya bangunan dan peralatan sepanjang masa manfaat produktif aset dengan metode yang sistematis dan rasional. Dengan demikian, penyusutan mencerminkan pembagian biaya aset secara teratur untuk menggambarkan penurunan nilai ekonomisnya selama periode pemakaian. Penyusutan adalah alokasi sistematis jumlah yang dapat disusutkan dari suatu aset selama umur manfaatnya.



2.6 Penerimaan

Penerimaan merepresentasikan nilai output yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha. Besaran penerimaan dari suatu unit produksi dapat dihitung dengan mengalikan volume produksi dengan harga jual produk yang bersangkutan. Jumlah unit produk yang berhasil ditransaksikan dikalikan dengan tarif yang ditetapkan menjadi total dana yang diterima sebagai imbalan atas produk keripik yang dijual. Hal ini dikenal sebagai penerimaan.

Saidarma (2013) mendefinisikan penerimaan sebagai hasil perkalian antara jumlah keluaran yang diproduksi dengan harga jualnya. Di sisi lain, pendapatan dihitung sebagai penerimaan setelah dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dalam satu periode produksi. Untuk mengetahui penerimaan dan pendapatan suatu usaha, diperlukan data mengenai biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya variabel (*Variabel Cost*).

Dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa total penerimaan merupakan perkalian antara kuantitas produk yang dihasilkan dengan harga per unit produk tersebut. Peningkatan kuantitas produksi atau peningkatan harga per unit produk akan mengakibatkan kenaikan total penerimaan produsen. Sebaliknya, penurunan kuantitas produksi atau harga per unit akan menurunkan total penerimaan. Pengurangan total biaya dari total penerimaan akan menghasilkan pendapatan bersih, yang merepresentasikan keuntungan bagi produsen.

2.7 Keuntungan

Laba atau keuntungan dapat dipahami melalui dua perspektif utama. Dalam konteks ekonomi, laba diartikan sebagai selisih antara total pendapatan yang diperoleh dengan keseluruhan biaya yang dikeluarkan, baik biaya eksplisit maupun implisit. Biaya



implisit mencakup biaya peluang, yaitu nilai dari alternatif penggunaan sumber daya yang dikorbankan ketika suatu faktor produksi dimanfaatkan untuk kegiatan tertentu. Sementara itu, dalam perspektif akuntansi, laba didefinisikan sebagai selisih antara nilai penjualan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu. Dengan demikian, laba atau keuntungan dapat dianggap sebagai bentuk imbalan atas risiko dan upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha. Secara operasional, laba merupakan selisih positif antara pendapatan yang terealisasi dari aktivitas ekonomi dalam satu periode dengan seluruh biaya yang berhubungan dengan pendapatan tersebut. direalisasikan dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.

2.8 Efisiensi

Pendapatan besar tidak selalu mencerminkan efektivitas yang baik, karena pendapatan yang signifikan bisa jadi dihasilkan dari investasi yang cukup besar. Efisiensi bertujuan untuk menekan biaya produksi per unit barang yang dimaksud agar dapat meraih laba yang maksimal. Strategi untuk mencapai sasaran tersebut adalah dengan mengurangi total biaya sembari menjaga tingkat produksi yang sudah ada atau meningkatkan produksi tanpa menambah total biaya (Soekartawi, 2001).

Pendapatan bersih yang dapat menilai kelayakan suatu usaha dapat dievaluasi berdasarkan efisiensi melalui Return Cost of Ratio (RCR), yang merupakan rasio antara total keluaran dan total masukan dari usaha tersebut. Ini dilakukan dengan membandingkan pemasukan bruto yang diperoleh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk usaha. Return Cost of Ratio (RCR) menunjukkan hubungan antara penerimaan dan pengeluaran, di mana penerimaan diperoleh dengan mengalikan jumlah masukan dengan harga keluaran dan dibandingkan dengan total pengeluaran yang berasal dari penjumlahan



biaya tetap dan biaya variabel. Efisiensi berfungsi sebagai indikator pemanfaatan sumber daya alam dalam suatu proses. Semakin sedikit sumber daya yang digunakan, maka proses tersebut dapat dianggap lebih efisien. Proses yang efisien dicirikan oleh perbaikan yang menjadikannya lebih murah dan lebih cepat (Iwansyah et al., 2020).

2.9 Konsep Strategi

Strategi pengembangan dapat diartikan sebagai rangkaian langkah yang memerlukan proses pengambilan keputusan manajerial secara tepat untuk mengarahkan sekaligus meningkatkan aktivitas usaha. Keberadaan strategi pengembangan juga berperan penting dalam menjaga keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang. Dengan demikian, strategi pengembangan menjadi landasan bagi perusahaan dalam menetapkan berbagai kebijakan dengan memperhatikan kondisi internal serta faktor eksternal yang dapat memengaruhi kegiatan perusahaan (David, 2004).

Perumusan strategi merupakan suatu tahapan dalam menyusun rencana jangka panjang yang diarahkan pada pengelolaan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal secara optimal, dengan mengandalkan kekuatan serta mengatasi berbagai kelemahan yang terdapat dalam perusahaan. Strategi yang dirumuskan pada dasarnya bersifat dinamis karena pelaksanaannya berkaitan erat dengan berbagai aktivitas dan fungsi manajemen (Hunger & Wheelen, 2003).

Perumusan strategi mencakup proses pengembangan visi dan misi usaha, analisis kekuatan dan kelemahan internal, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, penyusunan berbagai alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai untuk diterapkan dalam mencapai tujuan organisasi (David, 2004). Strategi dirancang dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT yang memadukan unsur kekuatan (*Strengths*),



kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang ada sehingga menghasilkan strategi yang didasarkan pada situasi lingkungan internal dan eksternal. Identifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal.

2.10 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja serta arah pengembangan suatu organisasi, proyek, atau usaha. Istilah SWOT merupakan akronim dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Melalui analisis ini, organisasi dapat menilai sejauh mana kekuatan internal dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal, serta bagaimana kelemahan internal dapat diminimalkan agar tidak memperbesar dampak ancaman dari lingkungan luar. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi alat penting dalam perumusan strategi yang efektif, realistis, dan berorientasi pada peningkatan daya saing organisasi.

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT digunakan untuk mengkaji kondisi internal dan eksternal organisasi secara menyeluruh guna menghasilkan strategi yang sesuai dengan situasi nyata yang dihadapi. Sementara itu, David (2017) menjelaskan bahwa analisis SWOT membantu organisasi dalam merumuskan strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan, memanfaatkan peluang, serta mengantisipasi ancaman. Oleh karena itu, analisis SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis situasional, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam upaya mencapai tujuan organisasi secara berkelanjutan. Analisis SWOT meliputi:



A. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan adalah faktor internal yang menjadi keunggulan suatu organisasi dibandingkan pesaingnya. Kekuatan dapat berupa sumber daya manusia yang kompeten, modal yang memadai, teknologi yang maju, kualitas produk yang baik, atau jaringan pemasaran yang luas pemahaman terhadap kekuatan sangat penting karena menjadi dasar dalam membangun strategi yang memanfaatkan potensi internal secara optimal.

B. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang menjadi hambatan atau keterbatasan bagi organisasi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Contohnya seperti keterbatasan dana, kurangnya inovasi, manajemen yang belum efektif, atau kualitas produk yang belum konsisten. Dengan mengenali kelemahan, organisasi dapat mengambil langkah perbaikan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing.

C. Opportunities (Peluang)

Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan organisasi untuk mengembangkan usahanya. Peluang dapat muncul dari perubahan tren pasar, kebijakan pemerintah yang mendukung, perkembangan teknologi, atau meningkatnya permintaan konsumen kemampuan organisasi dalam mengenali dan memanfaatkan peluang menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

D. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi menghambat perkembangan usaha atau menurunkan kinerja organisasi. Ancaman dapat berasal dari persaingan yang ketat, perubahan regulasi, fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan preferensi



konsumen. Oleh karena itu, organisasi perlu mengantisipasi ancaman dengan strategi yang adaptif agar tetap bertahan di tengah perubahan lingkungan bisnis.

3.7 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal suatu perusahaan. Matriks ini dikenal juga sebagai SWOT Matrix dan berfungsi untuk membandingkan kekuatan serta kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi (Teoli et al., 2023).

Menurut David et al. (2023) faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk Matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi, yaitu:

- A. Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- B. Strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal.
- C. Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal.
- D. Strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman lingkungan.

Matriks SWOT akan mempermudah perumusan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu kegiatan usaha. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman. Sehingga dari Matriks SWOT



tersebut akan diperoleh empat kelompok alternatif yang disebut dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT (Azzahra et al., 2024).

2.11 Penelitian Terdahulu

Pamela (2023), berfokus pada analisis kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan UMKM kerupuk sagu di wilayah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan nilai IFE sebesar 2,6694 dan EFE sebesar 2,9857, yang menempatkan UMKM kerupuk sagu pada posisi kuadran V dalam Matriks GE (Hold and Maintain). Hal ini mengindikasikan bahwa usaha tersebut berada dalam kondisi stabil, namun perlu melakukan penguatan strategi seperti pengembangan pasar dan diversifikasi produk. Rekomendasi utama penelitian ini meliputi peningkatan digitalisasi pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar, inovasi dan diversifikasi produk agar mampu menyesuaikan dengan tren konsumen, serta pembentukan kemitraan antar pelaku usaha dan pemasok bahan baku untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha

Putryansyah (2020) Penelitian ini memiliki orientasi pada analisis kelayakan ekonomi dan formulasi strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk olahan pangan tradisional. Dengan menggunakan metode survei dan pendekatan analisis SWOT, peneliti mengkaji aspek karakteristik pelaku usaha, struktur biaya produksi, efisiensi usaha, serta peluang pengembangan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha bolu kemojo memiliki nilai R/C ratio sebesar 2,20, menandakan bahwa setiap satu rupiah biaya produksi mampu menghasilkan penerimaan sebesar dua kali lipat, sehingga usaha tergolong layak dan menguntungkan. Strategi yang disarankan meliputi peningkatan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen, penetapan harga yang



kompetitif dengan memperhatikan dinamika pasar, serta optimalisasi promosi melalui berbagai media untuk memperluas pangsa pasar. Temuan ini mempertegas pentingnya inovasi dan adaptasi strategi pemasaran sebagai faktor penentu keberlanjutan industri rumah tangga berbasis pangan lokal.

Sari (2021) Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan bisnis pada startup MakananHalal.id melalui analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi terhadap CEO, karyawan, serta mitra restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa startup ini memiliki kekuatan utama pada keunggulan produk halal 100%, sistem pre-order, dan metode pembayaran variatif. Namun, kelemahan yang dihadapi meliputi jangkauan wilayah terbatas, strategi pemasaran yang masih lemah, serta sistem aplikasi yang belum stabil. Dari sisi eksternal, peluang terbesar berasal dari meningkatnya permintaan makanan halal dan perkembangan media sosial, sedangkan ancaman datang dari aplikasi pesaing dan restoran yang membuka layanan antar sendiri.

2.12 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini didasarkan pada upaya untuk memahami bagaimana suatu usaha kerupuk sagu dapat berkembang secara berkelanjutan melalui analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dalam menjalankan suatu usaha, diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap aspek-aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia yang mempengaruhi kinerja usaha tersebut. Oleh karena itu, analisis usaha digunakan untuk menilai sejauh mana tingkat efisiensi dan



keuntungan yang diperoleh, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam proses produksi maupun distribusi produk kerupuk sagu.

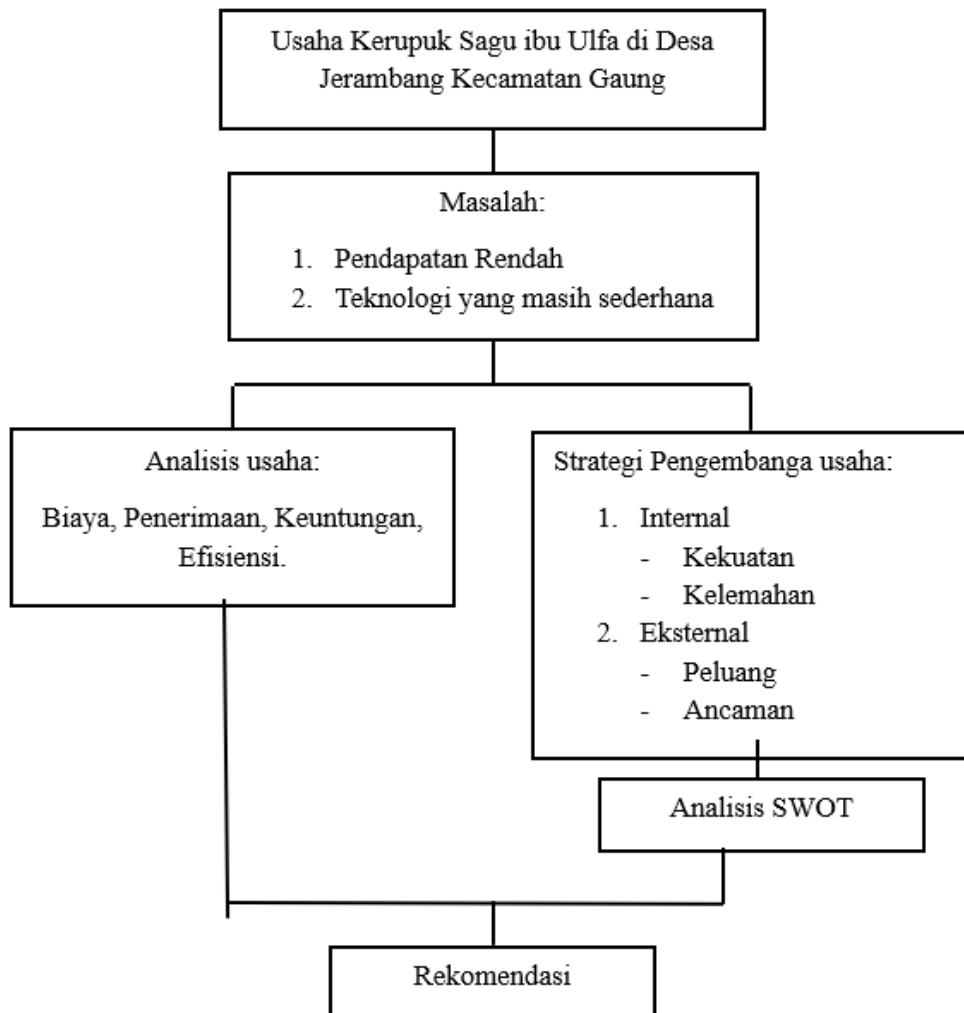
Untuk merumuskan strategi yang efektif, penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha kerupuk sagu.

Melalui hasil identifikasi SWOT tersebut, dapat disusun strategi pengembangan yang meliputi strategi SO (Strength–Opportunity) untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi WO (Weakness–Opportunity) untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang, strategi ST (Strength–Threat) untuk mengatasi ancaman dengan menggunakan kekuatan, serta strategi WT (Weakness–Threat) untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Berikut gambar kerangka pemikiran pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran