

ABSTRAK

IWAN ARDANI. 2026. STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG (Studi Kasus Pada Usaha Keripik Pisang UKM Sangkanhurip Di Desa Cisontrol Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis). Di bawah bimbingan Benidzar M Andrie dan Mochamad Arief Rizki Mauladi

Usaha keripik pisang Ukm Sangkanhurip berdiri sejak tahun 2015, namun usaha keripik pisang ini masih melakukan produksi dengan cara tradisional sehingga perkembangan usahanya sedikit lambat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: (1). Mengetahui faktor internal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang UKM Sangkanhurip Desa Cisontrol Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis (2). Mengetahui faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang UKM Sangkanhurip Desa Cisontrol Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis (3). Strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada usaha keripik pisang Ukm Sangkanhurip. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian: (1) Faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan, yang menjadi faktor kekuatan adalah pengalaman Perusahaan, kualitas pisang baik, lokasi yang strategis, modal usaha baik, sedangkan yang menjadi kelemahan adalah teknologi yang belum modern, pengemasan produk sederhana, tidak ada varian rasa, promosi masih kurang. (2) Faktor eksternal adalah peluang dan ancaman, yang menjadi peluang Ukm Sangkanhurip adalah ketersediaan bahan baku, pertumbuhan ekonomi, pasar masih terbuka luas, adanya pelanggan tetap, sedangkan yang menjadi ancaman adalah meningkatnya tarif transportasi, kenaikan harga bahan baku, pembeli beralih ke tempat lain, lemahnya daya beli masyarakat. (3) Strategi pengembangan yang dapat digunakan usaha keripik pisang Ukm Sangkanhurip adalah Strategi Strength-Opportunity (S-O) yang dimana Perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan pengalaman Perusahaan dengan terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksi serta memperluas jaringan pemasaran.

Kata Kunci: Keripik pisang, Pengembangan, Strategi, SWOT

ABSTRACT

IWAN ARDANI. 2026. BANANA CHIPS BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY (Case Study of the Sangkanhurip UKM Banana Chips Business in Cisontril Village, Rancah District, Ciamis Regency). Under the guidance of **Benidzar M Andrie** and **Mochamad Arief Rizki Mauladi**

The Sangkanhurip SME banana chip business was established in 2015; however, it still employs traditional production methods, resulting in somewhat slow business growth. This study aims to identify: (1) the internal factors influencing the business development of the Sangkanhurip SME banana chip business in Cisontril Village, Rancah District, Ciamis Regency; (2) the external factors influencing the business development of the Sangkanhurip SME banana chip business; and (3) development strategies applicable to the Sangkanhurip SME banana chip business. The research employs SWOT analysis. The study results indicate: (1) Internal factors consist of strengths and weaknesses; strengths include the company's experience, good banana quality, a strategic location, and adequate business capital, while weaknesses include outdated technology, simple product packaging, a lack of flavor variants, and insufficient promotion. (2) External factors consist of opportunities and threats; opportunities for Sangkanhurip SME include raw material availability, economic growth, a wide-open market, and the presence of loyal customers, while threats include rising transportation costs, increased raw material prices, customers switching to competitors, and weak consumer purchasing power. (3) The development strategy applicable to the Sangkanhurip SME banana chip business is the Strength-Opportunity (S-O) strategy, wherein the company leverages its experience by maintaining and improving production quality while expanding its marketing network.

Keywords: *Banana chips, Development, Strategy, SWOT*