

## **Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Produk Selai: Pendekatan SWOT**

**Fifit Susilowati<sup>1\*</sup>, Caecilia Pujiastuti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Department of Chemical Engineering, Universitas Pembangunan National “Veteran”  
Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup> Department of Chemical Engineering, Universitas Pembangunan National “Veteran”  
Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

**Abstract**—Dalam konteks bisnis di Indonesia, kompleksitas, persaingan sengit, perubahan yang cepat, dan ketidakpastian menjadi tantangan utama. Hal ini memicu tingkat persaingan antar perusahaan semakin ketat akibat bertambahnya jumlah pesaing, peningkatan pengguna layanan, dan pesatnya perkembangan teknologi. Untuk memastikan kelangsungan dan keunggulan, perusahaan memerlukan strategi yang mencakup aspek kewirausahaan, persaingan, dan fungsional. Fokus pada strategi jangka panjang, terutama dalam menciptakan keuntungan melalui hubungan yang baik dengan konsumen, menjadi kunci. Di Galengdowo, Jombang, potensi pengembangan bisnis dari buah salak, khususnya salak pondoh, mulai diwujudkan melalui inovasi produk seperti selai salak, manisan salak dan kripik salak. Meskipun subur, kurangnya pengolahan buah salak di Desa Galengdowo menjadi tantangan. Selai salak, sebagai produk awetan, muncul sebagai solusi, meskipun dihadapkan pada kendala pemasaran yang kurang strategis. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kendala tersebut dengan menggunakan analisis SWOT dalam pengembangan strategi pemasaran selai salak. Lokasi penelitian berada di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Jombang. Metode analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal bisnis selai salak. Hasilnya menunjukkan bahwa pengembangan bisnis ini dapat menjadi peluang baru bagi UMKM di Desa Galengdowo dengan memanfaatkan potensi buah salak. Strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan ketahanan ekonomi lokal, menciptakan inovasi yang bermanfaat bagi petani salak dan pengusaha selai salak.

---

\*Correspondence:

**Fifit Susilowati**

E-mail: [20031010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010059@student.upnjatim.ac.id)

**Keywords: SWOT, Selai Salak, Galengdowo, UMKM, Buah Salak**

## 1. INTRODUCTION

Di Indonesia, bisnis menghadapi kompleksitas yang meningkat, persaingan yang semakin sengit, perubahan yang cepat, dan tingkat ketidakpastian yang tinggi. Situasi ini menciptakan persaingan ketat di antara perusahaan-perusahaan karena adanya penambahan pesaing, peningkatan pengguna jasa, dan pesatnya perkembangan teknologi. Menghadapi kondisi ini, perusahaan-perusahaan memerlukan strategi yang dapat menjamin kelangsungan dan keunggulan mereka dalam persaingan ini. Strategi di sini merujuk pada kerangka kerja yang mencakup aspek-aspek penting seperti kewirausahaan, persaingan, dan fungsi-fungsi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan serta meraih kesuksesan yang berkelanjutan. Strategi dapat dipahami sebagai panduan jangka panjang bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan dari pengelolaan sumber daya. Untuk mencapai keuntungan jangka panjang, penting bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumennya guna menciptakan loyalitas di antara mereka. [1].

Galengdowo terletak di lereng Gunung Anjasmoro, Jombang, Jawa Timur, sebuah lingkungan yang subur yang menghasilkan beragam jenis tanaman pangan, terutama salak yang menjadi salah satu komoditas unggulan. Panen salak di daerah ini selalu dilakukan tepat waktu. Namun, hingga saat ini, pengolahan buah salak masih terbatas. Salak pondoh, varietas spesial dari salak di Galengdowo, sering dijual langsung ke pasar tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut. Untuk mengatasi situasi ini, penduduk setempat telah mulai mengembangkan produk-produk baru berbasis salak, seperti selai salak. Salak berasal dari keluarga tanaman palmae, menghasilkan buah yang dapat dikonsumsi. Biasanya, konsumen menyukai salak dengan daging buah yang tebal, rasa manis, dan biji yang kecil. Sebagai buah tropis, salak memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen di Eropa dan Amerika yang gemar dengan rasa buah eksotis. Meskipun buah salak dapat dipanen sepanjang tahun, puncak panen biasanya terjadi menjelang akhir tahun. [2].

Selai merupakan produk awetan yang dihasilkan dari buah yang dicampur dengan gula, baik dengan atau tanpa penambahan air, dan memiliki tekstur yang lunak dan plastis. Bahan utama dalam proses pembuatan selai melibatkan pektin, gula, dan asam.

---

\*Correspondence:

Fifit Susilowati

E-mail: [20031010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010059@student.upnjatim.ac.id)

Pektin berperan dalam membentuk tekstur dan mengentalkan selai, sementara asam berfungsi untuk menurunkan pH bubur buah, membentuk struktur gel, dan mencegah kristalisasi gula. Gula, selain memberikan rasa pada selai, juga berkontribusi pada pembentukan tekstur dan daya oles selai. Standar Nasional Indonesia (SNI) 01-3746-1995 menetapkan bahwa selai merupakan produk olahan yang hasil dari pencampuran bubur buah dengan gula, dengan komposisi persentase bubur buah sebesar 45% dan gula sebesar 55%. [3].

Selai salak menjadi solusi untuk pengolahan buah salak di Desa Galengdowo. Namun terdapat kendala yang menghambat dalam pengolahan selai salak ini yaitu kurang strategisnya pemasaran yang ada. Oleh karena ini penelitian ini diharapkan untuk dimanfaatkan dalam strategi pemasaran selai salak dengan pendekatan analisa swot.

## 2. METHOD

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi, faktor internal dan eksternal, serta merumuskan pengembangan strategi bisnis dari selai salak. Lokasi penelitian berada di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Jombang. Metode pengumpulan data yang diterapkan untuk mendapatkan informasi adalah observasi, dokumentasi, dan kepustakaan. Metode yang dilakukan peneliti yaitu metode analisis SWOT. Melalui analisis SWOT dapat diketahui kondisi eksternal dan internal dari sebuah bisnis, sehingga pengembangan bisnis tersebut untuk kedepannya dapat diketahui.

## 3. RESULT AND DISCUSSION

Seiring dengan kemajuan waktu, pemerintah kini semakin memperhatikan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan. Sektor UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian negara ini. Beberapa faktor telah mendukung pertumbuhan UMKM, termasuk kebijakan pemerintah yang mendukung, perubahan teknologi, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk lokal. Hal ini terlihat di Desa



---

\*Correspondence:

Fifit Susilowati

E-mail: [20031010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010059@student.upnjatim.ac.id)

Galengdowo, di mana sebagian besar penduduknya menggantungkan mata pencahariannya pada sektor pertanian dan peternakan, menciptakan potensi yang dapat dijadikan basis untuk UMKM.

### Gambar 1. Selai salak ( Salakin )

Untuk mendukung perkembangan UMKM, diperlukan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik, ketahanan, dan daya saing ekonomi lokal. Penggunaan buah salak sebagai inovasi bisnis baru dapat menjadi langkah yang tepat bagi warga Desa Galengdowo yang memiliki kebun selai salak , memanfaatkan hasil pertanian mereka sebagai peluang bisnis yang baru dan menarik.

#### **Analisa SWOT**

Berikut merupakan analisi SWOT untuk ide bisnis UMKM selai salak Desa Galengdowo, Wonosalam, Jombang :

##### 1. Kekuatan (Strength)

- Pemanfaatan buah salak
- Bermanfaat sebagai memberikan nutrisi pada kulit.
- Pembuatan produk tidak terlalu rumit.
- Bisa diproduksi dalam skala besar
- Merupakan varian baru selai

##### 2. Kelemahan (Weakness)

- Beberapa konsumen mungkin kurang suka dengan rasa selai salak
- Daya simpan tidak bisa lama
- Tekstur yang kurang halus
- Warna selai salak kurang menarik
- Sulit untuk memadukan takaran bahan untuk selai salak

##### 3. Peluang (Opportunities)

- Ide bisnis baru bagi petani salak Desa Galengdowo, Wonosalam, Jombang.
- Meningkatkan pendapatan petani salak.
- Menciptakan varian selai
- Adanya event tahunan di Desa Galengdowo dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan.

##### 4. Threats (Ancaman)

---

\*Correspondence:

**Fifit Susilowati**

E-mail: [20031010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010059@student.upnjatim.ac.id)

- Daya saing yang tinggi.
- Jumlah pesaing yang sama.
- Rendahnya minat masyarakat dalam mengembangkan bisnis.
- Kurangnya promosi.

### Matrisk SWOT

Tabel 1. Analisis pengembangan bisnis selai salak menggunakan matriks SWOT

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p><b>Strength :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemanfaatan buah salak</li> <li>• Bermanfaat sebagai memberikan nutrisi pada kulit.</li> <li>• Pembuatan produk tidak terlalu rumit.</li> <li>• Bisa diproduksi dalam skala besar</li> <li>• Merupakan varian baru selai</li> </ul>	<p><b>Weakness :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beberapa konsumen mungkin kurang suka dengan rasa selai salak</li> <li>• Daya simpan tidak bisa lama</li> <li>• Tekstur yang kurang halus</li> <li>• Warna selai salak kurang menarik</li> <li>• Sulit untuk memadukan takaran bahan untuk selai salak</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ide bisnis baru bagi petani salak Desa Galendowo, Wonosalam, Jombang.</li> <li>• Meningkatkan pendapatan petani salak.</li> <li>• Menciptakan varian selai</li> </ul>	<p><b>Strategi SO :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan kegiatan pelatihan kepada warga Desa Galendowo dalam menjalankan bisnis</li> <li>• Mempertahankan produksi selai salak untuk mendukung pengembangan kualitas selai salak di pasaran</li> </ul>	<p><b>Strategi WO :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan promosi dalam media sosial</li> <li>• Memperbaiki desain kemasan produk menjadi lebih menarik</li> </ul>

\*Correspondence:

Fifit Susilowati

E-mail: [20031010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010059@student.upnjatim.ac.id)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya event tahunan di Desa Galengdowo dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan.</li> </ul>		
<p>Threats :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya saing yang tinggi</li> <li>• Jumlah pesaing yang sama</li> <li>• Jumlah bahan baku yang tersedia bergantung pada musim</li> <li>• Rendahnya minat masyarakat dalam mengembangkan bisnis</li> </ul>	<p>Strategi ST :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan peningkatan kualitas selai salak dengan alat produksi yang lebih modern</li> <li>• Melakukan sosialisasi mengenai manfaat peluang bisnis selai salak</li> </ul>	<p>Strategi WT :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan riset pasar dan teknologi demi mengembangkan bisnis selai salak</li> </ul>

#### 4. CONCLUSION

1. Masyarakat di Desa Galengdowo, Wonosalam, Jombang memiliki kesempatan untuk mengembangkan dan menginnovasi ide bisnis selai salak, dengan tujuan meningkatkan kualitas produk.
2. Diinginkan agar pemerintah terus memberikan dukungan dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan mempromosikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) selai salak.
3. Upaya bersama dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk menjadikan selai salak sebagai produk unggulan yang berasal dari Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang.

#### REFERENCES

- [1] A. M. I. Astuti dan S. Ratnawati, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi

\*Correspondence:

Fifit Susilowati

E-mail: [20031010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010059@student.upnjatim.ac.id)

- Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100),” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 17, no. 2, hal. 58–70, 2020.
- [2] S. Ariviani dan N. H. R. Parnanto, “KAPASITAS ANTIOKSIDAN BUAH SALAK (*Salacca edulis* REINW) KULTIVAR PONDOH, NGLUMUT DAN BALI SERTA KORELASINYA DENGAN KADAR FENOLIK TOTAL DAN VITAMIN C,” *Agritech*, vol. 33, no. 3, hal. 324–333, 2013, [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.ugm.ac.id/agritech/article/view/9555/7130>
- [3] T. R. E. Awi, M. P. Bimantio, dan S. Hastuti, “Inovasi Produk Selai Salak (*Salacca zalacca*) dengan Penambahan Daun Kelor (*Moringa oleifera*) sebagai Sumber Kalsium,” *J. Teknol. Pangan dan Gizi*, vol. 21, no. 2, hal. 133–143, 2022.